



JITT

ปีที่ 18 ฉบับที่ 1 (มกราคม- มิถุนายน 2565)

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt>

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนไทดำ
บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

เมษ์ธาวิน พลโยธี, สุธาธิณี หนูเนียม และสุวิชาดา สกุลวานิชเจริญ

1

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ
ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

ประภัสสร โสรมรรค และเมษ์ธาวิน พลโยธี

26

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง
บ้านกุด จอก จังหวัดชัยนาท

ฐิตาภา บำรุงศิลป์, รัชมี อิสลาม และพิศาล แก้วอยู่

45

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุ
พลังในประเทศไทย

ชฎาพร จักรทอง และกนกกานต์ แก้วนุช

62

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้านโนนทัน
จังหวัดหนองบัวลำภู

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์

86

ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารย่าน
เยาวราช กรุงเทพมหานคร

ชีสา เจริญราษฎร์, พิศาล แก้วอยู่, พิศมัย จัตุรัตน์ และนิตยา หาสุข

112

วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

Journal of International and Thai Tourism

วัตถุประสงค์และขอบเขต

วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ (Journal of International and Thai Tourism) เป็นวารสารวิชาการเผยแพร่บทความวิชาการและบทความที่ผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการทำวิจัยเชิงสหสาขาวิชาการ (Multi-disciplinary) และเผยแพร่งานวิจัยเชิงประจักษ์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เน้นการเผยแพร่องค์ความรู้ที่พัฒนาขึ้นจากงานวิจัยหรืองานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบและมิติต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ อาทิเช่น การวางแผนและนโยบายการท่องเที่ยว การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ นวัตกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการบริการการท่องเที่ยว การสื่อสารและแปลความหมายในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โลจิสติกส์และการท่องเที่ยว ผลกระทบจากการท่องเที่ยว อุปสงค์การท่องเที่ยว ชีตความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นต้น

กำหนดการออกวารสาร ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 (มกราคม – มิถุนายน)

ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม)

ข้อมูลการติดต่อ : คณะการจัดการการท่องเที่ยว

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 148 ถ.เสรีไทย คลองจั่น บางกะปิ กรุงเทพฯ 10240 โทรศัพท์ : 02-727-3678

E-mail : jitt.nits@gmail.com

Website : <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt>

เจ้าของ

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

กองบรรณาธิการ

Professor Noel Scott	University of the Sunshine Coast
Dr.Giuseppe Marzano	University San Francisco of Quito, Ecuador
Professor Eric Laws	Siam University
ศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รศ.ดร.สุวารี นามวงศ์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รศ.ดร.พัทธยา หลักเพชร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รศ.ดร.กนกกานต์ แก้วนุช	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.วรชิตา บุญญาณเมธาพร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.รัชพงศ์ วงศาโรจน์	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.โชคชัย สุเวชวัฒนกุล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.เกศรา สุกเพชร	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.เจริญชัย เอกมาไพศาล	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.แสงแข บุญศิริ	สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
ผศ.ดร.คม คัมภีรานนท์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผศ.ดร.ชิตชนก อนันตมงคลกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

หัวหน้าบรรณาธิการวารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

รศ.ดร.สุวารี นามวงศ์

ที่ปรึกษา

คณบดีคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ ฉบับที่ 1/2565

รศ.ดร.กนกกานต์ แก้วนุช	ผศ.ดร.กุลดา เพ็ชรธูม
ผศ.ดร.วรชิตา บุญญาณเมธาพร	ผศ.นางเยาว์ ประสมทอง
รศ.ดร.อัศวิน แสงพิกุล	ผศ.ดร.ชิตชนก อนันตมงคลกุล
รศ.ดร.พิมพ์ระวี ไรจน์รุ่งสัจย์	อ.ดร.ชัชชญา ยอดสุวรรณ
อ.ดร.มรกต ดิษฐาอภิชัย	

บทบรรณาธิการ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยได้ประสบกับการแพร่ระบาดของ Covid-19 จนกระทั่งในช่วงต้นปี 2565 เศรษฐกิจเริ่มฟื้นฟูในทุกภาคส่วนโดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีทิศทางที่ดีขึ้นหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจไทยโดยเร่งให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวอย่างเร็วและเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง ทั้งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยเพื่อก้าวสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและมีขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว กองวารสารท่องเที่ยวไทยนานาชาติเป็นอีกหนึ่งภาคส่วนและเป็นตัวกลางสำคัญด้านวิชาการในการรวบรวมองค์ความรู้และหลักแนวคิดทางการท่องเที่ยว เพื่อให้ภาคส่วนต่างๆสามารถนำไปบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยได้

สำหรับวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติฉบับที่ 1 ปีที่ 18 นี้ ได้มีผู้ส่งบทความเข้ารับการพิจารณาจำนวนมากและมี 6 บทความที่ผ่านการพิจารณา แต่ละบทความมีเนื้อหาอันเป็นประโยชน์และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน ไม่ว่าจะเป็นบทความเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน จำนวน 1 บทความ บทความเกี่ยวกับการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ จำนวน 1 บทความ นอกจากนั้นยังมีบทความที่มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์ จำนวน 2 บทความ รวมถึงบทความในด้านการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยมุ่งเน้นศึกษากลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทย จำนวน 1 บทความ และบทความที่มุ่งเน้นศึกษาผลกระทบของการแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่มีต่อธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร โดยทุกบทความนั้นมุ่งเน้นในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเท่าทันสถานการณ์ในยุคปัจจุบัน

ในฐานะตัวแทนของคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ซึ่งรับผิดชอบดูแลวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ ใคร่ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความทุกท่านที่สละเวลาในการประเมินบทความทุกบทความในฉบับนี้มา ณ โอกาสนี้

พบกับบทความวิจัยและบทความวิชาการที่มีคุณค่า น่าสนใจและเป็นประโยชน์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและนานาชาติเช่นเคยในฉบับหน้า

สุวารี นามวงศ์
หัวหน้ากองบรรณาธิการ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน
กรณีศึกษา ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
SUSTAINABLE COMMUNITY-BASED TOURISM DEVELOPMENT
GUIDELINE: A CASE STUDY OF TAI DAM COMMUNITY AT BAN NA PA
NARD, CHIANG KHAN DISTRICT, LOEI PROVINCE

เมษ์ธาวิณ พลโยธี¹

สุธาธิณี หนูเนียม²

สุวิชาดา สุกุลวานิชเจริญ³

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ศึกษาศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 3) นำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณเป็นประชาชนในพื้นที่ชุมชน จำนวน 171 คน และกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพผู้มีส่วนเกี่ยวข้องสำคัญในชุมชนหรือผู้สืบทอดภูมิปัญญา ผลวิจัยพบว่า สภาพปัจจุบันของชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวครบครัน สถานที่ท่องเที่ยวมีเอกลักษณ์และโดดเด่น เป็นแหล่งเรียนรู้วัฒนธรรม และมีสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ โดยศักยภาพที่โดดเด่นของชุมชน ได้แก่ ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นของวัฒนธรรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งเดียวในภาคอีสาน อย่างไรก็ตามแนวทางการพัฒนาที่ชุมชนควรพัฒนามีหลายองค์ประกอบ เช่น ด้านการบริหารจัดการ ควรพัฒนาการกระจายรายได้ของคนในชุมชน พัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวฐานข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พัฒนาการบริการนักท่องเที่ยวทั้งด้านร้านอาหาร ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก รวมไปถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ชุมชนควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้ชุมชนควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน เปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมวางแผนการบริหารจัดการ

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

^{2,3} นักศึกษาปริญญาตรี, สาขาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น



ท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ของตนเอง และชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือในการวางแผนและการดำเนิน กิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ชุมชนไทดำ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This research study has the purposes were to 1) examine the current community-based tourism condition of Community. 2) study the potential of tourism management by Community and 3) present guidelines for development community-based tourism in Community, Ban Na Pa Nat, Chiang Khan, Loei, Thailand. The estimated sample size of the population in Community consists of 171 people, and the quality sample size of the key person or wisdom successor of the Tai Dam Community. The results have shown the current condition of the community has full facilities for tourists. The attractions are unique and distinctive. a source of cultural learning and a rich environment the prominent potentials of the community including. The potential of the location as the community contains the tourist attraction with a renowned local tradition plus abundant natural resources and environment as it was the only ethnic group attraction in the North-eastern region. However, The development approach that communities should develop has several components that can be developed, such as the tourism management area like the distribution of income of people in the community, the information area for travel public relations, the information technology database area for tourists to access the information conveniently, and the convenience area in which the community including the tourist services such as restaurants, stores, and souvenir stores, as well as the tourism service center. The community should create a varied and interesting tourism activity that fits with the context of the location and reflects the identity of the community. In addition, the community should promote the involvement of community members, allowing people to participate in tourism management planning for their own benefit, and the community and related agencies should provide assistance in terms of tourism management and tourism activity operations, empowering communities to have the potential to work to increase their capacity to accommodate tourists.

Keywords: Tai Dam Community, Community - Based Tourism, Sustainable Tourism



ความสำคัญและที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักให้ประเทศไทยมาอย่างยาวนาน มีชื่อเสียงติดในระดับโลก ทั้งในด้านความสวยงาม ทางเลือกของสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายและวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ดึงดูด อย่างไรก็ดี ตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงตามเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมรวมทั้งเหตุการณ์ที่อยู่นอกเหนือการควบคุมเกิดขึ้น เช่น การระบาดของโรคไวรัสโควิด 19 ซึ่งทำให้ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการในธุรกิจท่องเที่ยวต้องปรับตัว สร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวและบริการใหม่ๆ เพื่อตามให้เท่าทันกับความต้องการที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐซึ่งมีบทบาทในการกำกับดูแลจึงมีความเท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และวางแนวทางการกำกับดูแลอย่างเหมาะสม เพื่อสนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้เติบโตอย่างมั่นคง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), 2564)

ในปี พ.ศ. 2563 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ถือเป็นช่วงวิกฤตของสถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศ เนื่องจากในเดือนมีนาคม – เมษายน ประเทศไทยต้องรับมือกับการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ส่งผลให้เศรษฐกิจทุกภาคส่วนของประเทศหยุดลงแบบฉับพลัน โดยเดือนพฤษภาคมรัฐบาลได้ประกาศมาตรการผ่อนคลายเป็นลำดับขั้นที่และกิจการ/กิจกรรมต่าง ๆ รวมทั้งออกมาตรการกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการหมุนเวียนของเศรษฐกิจภายในประเทศ ส่งผลให้ประชาชนทยอยออกเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ดังนั้น ภาพรวมสถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2563 จึงมีแนวโน้มขยับตัวดีขึ้นแต่ยังต่ำกว่าระดับปกติก่อนเกิด COVID-19 ทำให้มีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยอยู่ที่ 90.23 ล้านคน-ครั้ง ลดลงร้อยละ 48 ขณะที่รายได้ทางการท่องเที่ยวยังไม่กลับคืนมาในระดับปกติเช่นกัน เนื่องจากยังมีความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจในประเทศ นักท่องเที่ยวระมัดระวังการใช้จ่าย และลดจำนวนความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ส่งผลให้มีรายได้ทางการท่องเที่ยวอยู่ที่ ห้าแสนล้านบาท ลดลงร้อยละ 54 (Tourism Authority of Thailand Review magazine การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), 2563)

แม้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะนำมาซึ่งการสร้างรายได้และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ แต่ย่อมส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวนั้น หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดี จึงได้เกิดแนวความคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น และเป็นการตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะเดียวกันจะต้องรักษาและอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้ให้คนรุ่นหลังด้วย ดำเนินการท่องเที่ยวโดยเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม น้อยที่สุด และจะต้องเกิดการกระจายรายได้และการจ้างงานของคนในชุมชนท้องถิ่นด้วย ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน รักษาวัฒนธรรมระบบนิเวศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น โดยเกิดผลกระทบน้อยที่สุดเพื่อที่จะใช้ประโยชน์ได้ในระยะยาว (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2555) และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เป็นรูปแบบ



หนึ่งของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งสร้างพลังให้ชุมชน โดยให้อำนาจแก่ชุมชนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้บริหารจัดการ ดำเนินงาน นำเสนอประเพณีท้องถิ่น วิถีชีวิต อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม และส่งเสริมให้เกิดความเท่าเทียมและเป็นประโยชน์ร่วมกัน เพื่อความเป็นอยู่ที่ดีของคนในชุมชน รวมถึงเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นการให้บริการสินค้าและบริการให้นักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ โดยนำผลิตภัณฑ์และบริการในท้องถิ่นมาสู่กระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว (The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), 2016) เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์ และเป็นเครื่องมือพัฒนาชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ และเกิดความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจที่ดี (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2558) จากการรายงานของบูคกิ้งดอทคอม ด้านการเดินทางอย่างยั่งยืนในปี 2020 (Booking.com, 2020) Sustainable Travel Report 2020 รายงานว่า ร้อยละ 55 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก มุ่งมั่นที่จะท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนและช่วยเหลือชุมชนท้องถิ่น ร้อยละ 48 ของนักท่องเที่ยว ยอมเผชิญกับความยากลำบากมากขึ้น เช่น เวลาในการเดินทาง ถ้าหากเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ร้อยละ 56 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกคิดว่าการใช้บริการที่พักที่มีความยั่งยืนมีความจำเป็นอย่างยิ่ง และร้อยละ 52 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก พร้อมที่จะมองหาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความนิยมน้อย เพื่อหลีกเลี่ยงภาวะจำนวนนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนความสามารถในการรองรับของสถานที่ท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

จังหวัดเลยเป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นทางภาษาและวิถีชีวิต มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามรอบล้อมด้วยภูเขาสลับซับซ้อน และอุดมไปด้วยพืชพรรณป่าไม้นานาชนิด และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ในหลายพื้นที่ เช่น อุทยานแห่งชาติภูกระดึง อุทยานแห่งชาติภูเรือ ภูสุมโกล วัดพระธาตุศรีสองรัก หมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ โดยอำเภอเชียงคานเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเลยที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวลักษณะภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ลุ่มริมฝั่งแม่น้ำโขง สภาพพื้นที่มีความลาดเทจากทิศใต้สู่ทิศเหนือสู่ตะวันออกเป็นที่ราบสูง มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และยังคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม โบราณสถาน โบราณวัตถุ วิถีชีวิตชีวิตชุมชน ซึ่งหาได้ยากในปัจจุบัน (เทศบาลตำบลเชียงคาน, ม.ป.ป.)

หมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ ชุมชนบ้านนาป่าหนาด ตั้งอยู่ที่ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งชาวไทยดำได้อพยพมาจากเมืองเชียงขวางประเทศลาว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2448 และยังคงรักษาขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมของไทดำเอาไว้ ต่อมาได้ก่อตั้งหมู่บ้านขึ้น ทำให้หมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีอายุและความเป็นมามากกว่า 100 ปี ถูกจัดให้เป็นศูนย์เรียนรู้และมีความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และประวัติความเป็นมาของชาวไทยดำ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การฟ้อนแคน แขนง พิธีกรรมแสดงความเคารพต่อหม่อมดประจำหมู่บ้าน มะกอนลอดบ่วงเพื่อเสี่ยงทายหรือเลือกคู่ ต้มนกกตุมหนู ดอกไม้ไทดำ ที่ใช้ประดับต้นปางเพื่อขอบคุณผีบรรพบุรุษ หรือผีฟ้า ศิลปะการทอผ้า แบบดั้งเดิมหรือแม้แต่ตัวอักษรไทดำ ก็เป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่น ดังนั้นผู้วิจัยจึงเล็งเห็นศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ ชุมชนบ้าน นาป่าหนาด อำเภอเชียง



คาน จังหวัดเลย ศึกษาสภาพปัจจุบันด้านการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน เพื่อวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ทั้งด้านคุณภาพ การสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไปเกี่ยวกับชุมชน ได้แก่ ประวัติศาสตร์ของชุมชน วิถีชีวิตประเพณีและวัฒนธรรม สภาพปัจจุบันของพื้นที่ รวมไปถึงทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชน
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ โดยได้ทำการศึกษาการวิจัยในพื้นที่หมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ ชุมชนบ้านนาป่าหนาด ตั้งอยู่ที่ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
3. ขอบเขตด้านประชากร โดยประชากรกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในพื้นที่ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และผู้นำชุมชน ประธานชมรมไทดำบ้านนาป่าหนาด และประธานสมาคมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทดำ จังหวัดเลย

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวได้ช่วยดึงดูดเงินลงทุนและกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ แต่การท่องเที่ยวก็สร้างผลกระทบด้านลบรวมทั้งมลพิษและความขัดแย้งในชุมชนที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยว ผลกระทบด้านลบของการท่องเที่ยวจำนวนมาก การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงได้รับการประกาศเป็น global strategy at the World Summit at Rio De Janeiro in 1992 ตั้งแต่นั้นมาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์จึงได้รับความนิยมมากขึ้นการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดประโยชน์ในท้องถิ่นมากขึ้นและการใช้ทรัพยากรอย่าง (Nopparat Satarat, 2010) การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เป็นการท่องเที่ยวคำนึงถึงความ



ยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม องค์กรชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยสมาชิกในชุมชนเป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว มีสิทธิ์ในการบริหารจัดการ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556) โดยไม่เน้นผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจเพียงอย่างเดียวเท่านั้น จะต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชุมชน เน้นการมีส่วนร่วมของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น และสามารถกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม (สมศักดิ์ สามัคคีธรรม, 2562) โดยองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) ด้านองค์กรชุมชน 3) ด้านการบริหารจัดการ 4) ด้านการเรียนรู้ (พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ, 2556)

2. แนวคิดการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วม หมายถึง การประชาชนหรือกลุ่มบุคคลที่มีความคิดและเป้าหมายที่เหมือนกันได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ และร่วมกันรับผลประโยชน์ โดยจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน (เชาวลิต อยู่เกิด, วิจิตรา ศรีสอนและศิริโรตม์ ภาคสุวรรณ, 2564) และการมีส่วนร่วม คือความเกี่ยวข้องทางด้านอารมณ์และจิตใจของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล ทำให้เป็นเหตุให้กระทำเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่ม และยังทำให้เกิดความรับผิดชอบร่วมกัน (นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์, 2527) โดยกระบวนการในการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจ ทราบถึงปัญหาของชุมชน และร่วมมือเข้ามามีส่วนรวมในชุมชน ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1. การศึกษาและสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ 2. การให้ความรู้และความเข้าใจแก่คนในชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่ 3. ร่วมกันวางแผนบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน 4. การดำเนินงานตามแผน 5. การติดตามและประเมินผล ร่วมกันแก้ไขปัญหาเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและมาตรฐานอย่างยั่งยืน (เพชรอำไพ มงคลจิระเดช, ศุภรณันท์ ดลโสภณ, สุชาดา กิจเกิดแสง และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2557) โดยเงื่อนไขของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 3 ประการ ได้แก่ 1) การที่ประชาชนจะต้องมีอิสระภาพในการเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการด้านการท่องเที่ยว 2) จะต้องมีความเสมอภาคในการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ 3) ผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมจะต้องมีความสามารถในการเข้ามามีส่วนร่วม (ถวิลวดี บุรีกุล, 2552)

3. แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือการท่องเที่ยวของทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ มีการบริหารจัดการอย่างดีเยี่ยมจากทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นเกิดการมีส่วนร่วม (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) เป็นการกำหนดแนวทางการพัฒนาและการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม และสุนทรียภาพแก่สังคม โดยจะต้องมีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างรู้คุณค่าและเกิดความยั่งยืน เนื่องจากจะต้องใช้ทรัพยากรในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ภายใต้ขีดความสามารถของสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติในการรองรับนักท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน รักษาวัฒนธรรม ระบบนิเวศ ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นนั้น โดยเกิดผลกระทบน้อยที่สุดเพื่อที่จะใช้ประโยชน์ได้ในระยะยาว (สำนักพัฒนาแหล่ง



ท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2550) โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนอย่างสมดุล ต้องคำนึงถึงองค์ประกอบ 3 มิติ คือ เศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยว และต้องมีการสร้างสมดุลที่เหมาะสมระหว่างองค์ประกอบ 3 มิติเหล่านี้ (World Tourism Organization, 2005) และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น คือการท่องเที่ยวที่เน้นการนำเสนอความโดดเด่นของทรัพยากรการท่องเที่ยวของสถานที่นั้นๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อเป็นการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการบริหารจัดการร่วมกับชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว โดยร่วมมือกันในการรักษา เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ไพริน เวชัญญะกุล (2559)

4. แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ (2560) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการเดินทางจากสถานที่ต้นพำนักอยู่ออกไปยังสถานที่หนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว เป็นการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ เรียนรู้และสัมผัสถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชน เรียนรู้ความแตกต่างทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมไปถึงโบราณวัตถุและศาสนสถาน ซึ่งเป็นที่เคารพนับถือของชุมชน (สมเกียรติ ชัยพิบูลย์, 2550) โดยส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปะ วัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 6 ด้านได้แก่ 1) เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 2) เป็นแหล่งการเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการทางธรรมชาติ 3) เป็นสถานที่ให้บริการนักท่องเที่ยว 4) สถานที่ที่เป็นร้านค้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ 5) สถานที่มีส่วนร่วมของชุมชน และ 6) มีการสร้างจิตสำนึกกับการท่องเที่ยว (ปรัชญาพร พัฒนาผล, 2554) ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ 2) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและประเพณี 3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท 4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา 5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ, 2554)

5. แนวทางการส่งเสริมศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

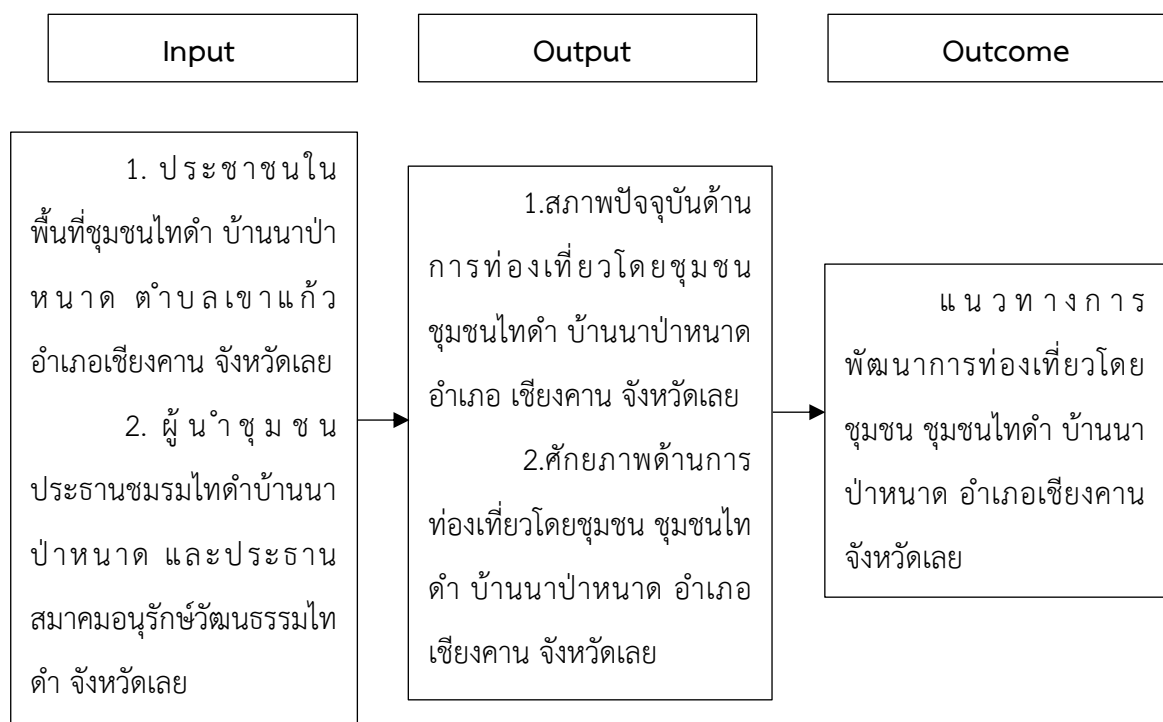
ศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมหรือความสามารถของสถานที่นั้น ๆ ที่จะสามารถรับมือและสามารถเอื้ออำนวยความสะดวกหรือความพร้อมต่าง ๆ ต่อการปรับปรุงและพัฒนาเปลี่ยนแปลงในการพัฒนาศักยภาพ ยังเป็นการนำความรู้ความสามารถของบุคคลไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนหรือองค์กรให้มากที่สุด โดยในยุคที่เกิดการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้การพัฒนาศักยภาพนั้นมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะหากบุคคลหรือองค์กรนั้นมีศักยภาพที่สูงก็จะทำให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีตามมานั้นคือ ความสำเร็จขององค์กร (ดรณ ไกรศรี, 2554) โดยการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบได้ด้วยองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ 1) เกณฑ์การกำหนดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านพื้นที่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยลักษณะทางทรัพยากรด้านธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์ 2) เกณฑ์การกำหนดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการจัดการหรือด้านความปลอดภัยในพื้นที่และบริเวณใกล้เคียง 3) เกณฑ์การกำหนดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านความหลากหลายของกิจกรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีการสร้างจิตสำนึกและการให้ความรู้



ด้านสิ่งแวดล้อม 4) เกณฑ์การกำหนดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวด้านการมีส่วนร่วม (จารุจน์ กลิ่นดีป्ली, 2541)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือประชากรที่อาศัยอยู่ในชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด หมู่ 4 ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 298 คน โดยผู้วิจัยได้ใช้การคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบใช้สูตร Taro Yamane (Taro Yamane, 1973) ที่มีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 95 % ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5 % คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรดังกล่าว ปรับกลุ่มตัวอย่างเป็น 171 คน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้มีบทบาทสำคัญในชุมชนหรือผู้สืบทอดภูมิปัญญา จำนวน 3 คน ประกอบด้วย (1) ผู้นำชุมชน จำนวน 1 คน (2) ประธานชมรมไทดำ บ้านนาป่าหนาด จำนวน 1 คน (3) สมาคมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทดำเลย จำนวน 1 คน



2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

2.1 แบบสอบถาม (Questionnaires) แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้สร้างตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย เพื่อสอบถามกลุ่มตัวอย่างประชากรที่อาศัยอยู่ภายในชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด หมู่ 4 ตำบลเขาแก้ว อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 171 คน เพื่อศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ โดยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน คือ ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ข้อมูลการประเมินสภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ข้อมูลการประเมินมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

2.2 การสัมภาษณ์ (Interview) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยผู้วิจัยได้นำผลจากการศึกษาแนวคิด หลักการและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวชุมชนมาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) มีการกำหนดข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended) ซึ่งทำให้การตอบคำถามของผู้ตอบสัมภาษณ์นั้นมีความยืดหยุ่นและตอบได้อย่างอิสระ ซึ่งแนวทางเนื้อหาของการสัมภาษณ์จะเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวชุมชน และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการสัมภาษณ์ผู้มีบทบาทสำคัญในชุมชนหรือผู้สืบทอดภูมิปัญญา จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ประธานชมรมไทดำ บ้านนาป่าหนาด สมาคมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทดำเลย โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ข้อเสนอแนะ

2.3 แบบสังเกต (Observation) ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) เพื่อศึกษาลักษณะวิถีการดำเนินชีวิตของชาวบ้านในชุมชน วัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น เส้นทางคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค

3. การตรวจสอบเครื่องมือ

3.1 การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่จัดทำขึ้นไปปรึกษาผู้เชี่ยวชาญให้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยวิเคราะห์ข้อคำถามและพิจารณาประเมินค่าการให้คะแนนเพื่อตรวจสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย IOC (Item Objective Congruence Index) จากการตรวจสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน พบว่า ค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม มีค่า 0.95 ซึ่งสามารถใช้เก็บแบบสอบถามได้



3.2 ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรแบบสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's Alpha Coefficient) ที่ค่าระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามไม่ต่ำกว่า 0.7

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.1 ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณจากแบบสอบถามใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อแจกแบบสอบถามประชากรที่อาศัยอยู่ภายในชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด หมู่ 4 หนาด ตำบลเขาแก้ว อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย จำนวน 171 คน

4.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) มีการกำหนดข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended) โดยผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกและบันทึกเสียง รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต (Observation) ผู้วิจัยได้ทำการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จากผู้มีบทบาทสำคัญในชุมชนหรือผู้สืบทอดภูมิปัญญา จำนวน 3 คน ประกอบด้วย (1) ผู้นำชุมชน จำนวน 1 คน (2) ประธานชมรมไทดำ บ้านนาป่าหนาด จำนวน 1 คน (3) สมาคมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทดำเลย จำนวน 1 คน

4.3 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยอื่นรวบรวมไว้แล้ว เช่น ข้อมูลประชากร สถิติและเอกสารจากการรวบรวมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หนังสือ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสืบค้นข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต

5. การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเชิงปริมาณ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for Social Science) โดยทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลทางสถิติเชิงพรรณนาจากข้อมูลที่ได้มาจากการเก็บรวบรวม คือข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยการพิจารณาจากระดับมาตราส่วนประมาณค่า โดยการวิเคราะห์และประเมินผลข้อมูลจากแบบสอบถาม 4 ส่วน ดังนี้ 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ส่วนที่ 2 ข้อมูลการประเมินสภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ส่วนที่ 3 ข้อมูลการประเมินมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นลักษณะแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนด้วยการประเมินระดับความเห็น 5 ระดับ เป็นการคำนวณหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ตามแบบของ Likert Scale



5 คะแนน	หมายถึง	ระดับมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	ระดับมาก
3 คะแนน	หมายถึง	ระดับปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	ระดับน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การประเมินวัดระดับคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็น เพื่อประมวลผลข้อมูลความคิดเห็น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00 ระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	ระดับน้อยที่สุด

5.2 การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และประมวลผล จากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) มีการกำหนดข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open-Ended) โดยผู้วิจัยได้ทำการจดบันทึกและบันทึกเสียง รวมถึงการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์และประมวลผล

ผลการวิจัย

รูปแบบการวิจัยเป็นวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) คือการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-Depth Interview) สัมภาษณ์ผู้มีบทบาทสำคัญในชุมชนหรือผู้สืบทอดภูมิปัญญา จำนวน 3 คน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ประธานชมรมไทดำบ้านนาป่าหนาด สมาคมอนุรักษ์วัฒนธรรมไทดำเลย สามารถสรุปผลวิเคราะห์โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 สภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

(1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีหลากหลายเส้นทางในการเดินทางมายังชุมชน และมีความสะดวกสบาย เช่น ระบบ GPS การสื่อสารทางเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่แสดงถึงข้อมูลของชุมชนไทดำ



(2) **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว** แหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่ครบครัน สถานที่ถ่ายรูปแบบและวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม แต่ข้อเสียคือ ที่จอดรถภายในชุมชนสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ค่อนข้างจำกัด

(3) **ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว** ชุมชนมีความน่าดึงดูดใจ มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ คือ ประเพณีและวัฒนธรรม ภาษาไทดำ ใช้ตัวอักษรไทดำซึ่งเป็นอักษรเฉพาะกลุ่มประเพณีและวัฒนธรรม ภาษาไทดำ ใช้ตัวอักษรไทดำซึ่งเป็นอักษรเฉพาะกลุ่ม การแต่งกายไทดำ โดยเครื่องแต่งกายจะเป็นสัญลักษณ์ในการแบ่งกลุ่มชาติพันธุ์ การละเล่น อาหาร ส่วนใหญ่ชาวไทดำจะไม่นิยมกินเนื้อสัตว์ ประกอบอาหารด้วยผักในส่วนใหญ่ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายซึ่งมีอัตลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การฟ้อนแคน แซปาง มะกอนลอดบ่วงเพื่อเสี่ยงทายหรือเลือกคู่ ต้มนกต้มหนู ดอกไม้ไทดำใช้ประดับต้นปางเพื่อขอบคุณผีบรรพบุรุษ ศิลปะการทอผ้าแบบดั้งเดิม นอกจากนี้ยังมีการจัดแสดงถึงการใช้ชีวิตของชาวไทดำ การตั้งบ้านเรือนของชาวไทดำ ภูมิปัญญาการทอผ้า

(4) **ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว** สภาพแวดล้อมของชุมชนเต็มไปด้วยความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ทิวทัศน์ที่สวยงาม เนื่องจากผู้คนในชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายและรบกวนสิ่งแวดล้อม มีป้ายห้ามและเตือนเกี่ยวกับสิ่งปฏิกูลเพื่อให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตาม

(5) **ด้านการบริหารจัดการของชุมชน** มีการพัฒนาบุคลากรของชุมชนอย่างสม่ำเสมอ มีการจัดตั้งคณะกรรมการภายในชุมชน ในด้านการท่องเที่ยวภายในชุมชนจะแบ่งออกเป็น การต้อนรับนักท่องเที่ยว 2 แบบ ได้แก่ 1) การต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบ One Day Trip นักท่องเที่ยวไม่ได้พักค้างคืน เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อศึกษา ดูนาน และเรียนรู้วัฒนธรรม เป็นต้น 2) การต้อนรับนักท่องเที่ยวแบบพักค้างคืน แต่ในการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ค่อนข้างบริหารจัดการได้ยากเนื่องจากชาวไทดำนั้นไม่เคยค้าขายและไม่เคยทำธุรกิจ วิถีชีวิตของคนไทดำคือการทำนาทำการเกษตร เมื่อเจอสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปเป็นทุนนิยมเลยทำให้ต้องมีการปรับตัว

(6) **ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว** การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมในชุมชน มีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวภายในชุมชนโดยชุมชนมีการส่งเสริมการจัดทำผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทดำ ทำให้ผู้คนในชุมชนมีรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว

1.2 การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีการจัดตั้งคณะกรรมการในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และแบ่งและมอบหมายหน้าที่ เช่น ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชน เกษตรกร ระบบสารสนเทศสุขภาพภาคประชาชน (อสม.) กลุ่มอาชีพต่างๆ ดังนี้ 1) กลุ่มสตรีสหกรณ์ชาวไทดำ 2) กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาป่าหนาด 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้มนกต้มหนูไทดำ และของที่ระลึกไทดำบ้านพิพิธพันธ์ไทดำ 4) ศูนย์วัฒนธรรมไทดำ 5) กลุ่มทำสบู่สมุนไพร ชุมชนมีการจัดการด้าน



เศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของผู้คนภายในชุมชน โดยการส่งเสริมการสร้างรายได้และการกระจายรายได้ให้แก่ผู้คนในชุมชนที่มีส่วนร่วมในแหล่งท่องเที่ยวและผู้คนในชุมชนเอง และการท่องเที่ยวทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้น นอกจากนี้ยังมีการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้านเพื่อแก้ปัญหาความยากจนภายในชุมชน มีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายในชุมชน โดยมีกฎกติกาและกฎระเบียบในการปฏิบัติที่ชัดเจน จัดตั้งคณะกรรมการด้านความปลอดภัยและอุบัติเหตุแก่นักท่องเที่ยวซึ่งทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านความปลอดภัย (สารสนเทศงานสุขภาพภาคประชาชนหรือ อสม.) ข้อเสนอแนะในด้านการท่องเที่ยว ชุมชนต้องการการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องการพัฒนาภูเขาแก้ว และภูเขาเป็นจุดชมวิวและจุดชมทะเลหมอก และอ่างเก็บน้ำบริเวณใกล้กับชุมชน ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมคือการล่องแพ เพื่อทางเลือกในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ต้องการให้ผู้คนในชุมชนมีความเข้มแข็งทางด้านวัฒนธรรม มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมให้คงไว้ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ ต้องการให้หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในเรื่องของงบประมาณเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในปัจจุบันชุมชนยังขาดการสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในด้านต่างๆ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการแจกแบบสอบถามกลุ่มประชากรตัวอย่างผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวนทั้งหมด 171 คน ผู้วิจัยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งข้อมูลออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 : สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศหญิง	103	60.23
อายุ 46-50 ปี	30	17.54
สถานภาพสมรส	149	87.13
ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า	124	72.51
อาชีพเกษตรกร	92	53.80
รายได้ต่อเดือนไม่เกิน 10,000 บาท	111	64.91

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 46 – 50 ปี สถานภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้นหรือต่ำกว่า อาชีพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรกร และรายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ไม่เกิน 10,000 บาท



ส่วนที่ 2 การประเมินสภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ตารางที่ 2 : การประเมินสภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

สภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.75	มาก
สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว	4.13	มาก
คุณค่าและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.70	มากที่สุด
สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว	4.56	มากที่สุด
การบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว	4.54	มากที่สุด
การมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว	4.59	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า การประเมินสภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนไผ่ดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ภาพรวมของการประเมินสภาพปัจจุบันและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ ด้านคุณค่าและความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (4.70) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว (4.59) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว (4.56) ด้านการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว (4.54) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว (4.13) ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ด้านที่มีคะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (3.75) อยู่ระดับมาก

ส่วนที่ 3 การประเมินมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตารางที่ 3 : การประเมินมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

การประเมินมาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน	ค่าเฉลี่ย	แปลผล
ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.50	มากที่สุด
ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี	4.65	มากที่สุด
ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม	4.74	มากที่สุด
ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน	4.65	มากที่สุด
ด้านบริการและความปลอดภัย	4.60	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า การประเมินการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนไผ่ดำบ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ภาพรวมของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้ง 5 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านที่มีคะแนนสูงที่สุดคือ ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม (4.74) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี และด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน (4.65) ซึ่งทั้งสองด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ด้าน



บริการและความปลอดภัย (4.60) อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เนที่คะแนนน้อยที่สุด คือ ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (4.50) อยู่ในระดับมากที่สุด

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกต

จากการสังเกตพบว่า สภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างยาก เนื่องจากในปัจจุบันการขนส่งสาธารณะเข้าถึงค่อนข้างน้อยจึงทำให้การเดินทางจำเป็นต้องมียานพาหนะส่วนตัว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างสะดวกแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งสถานที่ท่องเที่ยวยังมีความดึงดูดใจเนื่องจากเอกลักษณ์และวัฒนธรรมที่แตกต่าง รวมถึงธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี ด้านการบริหารจัดการจัดการโดยชุมชนนั้นภายในแหล่งท่องเที่ยวมีการบริหารจัดการโดยมีการแบ่งฝ่ายการบริหารที่ชัดเจน แต่ยังขาดการบริหารจัดการด้านการตลาดภายในชุมชน ด้านเศรษฐกิจสังคม คุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชนนั้นค่อนข้างดี รวมถึงการอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนและด้านความปลอดภัย

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จากสภาพปัจจุบันและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และความพร้อมในการบริหารการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จากการพิจารณาตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมพบว่า

ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเน้นให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วม 1) การมีส่วนร่วมในการวางแผนและพัฒนากิจกรรมด้านการท่องเที่ยวชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมวางแผนการบริหารกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนจะต้องประสานงานแก่ผู้คนในชุมชนอย่างทั่วถึงและมีการกระตุ้นให้ผู้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนากิจกรรมของชุมชนที่มีความโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ให้เป็นที่ดึงดูดแก่นักท่องเที่ยว 2) การมีส่วนร่วมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว โดยผู้นำชุมชนควรมีการจัดแบ่งหน้าที่ของกลุ่มคนในชุมชนอย่างทั่วถึงในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจุบันยังมีแค่เพียงบางกลุ่มเท่านั้นที่มีส่วนร่วมจึงทำให้กลุ่มอื่นไม่สามารถเข้ามามีหน้าที่ได้ 3) การมีส่วนร่วมในการพัฒนาบริการนักท่องเที่ยว โดยมีการจัดให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว การสื่อความหมาย เนื่องจากปัจจุบันชุมชนไม่มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและฐานข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศของชุมชนเอง ควรมีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ คู่มือการท่องเที่ยว แผ่นพับและฐานข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว



ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิต โดยชุมชนควรจัดให้มีการกระจายรายได้และผลประโยชน์แก่กลุ่มอาชีพอย่างทั่วถึง มีการดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีการจัดระบบบัญชีการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถตรวจสอบได้ เพื่อให้สมาชิกได้รับผลประโยชน์อย่างทั่วถึง เพื่อนำไปสู่การยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและท้องถิ่น

ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม โดยผู้นำชุมชนควรมีการดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน องค์กรบริหารส่วนตำบล เพื่อเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการพัฒนาการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน และการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการเน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างยั่งยืนและเป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยชุมชนจะต้องมีกฎระเบียบที่ชัดเจนในการจัดการบริหารด้านทรัพยากรทางธรรมชาติภายในชุมชน เพื่อให้ผู้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวร่วมกันปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดเพื่อเป็นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

ด้านบริการและความปลอดภัย ผู้นำชุมชนจะต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านความปลอดภัย และมีการจัดแบ่งฝ่ายด้านความปลอดภัยในชุมชนที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามจุดต่างๆ ภายในชุมชน เพื่อเป็นการดูแลความปลอดภัยในชุมชนและนักท่องเที่ยว หากเกิดกรณีต่างๆ จะทำให้ผู้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเองรู้ที่มาและหลักฐานการเกิดกรณีนั้นๆ ทำให้นักท่องเที่ยวไว้วางใจในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

อภิปราย และสรุปผลการวิจัย

1. สภาพปัจจุบันและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนบ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

สภาพปัจจุบันและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภาพรวมของทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาผลของแต่ละด้าน โดยภาพรวมพบว่า ชุมชนมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้

ด้านความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนเป็นสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งเดียวในภาคอีสาน มีความสวยงามน่าดึงดูดใจ มีเอกลักษณ์และความโดดเด่นของกลุ่มชาติพันธุ์ไทดำ เช่น ประเพณีวัฒนธรรม การแต่งกาย การละเล่น อาหารการกิน ขนบธรรมเนียมประเพณีการดำรงชีวิตประจำวันยังคงผูกพันกับประเพณี พิธีกรรม และความเชื่อ ซึ่งมีการอนุรักษ์สืบทอดกันมาช้านาน เป็นศูนย์เรียนรู้และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชาวไทดำ มีการกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว



มีความหลากหลายและน่าสนใจมากมาย สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้ ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการลงมือทำกิจกรรมของชุมชน (Richards G., 2010)

ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวมีธรรมชาติและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวมีความอุดมสมบูรณ์ ไม่ถูกตัดแปลงจากมนุษย์และไม่มีการรุกร้าธรรมชาติเพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนมีลักษณะของถนนหรือเส้นทางการเข้าถึงชุมชนอยู่ในสภาพดีและสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวครบครัน แต่ในส่วนของร้านอาหาร ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก และที่จอดรถในแหล่งท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ชุมชนยังไม่มีบริการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชนใด ๆ

ดังนั้นจึงเป็นไปตามทฤษฎีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ธฤชวรรณ มาตกุล (2556) แหล่งท่องเที่ยวควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ (6A's) คือ การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยว กิจกรรม การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงศักยภาพการท่องเที่ยวของชุมชน อย่างไรก็ตามแหล่งท่องเที่ยวยังคงต้องอาศัยการใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มคุณภาพการบริการ การกระจายข้อมูล (Buhalis & Amaranggana, 2014)

ด้านการบริหารจัดการของแหล่งท่องเที่ยว ในชุมชนนั้นยังไม่สามารถจัดการได้ครอบคลุม เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการการท่องเที่ยว กฎกติกาในการจัดการการท่องเที่ยว การกระจายผลประโยชน์และการจัดตั้งกองทุน เป็นต้น

ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ผู้คนในชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยวในชุมชน เช่น กลุ่มการท่องเที่ยว กลุ่มรถอีแต็ก กลุ่มสมุนไพร และถนนคนเดิน การค้าขายและจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ คนในชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลตอบแทนเงินส่วนหนึ่งก็หักเข้ากองทุนหมู่บ้านเพื่อนำมาพัฒนาชุมชนต่อไป แต่ยังไม่ได้รับการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนมากนัก เนื่องจากการบริหารจัดการในด้านการท่องเที่ยวยังไม่เป็นระบบ รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากกลุ่มที่ได้รับประโยชน์โดยตรงเท่านั้น ชาวบ้านไม่ค่อยได้เข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากไม่ได้รับการประสานงานจากผู้นำชุมชน จึงอาจไม่รับรู้การมาของนักท่องเที่ยว ทำให้ยังไม่สามารถกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนได้อย่างทั่วถึง ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนพื้นฐานของศักยภาพชุมชน นั้นมีความน่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับวิจัยของ อนุชา ม่วงใหญ่ (2559) แนวทางการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชนและท้องถิ่น “ในศตวรรษที่ 21” ได้กล่าวว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการพัฒนา โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้การบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ของตนเองและชุมชน โดยการพัฒนาจะต้องสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้โดยมีเศรษฐกิจชุมชนที่มั่นคง เพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและท้องถิ่นอย่างมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ทั้งนี้หน่วยรัฐบาลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้



ความช่วยเหลือในการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างยั่งยืน (B. Saheb Zadeh and Nobaya Ahmad. 2010)

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีลักษณะของถนนหรือเส้นทางการเข้าถึงชุมชนอยู่ในสภาพดี และมีการจัดทำป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน สามารถสังเกตได้ง่ายและมีความชัดเจน แต่ในบางเส้นทางยังไม่ได้มีการพัฒนาถนนหรือเส้นทางให้อยู่ในสภาพดีและสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกมากนัก

2. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยการลงพื้นที่และดำเนินการแจกแบบสอบถาม พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด มีศักยภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ มีการพัฒนาบุคลากรในกลุ่มบริหารอย่างสม่ำเสมอ ทุกฝ่ายภายในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา มีการจัดระบบบัญชี การเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้อยู่ในชุมชนที่ดีขึ้น ตามหลักการขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2560) ที่ได้กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชน จะต้องมีการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจ โดยชุมชนจะต้องเกิดการมีรายได้ เกิดการสร้างอาชีพให้แก่คนในชุมชน มีการกระจายรายได้ให้แก่ผู้ที่มีส่วนร่วมอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม การพัฒนาด้านสังคมภายในแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนจะต้องมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชน การพัฒนาด้านวัฒนธรรม ชุมชนมีการอนุรักษ์และรักษาเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม ประเพณี ของชุมชนท้องถิ่น เพื่อเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว การพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม ภายในชุมชนยังคงอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมธรรมชาติให้คงสภาพความสวยงามได้มากที่สุด และเกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติน้อยที่สุด นอกจากนี้ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด ยังมีการใช้สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากการแสดงถึงการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาดมีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมเป็นอย่างมาก โดยมีฐานข้อมูลด้าน การท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม พร้อมกับการจัดการข้อมูลมรดกวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เกิดการเผยแพร่วัฒนธรรมของชุมชน รวมทั้งการฟื้นฟูวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างมีประสิทธิภาพเป็นอย่างมาก และสมาชิกได้รับความรู้และเข้าใจถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ ธนัชชา ฤทธิ์เดช (2558) ที่กล่าวว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวและต้องมีการสร้างสมดุลที่เหมาะสมระหว่างองค์ประกอบ 3 มิติเหล่านี้ เพื่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในระยะยาว โดยการมีส่วนร่วมกันของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นด้าน ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะต้องมีการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหรือคนในชุมชน ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด มีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบอย่างมาก เนื่องจากภายในชุมชน มีการจัดการพื้นที่ทางการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการแบ่งพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน จัดสรรและใช้ทรัพยากรในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งมีการสร้างความตระหนักรู้ถึงการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ โดยผู้อยู่ในชุมชนจะต้องเป็นผู้รักษากฎระเบียบในการปฏิบัติร่วมกัน ได้แก่ ผู้อยู่ในชุมชนจะต้องเก็บขยะหรือสิ่ง



ปฏิภูลที่ตนเป็นผู้ก่อเอง และมีการเผยแพร่กฎระเบียบให้นักท่องเที่ยวได้ทราบขณะท่องเที่ยว จึงทำให้ภายในชุมชนมีการจัดการด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบ และด้านบริการและความปลอดภัยภายในชุมชนมีนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและเพียงพอต่อการท่องเที่ยว มีการติดต่อประสานงานด้านบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาดมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการรักษาความปลอดภัยในกรณีฉุกเฉิน หรือการบริการด้านการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐ หากนักท่องเที่ยวต้องการทราบข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ภายในชุมชนมีจุดบริการท่องเที่ยวภายในชุมชนสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552) ที่ได้กล่าวว่า การบริหารจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากจะต้องได้รับการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแล้วแต่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและพื้นที่ชุมชน ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดี พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยการสื่อสารและประสานงานกันอย่างเป็นระบบ

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จากสภาพปัจจุบันและศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน และความพร้อมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย จากการพิจารณาตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว โดยภาพรวมพบว่า

ด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ชุมชนมีศักยภาพและความสามารถในการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม สามารถนำมาต่อยอดเพื่อให้มีกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มชาติพันธุ์หนึ่งในภาคอีสาน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดกระบวนการการเรียนรู้วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการลงมือทำกิจกรรมของชุมชน (Richards G., 2010) และมีการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีการนำเอาความโดดเด่นของทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดมูลค่าด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากชุมชนมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและอุดมสมบูรณ์อย่างไรก็ตามชุมชนยังขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว จึงควรพัฒนาด้านการบริการนักท่องเที่ยว โดยมีการจัดให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและการสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากปัจจุบันชุมชนไม่มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และฐานข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวของชุมชนไทดำเอง ควรมีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ คู่มือการท่องเที่ยว แผ่นพับและฐานข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศ ในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว และควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการและคนในชุมชนในการจัดทำฐานข้อมูลสารสนเทศร่วมกัน เพื่อให้ข้อมูลการท่องเที่ยวของชุมชน เช่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข่าวสารการท่องเที่ยวได้ง่าย ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวชุมชน (ประชาชาติธุรกิจ, 2561)



ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในปัจจุบัน ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว คือ กลุ่ม ทอผ้า กลุ่มรถอีแต็ก กลุ่มสมุนไพร ศูนย์วัฒนธรรมไทดำ บ้านพิพิธภัณฑสถานนาป่าหนาด และถนนคนเดินบ้านนาป่าหนาด แต่ชุมชนยังขาดคนอาสาในการเข้ามามีส่วนร่วม ในกิจกรรมการท่องเที่ยว และเนื่องจากการจัดการการท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นระบบ ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากกลุ่มที่ได้รับประโยชน์โดยตรงเท่านั้น ชาวบ้านไม่ค่อยได้เข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากไม่ได้รับการประสานงานจากผู้นำชุมชน จึงอาจไม่รับรู้การเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรมีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว เน้นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการพัฒนา โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้ร่วมวางแผนการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ของตนเอง และชุมชน สร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเอง ยกระดับรายได้และคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและท้องถิ่น จะต้องเกิดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐและเอกชน องค์กรบริหารส่วนตำบล ไปจนถึงผู้คนในชุมชนท้องถิ่นที่จะต้องเข้ามาเสริมบทบาทของภาครัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือในการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างยั่งยืน โดยจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรให้ความช่วยเหลือในการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเน้นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว ช่วยส่งเสริมชุมชนให้มีศักยภาพในการปฏิบัติงานได้อย่างยั่งยืน โดยจะต้องคำนึงถึงคุณสมบัติของเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิราภรณ์ แก้วมณี (2557) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงชุมชนบ้านหัวเขาเงิน มีทุนทางวัฒนธรรมไทยทรงดำ โดยกล่าวว่า ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกหน่วยงาน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน วางแผนและดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น ในการพัฒนาการท่องเที่ยว

ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม

ชุมชนจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีบทบาทที่แตกต่างกันในการสร้างจิตสำนึก เช่น การรวบรวมองค์ความรู้ด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต หัตถกรรม และภูมิปัญญาต่าง ๆ ของชุมชนเพื่อถ่ายทอดให้เยาวชนได้รับรู้และสืบทอด การสร้างและนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับชุมชนในแง่มุมต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว และเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว การสร้างความตระหนักและประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว ปลูกฝังความรักหวงแหนและภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจากผลวิจัยสอดคล้องกับ กรรณก เกิดสังข์ (2560) ที่ได้กล่าวว่า ชุมชนและหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องของพื้นที่ควรมีการจัดทำโครงการ เช่น โครงการมัคคุเทศก์น้อย โครงการจัดตั้งศูนย์บริการที่มีมาตรฐาน ซึ่งจะมีส่วนในการสร้างจิตสำนึกที่ดีให้แก่ นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี



ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรสร้างความร่วมมือและสร้างจิตสำนึกสาธารณะโดยการปลูกจิตสำนึกของทุกภาคส่วน ควรจัดทำสื่อ เช่น คู่มือ แผ่นพับ หรือมีเจ้าหน้าที่บริการให้ความรู้เพื่อสร้างจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงควรมีเส้นทางการศึกษาธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เช่น จุดชมวิวและจุดชมทะเลหมอก การล่องแพ ไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เถลิงศักดิ์ ชัยชาญ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ควรสร้างจิตสำนึกให้ประชาชนโดยเฉพาะในท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวรู้จักในแหล่งท่องเที่ยวที่ตนอยู่ โดยการช่วยและให้ความร่วมมือกับหน่วยงานต่างๆ ในการดูแลสถานที่ท่องเที่ยว อนุรักษ์ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น มีจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อม มองประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตัว

ด้านบริการและความปลอดภัย

จากการสอบถามคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนยังไม่มีบริการด้านความปลอดภัยที่ครอบคลุม ดังนั้น ชุมชนควรมีการอบรมชุดคุ้มครองหมู่บ้าน การปฐมพยาบาลเบื้องต้น จัดตั้งคณะกรรมการด้านความปลอดภัยและอุบัติเหตุแก่นักท่องเที่ยวซึ่งทำงานร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านความปลอดภัย (สารสนเทศงานสุขภาพภาคประชาชนหรือ อสม.) และมีการเน้นการจัดการปัญหาเสียดิตเพิ่มมากขึ้น และชุมชนต้องการการพัฒนาให้แหล่งท่องเที่ยวมีการท่องเที่ยวที่หลากหลายมากขึ้น และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พัฒนาภูเขาแก้ว และภูเขาเป็นจุดชมวิวและจุดชมทะเลหมอก และอ่างเก็บน้ำบริเวณใกล้กับชุมชน ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวโดยมีกิจกรรมคือการล่องแพ เพื่อทางเลือกในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น และมีการพัฒนาเพิ่มเติมในด้านของการให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำสื่อความหมาย สื่อสิ่งพิมพ์ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในชุมชน มีบุคคลที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึงมากขึ้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ควรจัดทำการตลาด และสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต การจัดทำฐานข้อมูลเทคโนโลยีสารสนเทศให้เหมาะสมกับพื้นที่ และควรมีการจัดทำสื่อสิ่งพิมพ์ คู่มือการท่องเที่ยว แผ่นพับ
2. ควรพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชน ให้มีองค์ความรู้ ทักษะและความสามารถในการจัดการการท่องเที่ยว
3. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรส่งเสริมและเปิดโอกาสด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการรวมกลุ่มของผู้ที่เกี่ยวข้องทำเข้าใจในความสำคัญของการมีส่วนร่วม เกิดความร่วมมือและสามัคคีกันมากขึ้น โดยหน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องควรทำหน้าที่เป็นตัวแทนการประสานงานให้คนในชุมชนเกิดความรู้ ความเข้าใจ และองค์การบริหารส่วนตำบลควรอำนวยความสะดวกเรื่องการปรับปรุงถนนและทัศนียภาพของชุมชน



4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความช่วยเหลือ และความรู้ในการวางแผนและการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว สนับสนุนงบประมาณในการบริการจัดการการท่องเที่ยวที่เหมาะสมตลอดจนสนับสนุนในเรื่องของการทำการตลาด และการประชาสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยว ให้ชุมชนไทดำ บ้านนาป่าหนาด จังหวัดเลย เป็นที่รู้จักมากขึ้น ผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย

บรรณานุกรม

- กรกนก เกิดสังข์. (2560). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเชิงกลยุทธ์: กรณีศึกษาตำบลบางไผ่ อำเภอมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี. 4(2): 231-249.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.). (2564). 9 แนวโน้มใหม่ในอนาคตการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2564. จาก https://api.tourismthailand.org/upload/live/content_article_file/20603-15378.pdf
- จารุจน์ กลิ่นดีปสี. (2541). การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี. สารนิพนธ์มหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- จิราภรณ์ แก้วมณี. (2557). แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนบ้านหัวเขาจีน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาพัฒนศึกษาศาสตร์ วิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร
- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ วัดโสธรวรารามวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ดรุณ ไกรศรี. (2554). แนวคิดและทฤษฎีศักยภาพของบุคคล. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์. (จุลสารการท่องเที่ยว).
- เขวลิต อยู่เกิด, วิจิตรา ศรีสอน และศิโรตม์ ภาควสุวรรณ. (2564). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแบบยั่งยืน: กรณีศึกษารูปแบบการจัดการขยะชุมชนตลาดสดแฮปปี้แลนด์ใหม่ เขตบึงกุ่ม กรุงเทพมหานคร. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 4(2). สืบค้นเมื่อ 20 สิงหาคม 2564. จาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/249759/170728
- เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ. (2556). การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. รายงานการวิจัยสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2552). พลวัตการมีส่วนร่วมของประชาชน: จากอดีตจนถึงรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550. [พิมพ์ครั้งที่ 1]. กรุงเทพฯ: บริษัท เอ.พี.กราฟิคดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด.
- เทศบาลตำบลเชียงคาน. (ม.ป.ป). ประวัติและข้อมูลสภาพทั่วไป. สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2564. จาก <https://chiangkhan.go.th/public/list/data/index/menu/1142>



- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. วิทยาลัยพัฒนาการปกครองท้องถิ่น สถาบันพระปกเกล้า.
- รัชชา ฤทธิ์เดช. (2558). แนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ของตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 10(2). สืบค้น เมื่อ 4 สิงหาคม 2564. จาก [file:///C:/Users/Admin/Downloads/45399-Article%20Text-105253-1-10-20160111%20\(4\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/45399-Article%20Text-105253-1-10-20160111%20(4).pdf)
- ธนรัตน์ รัตนพงศ์ธระ. (2560). แผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรมแบบ บูรณาการอย่างยั่งยืนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการ การท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย.มหาวิทยาลัยพะเยา.
- ธฤชวรรณ มาตกุล. (2556). รายงานวิจัยแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อีสาน กรณีศึกษาวัดศิลาอาสน์ (ภูพระ) จังหวัดชัยภูมิ. ขอนแก่น: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์. (2527). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยมหิดล อ้างถึงใน ยศพนต์ สุธรรม. (2561). รูปแบบการมีส่วนร่วมเพื่อคืนคนดีสู่สังคม ระหว่างศูนย์ยุติธรรมชุมชนและเรือนจำกลางฉะเชิงเทรา. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการ จัดการเพื่อพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน Sustainable tourism development. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. อ้างถึงใน สรณศิริ รวีโรจน์วรกุล. (2551). แนว ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดปทุมธานี. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัย นเรศวร.
- ปรัชญาพร พัฒนผล. (2554). การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมแม่น้ำเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารงานวัฒนธรรม) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ประชาชาติธุรกิจ. (2561). เทรนด์ท่องเที่ยวปี 2018 ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโลก.สืบค้นเมื่อ 16 ตุลาคม 2564. จาก<https://www.prachachat.net/world-news/news-95925>
- พจนา สวนศรี และสมภาพ ยี่จ่อหอ. (2556). คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่: สถาบันการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน.มหาวิทยาลัยพายัพ.
- เพชรอำไพ มงคลจิระเดช, ศุภรณันท์ ดลโสภณ, สุชาดา กิจเกิดแสง และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2557). กระบวนการ สร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน ในแผนฟื้นฟูอนุรักษ์ป่าต้นน้ำลำธารและป่าชุมชนเขื่อนศรีนครินทร์ การ ไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย. วารสารวิชาการ ฉบับมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 7(1).



- สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2564. จาก <https://he02.tcthaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/27376/23344>
- ไพริน เวชัญญะกุลและคณะ. (2559). การพัฒนามาตรฐานแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อย่างยั่งยืน บริเวณเขื่อนในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต สำนักงานคณะวิจัยแห่งชาติ (วช.). รายงานสนับสนุนการวิจัย
- สมเกียรติ ชัยพิบูลย์. (2550). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา ศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชน นครชุม อำเภอมือเมือง จังหวัดกำแพงเพชร. กำแพงเพชร: สำนักวิทยบริการและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2550). คู่มือเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. สืบค้นเมื่อ 11 กันยายน พ.ศ. 2564, จาก <https://thaicomcommunitybasedtourismnetwork.files.wordpress.com/2012/01/cbtenetworkhandbook.pdf>
- สมศักดิ์ สามัคคีธรรม. (2562). การจัดการคลัสเตอร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารการเมืองการบริหารและกฎหมาย, 11(1). สืบค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2564. จาก [file:///C:/Users/Admin/Downloads/6463-Article%20Text-7619-1-10-20191113%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Admin/Downloads/6463-Article%20Text-7619-1-10-20191113%20(1).pdf)
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2558). การท่องเที่ยวโดยชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โคคุน แอนด์ โค.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2560). การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism). สืบค้นเมื่อ 24 กันยายน 2564. จาก http://110.78.114.133/sec39/e_loader/data/P1L5fLIAN52347ThuJan2017.pdf
- อนุชา ม่วงใหญ่. (2559). แนวทางการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพชุมชนและท้องถิ่น “ในศตวรรษที่ 21” วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 6(3). ค้นเมื่อ 15 ตุลาคม 2564, จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/EAUHJSocSci/article/view/70878/58925>
- Booking.com. (2020). Sustainable Travel Report 2020. Retrieved 15 June 2021, from <https://www.gstcouncil.org/booking-com-sustainable-travel-report-2020/>
- B. Saheb Zadeh and Nobaya Ahmad. (2010). Participation and Community Development. Online Current Research Journal of Social Sciences, 2(1). Retrieved 24 September 2021, from <https://maxwellsci.com/print/crjss/v2-13-14.pdf>



- Buhalis, D., & Amaranggana, A., (2014). Smart Tourism Destination. Information and Communication Technologies in Tourism 2014. Retrieved 15 October 2021, from https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-319-03973-2_40
- Nopparat Satarat. (2010). Sustainable management of community-based tourism in Thailand. (Doctoral dissertation). National Institute of Development Administration (NIDA), Bangkok. [In Thai].
- Richards, G. (2010). Creative Tourism and Local Development. In Wurzburger, R. (Ed.). Creative Tourism a Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe. (p. 78–90). New Mexico: USA.
- The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN). (2016). ASEAN Community Based Tourism Standard. Jakarta: ASEAN Secretariat.
- Tourism Authority of Thailand Review magazine. (2563). คาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ท่องเที่ยว ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 24 มิถุนายน 2564. จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/>
- World Tourism Organization. (2005). Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers. Retrieved 14 August 2021, from https://wedocs.unep.org/bitstream/handle/20.500.11822/8741/-Making%20Tourism%20More%20Sustainable_%20A%20Guide%20for%20Policy%20Makers-2005445.pdf?sequence=3&isAllowed=y
- Yamane, Taro. (1973). Statistics: an Introductory Analysis. New York: Harper & Row.



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่าง ยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

Factors Influencing on Sustainable Historical Area Tourism Decisions in Numphu Intersection, Mak Khang Sub-district, Mueang District, Udonthani Province

ประภัศร โสสมรรค¹

เมษธาวิณ พลโยธี²

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับห้าแยกน้ำพุ 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ 3) ทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวเพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด มีผู้ร่วมเดินทางเป็นเพื่อน มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเป็นรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวอุดรธานี ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ มีเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ตั้งแต่ 6 ชั่วโมงขึ้นไป มีกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน มีค่าใช้จ่ายในการ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

* Corresponding Author E-mail: prapussorn@kkumail.com, maytpo@kku.ac.th



ท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท และมีช่องทางการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ 2) ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาคือปัจจัยด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.51$) ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.46$) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.41$) และปัจจัยด้านที่พัก ($\bar{X} = 4.31$) 3) ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ พบว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: พฤติกรรมการท่องเที่ยว ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว หัวแย่งน้ำพุ

Abstract

The research concerns the factors, influencing the tourism decision on the sustainable historical area of the Numphu Intersection, Tambon Mak Khang, Amphoe Mueang, and Changwat Udonthani. The objectives of the research were 1) to study the tourism behavior of tourists interested in the Numphu Intersection 2) to study the factors influencing tourism decisions in Numphu Intersection 3) to test the differences between the factors influencing tourism and the tourism behavior in Numphu Intersection. The questionnaire is the instrument for collecting data, then data were analyzed by percentage, mean, and standard deviation. The one-way ANOVA was used to test for differences between the variables.

The results revealed that 1) the majority of tourists were likely to have the following purposes of tourism for vacation. There were traveling companions. There were vehicles available for private use. There were at least two times traveling in Udon Thani. There was a one-day period available for doing a daily trip. There were at least 6 hours available for traveling around Numphu Intersection. There are relaxing activities while traveling. The travel



expense was under 500 Baht and the tourism information was accessible and reliable via online media. 2) The results study of the factors influencing tourism decisions in Numphu Intersection revealed that most tourists gave the most average priority to the attraction factor ($\bar{X} = 4.59$) followed by the tourism activity factor ($\bar{X} = 4.51$), the accessible tourism factor ($\bar{X} = 4.46$), amenity factor ($\bar{X} = 4.41$) and accommodation factor ($\bar{X} = 4.31$). 3) The results of the test on the differences between the factors influencing tourism and the tourism behavior in the Numphu Intersection revealed the purpose of tourism, vehicles used for tourism, the numbers of traveling times, and the different periods of traveling have an indifferent impact on tourism decisions. However, the factors of traveling companions and periods for traveling in Numphu Intersection, types of tourism activities, tourism expenses, and the accessible media for searching the tourism information have a different impact on tourism decisions which was a statistically significant difference at a 0.05 level.

Keywords: Tourism behavior, Factors influencing tourism decisions, Numphu Intersection

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังธุรกิจต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการจ้างงานของประชาชนทุกภาคส่วน และช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างมหาศาล โดยจากสถิติรายได้ของการท่องเที่ยวเมื่อปี พ.ศ.2562 พบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างมูลค่าด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยถึง 1,911,807 ล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ดังนั้นด้วยจุดแข็งของการท่องเที่ยวด้านการมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์จึงเป็นตัวเลือกหนึ่งในตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) ซึ่งสอดคล้องกับกระแสเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) โดยการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์เป็นการนำเอาเรื่องราวในอดีตและสถานที่สำคัญของเมืองมาสร้างจุดขายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะชาวต่างประเทศนิยมเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมท้องถิ่น เยี่ยมชมสถาปัตยกรรม และสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้น ๆ โดยเฉพาะประเทศในแถบทวีปเอเชีย รวมถึงการซื้อของที่ระลึกที่เป็นงานหัตถกรรมและงานฝีมือที่เกิดจากภูมิปัญญา (พัชรา ลาภลือชัย, 2560) ขณะเดียวกัน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2558) ได้อธิบายว่าการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย ประวัติศาสตร์และร่องรอยทาง



ประวัติศาสตร์, โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์, งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิม, ศิลปหัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และงานแกะสลัก, ศาสนา รวมถึงพิธีกรรม ทางศาสนา, ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์, ภาษาและวรรณกรรม, วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย อาหาร, ประเพณีวัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่าง ๆ, และ เทคโนโลยี ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น รวมถึงเมืองเก่าหรือย่านเก่า

เมืองเก่าหรือย่านเก่า คือบริเวณของเมืองที่มีลักษณะพิเศษเฉพาะแห่งที่มีการสืบสานมาแต่กาลก่อน และมีเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมถึงมีรูปแบบผสมผสานของสถาปัตยกรรมท้องถิ่นหรือมีลักษณะของรูปแบบวิวัฒนาการทางสังคมที่สืบต่อมาของยุคต่าง ๆ ที่เคยเป็นตัวเมืองดั้งเดิมในสมัยอดีต ซึ่งมีคุณค่าในทาง ศิลปะ โบราณคดี และประวัติศาสตร์ที่ยังคงหลักฐานทางกายภาพที่บ่งบอกถึงลักษณะอันเด่นชัดของโครงสร้าง เมืองหรือโบราณสถานในอดีตและยังมีการใช้สอยในลักษณะเมืองที่ยังมีชีวิตอย่างต่อเนื่องจากอดีตถึงปัจจุบัน (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2554) ซึ่งห้าแยกน้ำพุเองก็จัดเป็นหนึ่งใน สถานที่เมืองเก่าที่มีการสืบสานเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นมาตั้งแต่กาลก่อน โดยจะเห็นได้ชัดในเรื่องของ โครงสร้าง สถาปัตยกรรม และผังเมืองที่มีการได้รับวิวัฒนาการมาจากชาวอเมริกันและชาวฝรั่งเศสที่เข้ามาทำ สงครามอินโดจีนและมีการพำนักที่ประเทศไทย โดยใช้จังหวัดอุดรธานีเป็นฐานทัพในการทำสงครามกับ ประเทศเวียดนาม-ลาว ซึ่งปัจจุบันยังหลงเหลือร่องรอยของสิ่งก่อสร้างในอดีตมาจนถึงปัจจุบัน อาทิ การเกิด สนามบินจังหวัดอุดรธานี ซึ่งเป็นสนามบินที่มีรันเวย์ขนาดใหญ่ การเกิดห้าแยกน้ำพุ ซึ่งเป็นย่านค้าขายเก่าแก่ ของจังหวัดอุดรธานี ที่มีการเริ่มทำการค้ากับชาวต่างชาติซึ่งเป็นทหารชาวอเมริกันที่มาอาศัยอยู่ในจังหวัด อุดรธานี (สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงวอชิงตัน, 2546)

จังหวัดอุดรธานีเป็นอีกจังหวัดหนึ่งของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวพักผ่อน และเยี่ยมชมวิถีชีวิตสัมผัสบรรยากาศท้องถิ่น โดยจากสถิติปี 2562 มีจำนวน นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีถึง 1,711,058 คน ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปี 2561 ถึง 2.18% ทำให้จังหวัดอุดรธานีมีรายได้จากการท่องเที่ยว 4,906.5 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) อีกทั้งจังหวัดอุดรธานียังมีความเชื่อมโยงติดต่อ 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศลาว ประเทศเวียดนาม และประเทศจีน ซึ่งทำให้จังหวัดอุดรธานีมีความสะดวกในการติดต่อหรือการเดินทางเพื่อธุรกิจการค้า การลงทุน การบริการ และการท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศ (ธนาคารโลก, 2563) โดยเมื่อปี ค.ศ.1946 จากการอพยพหนีภัยสงคราม ครั้งสำคัญจากการโจมตีของฝรั่งเศส ชาวเวียดนามจำนวนมากที่อาศัยอยู่ในประเทศลาวและกัมพูชาได้อพยพ ข้ามแม่น้ำมายังฝั่งไทย ชาวเวียดนามจึงกระจายตัวอยู่ตามจังหวัดต่าง ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือรวมทั้ง จังหวัดอุดรธานีซึ่งเป็นพื้นที่ในการรวมกลุ่มชุมชนระหว่างชาวเวียดนามเก่าที่อพยพเข้ามาลี้ภัยสงครามในช่วง ต้นศตวรรษที่ 20 และชาวเวียดนามใหม่ที่อพยพเข้ามาช่วง ค.ศ.1945-1946 ประวัติศาสตร์ของชุมชนชาวเวียดนาม



ในจังหวัดอุดรธานีจึงมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ของเวียดนามทั้งในทางการเมืองและสังคม ซึ่งหนึ่งในพื้นที่ที่มีการมาพำนักอาศัยของชาวเวียดนามมากที่สุดคือย่านห้าแยกน้ำพุ (ณิศา ชัยชาญกุล, 2557) โดยย่านห้าแยกน้ำพุเป็นถนนสายสำคัญของจังหวัดอุดรธานี ซึ่งได้รับการวางผังเมืองไว้เป็นอย่างดีตั้งแต่สมัยที่ชาวอเมริกันและชาวฝรั่งเศสเข้ามาพำนักในจังหวัดอุดรธานี เมื่อปี พ.ศ. 2483 เพื่อทำสงครามอินโดจีน ดังนั้นจึงทำให้บริเวณห้าแยกน้ำพุเกิดเป็นย่านการค้าและเป็นสัญลักษณ์ด้านย่านการค้าของทหารจีไอที่อยู่คู่มืองอุดรธานี โดยเป็นย่านการค้าทางประวัติศาสตร์ด้านสถาปัตยกรรมเก่าแก่ และด้านวิถีชีวิตของผู้คนที่อยู่อาศัยตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน นับตั้งแต่เริ่มมีการก่อตั้งเมืองอุดรธานีขึ้นมา ทำให้บริเวณห้าแยกน้ำพุเป็นย่านการค้าเก่าแก่ของจังหวัดอุดรธานีด้านสถาปัตยกรรมและมีร้านค้าต่าง ๆ มากมายรวมอยู่ในย่านนี้ อาทิ ร้านขายทอง ร้านขายยา ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น ร้านแม่หย้า เป็นร้านอาหารที่เปิดขายอาหารไทยและอาหารยุโรปตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน โดยปัจจุบันยังคงหลงเหลือร่องรอยสถาปัตยกรรมเก่าแก่ ด้านโครงสร้างตึกเก่า เป็นต้น นอกจากนี้ย่านห้าแยกน้ำพุยังเป็นย่านธุรกิจค้าส่งเสื้อผ้าที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน (สำนักงานเทศบาลนครอุดรธานี, 2562)

จากความสำคัญดังกล่าวจะเห็นได้ว่าพื้นที่ห้าแยกน้ำพุ เป็นพื้นที่ที่มีความพร้อมในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์ของอุดรธานีเป็นอย่างมาก แต่พื้นที่ดังกล่าวยังพบปัญหาในเรื่องของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ดี ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับห้าแยกน้ำพุ และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ เพื่อทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ กับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ โดยใช้ทฤษฎีการจัดการการท่องเที่ยว ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัย ซึ่งผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว โดยการนำผลไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ให้มีความพร้อมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและมีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืนด้านการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี



2. ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

3. ทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

ทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีการจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งที่มีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อทำการผ่อนคลายอาการตึงเครียดจากการทำงาน รวมถึงการเปลี่ยนบรรยากาศ และสภาพแวดล้อมที่ก่อให้เกิดความสุขใจ ซึ่งเป็นการเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราว และระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อไปเยี่ยมญาติมิตรหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว อาทิ การพักผ่อน การเล่นกีฬา การประชุม สัมมนา เป็นต้น (องค์การการท่องเที่ยวโลก, 2555) โดยบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ได้กล่าวถึงพื้นฐานที่เป็นองค์ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งมี 5 องค์ประกอบ (5As) ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดจากธรรมชาติหรือจากการที่มนุษย์สร้างขึ้นมาก็ได้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมเยือนสถานที่นั้น ๆ 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) คือเส้นทางโครงข่าย ระบบขนส่งที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง อาทิ ระบบการขนส่ง ซึ่งประกอบด้วยเส้นทางยานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง เพื่อลำเลียงนักท่องเที่ยวและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) เป็นการบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยวให้ได้รับความสุขสบายและประทับใจ ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณูปโภค/โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกประเภทความปลอดภัย 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) ได้แก่ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวจัดทำขึ้นเพื่อให้มีกิจกรรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือนแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ประเพณี เทศกาล ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น 5) ด้านพัก (Accommodations) เป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว อาทิ เช่น โฮมสเตย์ โรงแรม รีสอร์ท เป็นต้น โดยจากการศึกษาทฤษฎีดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปตัวแปรที่สำคัญมาใช้ในการวิจัย 5 ตัวแปร ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พัก



2. ทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นปฏิกริยาการปฏิบัติของนักท่องเที่ยวแต่ละบุคคลที่แสดงออกมาผ่านอารมณ์และความรู้สึกที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้เกิดการกระทำดังกล่าว (Kollat and Blackwell, 1968) รวมถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดหาเพื่อบริโภคและจับจ่ายใช้สอย โดยสินค้าและบริการเป็นการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังของการกระทำนั้นด้วย (James, 1990) ทั้งนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558) ได้อธิบายการประเมินทางเลือกของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การค้นหาข้อมูล (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ โดยคาดว่าจะสามารถสนองความต้องการของบุคคลนั้น ๆ ได้ ขณะที่ Schiffman and Kanuk (1991) กล่าวว่าทฤษฎีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวเป็นการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคถึงเหตุจูงใจที่ส่งผลให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ โดยเริ่มจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ โดยสิ่งกระตุ้นที่ผ่านเข้ามาทางความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคเปรียบเสมือนกล่องดำ (Buyer's Black Box) ซึ่งผู้ทำการขายหรือผู้ผลิตไม่สามารถคาดคะเนได้ โดยความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่าง ๆ ของผู้ซื้อ (Buyer's Response) หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยจุดเริ่มต้นอยู่ที่การกระตุ้นทำให้เกิดความต้องการก่อนทำให้เกิดการตอบสนอง (Buyer's Purchase Decision) โดยจากทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยสามารถสรุปตัวแปรที่สำคัญที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การค้นหาข้อมูล การซื้อ การใช้ การประเมินผล และการใช้จ่าย

3. ทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ การตัดสินใจซื้อเป็นกระบวนการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดจากหลาย ๆ ทางเลือกก่อนที่จะนำทางเลือกหรือตัวเลือกนั้นไปปฏิบัติโดยใช้หลักเหตุผลจากทางเลือกหรือข้อมูลที่มีอยู่ (Walters, 1987) รวมถึงกระบวนการคัดเลือกแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหา (กิตติ ภัคดีวัฒนกุล, 2556) ในขณะที่ Kotler & Armstrong (1997) ได้อธิบายกระบวนการในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคไว้ 6 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การรับสิ่งเร้า (Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคกระทำหรือปฏิบัติบางอย่าง โดยผู้บริโภคจะได้รับสิ่งเร้าจากหลาย ๆ แหล่ง อาทิ สิ่งเร้าจากสังคม สิ่งเร้าจากโฆษณา 2) การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) เมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งเร้าจะมีสติปัญญาทำให้เกิดการรับรู้ปัญหา ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลเผชิญกับสถานการณ์ที่ไม่สมดุทำให้เกิดความต้องการ โดยความต้องการนี้เองเป็นรากเหง้าหรือต้นตอแห่งพฤติกรรมของผู้บริโภค 3) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) หลังจากผู้บริโภคได้รับรู้ปัญหาแล้วก็จะแสวงหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการที่ต้องการ โดยเบื้องต้นจะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลในตัวผู้บริโภคเองก่อน ซึ่งมาจากความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมา อาทิ ความรู้เกี่ยวกับสินค้าที่ซื้อซ้ำ ๆ ซึ่งสามารถนำมาประกอบการตัดสินใจได้ แต่หาก



พบว่าความรู้และประสบการณ์ที่ผ่านมาไม่เพียงพอที่จะแสวงหาข้อมูลจากแหล่งอื่นเพื่อประกอบการตัดสินใจ

4) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) โดยผู้บริโภคจะใช้ข้อมูลความรู้ที่เก็บไว้ในความทรงจำ และรวบรวมข้อมูลที่แสวงหาได้จากภายนอกโดยกำหนดเป็นเกณฑ์ในการประเมินทางเลือกขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเปรียบเทียบข้อดีข้อเสียสำหรับทางเลือกแต่ละทางได้

5) การซื้อ (Purchase) หลังจากประเมินทางเลือกอย่างดีที่สุดแล้วผู้บริโภคก็พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ แต่ทั้งนี้ก็มีสิ่งที่ต้องพิจารณาอีก 3 ประการ คือ สถานที่ซื้อ เงื่อนไขในการซื้อ และช่องทางชำระเงิน

6) พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior) โดยหลังจากการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์และบริการแล้วผลที่ตามมาอาจทำให้ผู้บริโภคได้รับความพอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งหากได้รับความพอใจก็จะเกิดความรู้สึกพอใจกับสิ่งที่คาดหวังไว้ โดยเป็นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง โดยจากทฤษฎีดังกล่าวผู้วิจัยสามารถสรุปตัวแปรที่สำคัญที่ใช้ในการการวิจัยประกอบด้วย การรับสิ่งเร้า การรับรู้ปัญหา การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี โดยกลุ่มประชากรข้างต้นมีอายุขั้นต่ำ 18 ปี และผู้วิจัยได้วัดความสนใจของนักท่องเที่ยวจากการสอบถามก่อนแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยว โดยประกอบด้วยคำถาม 2 ประเด็น ได้แก่ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นนักท่องเที่ยวไหม และผู้ตอบแบบมีความสนใจห้าแยกน้ำพุไหม จากนั้นถ้าผู้ตอบแบบสอบถามมีคุณสมบัติตรงตามที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ผู้วิจัยจึงได้แจกแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามทำ ซึ่งในส่วนของประชากรดังกล่าว ผู้วิจัยใช้การคำนวณหากลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ซึ่งใช้วิธีตามแนวคิดของ Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนที่เกิดขึ้นได้ 5% ดังนั้นจำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับ 385 คน แต่ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ป้องกันความคลาดเคลื่อนของการเก็บข้อมูลจึงได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นเครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถาม โดยสร้างจากทฤษฎีการจัดการการท่องเที่ยว ทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ ซึ่งมีข้อความคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ โดยยึดองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5 A's ของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2557) ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พัก โดยข้อความคำถามมีรูปแบบคำถามเป็นชนิดคำถามปลายปิด ใช้



แจกให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับห้าแยกน้ำพุ โดยผู้วิจัยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ประเด็นดังต่อไปนี้

ประเด็นที่ 1 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ประเด็นที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง

อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี

3. การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยในส่วนนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งนำข้อมูลที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญมาหาความสอดคล้อง (IOC) โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.972 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณสมบัติเหมือนประชากรที่ใช้ในการศึกษาพร้อมกับตรวจสอบค่าความเที่ยง (Radiality) ด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายในด้วยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ของครอนบาค (Cronbach, 1990) ได้ค่าความสอดคล้องภายในด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.827 หลังจากนั้นได้นำไปปรับปรุงก่อนนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล ในส่วนของการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้แบ่งวิธีเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท ประกอบด้วย ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นการเก็บข้อมูลจากการแจกแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับห้าแยกน้ำพุ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังบริเวณห้าแยกน้ำพุ ในช่วงเดือนพฤศจิกายน-ธันวาคม พ.ศ. 2563 และในส่วนของคุณข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวานประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เพื่อนำมาประกอบใช้ในการวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลและแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปของตารางประกอบคำอธิบายเหตุผล ซึ่งสถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ



ผลการศึกษาวิจัย

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยได้เป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุดในสถานที่ท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์ อาทิ ร้านอาหาร/ร้านกาแฟในย่านการค้าเก่า คิดเป็นร้อยละ 44.25 มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 56.50 มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 54.75 มีจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 85.50 มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว แบบไปเช้า-เย็นกลับ คิดเป็นร้อยละ 91.25 มีเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุตั้งแต่ 6 ชั่วโมงขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 46 มีกิจกรรมที่ทำระหว่างการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน/ชมบรรยากาศธรรมชาติ/ถ่ายรูปย่านการค้าเก่า คิดเป็นร้อยละ 53.75 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่เกิน 500 บาท คิดเป็นร้อยละ 71.25 และ มีช่องทางการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Instagram, Twitter, YouTube) คิดเป็นร้อยละ 57 ตามลำดับ

ส่วนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ค่าเฉลี่ยความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูด มากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.59 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.620) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.51 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.557) ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 4.46 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.497) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 4.41 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.523) และปัจจัยด้านที่พัก ($\bar{X}$ = 4.31 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) = 0.444) ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแยบน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง
จังหวัดอุดรธานี

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยว	$\bar{X}$ (Mean)	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านสิ่งดึงดูด (Attraction)	4.59	0.620	มากที่สุด
ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity)	4.51	0.557	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)	4.46	0.497	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity)	4.41	0.523	มากที่สุด
ด้านที่พัก (Accommodation)	4.31	0.444	มากที่สุด

ส่วนที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแยบน้ำพุ กับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวหัวแยบน้ำพุ พบว่าค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแยบน้ำพุกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีความแตกต่างกันในด้านสิ่ง ดึงดูดใจ และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว แต่มีความแตกต่างกันในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว และด้านที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแยบน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามผู้ที่ ร่วมเดินทางท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และ ด้านที่พัก แต่มีความไม่แตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแยบน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตาม ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีความแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่มีความแตกต่างกันในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแยบน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตาม จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีความแตกต่างกันในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านที่พัก แต่มีความแตกต่างกันในด้าน ด้านสิ่งดึงดูดใจอย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแยบน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตาม ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอเมืองอุดรธานี ไม่มีความแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้าน การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พักอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ มีความแตกต่างกันในด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พัก แต่ไม่มีความแตกต่างกันในด้านสิ่งดึงดูดใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามประเภทกิจกรรมที่ทำการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันในทางสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันในทางสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามช่องทางการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว มีความแตกต่างกันในทางสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปได้ว่าผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ พบว่าวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยว จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวหัวแย่งน้ำพุ ประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 รายละเอียดดังตารางที่ 2



ตารางที่ 2 สรุปผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวหัวแย่น้ำพุ
กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อ						
การตัดสินใจ ท่องเที่ยว หัวแย่น้ำพุ	แหล่ง แปรรูป	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. วัตถุประสงค์ในการ เดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	13.599	7	1.943	8.440	0.052
	ภายในกลุ่ม	100.988	392	0.258		
	รวม	114.587	399			
2. ผู้ที่ร่วมเดินทาง ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	10.557	3	3.519	15.285	0.041*
	ภายในกลุ่ม	104.030	396	0.263		
	รวม	114.587	399			
3. ยานพาหนะที่ใช้ใน การเดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	9.838	2	4.918	23.039	0.101
	ภายในกลุ่ม	104.750	397	0.264		
	รวม	114.587	399			
4. จำนวนครั้งในการ เดินทางท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	6.594	1	6.594	28.609	0.232
	ภายในกลุ่ม	107.993	398	0.271		
	รวม	114.587	399			
5. ระยะเวลาที่ใช้ใน การท่องเที่ยวในเขต พื้นที่อำเภอเมือง อุดรธานี	ระหว่างกลุ่ม	2.249	1	2.249	8.044	0.238
	ภายในกลุ่ม	112.338	398	0.282		
	รวม	114.587	399			
6. ระยะเวลาที่ใช้ใน การท่องเที่ยวหัวแย น้ำพุ	ระหว่างกลุ่ม	10.374	2	5.187	21.375	0.023*
	ภายในกลุ่ม	104.213	397	0.262		
	รวม	114.587	399			
7. ประเภทกิจกรรมที่ ทำในการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	33.353	6	5.559	28.820	0.000*
	ภายในกลุ่ม	81.233	393	0.207		
	รวม	114.587	399			



ปัจจัยที่ส่งผลต่อ						
การตัดสินใจ ท่องเที่ยว ห้าแยกน้ำพุ	แหล่ง แปรรวน	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
8. ค่าใช้จ่ายทางการ ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	19.180	4	4.795	19.915	0.006*
	ภายในกลุ่ม	95.407	395	0.242		
	รวม	114.587	399			
9. ช่องทางการรับรู้ ข้อมูลของแหล่ง ท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	13.500	3	4.500	21.539	0.010*
	ภายในกลุ่ม	101.088	396	0.255		
	รวม	114.587	399			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายและสรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการศึกษาและสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเกี่ยวกับห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวเป็นเพื่อน มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนตัว มีจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานีตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ มีเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุตั้งแต่ 6 ชั่วโมงขึ้นไป มีกิจกรรมที่ทำระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อน/ชมบรรยากาศธรรมชาติ/ถ่ายรูป มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท และมีช่องทางการค้นหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook, Line, Instagram, Twitter, YouTube) โดยพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว เวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ รูปแบบประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และช่องทางการรับรู้ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ซึ่งพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวดังกล่าวมีความสอดคล้องกับ James (1990) ที่กล่าวว่า



พฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นทั้งหมดเป็นพฤติกรรมที่เกิดจากเหตุจูงใจที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจซื้อบริการด้านการท่องเที่ยว โดยนอกจากนี้แล้วยังมีความสอดคล้องกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของ Kotler & Armstrong (1997) ที่กล่าวกระบวนการตัดสินใจซื้อจะเริ่มจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการอยากเดินทางท่องเที่ยว จากนั้นนักท่องเที่ยวมีการหาข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวหรือประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังเอาไว้ ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเสร็จหรือจบกิจกรรมการท่องเที่ยวก็จะเกิดความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวขึ้นว่าตนเองได้สนองความต้องการของตนเองสำเร็จแล้วและเกิดเป็นประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชลี สมใจ และพันธุ์วี ณ ลำพูน (2563) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการวางแผนเดินทางท่องเที่ยวพักในวันหยุดเป็นการพักผ่อนเพื่อใช้เวลาว่างกับครอบครัว ใช้ยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นรถยนต์ส่วนตัว มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับ และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท

2. ผลการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ($\bar{X} = 4.59$) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.51$) ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.46$) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 4.41$) และปัจจัยด้านที่พัก ($\bar{X} = 4.31$) ซึ่งจากการศึกษาพบว่าปัจจัยที่เกิดจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดจากหลาย ๆ ทางเลือก โดยมีความสอดคล้องกับ Walters (1987) ที่กล่าวว่านักท่องเที่ยวจะมีการให้ความสำคัญกับสิ่งที่ต้องการก่อนเป็นลำดับแรก ก่อนที่จะนำทางเลือกหรือตัวเลือกนั้นไปปฏิบัติโดยใช้หลักเหตุผลจากทางเลือกหรือข้อมูลที่มีอยู่ โดยนอกจากนี้แล้วยังมีความสอดคล้องกับ กิตติ รักดีวัฒนกุล (2556) ที่กล่าวว่าปัจจัยที่เกิดจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการคัดเลือกแนวทางปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของการแก้ไขปัญหา ขณะเดียวกันยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ สิริธัญญา ชาติเผือก และ บุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒนชัย (2562) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อันได้แก่ ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ วิถีชีวิตที่สวยงาม และบรรยากาศเหมาะแก่การพักผ่อน รองลงมาคือปัจจัยด้านราคาของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านการคมนาคมขนส่งเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และปัจจัยด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิตวร ประดิษฐ์รอด (2557) ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือปัจจัยด้านสิ่งดึงดูดใจด้าน



การท่องเที่ยว อันได้แก่ การมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม การมีความปลอดภัยในการท่องเที่ยว การมีบริการที่ครบครัน รองลงมาคือปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจัยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี พบว่า 1) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน 2) ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน 3) ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน 4) จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน 5) ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอเมืองอุดรธานีที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน 6) ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน 7) ประเภทกิจกรรมที่ทำในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน 8) ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน และ 9) ช่องทางการรับรู้ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อปัจจัยที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยจากผลการศึกษาพบว่าความแตกต่างระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ เป็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นภายในตัวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยว การวางแผนด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงทำให้เกิดความแตกต่างด้านปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว อาทิ การมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีปัจจัยในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยมีความสอดคล้องกับ James (1990) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับกระบวนการจัดหามาเพื่อบริโภคและใช้จ่ายใช้สอย โดยสินค้าและบริการเป็นการตัดสินใจที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังของการกระทำนั้นด้วย ซึ่งถ้านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังหรือความต้องการด้านการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปก็จะส่งผลให้เกิดปัจจัยในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันด้วย ขณะเดียวกันยังมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กวินรัตน์ โรจน์ศิริดำรงกุล และ ภักดี มานะหิรัญเวท (2558) ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมการซื้อขายสินค้าที่แตกต่าง ส่งผลต่อการซื้อสินค้าแต่ละประเภทที่แตกต่างกัน โดยประกอบด้วย ผลิตภณท์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และลักษณะทางกายภาพที่แตกต่างกัน



ข้อเสนอแนะ

1) ด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ โดยแหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตัวเองและระหว่างนักท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งควรมีการเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีหลากหลายรูปแบบ อาทิ กิจกรรมการท่องเที่ยวชมเมืองอุดรธานี กิจกรรมกินเที่ยวช็อปอุดรธานี กิจกรรมย้อนรอยประวัติศาสตร์อุดรธานี และกิจกรรมเทศกาลถนนอาหารห้าแยกน้ำพุ รวมถึงการเพิ่มช่องทางการรับรู้เพื่อกระจายข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยวให้มีหลากหลายรูปแบบ

2) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวห้าแยกน้ำพุ โดยแหล่งท่องเที่ยวควรมีการสร้างความโดดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อโซ่ศักยภาพด้านความเป็นอัตลักษณ์พื้นที่อุดรธานี รวมทั้งการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องเรื่องราวของพื้นที่ห้าแยกน้ำพุตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เรื่องราวด้านประวัติศาสตร์ อีกทั้งควรมีการจัดเตรียมความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยว อาทิ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน ได้แก่ การสนับสนุนการคมนาคมขนส่งมวลชน ป้ายบอกทางท่องเที่ยว ห้องสุขาสาธารณะ ลานจอดรถ และศูนย์รวมการจัดจำหน่ายของดีเมืองอุดรธานี เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2560-2564. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.mots.go.th>.
- กวินรัตน์ โรจน์สิริดำรงกุล และ ภักดี มานะหิรัญเวท. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ประเภทตัวเก็บประจุไฟฟ้าของโรงงานอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). สถิตินักท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.mots.go.th>.
- กิตติ ภักดีวัฒนกุล. (2556). คัมภีร์ระบบสนับสนุนการตัดสินใจและระบบผู้เชี่ยวชาญ. กรุงเทพฯ: เคทีพีคอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์.
- ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวิยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าแบบอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณิศา ชัยชาญกุล. (2557). การท่องเที่ยวเมืองรอง. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.tci-thaijo.org>.



- ธนาคารโลก. (2563). เศรษฐกิจโลกปี 2563. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564,
จาก <https://www.nia.go.th/newsnow>.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2557). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: การวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 2, [ฉบับปรับปรุง]. กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2558). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. พิมพ์ครั้งที่ 2. [ฉบับปรับปรุง].
กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.
- พัชรา ลาภลือชัย. (2560). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าแบบอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2558). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงวอชิงตัน. (2546). ความสัมพันธ์ไทย-สหรัฐอเมริกา.
ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564, จาก <https://thaiembdc.org/th>.
- สำนักงานเทศบาลนครอุดรธานี. (2562). สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญจังหวัดอุดรธานี.
ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564. จาก <http://udoncity.go.th/public4/landmarks>.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2554). คู่มือการแปลงแผนจัดการคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2550-2554 ไปสู่การปฏิบัติ. ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564,
จาก <http://lib.mnre.go.th/index>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
ค้นเมื่อ 30 พฤษภาคม 2564, จาก <https://www.nesdc.go.th>.
- สิริญา ขาติเผือก และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- องค์การท่องเที่ยวโลก. (2555). การวางแผนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ค้นเมื่อ 25 เมษายน 2563.
จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>.
- อัญชลี สมใจ และพันธุ์วี ณ ลำพูน. (2563). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตำบลบางโหลง อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- Cochran. (1953). Sampling Techniques. New York: John Wiley & Sons. Inc.
- Cronbach (1990). Essentials of psychological testing (5th ed.). New York: Harper Collins Publishers.



- James (1990). Consumer Behavior. New York: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Kollat and Blackwell. (1968). Marketing management analysis. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler & Armstrong (1997). Marketing: An introduction. Englewood Cliffs,
New Jersey: Prentice – Hall.
- Schiffman and Kanuk. (1991). Consumer Behavior. Retrieved June 9, 2021,
from <https://books.google.co.th/books>
- Walters (1987). Consumer Behavior: Theory and Practice. 3rd ed. Homewood:
Richard D. Irwin.



การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์ต่อยอด

วัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท

A Model of Creative Tourism Development for Cultural Preservation of Lao Klang in Kud Jok, Chinat Province

จิตาภา บำรุงศิลป์¹

รัศมี อิสลาม²

พิศาล แก้วอยู่³

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท 2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่ออนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท และ 3. เพื่อนำเสนอรูปแบบและกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท เป็นการศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน และผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ราย ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 ราย รวมจำนวน 10 ราย

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนลาวครั้งบ้านกุดจอกเป็นกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ทางชาติพันธุ์ที่โดดเด่นและมีทุนทางสังคมที่น่าสนใจ ประกอบไปด้วย ทุนมนุษย์ ทุนสถาบัน ทุนภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยชุมชนเห็นว่า สิ่งสำคัญที่จะทำให้การอนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมของลาวครั้ง บ้านกุดจอกให้ประสบผลสำเร็จ คือ ทุกคนจะต้องร่วมกันในการวางแผน การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และมีการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนให้มากที่สุด สำหรับศักยภาพ พบว่า สำหรับศักยภาพด้านท่องเที่ยว ชุมชนมีศักยภาพในด้านการจัดการท่องเที่ยว

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม กรุงเทพฯ

² อาจารย์สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม กรุงเทพฯ

Corresponding: E-mail address: rasme.i@chandra.ac.th

³ อาจารย์สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม กรุงเทพฯ



3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมและประเพณีแบบดั้งเดิมของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้ง

สำหรับรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้าน กุดจอก จังหวัดชัยนาท ผลจากการวิเคราะห์ร่วมระหว่างการศึกษาที่กล่าวมาจะประกอบไปด้วย มีกระบวนการ 4 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นที่ 1 การค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน ขั้นที่ 2 ต้องเสริมและยก ระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ ขั้นที่ 3 การจัดกิจกรรมใหม่ ๆ จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้เชิงผสมผสานวิถีถิ่น และวิถีไทยเข้าด้วยกันอย่างสร้างสรรค์ และขั้นที่ 4 การท่องเที่ยวควรจะเป็นไปในลักษณะการสร้างสรรคที่จะส่งผลบวกและเกิดประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมต่อชุมชนให้มากที่สุด

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, การอนุรักษ์วัฒนธรรม, รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This research aimed to study Lao Klang ethnic group in terms of the cultural heritage, the ways to preserve cultures, the tourism potential, the local inhabitants' participation in cultural preservation and tourism behaviors, to explore Thai tourists' needs for a creative tourism, and to propose a model of creative tourism development for cultural preservation of Lao Klang in Kud Jok, Chinat province.

For the data accumulation, ten key informants including five community leaders and five local product leaders were deeply interviewed, and the content analysis were employed to analyze the data. The findings showed that Lao Klang in Kud Jok had outstanding and unique ethnical identities. Also, its social heritages including people, institutions, wisdoms and culture were very interesting. The most important factor in Lao Klang's cultural preservation was the people's cooperation in planning and operating a tourism system, getting benefits, and distributing incomes to the community as much as possible. Regarding the potential for the tourism management, it was found that Lao Klang community had the potential for economy, society, and environment. For the tourism behaviors, it was indicated that most of the tourists travelled to Lao Klang community because they would like to join and study its traditions and cultures. Moreover, most of them were the organized mass tourists.



With regard to a model of creative tourism development for cultural preservation of Lao Klang in Kud Jok, Chinat province, it was shown that its process consisted of four steps: 1) Finding a community unique identity, 2) Improving local wisdoms to a creative development, 3) Creating tourists' activities and 4) Implementing the creative tourism to benefit the community and the tourists.

Keywords: Creative Tourism, Cultural Preservation, A Model of Creative Tourism Development

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยตลอดระยะเวลากว่า 40 – 50 ปี รัฐบาลทุกรัฐบาลจึงให้ความสำคัญในการเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน (Enhancing Competitiveness) เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวโลก โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศแถบเอเชีย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มประเทศอาเซียนต่างก็ได้มีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลกให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศของตนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การจัด การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่ต้องผสมผสานควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในทุกมิติ ทั้งเป้าหมายของการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม (Classic tourism) ที่มุ่งเน้นการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวแบบเน้นจำนวน (Mass tourism) ซึ่งการท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวนี้ แม้จะมีแนวโน้มสูงขึ้น และสร้างผลประโยชน์ให้กับประเทศอย่างมาก มาย แต่ก็มีผลในเชิงลบ คือ จะก่อให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ไม่สมดุล กับการเกิดหรือสร้างขึ้นใหม่ของทรัพยากรธรรมชาติ จึงมีผลทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง และเกิดความไม่สมดุลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติ เพราะในขณะที่ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวหรือตัวแหล่งท่องเที่ยวมีความสามารถในการรองรับอยู่อย่างจำกัด จึงทำให้เกิดผลทางลบกับทั้งแหล่งท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น แนวคิดใหม่ที่จะตอบสนองการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ จึงได้ถูกเสนอขึ้นเพื่อที่จะหารูปแบบการท่องเที่ยวประเภทอื่นที่เหมาะสมและหาแนวทางนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อการท่องเที่ยว โดยไม่สร้างผลกระทบทางลบเหมือนที่ผ่านมาสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การปฏิรูปการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558 - 2560 ที่กำหนดแนวทางขับเคลื่อนสู่แหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เชื่อมต่อกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 – 2564 ที่ระบุถึงการต่อยอดพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและนำเสนอสินค้าบริการด้านการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ผูกโยงระหว่างวิถีชุมชนกับวิถีไทยให้มีความสอดคล้อง โดยการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการและเป็นระบบด้วยการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพบนพื้นฐานความสมดุลใน



การท่องเที่ยวทั้งในเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ด้วยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของหน่วยงานภาครัฐ เอกชน ชุมชน และภาคประชาชนตั้งแต่ระดับท้องถิ่น

สำหรับแนวคิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่นั้น คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีความตั้งใจที่จะเลือกมาท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางจริง ไม่ใช่เป็นการมาท่องเที่ยวไปยังสถานที่ตามกระแสนิยม โดยการจะตอบสนองกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพนั้นควรที่จะมีการนำเสนอแนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวรายบุคคล โดยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งด้านภาครัฐ ผู้ประกอบการและชุมชนร่วมกันพัฒนาการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว และรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลายหน่วยงานของไทยกำลังให้ความสำคัญอย่างมากในปัจจุบัน คือ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่พัฒนาต่อยอดจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มุ่งเน้นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจากชุมชน และส่งเสริมการผลิตสินค้าท้องถิ่นป้อนสู่ตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Wurzbarger, 2010 อ้างถึงใน Richards and Raymond, 2000) ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่กล่าวมานี้ จึงส่งผลทำให้นักท่องเที่ยวและชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วยทั้งในแง่เศรษฐกิจของท้องถิ่น และการรักษาความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมถิ่น ตลอดจนวัฒนธรรมและระบบนิเวศในท้องถิ่นนั้นๆ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการพัฒนาทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่จึงมุ่งเน้นการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมจากชุมชนท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าให้กับท้องถิ่นและเพิ่มพูนประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเกิดการผลิตสินค้าท้องถิ่นซึ่งเป็นการกระจายรายได้ให้ชุมชน เพราะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่สามารถจะสร้างความยั่งยืนให้แก่การท่องเที่ยวได้ ทั้ง 3 มิติ ที่ถือว่าเป็นเสาหลักของการพัฒนาอย่างยั่งยืน คือ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นอกจากจะสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวแล้วยังช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่สามารถรักษาเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของตน รวมทั้งยังคงสภาพแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ไว้ได้อีกด้วย รูปแบบและลักษณะของการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้วยังเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้พัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนไปร่วมกัน ซึ่งจะก่อให้เกิดความจดจำประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว และโดยการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้เข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยวแล้วยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะรักษาความสมดุลทั้งทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมของชุมชนอย่างยั่งยืนอีกด้วย

ลาวครั้งเป็นหนึ่งในกลุ่มชนในตระกูลไท-ลาวกลุ่มหนึ่ง ซึ่งสันนิษฐานว่ามีถิ่นฐานเดิมอยู่ที่เมืองภูคัง ทางด้านตะวันออกเฉียงเหนือของเมืองหลวงพระบาง ประเทศลาว ได้มีการอพยพเข้ามาหลายยุคหลายสมัย โดยเฉพาะในสมัยรัตนโกสินทร์ ที่อพยพมากที่สุด คือ คราวอาณาจักรล้านช้างร่มขาว เป็นเหตุให้ชาวลาวหลายคนเผ่าต้องถูกกวาดต้อนเข้ามาอยู่บริเวณภาคกลางของไทย ลาวครั้งเป็นคนลาวมาจากเมืองหลวงพระบาง เมื่อปี พ.ศ. 2427 ผู้นำกลุ่มลาวครั้ง ได้ย้ายถิ่นฐานจากบ้านเขากระจิว จังหวัดกาญจนบุรี มายังบริเวณบ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท ลาวครั้งบ้านกุดจอกมีนิสัยรักความสงบ มีความโอบอ้อมอารี เป็นชาวพุทธที่ยึดมั่นในศาสนา รัก



อิสระ มีความขยันขันแข็งในการประกอบอาชีพ มีความผูกพันในระบบเครือญาติ เผ่าพันธุ์ เคารพผู้อาวุโส เป็นชาติพันธุ์ที่มีการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม และมีเอกลักษณ์ของตนเองมาช้านาน ไม่ว่าจะเป็นคำสอน นิทาน วรรณคดี ความเชื่อประเพณี พิธีกรรม ศิลปกรรมและภูมิปัญญาต่าง ๆ จึงถือได้ว่าเป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีทุนทางสังคมที่ควรไว้แก่การฟื้นฟูอนุรักษ์ จึงได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และจัดสร้างพิพิธภัณฑ์ลาวครั้งบ้านกุดจอกในปี 2554

แต่อย่างไรก็ตาม ในอดีตที่ผ่านมา ชุมชนดังกล่าวยังไม่ได้มีการสำรวจค้นหาและดึงศักยภาพของชุมชนทางวัฒนธรรมเหล่านี้ออกมาอย่างเป็นระบบ และยังไม่มียุทธศาสตร์ (Policy) ของท้องถิ่น, แผน (Plan) และแผนงาน (Planning) อย่างเป็นระบบ ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐที่ให้ความสนใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นพื้นบ้าน เพื่อการสร้างเอกลักษณ์และการผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าในท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน ทั้งนี้ที่ผ่านมาการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นที่บ้านกุดจอกยังเป็นการเดินทางมาเพื่อดูและชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น พิพิธภัณฑ์ วิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรมของท้องถิ่น แล้วก็จากไป แต่ยังขาดการท่องเที่ยวที่ลงมือปฏิบัติและเรียนรู้วัฒนธรรมร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแก่นแท้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การรักษางานและอนุรักษ์ในวัฒนธรรมของตน และยังไม่มีการกำหนดเส้นทางและรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนให้กับนักท่องเที่ยว

ด้วยเหตุดังกล่าวนี้ผู้วิจัยจึงได้มีความสนใจที่จะศึกษา 1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท 2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่ออนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท และ 3. เพื่อนำเสนอรูปแบบและกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท
2. เพื่อศึกษาศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่ออนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท
3. เพื่อนำเสนอรูปแบบและกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท



ประโยชน์ของการวิจัย

ผลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ทำให้ได้ข้อมูลที่สำคัญ ดังนี้

1. ด้านวิชาการ คือ 1) ข้อค้นพบจากการวิจัยทำให้เกิดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ได้แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อนำไปเป็นแนวทางในการอนุรักษ์วัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาทอย่างมีศักยภาพและอย่างยั่งยืน 3) เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา ค้นคว้าของผู้สนใจและนักวิจัยต่อไป

2. ด้านสังคมและชุมชน คือ 1) หน่วยงานและองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดชัยนาท สำนักงานการท่องเที่ยวอำเภอหนองมะโมง สามารถนำผลการวิจัยเป็นฐานข้อมูลสำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กลุ่มผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นในชุมชนบ้านกุดจอก อำเภอหนองมะโมง จังหวัดชัยนาท สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยให้สัมพันธ์เชื่อมโยงและอนุรักษ์วัฒนธรรมชาวลาวครั้ง และการพัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์ร่วมกับชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและอย่างยั่งยืน 3) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและพื้นที่ที่มีวัฒนธรรมประจำพื้นถิ่นสามารถนำแผน การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่ของตนเองได้ 4) ชุมชนบ้านกุดจอกมีความรักและหวงแหนวัฒนธรรมลาวครั้งในท้องถิ่นของตนเองและช่วยกันอนุรักษ์วัฒนธรรมของตนเอง 5) ชุมชนบ้านกุดจอกมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ปี พ.ศ.2544 องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ได้ออกประกาศว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม (The UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการพิทักษ์รักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม โดยในปีต่อมา UNESCO ได้ริเริ่มโครงการพันธมิตรนานาชาติ เพื่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม (Global alliance for cultural diversity) เพื่อให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสนทนาระหว่างวัฒนธรรมได้เกิดขึ้นจริง อันจะเป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมให้เกิดสันติภาพและความยั่งยืนของชุมชนและโลก นอกจากนี้จะมีเป้าหมายที่จะสนับสนุนความร่วมมือระหว่างท้องถิ่น เพื่อสร้างสันติภาพและความยั่งยืนของชุมชนในระดับนานาชาติด้วยการเชื่อมโยงเมืองต่าง ๆ เข้าด้วยกันแล้ว องค์การยูเนสโกได้กล่าวถึงความเป็นไปได้ในการสร้างการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ (Creating new tourism opportunities) ที่นักท่องเที่ยวจะสามารถรับและเข้าเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมเมืองนั้นๆ ทั้งวัฒนธรรมในลักษณะที่จับต้องได้ และที่เป็นนามธรรม (Tangible and Intangible cultural) โดยผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเอง โครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวแนวใหม่ของยูเนสโกจึงเน้นถึงความผูกพัน (Engaged) ผ่านประสบการณ์จริง (Authentic experience) ซึ่งเป็นการ



ส่งเสริมกิจกรรมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในลักษณะทางวัฒนธรรมของเมืองที่ไปเยือน (Active understanding of the specific cultural features of a place) ซึ่งทิศทางด้านนี้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ คำว่า Creative tourism บัญญัติขึ้นโดยคริสปินเรย์มอนด์ (Crispin Raymond) และเกร็กริชาร์ด (Greg Richards) ซึ่งกล่าวว่าเกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มาเยือนประเทศแถบเอเชียและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คำว่า “Creative tourism” เป็นคำที่เหมาะสมเพื่อใช้เรียกพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในลักษณะดังกล่าวที่ให้ความสำคัญกับมรดกทางวัฒนธรรม นามธรรมมากขึ้น คริสปินเรย์มอนด์และเกร็กริชาร์ดได้ร่วมกันกำหนดนิยามการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ว่า Creative tourism (การท่องเที่ยวสร้างสรรค์) หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพการสร้างสรรค์ของตนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (“Tourism which offer visitors the opportunities to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken”) (Richards and Raymond. 2000)

มูทริกา พุกษาพงษ์ (2555 : 45) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับการใช้ชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องวิถีการอยู่อาศัย การประกอบอาชีพ อาหารการกิน ศิลปหัตถกรรม และอื่น ๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนและผู้คนเจ้าของพื้นที่ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ผ่านการพูดคุยสนทนา และผ่านกิจกรรมทดลองปฏิบัติต่าง ๆ เช่น ทดลองทำอาหาร ทดลองทำศิลปะ หัตถกรรม หรือทดลองใช้ชีวิตตามอย่างผู้คนในชุมชน หรือการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ ซึ่งจะทำให้เข้าใจในวัฒนธรรม อันมีเอกลักษณ์ของผู้คนและสถานที่นั้น ๆ ผ่านประสบการณ์ตรง เรียกว่า เป็นเวทีการเรียนรู้แบบมีชีวิตนั่นเอง

นาฬิกอติภัค แสงสนิท (2558) ได้กล่าวถึง นโยบายและแนวทางการปฏิบัติงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และมีโอกาสได้ใช้ชีวิตร่วมกันกับเจ้าของสถานที่ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเท่านั้น

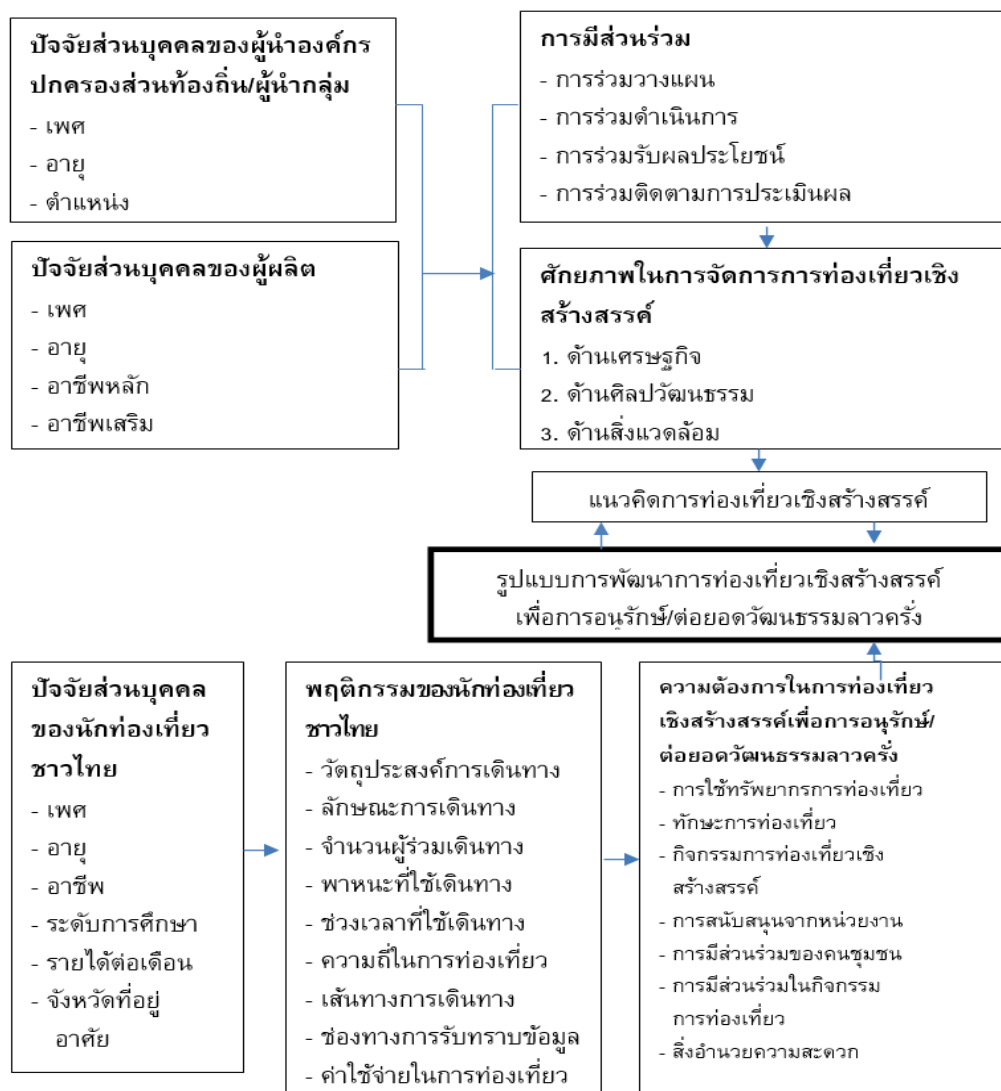
สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ (2555) ได้นิยามความหมายของการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม

สรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวซึ่งนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ มาต่อยอด และสร้างมูลค่าเพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์



เป็นทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวของโลกปัจจุบันที่มีจุดหมายเพื่อการสนทนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างวัฒนธรรม และเชื่อว่าจะช่วยให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการทำความเข้าใจเกี่ยวกับคุณค่าของวัฒนธรรมหลากหลายในวัฒนธรรม ซึ่งนอกจากจะเป็นการเสริมแรงให้กับการตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนของตนเองแล้ว ขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมพัฒนาศักยภาพของการสร้างสรรค์ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อนำประสบการณ์ที่ได้จากการท่องเที่ยวไปใช้ในวิถีชีวิต

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด



ระเบียบวิธีการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล จำนวน 10 คน
2. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามที่ใช้สอบถามพฤติกรรม และความต้องการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านกุดจอก และเข้าร่วมประเพณีสำคัญต่าง ๆ ที่บ้านกุดจอก สร้างขึ้นตามกรอบแนวคิดของการวิจัย และวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรม แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 สอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน จังหวัดที่อยู่อาศัย ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวและการเข้าร่วมประเพณีสำคัญต่าง ๆ ที่บ้านกุดจอก มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check list) เกี่ยวกับวัตถุประสงค์การเดินทาง ลักษณะของการเดินทางจำนวนผู้ร่วมเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว เส้นทางในการเดินทาง ช่องทางในการทราบข้อมูลการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยประมาณ เป็นต้น ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรม โดยใช้แบบสอบถามแบบประมาณค่า (Rating scale) ของลิเคิร์ต (Likert) กำหนดระดับความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรม เป็น 5 ระดับ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 107 - 108)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล เกี่ยวกับสภาพการณ์การอนุรักษ์วัฒนธรรม การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรม และศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้วิจัยเป็นผู้รวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมทีมผู้วิจัย จำนวน 2 คน และผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 10 คน เพื่อให้ได้คำตอบตามประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับ หัวข้อการวิจัย และจุดประสงค์ทั้ง 3 ข้อที่ได้ตั้งไว้ เพื่อใช้เป็นแนวคิดหลักที่จะนำไปใช้ในการสร้างแบบสอบถามในการวิจัยเชิงปริมาณต่อไป
2. การจัดกิจกรรมและสร้างการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยจัดกิจกรรมให้เป็นลักษณะ DIY โดยมีครูภูมิปัญญาเป็นผู้สาคิดและสอน แล้วให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการร่วมลงมือทำในกิจกรรมเสริมทักษะและสร้างประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ



การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) หลังจากผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เรียบร้อยแล้ว ก็ได้นำข้อมูลเหล่านั้นมาจัดแบ่งและเรียบเรียงข้อค้นพบที่ได้จากการสัมภาษณ์ออกเป็นกลุ่มตามจุดประสงค์ที่ได้ตั้งไว้ เพื่อจะนำไปเป็นแนวคิดและทฤษฎีพื้นฐาน (Grounded theory) ใช้สำหรับการสร้างคำถามในแบบสอบถามเชิงปริมาณต่อไป และในขณะเดียวกันข้อมูลยังได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาใช้เพื่อเป็นข้อสรุปในการนำเสนอรูปแบบและกระบวนการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจุดประสงค์ข้อที่ 3 ด้วย

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลความคิดเห็นของผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท

ข้อมูลการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาทของผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน เป็นขั้นตอน ที่ผู้วิจัยได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคลจากผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 คน สามารถสรุปได้ดังนี้

1.1 การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย การวางแผนและการจัดทำแผนงานเพื่อการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง นับว่ามีประสิทธิภาพ เพราะมีการกำหนดนโยบาย มีการวางแผน และแบ่งภาระงานให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม ตรงตามความรู้ความสามารถและประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ในขณะเดียวกัน บุคลากรในชุมชนยังได้มีการร่วมวางแผนต่อยอดคิดค้น หรือคัดเลือกกิจกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มสนใจเข้ามา ร่วมกิจกรรมในชุมชนกุดจอก ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างดี

1.2 การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชน ปรากฏว่าคนในชุมชน ผู้นำชุมชน และผู้บริหารชุมชนได้ให้ความร่วมมือร่วมใจในการดำเนินการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ที่สืบทอดต่อกันมาจนเป็นประเพณี มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้คนในประเทศและต่างประเทศที่ชื่นชอบศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิตดั้งเดิม เดินทางเข้ามาชื่นชมสัมผัสเรียนรู้แสวงหาประสบการณ์ และจะมีส่วนช่วยส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การจัดงาน “ลาวครั้งสัมพันธ์ ชาติพันธุ์รำลึก” ซึ่งมีลักษณะเป็นการชุมนุมของกลุ่มชาติพันธุ์ คือ ลาวครั้ง จากสถานที่ต่าง ๆ จะช่วยดึงดูดใจให้ผู้คนจากที่ต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดชัยนาท จังหวัดอื่น ๆ และชาวต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวและร่วมกิจกรรมกับชุมชนกุดจอก ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.3 การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นกับชุมชน ปรากฏว่า มีการกระจายผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจสู่ผู้คนในชุมชนได้อย่างเหมาะสม และไม่กระจุกอยู่กับใครคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่นองค์กรท้องถิ่นก็ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยความสามารถที่จะพัฒนาศักยภาพในการท่องเที่ยวของชุมชนให้อยู่ในระดับที่ดีขึ้น ขณะเดียวกันประชาชนในชุมชนก็ได้ รับผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ



สังคม และสิ่งแวดล้อม คือ มีรายได้เพิ่มขึ้น มีความอยู่ดีกินดีมากขึ้น ได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ในการพัฒนาอาชีพ เช่น ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จะได้รับคำแนะนำจากนักท่องเที่ยวในด้านการผลิตและการสร้างสรรค์งาน เป็นต้น และนอกจากนี้ยังสามารถที่จะนำเสนอศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและประเพณีดั้งเดิมของท้องถิ่นในการดึงดูดและกระตุ้นให้มีผู้คนและนักท่องเที่ยวสนใจเข้ามาท่องเที่ยวเรียนรู้สิ่งต่างๆ ในชุมชนมากขึ้น

2. ข้อมูลศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่ออนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์เชิงลึกเป็นรายบุคคลจากผู้นำชุมชนและผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 คน และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 5 คน ใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ชุมชนสามารถที่จะแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในด้านต่าง ๆ ที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ดังนี้

2.1 ด้านเศรษฐกิจ การส่งเสริมการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาให้เกิดเป็นรายได้จากพื้นฐานวิถีชีวิตที่มีการปฏิบัติอยู่เป็นปกติในชีวิตประจำวัน โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีส่วนช่วยสนับสนุนส่งเสริมอบรมให้ความรู้เพิ่มเติม ส่งผลให้คนในชุมชนได้รับผลประโยชน์ร่วมกัน ในการผลิตสินค้าภูมิปัญญาออกมาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว และชุมชนยังสามารถทำให้เกิดรายได้ในด้านอื่นๆ เช่น ร้านอาหาร และกำลังจะพัฒนาไปสู่ที่พัก หรือแม้แต่สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยว

2.2 ด้านสังคม กลุ่มชุมชนชาวลาวครั้ง บ้านกุดจอก มีการจับกลุ่มอาชีพจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้ชาวบ้านในชุมชนสร้างสรรค์สังคมในแต่ละกลุ่มขึ้นมา ชาวบ้านตระหนักถึงประโยชน์ในการเข้าร่วมเป็นสมาชิกของกลุ่มต่าง ๆ ในหมู่บ้าน เนื่องจากเห็นถึงความเข้มแข็งในการรวมกลุ่มเพื่อช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ต่อสู้กับปัญหาต่าง ๆ ร่วมกัน การเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มและร่วมทำงานเพื่อสังคมส่วนรวม ทำให้เกิดประโยชน์ในด้านจิตใจ การรู้จักสามัคคี การช่วยเหลือซึ่งกันและกัน การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรม ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับสังคมชุมชนอื่น แหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนจะเป็นแหล่งเรียนรู้ของสังคม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่าย จนกลายเป็นพลังในการสร้างฐานความรู้สำหรับการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน

2.3 ด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชนกุดจอกทำหน้าที่ในการช่วยกันดูแลรักษาและปรับปรุงพัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้อยู่ในสภาพที่สวยงามเพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการดำรงชีพ ความสะอาด สบายในความเป็นอยู่และความปลอดภัยในชีวิต ชุมชนตระหนักว่าหากจัดการสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีระบบที่ดี นักท่องเที่ยวก็จะสนใจและเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น และการเข้ามาท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึกต่อทรัพยากรสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ก็สามารถใช้เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวได้ดี สิ่งแวดล้อมและสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานของหมู่บ้านกุดจอกอยู่ในระดับที่ดี มีเส้นทางสัญจรหลัก 2 เส้นทางเข้าไปในหมู่บ้าน และสามารถวนเป็นวงรอบได้ ทำให้การเข้าถึงพื้นที่ต่างๆ ภายในหมู่บ้านเป็นไปอย่างสะดวกสบาย



3. รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านกุดจอก ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

3.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) คนในชุมชนบ้านกุดจอก 2) ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมในท้องถิ่น 3) หน่วยงานภาครัฐที่สนับสนุน 4) ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน 5) นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3.2 คุณลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มี 5 ลักษณะ คือ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน 2) การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ 3) การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก 4) นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้มีประสบการณ์และใช้ความคิดสร้างสรรค์ และ 5) การสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

3.3 การดำเนินการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนมี 5 ขั้นตอน คือ 1) การจัดตั้งศูนย์ข้อมูลท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูล 3) การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ 4) การใช้มีตราภาพเชิงสร้างสรรค์ และ 5) การเรียนรู้วัฒนธรรมในชุมชน

กิจกรรม DIY ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมปฏิบัติและสร้างสรรค์ ประกอบด้วย กิจกรรมการทอผ้า กิจกรรมปักผ้าต้นผ้าด้วยมือ กิจกรรมทำขนมพื้นบ้าน กิจกรรมการสีข้าวกล้องปลอดสาร และกิจกรรมจักสานใบมะพร้าว



ภาพที่ 2 รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านกุดจอก



อภิปรายผลการวิจัย

1. ความคิดเห็นของผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท แสดงให้เห็นถึงความสามัคคี ความตระหนักสำนึกในอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ และความพร้อมในการพัฒนาตนเองเพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เกิดมีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะหมู่บ้านกุดจอกได้รับยกย่องให้เป็นหมู่บ้านวัฒนธรรมของจังหวัดชัยนาท ผู้นำองค์กร เช่น ผู้ใหญ่บ้าน และคณะกรรมการหมู่บ้าน จึงได้รับนโยบายจากจังหวัดให้ฟื้นฟู อนุรักษ์ และสืบสานวัฒนธรรมลาวครั้ง จึงมีการวางแผนกำหนดภาระงานให้กับผู้มีหน้าที่รับผิดชอบในงานด้านต่าง ๆ สำคัญเกิดจากการวางแผนที่ดี เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานได้ทำตามแผนงานที่กำหนดการวางแผนจึงเริ่มจากการประชุมภายในหมู่บ้าน เพื่อกำหนดกรอบการทำงาน ก่อนเชิญหน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชุมเพื่อแบ่งภาระงานตามความถนัดและความสามารถ

ส่วนการมีส่วนร่วมดำเนินงาน การดำเนินงานต่างๆ ทำด้วยความร่วมมือร่วมใจกันของคนในการดำเนินการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ ที่สืบทอดต่อกันมาจนเป็นประเพณี มีส่วนช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้คนในประเทศและต่างประเทศที่ชื่นชอบศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิตดั้งเดิม เดินทางเข้ามาชื่นชมสัมผัสเรียนรู้แสวงหาประสบการณ์ และจะมีส่วนช่วยส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ธีระ สิ้นเดชารักษ์ และ วิชาญ กิตติรัตนพันธ์, 2565).

ในขณะเดียวกัน ข้อค้นพบดังกล่าวยังสอดคล้องกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้เริ่มมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ที่มีจุดประสงค์หลัก คือ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน และได้มีมติจากที่ประชุมคณะกรรมการประสานงานองค์กรชุมชนจังหวัดชัยนาท (คปอ.) ร่วมกับเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน) โดยกำหนดให้หมู่บ้านกุดจอกจัดเวทีวิเคราะห์ศักยภาพตำบลเศรษฐกิจและทุนชุมชนตำบลกุดจอก โดยให้ดำเนินกิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน “เที่ยวบ้านเพื่อน เยือนวิถีชีวิตชุมชนวัฒนธรรม ภูมิปัญญาลาวครั้งตำบลกุดจอก” เพื่อต้องการยกระดับหมู่บ้านกุดจอกให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม และยกระดับอนุรักษ์ภูมิปัญญาให้คงอยู่ พร้อมทั้งพัฒนาระบบเศรษฐกิจในชุมชนให้ดีขึ้น แบบ “ผลิตเอง กินเอง ขายเอง” โดยได้กำหนดวิสัยทัศน์ของคนตำบลกุดจอก คือ “สืบสานประเพณีวัฒนธรรมและภูมิปัญญา พัฒนาระบบกลไกตลาดสินค้าชุมชน ด้วยวิถีชีวิตของคนกุดจอก” จึงทำให้ประชาชนในหมู่บ้านร่วมมือกันในการดำเนินการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในการอนุรักษ์วัฒนธรรมลาวครั้งโดยเชื่อมโยงกับการผลิตสินค้าภูมิปัญญาจากวัฒนธรรมพื้นถิ่นเพื่อเป็นการสร้างรายได้พร้อมๆ กับ การอนุรักษ์วัฒนธรรม

นอกจากที่ได้กล่าวมาแล้ว การมีส่วนร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะปรากฏว่า มีการกระจายผลประโยชน์ในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านเศรษฐกิจให้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างเป็นธรรม และได้รับความพึงพอใจจากประชาชนในชุมชน โดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของหมู่บ้านกุดจอกเป็นการสืบทอดทางวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เป็นงานหัตถกรรมที่มีความสวยงามโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์โครงการ OTOP ของกรมการพัฒนาชุมชนที่ร่วมกับ



หมู่บ้านกุดจอกที่ผ่านมา มีผลงานเป็นรูปธรรมและมีแผนปฏิบัติงานที่ชัดเจน บริหารงบประมาณได้คุ้มค่าและตอบสนองตรงตามความต้องการของผู้ผลิต สินค้า OTOP และประชาชน โดยมุ่งเน้นการสร้างเสริมความเข้มแข็งของชุมชนควบคู่ไปกับการยกระดับความสามารถในการบริหารจัดการของผู้ผลิต ตั้งแต่การพัฒนาคน พัฒนาระบบการเรียนรู้ไปสู่การพัฒนาอาชีพตามหลักการพัฒนาชุมชน และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงได้ดี จึงได้รับการคัดสรรและส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ ในการสนับสนุนด้านต่าง ๆ เช่น จัดสถานที่ให้ทำการจำหน่ายสินค้าหรือแสดงสินค้าตามหน่วยงานและสถานที่ต่าง ๆ โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย จึงสามารถเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้กับผู้ผลิต และยังสามารถพัฒนาเป็นอาชีพหลักหรือธุรกิจของครอบครัวได้อีกด้วย ส่งผลให้ประชาชนในหมู่บ้านกุดจอก มีความพอมีพอกิน อยู่ดีกินดีจนถึงระดับมั่งมีศรีสุข สังคมเกิดความสงบสุข มีความสมานฉันท์ เกิดความมั่นคงและความเข้มแข็ง แก่เศรษฐกิจฐานรากของประเทศต่อไป

2. ความคิดเห็นด้านศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่ออนุรักษ์/ต่อยอดวัฒนธรรมลาวครั้ง บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท

2.1 ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านกุดจอก ด้านเศรษฐกิจ การมีรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ OTOP และการเข้ามาของนักท่องเที่ยวในชุมชนเกิดมีธุรกิจอื่น ๆ ตามมา เช่น ร้านอาหาร การขนส่งและการเดินทางภายในชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน นอกจากนี้ การส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวกับประเพณีวัฒนธรรมของชุมชนยังสามารถสร้างรายได้ทั้งทางตรงและทางอ้อมให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้เพราะคนรุ่นใหม่จะขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งในท้องถิ่นของตนเองและนอกท้องถิ่น ฉะนั้น ความอยากรู้อยากเห็น อยากปฏิบัติ จึงกลายเป็นแรงกระตุ้นให้คนสนใจที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในตำบลอย่างต่อเนื่องและเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

2.2 ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านกุดจอก ด้านสังคม พบว่า จุดแข็งเกี่ยวกับทรัพยากรด้านมนุษย์ และศิลปวัฒนธรรมด้านต่าง ๆ ดังนี้ คือ คนในชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สามารถที่จะประยุกต์ใช้ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ รวมทั้งอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อมาสอดแทรกในผลิตภัณฑ์ที่นับว่าเป็นสินค้าท้องถิ่นที่สำคัญของหมู่บ้านกุดจอกได้เป็นอย่างดี และสามารถรวมกลุ่มผู้ผลิตสินค้าท้องถิ่นประเภทต่าง ๆ ได้อย่างเข้มแข็ง และเพิ่มพูนศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนได้เป็นอย่างดี ในขณะเดียวกันหมู่บ้านกุดจอก ยังมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ วิถีชีวิต อัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

หมู่บ้านกุดจอก เป็นชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบไปกลับในวันเดียว ในหนึ่งวัน หรือการท่องเที่ยวในชุมชนที่ใกล้เคียงที่มีความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ได้ เพราะมีความสะดวกในการเดินทางด้วยถนนทางหลวง และถนนชนบท

พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นลาวครั้ง ถือเป็นมรดกสำคัญของหมู่บ้านกุดจอกที่ได้ผสมผสานอารยธรรมไทยลาว เข้าด้วยอย่างลงตัวและเหมาะสม ได้กลายเป็นศูนย์กลางการเรียนรู้และเวทีจัดแสดงวัฒนธรรมของชาวลาวครั้งได้เป็นอย่างดีเพราะเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะตัวทั้งผลิตภัณฑ์ OTOP และวิถีชีวิตด้านอาหาร และที่อยู่อาศัย



2.3 ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านกุดจอก ด้านสิ่งแวดล้อม ชุมชนกุดจอกทำหน้าที่ในการช่วยกันดูแลรักษาและปรับปรุงพัฒนาสิ่งแวดล้อมของชุมชนให้อยู่ในสภาพที่สวยงาม เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในการดำรงชีพ ความสะอาดสบายในความเป็นอยู่และความปลอดภัยในชีวิต

ทั้งนี้เพราะหมู่บ้านกุดจอกเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ อยู่แล้วชาวบ้านมีความรักและมีจิตสำนึกในการรักษาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น จึงร่วมมือกันในการดูแล รักษา และอนุรักษ์ให้มีความอุดมสมบูรณ์เช่นนี้ตลอดไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลลนา คลังขำนาญ (2552) ที่พบว่า การปลูกจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ยั่งยืนได้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศิริรัตน์ โตสัมพันธมงคล (2549) ที่พบว่า การกำหนดวิสัยทัศน์ด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการพัฒนาสิ่งแวดล้อม โดยมีพันธกิจในการกระตุ้นให้ผู้เกี่ยวข้องตระหนักและมีส่วนร่วมพัฒนาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่การท่องเที่ยว สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชน ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และพัฒนาศักยภาพการให้บริการของบุคลากรด้านการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านกุดจอก

นอกจากที่กล่าวมาแล้วยังสามารถสรุปศักยภาพของสังคมในด้านต่างๆ ของหมู่บ้านกุดจอกได้อีกดังนี้

3.1 การสนับสนุน ส่งเสริมการเป็นชุมชนท่องเที่ยว มีการสนับสนุนวิทยากรมาจัดการองค์ความรู้ การปรับปรุงการผลิต มีสถาบันการศึกษาเข้ามาทำวิจัยเพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตสินค้าและพัฒนา การท่องเที่ยว

3.2 ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์มีความรู้ ความสามารถ รวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง สามารถสร้างนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ มีความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว มีการรวมกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน เพื่อการผลิตการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การผลิต

3.3 คนในชุมชนมีภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถประยุกต์เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งที่อยู่ในหมู่บ้านและใกล้เคียงตามเส้นทางผ่าน ได้แก่ วัดศรีสมเฒ่า พิพิธภัณฑวัตถุปากคลองมะขามเฒ่า อนุสาวรีย์ ดร.ป๋วย อึ๊งภากรณ์ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

3.4 เป็นพื้นที่ทางการท่องเที่ยวที่ใกล้กรุงเทพฯ ระยะห่างเพียง 216 กิโลเมตร เดินทางประมาณ 2 ชั่วโมงครึ่ง มีถนนทางเข้าสะดวก มีเส้นทางที่เชื่อมโยงจากแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนไปยังแหล่งท่องเที่ยวพื้นที่อื่น ๆ ที่อยู่บริเวณใกล้เคียง ชุมชนมีบริการรถจักรยานไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ชมบริเวณโดยรอบหมู่บ้านได้ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลผ่านเวปเพจของชุมชน

3.5 มีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติลาวครั้ง มรดกผสมผสานอารยธรรมไทย-ลาว เป็นศูนย์การเรียนรู้ และจัดแสดงวัฒนธรรมของชาวลาวครั้ง ชาวบ้านมีอัตลักษณ์ที่เป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ชุมชนมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว คือ การทอผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ คุณสมบัติไม่เหมือนที่อื่น, มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นการทำกิจกรรมเกี่ยวกับการเรียนรู้ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนกุดจอก มีการจัดชุม



วัฒนธรรมต่าง ๆ ตามบ้าน และยังมีการออกแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

ผลจากการวิเคราะห์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านกุดจอก พบว่า มีจุดแข็งทั้งในด้านประชาชนในชุมชน ทรัพยากรด้านสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรด้านประเพณีวัฒนธรรม ตลอดจนเส้นทางคมนาคมขนส่ง และระยะทางที่ไม่ห่างจากกรุงเทพฯ มากนัก การส่งเสริมให้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยจุดแข็งดังกล่าวมาข้างต้น จะเป็นกระบวนการ วิธีการที่เหมาะสม และสามารถส่งเสริมศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศได้เป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตาม ก็มีข้อค้นพบว่า หมู่บ้านกุดจอก มีจุดอ่อนหลายประการ เช่น 1. คนในชุมชนบางส่วน โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ยังขาดความสนใจและภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และยังไม่สามารถแปลงเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวได้และยังขาดความร่วมมือจากชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว 2. หมู่บ้านยังขาดการดูแลทำให้เกิดความเสื่อมโทรม พื้นที่ภายในชุมชนบางส่วนยังไม่ได้รับการดูแลในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับชุมชน 3. สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ยังไม่สมบูรณ์ทำให้นักท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้รับความสะดวกสบายเท่าที่ควร เช่น ห้องน้ำ ถนนในหมู่บ้านแคบ รถเดินทางได้ทางเดียว เป็นต้น

นอกจากนี้ ในชุมชนยังขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวตามยุคตามสมัย กิจกรรมไม่มีความหลากหลาย ขาดการส่งเสริมการตลาด และการสื่อสารการตลาดเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ขาดความเชื่อมโยงความร่วมมือในลักษณะเครือข่ายระหว่างผู้ผลิต ชุมชน และภาครัฐ ซึ่งนับว่าเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพเป็นอย่างยิ่ง ฉะนั้น องค์กรชุมชนควรจะต้องมีการแก้ไขอุปสรรคดังกล่าวอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่อง ปัญหาเรื่องการขาดระบบการคมนาคมสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยว ระบบขนส่งสาธารณะไม่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ต้องใช้การเดินทางด้วยพาหนะส่วนตัว ขาดมาตรฐานในด้านการบริการ เช่น ไม่มีที่พักแรม ร้านอาหารที่มีมาตรฐาน เพราะฉะนั้นรูปแบบการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของหมู่บ้านกุดจอกควรที่จะพัฒนาจากข้อค้นพบด้านการสร้างโอกาสให้กับชุมชนในด้านต่าง ๆ โดยการขจัดจุดอ่อนและเสริมสร้างจุดแข็งจากที่กล่าวมาแล้ว พร้อมด้วยการพัฒนา การสร้างสรรค์ภายในกรอบขององค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ ตามแนวคิดของ Collier & Harraway (1997) คือ 1. แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 3. การเข้าไปถึง (Accessibility)

ข้อเสนอแนะ

1. ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของลาวครั่ง หมู่บ้านกุดจอก จังหวัดชัยนาท
2. ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำประยุกต์รูปแบบของสินค้าที่ระลึกทางการท่องเที่ยวให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความโดดเด่น และแตกต่างจากแหล่ง



ท่องเที่ยวอื่นๆ และจัดทำแผนการตลาดแบบบูรณาการให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย รวมถึงการส่งออกต่างประเทศ

3. ศึกษาเปรียบเทียบภูมิปัญญาวัฒนธรรมลาวครั้งในพื้นที่ต่างๆ เพื่อสร้างความเชื่อมโยงทางประวัติศาสตร์ในการย้ายถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั้งในประเทศไทย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว
4. ศึกษาการพัฒนาตัวบ่งชี้ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดชัยนาท

บรรณานุกรม

- นาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท. สัมภาษณ์รายการเดินหน้าประเทศไทย. วันจันทร์ที่ 4 พฤษภาคม 2558.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- มูทริกา พุกษาพงษ์. (2555). “เที่ยวอย่างเข้าใจไปกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.” ผู้จัดการออนไลน์.
- ลลนา คลังชำนาญ. (2552). การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวยั่งยืนแบบบูรณาการในจังหวัดชัยภูมิ. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- ศิริรัตน์ โตสัมพันธมงคล. (2549). การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนในจังหวัดตาก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เครื่องมือสำคัญนำไปสู่ชุมชนยั่งยืน. กรุงเทพฯ : องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- อุดม รื่นพานิช. (2560). คุณป่านักประดิษฐ์. สืบค้นเมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2561 จาก www.thairath.co.th/content/745122.
- ธีระ สนิเตจรักษ์ และ วิชาญ กิตติรัตนพันธ์. (2565). การประเมินผลกระทบด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย. 17(1): 34 -45.
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*. 38: 1225-1253.
- Raymond, C. (2007). “Creative Tourism New Zealand: The practical challenges of developing creative tourism.” In Greg Richards and Julie Wilson (Eds.). *Tourism, Creativity and Development*. New York : Routledge.



ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย

Factors Affecting Active Aging Tourist's Decision to Join Agrotourism Activity in Thailand

ชญาพร จักรทอง¹
กนกกานต์ แก้วหนู²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย และ (3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษามีจำนวน 410 คน ช่วงอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ที่อาศัยในแต่ละภูมิภาคของประเทศไทย การวิจัยนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์ ในการวิเคราะห์ หาค่าสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอยู่ในระดับมากที่สุด คือด้านที่พัก 2) พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุในสภาวะพหุพลังในประเทศไทย เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เนิบช้าและเรียบง่ายเพื่อชมธรรมชาติ เยี่ยมชมสถานที่ และชมการสาธิตต่าง ๆ และส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสถานที่ท่องเที่ยวที่ผสมกลิ่นอายของวิถีชุมชน และพึงพอใจที่ค่าใช้จ่ายประมาณ 5,001 – 10,000 บาท ต่อทริป 3) ระดับแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุดคือ แรงจูงใจผ่านสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ เช่น สังคมออนไลน์ และโทรทัศน์

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงเกษตร ผู้สูงอายุ พหุพลัง

¹ บัณฑิตศึกษา คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ E-mail: pick_pink@hotmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ E-mail: Kanokkarn.K@nida.ac.th



Abstract

The objectives of this research were (1) to study factors affecting the active aging tourist's decision to choose agrotourism activity, (2) to study active aging tourist's behavior in Thailand, (3) to study motivation affecting active aging tourist's decision-making in choosing the tourism activity in Thailand. The sample consisted of 410 people aged 60 years and over who living in each region of Thailand. This research used questionnaires as a tool to collect data. Perform an analysis with a computer program. In the analysis, statistical values, frequency values, percentages and mean values were obtained. The results of the research were found that 1) the most significant factor affecting the active aging tourist's decision to choose agritourism activity was accommodation offered at the destination 2) active aging tourist's behavior in Thailand focuses on visiting nature in a slow pace and participate in a local community with the willingness to pay maximum at 5,001 – 10,000 baht per trip. 3) social media and television are the most significant factor in motivating the active aging tourists to take part in agrotourism activity.

Keywords: Agritourism Elderly Active aging

บทนำ

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 จนต่อเนื่องถึงปัจจุบัน ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนักทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นห่วงโซ่อุปทานที่สามารถกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจอื่น ๆ ที่หลากหลาย ซึ่งก่อให้เกิดความเจริญทางเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ไปยังภาคส่วนธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อันเป็นแหล่งที่มาของรายได้ที่สำคัญของประเทศไทย ส่งผลให้การท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยนั้นทวีความสำคัญในฐานะอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงมีแนวโน้มที่จะกลับมาฟื้นฟูและเติบโตอย่างต่อเนื่องเช่นเดิม จากการส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อกระตุ้นการขับเคลื่อนและหมุนเวียนเศรษฐกิจด้วยนโยบายภาครัฐ ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบต่าง ๆ ผสมกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายด้านทรัพยากรธรรมชาติ ความงดงามของศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ รวมถึงเสน่ห์ของผู้คนที่มีอัธยาศัยไมตรี จึงทำให้ประเทศไทยยังคงเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางความนิยมของนักท่องเที่ยวและนักเดินทางทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ



ทุกเพศทุกวัยให้กลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ถึงแม้ว่าในปัจจุบันรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนที่ต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับยุคสมัยและสภาพแวดล้อมในด้านต่าง ๆ รวมถึงมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส โควิด-19 (COVID-19) ทำให้พฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป โดยหันมานิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ มากขึ้น หลีกเลี่ยงการเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ แสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ แสวงหาประสบการณ์จากธรรมชาติ มีความเอื้ออาทรต่อสภาพแวดล้อมและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น (Poon, 1994: 91) ดังนั้นการสร้างทางเลือกในการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบหลากหลายมากยิ่งขึ้นจะเป็นแนวทางการสร้างโอกาสและดึงดูดให้ผู้คนตัดสินใจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะ “การท่องเที่ยวเชิงเกษตร” ถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังเป็นกระแสหลักหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวที่ต้องการหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่ชุมชนหนาแน่น ด้วยการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร เพื่อชื่นชมความสวยงามของธรรมชาติและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ประสบการณ์ใหม่ ด้วยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนั้นมีหลากหลายกิจกรรม ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรและกิจกรรมอื่นๆ ที่สนุกสนาน (ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์, 2553: 17) และการท่องเที่ยวเชิงเกษตรถือได้ว่าเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรดาภาควิถีชีวิตแบบชนบทที่ใช้ภูมิปัญญาทางการเกษตรที่มีมาอย่างช้านาน ประกอบกับความเหมาะสมทางด้าน สภาพภูมิอากาศและสิ่งแวดล้อม ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางศักยภาพของการท่องเที่ยวประเภทนี้อย่างสูง (วรการ สุตาแก้ว, 2555: 2) อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวนอกจากจะเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในหมู่คนทั่วไปแล้ว ยังเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่คนวัยเกษียณหรือกลุ่มผู้สูงอายุเลือกเพื่อเป็นการทำกิจกรรมพักผ่อนหย่อนใจ การผ่อนคลายความเครียด อีกทั้งยังได้ประสบการณ์แปลกใหม่ ได้เห็นความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมในชุมชนที่ไม่เคยได้พบเห็นมาก่อน ได้เข้าใจวัฒนธรรม ภาษา ประเพณีท้องถิ่นรวมถึงสร้างสัมพันธ์อันดีอีกด้วย ปารณีย์ ศรีเบญจรัตน์. (2553). ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุงาน ประกอบกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทาง ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ และมีความพร้อมทางการเงิน การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นช่องทางการท่องเที่ยวตลาดใหม่เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่าตลาดนักท่องเที่ยวทั่วไป กอปรกับในอนาคตอันใกล้ประชากรผู้สูงอายุจะมีสัดส่วนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากสถิติผู้สูงอายุในประเทศไทยโดยผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 11,637,130 หรือคิดเป็นร้อยละ 17.57 (ข้อมูล ณ 31 ธ.ค. 2563) (กรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, ที่มา: <https://www.dop.go.th/>) และคาดการณ์ว่า ภายในปี 2564 ประชากรสูงวัยจะเพิ่มขึ้นเป็น 20 เปอร์เซ็นต์ ซึ่งเข้าเกณฑ์ ‘สังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์’ (Aged Society) และภายในปี 2574 ประชากรสูงวัยจะเพิ่มขึ้นเป็น 28 เปอร์เซ็นต์ เรียกได้ว่าเตรียมก้าวสู่การเป็น ‘สังคมสูงวัยระดับสูงสุด’ (Super-Aged Society) และคาดการณ์ว่าภายในปี 2583 จะมีประชากรสูงวัยเพิ่มขึ้นเป็น เกือบ 1 ใน 3 ของประชากรทั้งประเทศ



ดังนั้น หากจะมองถึงโอกาสในการฟื้นฟูและรูปแบบในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโตมากยิ่งขึ้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวทั่วไปแบบเดิมเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ คงต้องพิจารณาไปถึงการขยายฐานกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวไปยังตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ไม่ควรมองข้าม นับว่าเป็นตลาดที่สำคัญในยุคปัจจุบันที่มีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องในอนาคต เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีพลังที่มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ทั้งด้านเวลาและกำลังซื้อ อีกทั้งปัจจุบันนักท่องเที่ยวสูงอายุจำนวนมากยังมีสุขภาพสมบูรณ์แข็งแรง พร้อมกับการเดินทางท่องเที่ยวและกลายเป็นกลุ่มตลาดที่ทรงอิทธิพลในการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงได้รับการนิยามว่าเป็นกลุ่มผู้สูงวัยในสภาวะพลัมพลัง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงวัยในสภาวะพลัมพลังในประเทศไทย เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงในอนาคต และยังคงมีผู้ศึกษาวิจัยหรือพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตรสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุเป็นจำนวนน้อย เพื่อสามารถนำไปพัฒนาในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยมีวัตถุประสงค์สามข้อ คือ (1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพลัมพลังในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพลัมพลังในประเทศไทย (3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพลัมพลังในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

จากงานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงวัยในสภาวะพลัมพลังในประเทศไทย ผู้วิจัยได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และกรอบคิดในการทำวิจัยดังนี้

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

ทฤษฎี 5A ของ Tourism Western Australia (2008) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) 2) สิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) รวมถึง กิจกรรมที่มนุษย์จัดขึ้น ซึ่งเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก และกิจกรรมการประชุม (Meeting, Incentive, Exhibition, Convention: MICE) 3) สิ่งดึงดูดใจเชิงศิลปวัฒนธรรม (Cultural Attractions) 4) สิ่งดึงดูดใจเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions)



กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยวสามารถทำในช่วงเวลาที่พำนัก และท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของการท่องเที่ยว และช่วงเวลาพักผ่อนของนักท่องเที่ยวกิจกรรมต่าง ๆ ควรมีความหลากหลาย และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวด้วย อาทิ กิจกรรมที่เกี่ยวกับการจับจ่ายใช้สอย กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ วายน้ำ เป็นต้น กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมเดินป่า กิจกรรมดูนก กิจกรรมส่องสัตว์ กิจกรรมแสง สีเสียง ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ เป็นต้น

การเข้าถึง (Access) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง สภาพการคมนาคมไปสู่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ มีความสะดวกสบายเหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยว มากน้อยเพียงใด โดยพิจารณาจากระยะทางจากจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมาสู่แหล่งท่องเที่ยว เช่น ระยะทางจากตัวเมือง ซึ่งจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น เป็นต้น พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร เช่น โดยรถยนต์ เรือ หรือการเดินเท้า สภาพของเส้นทาง เอื้ออำนวยต่อการเดินทางมากน้อยเพียงใด มีสภาพเป็นถนนคอนกรีต ลาดยาง ลูกกรง หรือถนนดิน ถ้าเป็นแม่น้ำลำคลองต้องใช้เรือ หรือแพ มีสิ่งกีดขวางหรือไม่ และถ้าเป็นทางเท้าสภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก และค่าจ้างแพงหรือถูก เป็นต้น ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสภาพการเข้าถึงอาจพิจารณาได้จาก ความสะดวก อุปสรรค หรือสิ่งกีดขวางการเดินทาง ลักษณะการเดินทาง และสภาพถนน การคมนาคมขนส่ง และความสะดวกในการเดินทางทางมายังแหล่งท่องเที่ยว (Access) เช่น เทียบบิน การตรวจคนเข้าเมือง รถโดยสารสาธารณะ และสภาพถนนหนทาง ฯลฯ นอกจากนี้การเข้าถึงในแหล่งท่องเที่ยวยังหมายถึงสิ่งที่สามารถทำให้ นักท่องเที่ยวรู้จัก และทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้ง่ายขึ้น

สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยว และระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหาร และเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์สถานบริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะพิจารณาทั้งปริมาณ และคุณภาพควบคู่กันไป และถ้าหากในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบถ้วน พิจารณาถึงความสะดวก และความใกล้เคียงที่จะไปอาศัยใช้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกจากแหล่ง ชุมชนข้างเคียงได้ยากง่ายเพียงใด ดังนั้น ตัวแปรที่ใช้ในการประเมินสิ่งอำนวยความสะดวกอาจพิจารณาได้จากระบบสาธารณูปโภคหรือสาธารณูปการ การให้บริการบ้านพัก สถานบริการต่าง ๆ ระบบสื่อความหมายและระบบการจัดการ สิ่งอำนวยความสะดวก ณ แหล่งท่องเที่ยว (Destination Amenities) ได้แก่ 1) ร้านอาหาร 2) ร้านค้าต่าง ๆ เช่น ร้านขายของ บริษัทบริการการท่องเที่ยว ร้านของที่ระลึก 3) การบริการอื่น ๆ เช่น ร้านตัดผม ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ร้านเช่า รถ 4) ระบบสาธารณูปโภค 5) สถานีตำรวจ โรงพยาบาล ฯลฯ



ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ พร้อมทั้งมีความหลากหลายด้านราคา และการบริการ และมีความเหมาะสมต่อสถานที่ และที่พักควรอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากนัก ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย และมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล และเกสต์เฮาส์

องค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) หมายถึง องค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีหลักแนวคิดในรูปแบบดังนี้ การเข้าถึง (Accessibility) ความสามารถของผู้ใช้บริการในการเข้าถึงเรื่องของการคมนาคมในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม (Activity) ภายในสถานที่ท่องเที่ยวมีรูปแบบกิจกรรมให้กับผู้บริการเข้ามามีกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) แหล่งท่องเที่ยวมีทรัพยากรที่สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และที่พัก (Accommodation) ภายในสถานที่ท่องเที่ยวต้องมีที่พักให้กับผู้เข้ามาใช้บริการ (চিত্বর ประดิษฐ์รอด, 2559: 10-12)

กล่าวโดยสรุปคือ องค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการแหล่งท่องเที่ยว ถ้าแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 5A ก็จะสามารถเป็นส่วนที่ช่วยจูงใจให้ท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมได้อย่างต่อเนื่อง และยังสามารถสร้างจุดสนใจในแหล่งท่องเที่ยวของรูปแบบนั้น ๆ ได้

การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และสัตว์เลี้ยง เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานความรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

ลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

ลักษณะและรูปแบบของกิจกรรมที่จะให้บริการ นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง นั้นมีหลากหลายกิจกรรม แล้วแต่สภาพของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแต่ละแห่ง (เดชา ไต้สูงเนิน, 2543: 46) ได้แก่

1. การแสดงสินค้าหรือสาธิต แปลงสาธิตพันธุ์ พืชสวยงามและหลากหลาย เช่น กล้วยไม้ ดอกไม้ พืชผักในท้องถิ่น และจากต่างประเทศที่น่าตื่นตาตื่นใจ แปลงรวบรวมพันธุ์ชนิดต่าง ๆ เช่น พันธุ์กล้วยไม้ พันธุ์พริก พันธุ์มะเขือ เป็นการรวมพันธุ์จากแหล่งต่าง ๆ ทั่วโลก การแสดงขั้นตอนการปฏิบัติการต่าง ๆ ทางเกษตร เช่น การปลูก ดูแลรักษา การเก็บเกี่ยว ผลผลิต การปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว การบรรจุภัณฑ์ การแปรรูปผลผลิต การเลี้ยงไหม การเลี้ยงผึ้ง การเลี้ยงครั่ง การแสดงประเพณี วัฒนธรรมด้านการเกษตรในอดีตที่ผ่านมา เช่น การตกกล้า การไถนา การดำนา การเก็บเกี่ยว การซอมข้าวหรือตำข้าว การเก็บเกี่ยวพืชผล และแปรรูป การแสดงงานฝีมือ หรือหัตถกรรมต่าง ๆ การแสดงอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องไม้ และวิธีการเกษตรของไทยในอดีต



2. ให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมระยะสั้น การเข้า ชมสวนเกษตร เช่น ดอกไม้ พืชผัก สมุนไพร ผลไม้ โดยนักท่องเที่ยวอาจเก็บผลผลิตกินเองจากต้น หรือ การซื้อผลผลิตโดยเลือกเก็บเองได้ มีทั้งความสวยงาม ความแปลกตา และบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ทำกิจกรรมที่บ้านระยะสั้นร่วมกับชาวบ้าน เช่น ชีควาย นั่งเกวียน ไถนา กรีดยาง ยกยอ พายเรือทอดแห

3. ให้นักท่องเที่ยวพักแรมในหมู่บ้าน เพื่อศึกษา และสัมผัสการใช้ชีวิตของชาวชนบทเกษตร โดยให้ นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่อบอุ่น ปลอดภัย สะดวก สะอาด

4. การอบรมให้ความรู้การเกษตรแผนใหม่และ ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้าน ฝึกหัดปฏิบัติ เกี่ยวกับการทำการเกษตรสมัยใหม่ เช่น การปลูก และดูแลรักษาพืช การแปรรูปและเก็บรักษาผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งอาจจะมีการมอบประกาศนียบัตร หรือการให้ฝึกหัดปฏิบัติเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญาของชาวบ้านในชนบท เช่น ศึกษาแมลงที่เป็นประโยชน์ พืชผักพื้นเมืองที่กินได้ การเก็บเห็ดในป่า การทำข้าวเม่า การทำขนมจีน การทำน้ำตาลจากมะพร้าว และตาลโตนด การเก็บเกี่ยวข้าวด้วยกระ การนวดแผนโบราณและการอบสมุนไพรการเผาข้าวหลาม

5. จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร สินค้าอาหารเกษตรแปรรูปที่หลากหลายของกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกร สินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองของ เกษตรกร ของใช้และของที่ระลึกต่าง ๆ ผักสด ผลไม้ สด ดอกไม้สด ต้นพันธุ์พืช เมล็ดพันธุ์พืชที่น่าสนใจให้ นักท่องเที่ยวซื้อไปปลูกเอง อาหารที่ผลิตและเตรียมในพื้นที่แบบง่าย ๆ แต่สะอาด เช่น ข้าวโพดต้ม ถั่วต้ม เผือกต้ม มันต้ม อ้อยควั่น ผลไม้สด อาหารสำเร็จรูป บรรจุถุง หรือกล่อง น้ำผัก น้ำผลไม้ต่าง ๆ

6. ให้รู้ทางด้านธุรกิจเกษตร ในช่วงที่ธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหาเนื่องจากเศรษฐกิจตกต่ำเช่นในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเดินทางเพื่อมาหาช่องทางในการ ทำธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเกษตร เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ให้ผลตอบแทนรวดเร็ว และเป็นธุรกิจที่ยังก้าวหน้าไปได้ ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส พบเห็นกิจกรรมของเกษตรกร แล้วอาจจะเกิดแนวคิดในการ ทำธุรกิจ โดยร่วมลงทุนกับเกษตรกร เช่น ร่วมกับเกษตรกรทำการผลิตเพื่อแปรรูป เพื่อส่งออกและ จำหน่ายภายในประเทศ หรือร่วมกันผลิตและจำหน่าย สินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ การท่องเที่ยวในลักษณะนี้ นอกจากจะเอื้อผลประโยชน์อย่างสูงให้แก่เกษตรกร แล้ว ยังเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยเหลือภาคธุรกิจอื่นที่ ได้รับผลกระทบจากสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

ผู้สูงอายุ

องค์การสหประชาชาติ ได้ให้นิยามว่า "ผู้สูงอายุ" คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงซึ่งมีอายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป

สำหรับประเทศไทย "ผู้สูงอายุ" ตามพระราชบัญญัติผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 หมายความว่า บุคคลซึ่งมีอายุเกินกว่าหกสิบปีบริบูรณ์ขึ้นไปและมีสัญชาติไทย

ส่วนคำว่า "สังคมผู้สูงอายุ" องค์การสหประชาชาติ แบ่งเป็น 3 ระดับ คือ ระดับการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) และระดับสังคมผู้สูงอายุระดับสูงสุด (Super-aged society) โดยให้นิยามของระดับต่าง ๆ ซึ่งทั้งประเทศไทยและรวมทั้งประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกใช้ความหมายเดียวกันในนิยามของทุกระดับของสังคมผู้สูงอายุดังนี้



การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging society) คือ การมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปรวมทั้งเพศชายและเพศหญิงมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุตั้งแต่ 65 ปี เกินร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ

ระดับสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged society) คือ เมื่อประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 หรือ ประชากรอายุ 65 ปี เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 14 ของประชากรโดยรวมทั้งหมดของทั้งประเทศ

ระดับสังคมผู้สูงอายุระดับสูงสุด (Super-aged society) คือ สังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ

คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ.2574 ประเทศไทยจะกลายเป็นสังคมผู้สูงวัยระดับสุดยอด (super aged society) เมื่อมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 28 ของประชากรไทยทั้งหมด (สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล, 2560: 132) และศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ และการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2557: 2) ระบุว่า การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรศาสตร์นี้มาจากปัจจัยทางประชากรที่สำคัญ 2 ประการ คือ ประการแรก คือ คนไทยนิยมมีบุตรจำนวนน้อยลง เป็นผลมากจากการวางแผนครอบครัวที่ได้ผลดีจึงทำให้เด็กที่เกิดมาในแต่ละปีมีจำนวนลดลงเรื่อย ๆ และประการที่สอง คือ ความก้าวหน้าและการพัฒนาด้านการแพทย์และสาธารณสุขในช่วงเวลาหลายสิบปี ที่ผ่านมามีส่วนช่วยให้คนไทยมีอายุยืนยาวขึ้นส่งผลให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็น “สังคมผู้สูงอายุ” อย่างเต็มตัว ด้วยเหตุผลนี้จึงทำให้ผู้สูงอายุกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายแรก ๆ ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีศักยภาพและมีกำลังซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย (2557) ปัจจุบันตลาดผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) เป็นอีกตลาดหนึ่งที่มีแนวโน้มเติบโตสูงในอนาคต เนื่องจากการพัฒนาด้านการแพทย์และสาธารณสุขที่ทำให้ประชากรมี อัตราการเสียชีวิตลดต่ำลงผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะมีอายุยืนยาวขึ้นกว่าในอดีต ซึ่งผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุงาน ประกอบกิจกรรมต่างๆ โดยเฉพาะกิจกรรมสันทนาการและการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หรือเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมและธรรมชาติ เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยววัยอื่นๆ และมีความพร้อมทางการเงิน การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นช่องทางการท่องเที่ยว ตลาดใหม่เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่าตลาดทั่วไป และทิศทางในอนาคตสำหรับสังคมไทย คือ ลักษณะทางสังคมต้องปรับเปลี่ยนเป็นสังคมที่เอื้อเฟื้อ คำนึงถึง และให้ความสำคัญกับ ผู้สูงอายุมากขึ้น มีการ อำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุไทย โดยเฉพาะ ทั้งสินค้าและบริการ รวมไปถึงจะมีนโยบายที่เกี่ยวข้อง กับผู้สูงอายุโดยตรงมากยิ่งขึ้น

ความหมายของพหุพลัง คำว่าพหุพลัง (active ageing) ได้รับการบัญญัติโดยองค์การอนามัยโลก เมื่อปี ค.ศ. 1990 และมีการกำหนดกรอบนโยบายพหุพลังขึ้นในปี ค.ศ. 2002 โดยกล่าวว่า พหุพลัง เป็นกระบวนการที่เหมาะสม ที่นำไปสู่การมีสุขภาพดี (healthy) การมีส่วนร่วม (participation) และการมีหลักประกันที่มั่นคง (security) ในการที่จะเสริมสร้างคุณภาพชีวิตเมื่อสูงวัย (WHO, 2002) ซึ่งคำว่า “active” หมายถึงการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องของผู้สูงอายุในด้านสังคม เศรษฐกิจ วัฒนธรรม จิตวิญญาณ และกิจกรรม



ในท้องถิ่น ไม่เพียงแต่การคงไว้ซึ่งความกระฉับกระเฉงทางด้านร่างกายหรือการมีส่วนร่วมในภาคแรงงานเท่านั้น โดยแม้ว่าผู้สูงอายุจะเกษียณจากงานแล้ว มีความเจ็บป่วยหรือมีความพิการ ก็ยังคงสามารถมีส่วนร่วมกับครอบครัว เพื่อน ชุมชน และประเทศชาติได้ สำหรับในประเทศไทย ยังไม่มีการบัญญัติคำแปลของคำว่า “Active Ageing” โดย ราชบัณฑิตยสถาน จึงมีการใช้คำในภาษาไทยที่แตกต่างกันออกไป เช่น “สูงวัยอย่างมีคุณภาพ” “พดุมพลัง” “พดุมพลัง” หรือ “ผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ” เป็นต้น (เล็ก สมบัติศิริพัฒน์ ยอดเพชร และธนิกันต์ศักดิ์ดาพร. 2554:8)

จากแนวคิดพดุมพลัง (active aging) ซึ่งเกี่ยวข้องกับคำว่า healthy aging ที่หมายถึงการเป็นผู้สูงอายุที่ปราศจากโรค และรวมถึงการมีความสามารถในการใช้ร่างกาย สรีรวิทยา จิตใจและสังคม ซึ่งได้เปลี่ยนแปลงไปตามกระบวนการชราที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม โดยพดุมพลัง (active ageing) จะอยู่บนฐานของ

- Human right of older adult (สิทธิมนุษยชน) ได้แก่ ผู้สูงอายุสามารถจะทำอะไรก็ได้ตามสิทธิที่มีอยู่ เช่น สามารถขึ้นรถโดยสารประจำทางได้ เป็นต้น
- Independence (การมีชีวิตที่อิสระ) ได้แก่การมีส่วนร่วม (participation) การมีศักดิ์ศรี (dignity) การได้รับการดูแล (care) การทำให้สำเร็จด้วยตนเอง (self fulfillment)
- Active aging เป็นกระบวนการ (process) ของ successful aging หรือการสูงวัยที่ประสบความสำเร็จ นั่นคือ เป็นผู้สูงวัยที่สามารถช่วยเหลือ สอนแนะผู้อื่นได้ (interpersonal relationship) และสามารถถ่ายทอดข้อมูล เพิ่มคุณค่าแก่สังคม มีกิจกรรมที่สร้างสรรค์ (productive activity) โดยมีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่
 1. มีการหลีกเลี่ยงโรคภัยและความพิการทั้งหลาย (avoid disease and disability)
 2. ไม่แยกตัวไปอยู่คนเดียว มีเครือข่ายทางสังคม และต้องมีการสนับสนุนทางสังคม ช่วยเหลือตนเองได้พอควร (engagement with life)
 3. สมอยังดีอยู่ มีความตั้งใจ รับผิดชอบ สามารถทำได้ (self efficacy) ยังมีความหวังและรู้ตัวว่าทำได้ เชื่อในความสามารถของตน และร่างกาย ยังแข็งแรง มีงานอดิเรก มีการสนับสนุนทางอารมณ์ (high cognitive and physical function)

ซึ่งองค์การอนามัยโลก อธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญของการเป็นผู้สูงวัยที่มีพลัง ประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่

- 1) มีสุขภาพที่ดี (healthy)
- 2) มีความมั่นคงหรือการมีหลักประกันในชีวิต (security)
- 3) มีส่วนร่วม (participation)

อย่างไรก็ตามในประเทศไทยได้มีการศึกษาผู้สูงวัยไทยที่มีภาวะพดุมพลัง จะมีลักษณะดังนี้

1. มีการทำกิจกรรมอยู่ตลอดเวลา ไม่อยู่นิ่ง เช่น ทำกิจกรรมที่ชอบในยามว่างหรือมีงานอดิเรก หรือกิจกรรมการเรียนรู้ มีการทำกิจกรรมในองค์กรที่เป็นสมาชิก (ครอบครัว ชุมชน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้)
2. การมีสุขภาพที่ดี คือ มีสุขภาพทางร่างกายดี จิตใจสงบ มีสติ มีสังคมที่ดี มีสุขภาพทางจิตวิญญาณที่ดี เช่น สวดมนต์ ทำวัตรเช้า-เย็น แม่เมตตา
3. การมีความมั่นคงในชีวิต ได้แก่ มีความมั่นคงด้านรายได้ มีที่อยู่อาศัยที่มั่นคง และมีความ



มั่นคงด้านผู้ดูแล

ส่วนองค์การความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Cooperation and Development [OECD]) ได้ให้ความหมายที่เน้นทางด้านเศรษฐกิจไว้ว่า พหุพลัง คือความสามารถของบุคคลเมื่อสูงวัย ที่สามารถทำประโยชน์ให้กับสังคมที่ตนเองอาศัยอยู่ และภาคเศรษฐกิจได้ (Hutchison, Morrison, & Mikhailovich, 2006)

กุศล สุนทรธาดา และกมลชนก ขำสุวรรณ (2553) ยังให้ความหมายของพหุพลังไว้ว่า หมายถึงผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี ทั้งด้านร่างกายและจิตใจ มีการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและสามารถช่วยเหลือตนเองในการทำ กิจกรรมประจำวัน มีส่วนร่วมในการทำงาน และมีส่วนร่วมในครอบครัวและกลุ่มสังคม รวมทั้งมีความมั่นคงทั้งด้านการเงินและด้านกายภาพ

ซึ่งการที่ผู้สูงอายุมีสภาวะพหุพลัง (active aging) คือมีองค์ประกอบ 3 ส่วนสำคัญ คือ สุขภาพ การมีส่วนร่วม และความมั่นคงในชีวิตที่สมดุลกัน นั้นหมายถึงการไม่มีภาวะเจ็บป่วย ไม่มีปัจจัยเสี่ยงในการเกิดโรค รวมทั้งมีความพร้อมและความมั่นคงในด้านต่าง ๆ จะส่งผลต่อสุขภาพทางกายและจิตใจ เมื่อมีสุขภาพกายและใจที่ดี ก็จะนำไปสู่การพัฒนาศักยภาพ ซึ่งนำไปสู่ความพร้อมของผู้สูงอายุในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้ อย่างหลากหลาย หรือการทำกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ไม่เคยทำตามความสนใจของตนเอง เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน มีความสุข คลายเครียด สนุกสนาน ใช้เวลาว่างเป็นประโยชน์ เช่น การร้องเพลง ฟังเพลง งานฝีมือ หรืองานอดิเรกที่สนใจและกิจกรรมที่มีปฏิสัมพันธ์มีส่วนร่วมกับผู้อื่น เช่น การพบปะเพื่อน ๆ เข้าสังคม การได้พบเจอลูกหลาน การออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน การเดินทางและการท่องเที่ยว จะเป็นการเพิ่มคุณค่า ความเชื่อมั่น ความมั่นใจ และความภาคภูมิใจให้แก่ตนเองได้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่เน้นการเร่งรีบ ชอบและปรารถนาการท่องเที่ยวแบบเนิบช้า เน้นการสัมผัส ชิมซบ เรียนรู้ชื่นชม ดังนั้นการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นตลาดใหม่สำหรับการท่องเที่ยวที่เมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ต้องมุ่งเน้นพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเข้ามาท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นตลาดที่มีคุณภาพและมีกำลังซื้อในการท่องเที่ยวสูงกว่าตลาดทั่วไป พื้นที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุที่มี ข้อจำกัดทางด้านร่างกาย และต้องคัดสรรสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการ และรองรับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องด้วยพฤติกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีความเฉพาะตัวโดยมีความสอดคล้องกับทฤษฎีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในแต่ละประเภท (Cohen, E., 1979: 179 - 201) ดังนี้ คือ

หนึ่ง กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบที่ต้องการได้รับความสำราญ (Recreational tourists) เน้นความสำคัญของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อน ร่างกาย เน้นความสำราญเพลิดเพลิน

สอง กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The experiential tourists) หมายความว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษา



และได้รับประสบการณ์จริงจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส

สาม กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบต้องการสัมผัสกับคนท้องถิ่น (The experimental tourists) โดยมีลักษณะเด่นคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ มีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

สี่ กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The existential tourists) ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีความต้องการผจญภัย หรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น ชอบใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นเวลานาน

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง การกระทำของตัวบุคคล พลังผลักดันให้ผู้คนมีลักษณะพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม และยังสามารถกำหนดทิศทางให้บรรลุเป้าหมายของพฤติกรรมเหล่านั้นได้ด้วย คนที่มีพลังทางด้านแรงจูงใจสูงจะใช้ความพยายามในการกระทำดังกล่าวให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างสมบูรณ์แบบ โดยไม่ลดละ แต่เมื่อบุคคลนั้นมีแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงปฏิกิริยาหรือพฤติกรรม อันก่อให้เกิดการล้มเลิกที่มีการตั้งเป้าหมายไว้ได้ (รัตนศักดิ์ เนียมโสภา, 2561, 7-12)

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเกิดจากแรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and extrinsic motivation) นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความพึงพอใจและความตื่นเต้นสนุกสนานส่วนตัว บางคนเดินทางเพื่อเจรจาธุรกิจ หรือร่วม ประชุมเพื่อพัฒนาอาชีพ และสรุป แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยวและตัวอย่างกิจกรรมท่องเที่ยว ได้เป็น 4 ประเภท ดังตาราง ประเภทของการจูงใจด้านการท่องเที่ยว

ตารางที่ 1: ประเภทของการจูงใจด้านการท่องเที่ยว

แรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว	กิจกรรมการท่องเที่ยว
กายภาพเพื่อหลีกเลี่ยงความจำเจและลดความเครียด	พักผ่อนวันหยุด ท่องเที่ยวคนเดียว ท่องเที่ยวเกาะ
สังคม	เยี่ยมเยียนญาติมิตรและเพื่อน พบเพื่อนใหม่
ความท้าทาย ความพึงพอใจ	ท่องเที่ยวผจญภัย ท่องเที่ยวเรือสำราญ
ชื่อเสียง เกียรติยศ	ร่วมประชุมสัมมนา ศึกษา/อบรมเพิ่มพูนความรู้
ความแปลกใหม่	ท่องเที่ยวในดินแดนห่างไกล ท่องเที่ยวเพื่อศึกษา วัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงกีฬา

(Crompton and McKay, 1997) อธิบายว่า ความสำคัญในการเข้าใจแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว มีสามประการดังนี้

หนึ่งคือ จะช่วยให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถสร้างสินค้าและบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว



สองคือ สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวใน ด้านประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวของลูกค้าทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ อีกหลายครั้งและต้องการที่จะแนะนำให้เพื่อนญาติมิตรมาท่องเที่ยวที่ นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและพึงพอใจ

สามคือ ความเข้าใจในความต้องการของลูกค้านำไปสู่การวางแผนทางการตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีประสิทธิภาพสูง ถูกใจนักท่องเที่ยว จากมุมมองของนักจิตวิทยาการท่องเที่ยว แรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกไปท่องเที่ยวคือ ความพยายามที่จะสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและประสบการณ์นั้นๆ มักจะเกี่ยวข้องกับสังคม จิตวิทยา และเศรษฐกิจ Heckhausen's theory of intention volition กล่าวว่า แรงกระตุ้นจะต้องผ่านการพิจารณาตรึงตรองข้อดีและข้อเสียของกิจกรรมนั้นๆ ความตั้งใจและความเต็มใจที่จะกระทำกิจกรรมนั้นๆ การทดลองกิจกรรมนั้นๆ และนำไปสู่การกระทำกิจกรรมนั้นๆ อย่างเต็มรูปแบบ เส้นทางการท่องเที่ยวเริ่มจาก แรงจูงใจ หาข้อมูล การตัดสินใจ ชำระเงิน และท้ายที่สุดคือ การเดินทางไปท่องเที่ยว

ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด

นิรันดร์ ทัพไชย (2550) กล่าวถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Tourism Motivations) คือ สิ่งที่จะกระตุ้นให้บุคคลหนึ่งที่ต้องการแสวงหาความพอใจด้วยพฤติกรรมที่มีเป้าหมาย โดยการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่หนึ่งๆ ที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความพึงพอใจ หลักหนีจากวิถีชีวิตเดิมๆ รวมถึงการไปเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ซึ่งแรงจูงใจในการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกได้เป็น 2 ปัจจัยพื้นฐาน คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูดหรือปัจจัยจูงใจ (Pull Factors) ดังนี้

1) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ในที่นี้หมายถึง แรงจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจทางด้านจิตวิทยาหรือความต้องการภายในตัวนักท่องเที่ยวที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว หรือเป็นมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่มีความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ในการเดินทางมากขึ้นก็จะแสวงหาความพึงพอใจเพื่อตอบสนองความต้องการในลำดับที่สูงขึ้น ซึ่งแรงจูงใจ 5 ลำดับขั้นในการเดินทาง (Travel Career Ladder – TCL) สามารถอธิบายได้ดังนี้

ขั้นที่ 1. ขั้นผ่อนคลายอารมณ์เป็นขั้นที่ถูกกำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายที่ต้องการพักผ่อนหรือทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้น หรือการผ่อนคลายอารมณ์ นับเป็น จุดเริ่มต้นของนักท่องเที่ยวที่จะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก เช่น นักท่องเที่ยววัยรุ่นอาจได้รับแรงจูงใจจากความต้องการพักผ่อนหรือการทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อพัฒนาร่างกายหรือความเพลิดเพลิน อาทิ การเดินทางเพื่อปีนเขา ซึม้าว่ายน้ำ ฯลฯ ซึ่งขั้นผ่อนคลายอารมณ์นั้นนับว่าเป็นแรงจูงใจ ขั้นพื้นฐานในลำดับขั้นความต้องการทางด้านกายภาพ (Physical needs)

ขั้นที่ 2. ขั้นถูกกระตุ้นหรือปลุกเร้า เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเองและผู้อื่น ได้แก่ ความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยกล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้เดินทางและมีประสบการณ์มากขึ้นเขาจะได้รับ แรงจูงใจจากขั้นที่สูงขึ้น เช่น บุคคลเกิดความกังวลใจเกี่ยวกับสุขภาพเนื่องจาก ความเครียดจากการทำงานที่จะสร้างความไม่ปลอดภัยแก่ชีวิต ทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะเดินทางเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียด ขั้นถูกกระตุ้น



หรือปลูกเร้านี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs)

ขั้นที่ 3. ขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นก็เป็นขั้นที่ถูกกำหนดทั้งจากตัวนักท่องเที่ยวเอง และผู้อื่น เช่นกัน ได้แก่ การมอบและการได้รับความรัก ความรู้สึก ที่ดีให้แก่ผู้อื่นการรักษาและสัมพันธภาพที่ดีกับผู้อื่น การได้อยู่ร่วมกับสมาชิกกลุ่ม กล่าวคือ หลังจากการที่นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์เพิ่มขึ้นการเดินทางท่องเที่ยวจะได้รับแรงจูงใจในขั้นที่สูงขึ้นไปอีกทำให้เกิดแรงจูงใจจากขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นโดยการเดินทางเพื่อการได้อยู่ร่วมหรือทำกิจกรรมกับกลุ่มเพื่อนฝูงหรือกลุ่มสังคมที่เขาเป็นสมาชิกทำให้สามารถรักษาสัมพันธระหว่างสมาชิกกลุ่มได้ ซึ่งขั้นสร้างสัมพันธภาพกับบุคคลอื่นนี้ จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการได้รับการยอมรับจากสังคม (Belonging and Social Needs)

ขั้นที่ 4. ขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง เป็นขั้นที่กำหนดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง เช่น การพัฒนาทักษะของตนเอง ความสนใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นพิเศษหรือการพัฒนาความสามารถในด้านใดด้านหนึ่ง และเป็นขั้นที่ถูกกำหนดโดยผู้อื่น เช่นการได้รับรางวัลจากภายนอก การได้รับเกียรติ ความหลงใหลในการท่องเที่ยวความภาคภูมิใจในตนเองจากการถูกมองว่าเป็นผู้ชำนาญในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ขั้นความ ภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเองนั้น จะเป็นขั้นที่บุคคลได้รับแรงจูงใจเพื่อการเดินทางจากการที่นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเดินทางทำให้ได้พัฒนาตนเองได้เรียนรู้สิ่งใหม่ที่สนใจหรือรู้สึกภาคภูมิใจจากการเป็นผู้มากด้วยประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งขั้นความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเองนี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs)

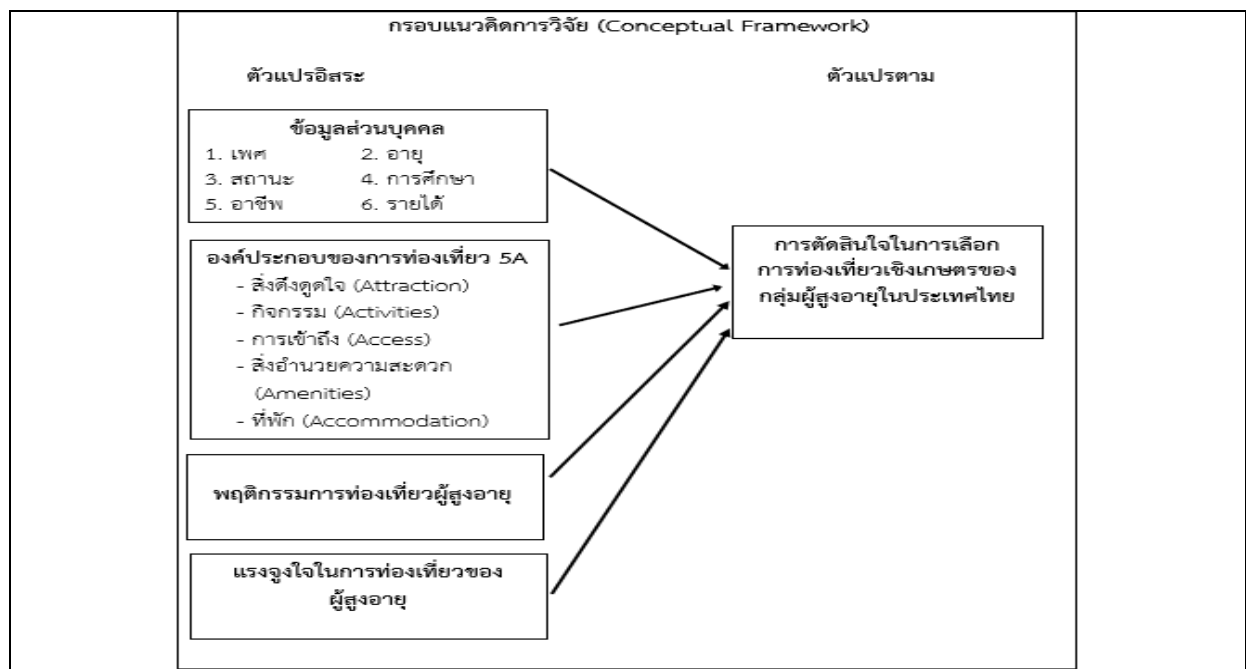
ขั้นที่ 5. ขั้นบรรลุความปรารถนา เป็นขั้นที่ไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นจากผู้ใดหากแต่เป็นขั้นที่บรรลุตามสิ่งที่ใฝ่ฝันมีความเข้าใจในตนเองมากขึ้น ได้พบกับความสงบสุขภายในจิตใจ กล่าวคือขั้นบรรลุความปรารถนาที่เป็นแรงจูงใจขั้นสุดท้ายหรือขั้นสูงสุดซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ เกิดจากการที่นักท่องเที่ยว รู้สึกว่าการได้เดินทางไปยังสถานที่แห่งหนึ่งเป็นการบรรลุถึงสิ่งที่ใฝ่ฝันไว้หรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆทำให้รู้จักตนเองมากขึ้น ซึ่งขั้นบรรลุความปรารถนานี้จะอยู่ในลำดับขั้นความต้องการการ ได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self Actualization Needs) จากข้อมูลข้างต้นปัจจัยผลักดัน (Push Factors) เป็นเพียงมูลเหตุภายในของตัวบุคคลที่จุดชนวนความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยว หลังจากนั้นการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่นั้นจะขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยดึงดูด (Pull factors) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไป ณ จุดหมายปลายทาง เหล่านั้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ในที่นี้หมายถึง แรงจูงใจหรือปัจจัยที่เป็นเหตุจูงใจในการกำหนดจุดหมายปลายทาง และตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นโดยขึ้นอยู่กับลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนเพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

กล่าวโดยสรุปคือ แรงจูงใจเป็นแรงผลักดันที่เกิดจากความรู้สึกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวโดยแรงจูงใจที่เกิดขึ้น อันเป็นผลมาจากปัจจัยภายนอกที่บุคคลนั้นได้รับมา และเกิดการรับรู้ มีความรู้สึก เกิดแรงกระตุ้นในการดำเนินการตนเองเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยว



กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1: กรอบแนวคิดในการวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีศักยภาพในประเทศไทย

ที่มา: ผู้วิจัย

ระเบียบวิธีการวิจัย

แบบแผนการวิจัย

งานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีศักยภาพในประเทศไทย เป็นแบบแผนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการใช้ข้อมูลทางคณิตศาสตร์และสถิติมาช่วยในการตอบคำถามการวิจัยเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจถึงกระบวนการพฤติกรรม ทักษะของตนเองในการตอบแบบสอบถามการวิจัย โดยผู้วิจัยใช้วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมทางคอมพิวเตอร์หาค่าสถิติ ค่าเฉลี่ย ความถี่ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของผู้ตอบแบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ภายในประเทศไทย ในพื้นที่ภูมิภาคต่าง ๆ ประกอบด้วย ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออก และกรุงเทพมหานคร



ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 410 คน ซึ่งมีกำหนดระยะเวลาสำหรับการศึกษาวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเริ่มตั้งแต่เดือน มิถุนายน – ธันวาคม 2564

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แล้วนำมาปรับปรุงใช้ให้เหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สมัครใจตอบแบบสอบถาม โดยการลงพื้นที่เก็บข้อมูล และใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่านช่องทางต่างๆ จากกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป

ใช้โปรแกรมทางสถิติทางคอมพิวเตอร์ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นก่อนการทดลอง

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎี ที่สอดคล้องกับงานวิจัย และได้จัดทำแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) ด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ และด้านแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุในประเทศไทย แล้วนำมาปรับปรุงใช้ให้เหมาะสมกับการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด นำมาหาความเที่ยงตรงและค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ตรวจสอบด้วยวิธี Cronbach Alpha ได้ค่ามากกว่า 0.7 จึงยอมรับค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม มีความน่าเชื่อถือได้

ขั้นการทดลอง

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่บกพร่องมาทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้มีความสมบูรณ์มากขึ้นและนำไปเก็บข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดจนครบตามจำนวน

ขั้นหลังการทดลอง

คณะผู้วิจัยได้ตรวจสอบแบบสอบถามของข้อมูลที่ทำมาทำการวิเคราะห์โดยผู้เชี่ยวชาญอย่างครบถ้วน และนำมาแปลผลด้วยโปรแกรมทางสถิติ ทางคอมพิวเตอร์ ในการวิเคราะห์หาค่าสถิติ ความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทยในประเทศไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 410 พบว่า



ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากผู้สูงอายุตั้งแต่ 60 ขึ้นไป ที่เคยใช้และใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 410 คน แบ่งเป็น เพศหญิงจำนวน 217 คน คิดเป็นร้อยละ 52.93 เพศชายจำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 47.07 และ ช่วงอายุ 66 – 70 ปีจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 36.59 สถานภาพสมรสจำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 46.10 ระดับการศึกษา จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 160 คน คิดเป็นร้อยละ 39.02 อาชีพเกษียณอายุจำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 49.27 ระดับรายได้ตั้งแต่ 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 37.07 ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ กรุงเทพมหานครจำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.05 สุขภาพร่างกายแข็งแรงจำนวน 372 คน คิดเป็นร้อยละ 90.73 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทางด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย ดังนี้

ตารางที่ 2: ตารางแสดงผลด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)

ข้อ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่า S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)	4.08	0.81	มาก
2	กิจกรรม (Activities)	4.13	0.79	มาก
3	การเข้าถึง (Access)	4.18	0.94	มาก
4	สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)	4.17	0.86	มาก
5	ที่พัก (Accommodation)	4.30	0.93	มากที่สุด
ผลรวมด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (5A)		4.17	0.87	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัย ปัจจัยท่องเที่ยวทางด้านองค์ประกอบ (5A) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย ระดับค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.17 ระดับพึงพอใจมาก เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านที่พัก (Accommodation) ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 โดยปัจจัยทางด้านแหล่งที่พักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรเกี่ยวกับระบบรักษาปลอดภัยโดยรวมของกลุ่มผู้สูงอายุในสภาวะพหุพลัง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านการเข้าถึง (Access) ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.18 โดยปัจจัยทางด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลัง ในด้านเส้นทางคมนาคม มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน บอกแหล่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่มีความชัดเจน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.17 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุและผู้พิการอย่างเหมาะสม มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ด้านกิจกรรม (Activities) ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.13 โดยปัจจัยทางด้านกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวเชิง



เกษตรกรกลุ่มผู้สูงวัยในสภาวะพหุพลังขึ้นชอบเพียงกิจกรรมการเยี่ยมชมบรรยากาศที่งดงามภายในแหล่งท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจมาก และด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.08 โดยปัจจัยทางด้านสิ่งดึงดูดใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรเนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตรเป็นที่รู้จักมากจากสื่อต่าง ๆ รวมไปถึงคำแนะนำต่าง ๆ จากผู้ที่เคยมาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทยพบว่า ด้านวัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้สูงอายุเน้นเพื่อชมธรรมชาติทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 ด้านกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวเน้นเยี่ยมชมสถานที่ ชมการแสดง และชมการสาธิตต่าง ๆ ของทางแหล่งท่องเที่ยว โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 ด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุเลือกเพื่อชมธรรมชาติ โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ด้านระยะเวลาในการท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุให้ความสนใจในเรื่องของระยะเวลาในการท่องเที่ยวใน 1 ครั้งต่อการเดินทางในระยะเวลา 3 – 4 วัน โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุดค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ทางด้านช่วงเวลาในการท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวในระหว่างวันจันทร์ – วันศุกร์ โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ด้านระดับความถี่ในการท่องเที่ยวตลอดระยะเวลา 1 ปี ประมาณ 3 – 4 ครั้งต่อปี โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.98 ด้านวิธีการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุเลือกวิธีการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09 ด้านค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวใน 1 ครั้ง ต่อการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุพึงพอใจที่ค่าใช้จ่ายประมาณ 5,001 – 10,000 บาท โดยมีระดับความพึงพอใจมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทย

ตารางที่3: ตารางแสดงผลด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทย

ข้อ	แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่า S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	บรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	4.04	0.80	มาก
2	การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์	4.11	0.78	มาก
3	มีกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจการให้บริการและการอำนวยความสะดวกของแหล่ง	4.00	0.81	มาก



ข้อ	แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)	ค่า S.D.	ระดับความพึงพอใจ
	ท่องเที่ยวครอบครัว			
ผลรวม		4.06	0.79	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีแรงจูงใจ โดยเรียงจากมากไปน้อยดังนี้ การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่นสังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ต และโทรทัศน์ โดยมีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 รองลงมาคือด้านบรรยากาศและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ โดยมีระดับความพึงพอใจที่ค่าเฉลี่ย 4.04 และด้านมีกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจการให้บริการและการอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวครอบครัว โดยมีระดับความพึงพอใจที่ค่าเฉลี่ย 4.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 4: ตารางแสดงผลการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ แนวโน้มปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-1.154	.209		-5.519	.000
5A	1.933	.217	1.130	8.892	.000
Behavior	.388	.275	.237	1.410	.159
Motivation	-1.012	.157	-.621	-6.427	.000

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยภาพรวม ปัจจัยด้านองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A ($B = 1.93$, $t = 8.9$, $p\text{-value} = 0.00$) และพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลัง ($B = 0.39$, $t = 1.41$, $p\text{-value} = 0.16$) ส่วนด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลัง ($B = -1.01$, $t = -6.42$, $p\text{-value} = 0.00$) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลัง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05



พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทย มีแนวโน้มในทิศทางบวก เท่ากับ 1.93 มีผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยเรียงลำดับตามความพึงพอใจ ได้แก่ ที่พัก (Accommodation), ด้านการเข้าถึง (Access), สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities), กิจกรรม (Activities), สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

รองลงมา ปัจจัยพฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงวัย มีแนวโน้มในทิศทางบวกขนาดปานกลางเท่ากับ 0.39 โดยเรียงลำดับตามความพึงพอใจ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของกลุ่มผู้สูงอายุเน้นเพื่อชมธรรมชาติทางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร, กิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวเน้นเยี่ยมชมสถานที่ ชมการแสดง และชมการสาธิตต่าง ๆ ของทางแหล่งท่องเที่ยว, ระยะเวลาในการท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุให้ความสนใจในเรื่องของระยะเวลาในการท่องเที่ยวใน 1 ครั้งต่อการเดินทางในระยะเวลา 3 – 4 วัน, ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่เลือกท่องเที่ยวในระหว่างวันจันทร์ – วันศุกร์, ระดับความถี่ในการท่องเที่ยวตลอดระยะเวลา 1 ปี ประมาณ 3 – 4 ครั้งต่อปี, วิธีการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุเลือกการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวใน 1 ครั้ง ต่อการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้สูงอายุพึงพอใจที่ค่าใช้จ่ายประมาณ 5,001 – 10,000 บาท

สุดท้าย ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทยมี อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงวัย มีแนวโน้มในทิศทางลบ ขนาดต่ำมากเท่ากับ -1.01

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของกลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังในประเทศไทย ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังตามสมมติฐานได้ต่อไปนี้

ปัจจัยทางด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว (5A) สามารถอภิปรายผลได้ว่ากลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ให้ความสำคัญด้านที่พัก มากกว่าด้านการมีกิจกรรมต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยชื่นชอบเพียงกิจกรรมการเยี่ยมชมบรรยากาศที่งดงามของสถานที่ / ชมการแสดง / ชมการสาธิตภายในแหล่งท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ แต่กลุ่มผู้สูงวัยที่มีพหุพลังเน้นให้ความสำคัญด้านที่พักเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในเรื่องของความปลอดภัย ระบบการรักษาความปลอดภัยต่าง ๆ สามารถอำนวยความสะดวกในของกลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างครบถ้วน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประติมากร วงษ์ดี (2563) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพัชร์ กาญจนรัตน์ และกุลพิชญ์ โภโคยอุดม (2562) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงนิเวศ



ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัททิศร์ โชคณัณฑ์ ตระกูล (2553) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุใน กรุงเทพมหานคร

พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย สามารถอภิปรายผล ได้ว่า พฤติกรรมส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังมีลักษณะพฤติกรรมที่แตกต่างกันส่วนใหญ่ เลือกการท่องเที่ยวในวันธรรมดาเนื่องจากนักท่องเที่ยวจำนวนไม่มาก และส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและผสมกลิ่นอายของวิถีชุมชน การดำเนินวิถีชีวิต และพึงพอใจที่ค่าใช้จ่ายประมาณ 5,001 – 10,000 บาท ต่อทริป เน้นการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และต้องการท่องเที่ยว ประมาณ 3 – 4 ครั้ง/ปี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา กาแก้ว (2558) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริศนา มั่นเภา (2558) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา คลองมหา สวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์เสวก อเนกจำนงค์พร (2558) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรูปแบบป้ามในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังในประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ว่า กลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังส่วนใหญ่มีแรงจูงใจจากการได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อโฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สังคมออนไลน์ อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ ส่งผลให้มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยแรงจูงใจด้านบรรยากาศ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ และมีกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีการให้บริการและการอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวครบถ้วน ส่งผลให้มีแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวรองลงมาตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย ไชยมูลวงศ์ และคณะ (2561) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาหมู่บ้าน แม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลอยระพี ชลวณิช (2555) ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร

อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีพหุพลังนั้นจะมีรูปแบบและพฤติกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป คือ เน้นการท่องเที่ยวและบริการที่มีคุณภาพดี คุ่มค่า เน้นการซื้อด้วยเหตุผลไม่ใช่อารมณ์ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจเป็นหลัก พักนานใช้จ่ายสูง มีความสามารถในการซื้อบริการในราคาสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค ขณะเดียวกันคำนึงถึงความมั่นใจด้านความปลอดภัย ความมั่นใจด้านบริการ ใส่ใจดูแลสุขภาพที่ดี เลือกกิจกรรมที่เหมาะสมกับวัยและสุขภาพ อีกทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ต้องกังวลต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เนื่องจากเป็นผู้มีประสบการณ์ในการใช้ชีวิตจึงมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น และเนื่องจากผู้สูงอายุมักมีข้อจำกัดในการเดินทางมากกว่าวัยหนุ่มสาว ดังนั้น การเตรียมความพร้อมในการรองรับตลาดกลุ่มนี้จึงต้องมีการศึกษาในรายละเอียดค่อนข้างมาก และควรมีการเตรียมการที่ดี



ดังนั้น จากข้อมูลแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้นสามารถสรุปปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาบริการเพื่อการรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีพหุพลัง ได้ดังนี้ 1. บริษัทนำเที่ยว พิจารณาจากรายการนำเที่ยว ความยืดหยุ่นของการเที่ยวชมสถานที่แต่ละแห่ง การให้บริการมัคคุเทศก์ที่เข้าใจนักท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว 2. พาหนะเดินทาง พิจารณาจากความปลอดภัย และมีอุปกรณ์อำนวยความสะดวกขณะเดินทาง 3. สิ่งอำนวยความสะดวกในการทำกิจกรรมท่องเที่ยว พิจารณาจากที่จอดรถ ทางลาด ราวจับบันได ทางเดินเชื่อม ป้ายสัญลักษณ์ ห้องน้ำ และศาลาที่นั่งพัก 4. ร้านอาหาร พิจารณาจากประเภทของอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ 5. ประเภทกิจกรรมที่ชื่นชอบ เช่น การเที่ยวชมธรรมชาติ การเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม และการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อสังคม 6. สื่อสารเครือข่ายออนไลน์ พิจารณาจากการสามารถสร้างและเลือกสื่อการโฆษณา สื่อออนไลน์ที่มีความเหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิต เพื่อส่งข่าวสารที่ต้องการสื่อถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่มีพหุพลังที่ชื่นชอบเดินทางท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถนำผลการวิจัยมาพิจารณาในด้านที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ด้านบรรยากาศ ทัศนียภาพ ที่พักแรม ออกแบบกิจกรรมและสร้างเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวให้น่าจดจำ รวมถึงการเตรียมพร้อมในการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุ การอำนวยความสะดวกในด้านการบริการดูแลผู้สูงอายุในสภาวะพหุพลัง เช่น การติดตั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อความสะดวกและความปลอดภัย ส่งผลให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีแก่ผู้สูงอายุ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ

ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสามารถนำผลการวิจัยมาพิจารณาปรับปรุงด้านช่องทางการตลาดเพื่อการสร้างแรงจูงใจ กระตุ้นความสนใจและเกิดการรับรู้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุได้โดยตรงมากยิ่งขึ้นผ่านการสื่อสารทางการตลาดในด้านที่ผู้สูงอายุเปิดรับข้อมูลได้โดยง่ายไม่ยุ่งยากซับซ้อน คือ สื่อสังคมออนไลน์และสื่อโทรทัศน์

ผู้ประกอบการธุรกิจด้านที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำผลการวิจัยมาพิจารณาเพื่อพัฒนาด้านการผลิตสินค้าและรูปแบบการให้บริการสำหรับผู้สูงอายุได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นโอกาสในการเพิ่มความสำเร็จทางธุรกิจ รวมถึงการทำความร่วมมือกับแหล่งท่องเที่ยวอันจะเป็นประโยชน์ในด้านต่าง ๆ สำหรับผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยมาพิจารณาเพื่อพัฒนากำหนดแนวทางและนโยบายด้านการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ ซึ่งจะส่งผลทำให้เศรษฐกิจในประเทศขยายตัวได้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุนั้นมีกำลังในการซื้อ ไม่มีข้อจำกัดด้านเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว และที่สำคัญจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาด้านกลยุทธ์ทางการตลาด ในการพัฒนารูปแบบของแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการ การอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุไทยโดยเฉพาะ รวมถึงควรศึกษาด้านการพัฒนาคุณภาพการให้บริการ สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุมากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความพึงพอใจและสร้างประสบการณ์ที่ดี ที่จะสามารถตอบสนอง ผู้สูงอายุโดยตรงมากยิ่งขึ้น

ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับโอกาสการกลับมายังแหล่งท่องเที่ยวหรือการใช้บริการซ้ำของผู้สูงอายุ การสร้างความภักดีจากการใช้บริการ ที่ส่งผลต่อความความพึงพอใจของผู้สูงอายุในอนาคตเพื่อเป็นแนวทางการในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้สูงอายุต่อไปอนาคตได้เป็นอย่างดี

บรรณานุกรม

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. [ออนไลน์]. เข้าถึงเมื่อ: 18 สิงหาคม 2564]. [สืบค้นจาก: <https://www.dop.go.th/>].
- กาญจนา กาแก้ว. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สวนเกษตร จังหวัดระยอง. การค้นคว้าอิสระ สาขาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- กุลล สุนทรธาดา และกมลชนก ชำสุวรรณ. (2553). ระดับและแนวโน้มความมีพฤติพลังของผู้สูงอายุไทย. การประชุมวิชาการประชากรศาสตร์แห่งชาติ 2553: 26-38
- จิราวดี รัตนไพฑูรย์ชัย. (2557). ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ: โอกาสใหม่ไทย เด็บโตรับ AEC. หนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ Section: ASEAN: 1.
- ชิตพร ประดิษฐ์ยอด. (2559). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริณทลของคณวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณัฏฐพัชร กาญจนรัตน์ และกุลพิชญ์ โภโคยอุดม. (2562). การท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความสนใจท่องเที่ยวเชิงโหยหาอดีตของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร. วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ, 2563(21), 283-285.
- เดชา ไต้สูงเนิน. (2543). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษาบ้านม่วงคำ ตำบลโป่งแยง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นิรันดร์ ทัพไชย. (2550). กลยุทธ์การตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.



- ประติมากร วงษ์ดี. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทยกรณีศึกษาศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านของพ่อ ตำบลภูเขาทอง อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. การค้นคว้าอิสระ สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปริศนา มั่นเภา. (2558). พฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงเกษตร: กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 2559 (10), 104-109.
- ปารณีย์ ศรีสวัสดิ์. (2553). การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสุราษฎร์ธานี: การวิจัยฐานทรัพยากรเกษตรสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ประชาคมวิจัย (16-19).
- ปรารณา ศิริเบญจรัตน์. (2553). รูปแบบการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุที่เป็นข้าราชการบำนาญในเขตเทศบาล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- รัตนศักดิ์ เนียมโสภา. (2560). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานศูนย์ติดตั้งและบำรุงรักษาอุปกรณ์สมุทรปราการ. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- พงศ์เสวก อเนกจำนงค์พร. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของประชากรรุ่นเบบี้บูมในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พลอยระพี ชลวนิช (2555). แรงจูงใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ภัททิศร์ โชคอนันต์ตระกูล. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาและวิทยาศาสตร์, การกีฬาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เล็ก สมบัติศศิพัฒน์ยอดเพชร และธนิกานต์ศักดิ์ดาพร. (2554). ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพกับการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในประเทศไทย. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรการ สุตาแก้ว. (2555.) ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสวนส้มอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมชาย ไชยมูลวงศ์ และคณะ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษาหมู่บ้านแม่แจ่ม อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง. วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร, 2562 (37), 71-78.
- สุดา วงศ์สวัสดิ์. (2015). พัฒนาผู้สูงวัยสู่ภาวะ “พหุพลัง” วารสารสุขภาพจิตแห่งประเทศไทย, (2016) กรกฎาคม – กันยายน ปีที่ 24 ฉบับที่ 3, 202-207
- Cohen, E. 1979. , *A Phenomenology of Tourist Experience*, Sociology, 13, p. 179-201.
- Crompton, J.L. and McKay, S.L, (1997), Motives of visitors attending festival events, Annals of Tourism Research, 24 (2). p. 425-439.



- Hutchison, T., Morrison, P. and Mikhailovich, K. (2006). *A review of the literature on active ageing*. University of Canberra. Canberra.
- Poon, A. (1994). The New Tourism Revolution. *Tourism Management* 31, p. 754-758.
- Tourism Western Australia. (2008). 5A's of Tourism
- World Health Organization. (2002). *Active Ageing: A Policy Framework*. Geneva: World Health Organization.



การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้าน โนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู

Development of Creative Tourism Based on Community Wisdom Heritage of Ban Nonthan, Nongbua Lampu

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์¹

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชน โดยมี 3 ขั้นตอน คือ ขั้นเตรียมการ โดยการสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนนักปฏิบัติ จำนวน 23 คน เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม ร่วมกับข้อมูลเชิงปริมาณจากประชาชน จำนวน 200 คน ขั้นตอนการปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และขั้นตอนการประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และเวทีแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของชุมชนนักปฏิบัติ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านโนนทันเป็นชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียงมีมรดกภูมิปัญญาโดดเด่น 6 ด้าน คือ 1) ด้านศิลปกรรม 2) ด้านพิธีกรรม ประเพณี และความเชื่อ 3) ด้านเกษตรกรรม 4) ด้านโภชนาการและอาหารท้องถิ่น 5) ด้านหัตถกรรม และ 6) ด้านการแพทย์พื้นบ้าน ผลมติที่ประชุมคัดเลือกมรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองไปสู่การต่อยอดสร้างสรรค์เชิงการท่องเที่ยว 8 ฐานการเรียนรู้ รองรับนักท่องเที่ยวในรูปแบบ “ONE-DAY TRIP” โดยผลการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ระดับมาก ผลการวิจัยนำไปสู่การสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว การสร้างอาชีพและรายได้ ตลอดจนกิจกรรมการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าชุมชน สามารถนำไปประยุกต์ในพื้นที่อื่นๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการยกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนต่อไป

¹ อาจารย์สาขาอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยวและบริการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน E-mail : yaravee.add@gmail.com



Abstract

The objectives of this research article was to develop creative tourism based on community wisdom heritage. The three action procedures include 1) preparation: survey and evaluation of tourism capacity of local wisdom heritage of 23 cases of community of practice. The data has been derived from in-depth review and focus group together with quantitative data from 200 cases of people; 2) implementing creative tourism activity development; and 3) conducting satisfaction assessment with 400 cases of tourists and opinion exchange among community of practice. The descriptive statistics and content analysis are applied for data analysis. The results prove that Ban Nonthan is Lao Viang Ethnic Community with outstanding wisdom heritage in six aspects as follows: 1) arts; 2) rituals, traditions and beliefs; 3) agricultures; 4) nutrition and local foods; 5) handicrafts; and 6) traditional medical. The resolutions of meeting select weaving for 8-learning base creative tourism to accommodate one-day trip tourists. The research results lead to tourism activities, occupation and incomes. Besides, the weaving wisdom heritage activity can be applied in other areas with similar context to improve creative tourism for quality living enhancement.

Keywords: 1) Tourism Development 2) Creative Tourism 3) Community wisdom

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง สร้างอาชีพและรายได้ให้คนในท้องถิ่นได้ องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) เคยคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกก่อนสถานการณ์การระบาดจากไวรัสโควิด-19 ว่า ในปี ค.ศ. 2020 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศมากถึง 1,600 ล้านคน โดยภูมิภาคเอเชียตะวันออก เอเชียแปซิฟิก และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รวมถึงประเทศไทยจะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด จากความโดดเด่นด้านการบริการและความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่อย่างมากมาย ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม ซึ่งทั้งหมดมักจะยึดโยงศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่ชุมชนชาติพันธุ์ต่างๆ ที่กระจายอยู่ในทุกจังหวัด เพราะไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายของชุมชนชาติพันธุ์ทำให้มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมสูงกว่า 60 กลุ่มทั่วประเทศ (สุวิไล เปรมศรีรัตน์, 2558) ซึ่งชุมชนชาติพันธุ์เหล่านี้จะหลอมรวมกันเป็นชุมชนวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ ที่กลายเป็นต้นทุนสำหรับพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว ที่ปัจจุบันนักท่องเที่ยวจำนวนมาก



ต่างให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมนิเวศวัฒนธรรมเพิ่มสูงขึ้น รายงานการสำรวจเทรนด์การท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2562 พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 84 ต้องการท่องเที่ยวแบบใช้ชีวิตเหมือนคนท้องถิ่นและใช้จ่ายไปกับร้านอาหารในชุมชนมากที่สุด โดยมีมูลค่ากว่า 1.7 พันล้านบาท ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเลือกจุดหมายปลายทางในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตามรอยวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนต่างๆ เพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2562) ดังนั้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์จึงมีความสำคัญต่อการยกระดับขีดความสามารถการแข่งขันของพื้นที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูมิภาคต่างๆ ของไทยเป็นอย่างมาก โดยเป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่มาสร้างคุณค่าและประโยชน์เชิงสร้างสรรค์สร้างเล่าเรื่องเชื่อมโยงมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นๆ เพื่อให้ผู้มาเยือนมีความเข้าใจในอัตลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และก่อให้เกิดการจดจำและความประทับใจอย่างลึกซึ้งถึงจิตวิญญาณของพื้นที่ของการท่องเที่ยวมากขึ้น (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2554) อีกทั้งยังมีส่วนช่วยสนับสนุนอัตลักษณ์ (Identity) ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ตลอดจนกระตุ้นการบริโภควัฒนธรรม และสร้างสรรค์ของผู้คนท้องถิ่นด้วย (ภัทรพงศ์ อินทรกำเนต และ คณะ, 2553) ในรูปแบบการท่องเที่ยววิถีใหม่ที่นำเสนอคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมของพื้นที่

ทั้งนี้ การท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นแหล่งรายได้เสริมอีกช่องทางหนึ่งให้แก่คนในชุมชน ภาครัฐจึงมุ่งพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อให้เป็นกลไกกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน ขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากเติบโต (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) การพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ใดๆ เพื่อให้ผู้มาเยือนมาเรียนรู้ชุดความรู้ของพื้นที่มักจะพัฒนาจากสิ่งบ่งบอกตัวตนของชุมชนเพื่อให้เกิดการจดจำและความประทับใจ กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหมือนใคร (อินทิรา พงษ์นาค, 2558) และเป็นช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนเคารพ เรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกัน (Moulin: 1989, cited in Koster, 1996: 231) ปัจจุบันกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีหลากหลายรูปแบบ โดยส่วนใหญ่เป็นการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดย มุ่งนำเสนอรูปแบบของกิจกรรม (Cultural Activity) ที่มีความหลากหลาย กลายเป็นเครื่องมือการอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่ให้สูญหาย นำไปสู่การรักษาฟื้นฟู และอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในรูปแบบภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนที่เกื้อกูลต่อเศรษฐกิจของท้องถิ่น (อารียา บุญทวี และคณะ, 2561) ด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ต้นทุนทางทรัพยากรในพื้นที่มาประยุกต์ให้เกิดรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้แก่ทรัพยากรท้องถิ่นให้เป็นสินค้าและบริการที่สนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีที่สุด (ศิริรักษ์ จวงทอง และคณะ, 2558) ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีกระบวนการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อสื่อความหมาย ถ่ายทอดคุณค่าที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันได้ ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนถือเป็นพื้นที่ที่มีต้นทุนด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ (สุจิตรา จิงตระกูล และ สถาพร มงคลศรีสวัสดิ์, 2562) จากจุดเด่นเรื่องวิถีชีวิตชุมชน ศิลปวัฒนธรรม และมรดกภูมิปัญญาของชุมชนวัฒนธรรมหลากหลายที่ถ่ายทอดผ่านคติความเชื่อ ประเพณี ศิลปะ หัตถกรรมที่นำไปสู่การผลิตซ้ำเชิงสร้างสรรค์และฟื้นคืนคุณค่าความเป็นชุมชนให้กลับมาในรูปแบบสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีนัยทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่าและมูลค่าสูงได้



โดยเฉพาะความโดดเด่นของมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชุมชนชาติพันธุ์ที่มักจะมีจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เปลี่ยนเป็นต้นทุนการผลิตสินค้าและบริการมูลค่าสูงปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายการยกระดับภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวสู่ “Quality Leisure Destination” โดยเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวภายใต้กลยุทธ์การจัดการทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อพิทักษ์ ปกป้องวิถีทางวัฒนธรรม ช่วยสร้างและขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนให้เท่าเทียมและเท่าทันบริบทการพัฒนา

จังหวัดหนองบัวลำภูเป็นเมืองท่องเที่ยวรองที่ได้กำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดภายใต้ศักยภาพทรัพยากรและแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี และ วิถีวัฒนธรรมชุมชน รวมถึงมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เหมาะสมแก่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยชุมชนบ้านโนนทัน อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ถือเป็นชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียงอีกชุมชนหนึ่ง แม้ปัจจุบันมีการปรับตัวแต่ยังคงยึดถือจารีตปฏิบัติฮีต-คองที่เคร่งครัด ถือเป็นชุมชนที่มีศักยภาพที่จะส่งเสริมพัฒนาให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนได้ เพราะมีความหลากหลายของกลุ่มคน มีมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นหลากหลาย เป็นชุมชนชาติพันธุ์ที่มีมรดกภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมผ้าไหมสีธรรมชาติขึ้นชื่อ ปัจจุบันชุมชนต้องการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ยกระดับชีวิตของคนในชุมชน แต่ด้วยเพราะที่ผ่านมา กิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชนยังไม่โดดเด่นเท่าที่ควร ทำให้ยังไม่เป็นที่รู้จักและยังไม่น่าสนใจมากพอจากนักท่องเที่ยวเพราะชุมชนขาดทักษะในการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ขาดทักษะการจัดการองค์ความรู้ การวางแผนการทำงาน การตั้งเป้าหมายในการดำเนินการ ขาดทักษะด้านการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนขาดทักษะการนำต้นทุนที่มีมาพัฒนากิจกรรมสร้างสรรค์ซึ่งเป็นปัจจัยความสำเร็จของชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (ฐิติมา อังกรวัชรพันธุ์ และ กิ่งกนก เสาวภาวงศ์, 2561) ดังนั้นการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง บ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่เป็นอย่างสูง

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง บ้านโนนทัน อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู
2. เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง บ้านโนนทัน อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู
3. เพื่อประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง บ้านโนนทัน อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู



การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดมรดกภูมิปัญญาชุมชน (Community Wisdom Heritage) เป็นความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคนเราผ่านกระบวนการศึกษา สังเกตคิดวิเคราะห์จนเกิดปัญญา และตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากความรู้เฉพาะหลาย ๆ เรื่อง ความรู้ดังกล่าวไม่ได้แยกย่อยออกมาเป็นศาสตร์ เฉพาะสาขาวิชา เป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในสังคม ชุมชน โดยถูกใช้เพื่อพัฒนาในท้องถิ่น มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ คือ 1) เป็นความรู้และระบบความรู้ 2) เกิดจากการสั่งสม การเข้าถึงความรู้ และการกระจายความรู้ 3) การถ่ายทอดความรู้และระบบความรู้ และ 4) การสร้างสรรค์และการปรับปรุงภูมิปัญญาความรู้ สามารถแบ่งแยกเพื่อการวิเคราะห์องค์ประกอบของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้เป็น 4 ระดับ คือ องค์ความรู้ในเรื่องอาหารและยา องค์ความรู้ในเรื่องระบบการผลิตและการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิปัญญาพื้นบ้านที่ปรากฏในรูปของความเชื่อพิธีกรรม จารีตประเพณี และวิถีปฏิบัติ และวิถีคิด ประกอบด้วย 11 สาขา

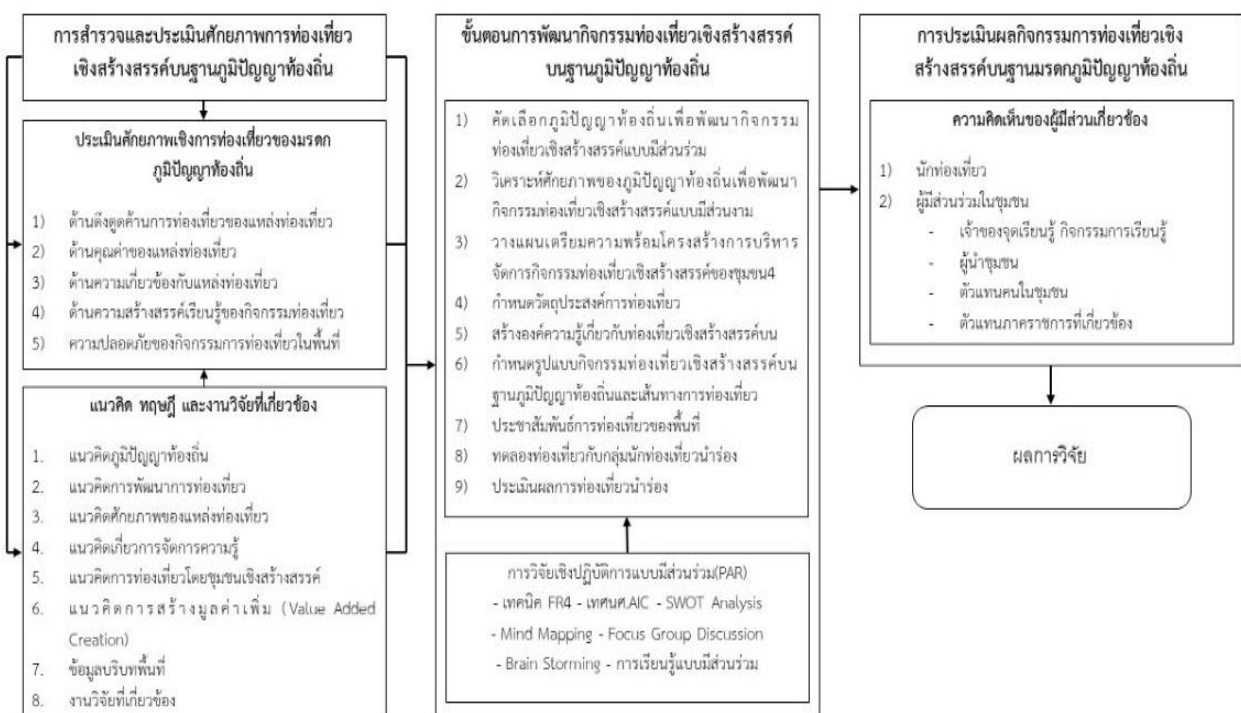
แนวคิดศักยภาพเชิงการท่องเที่ยว (Tourism Potential) หมายถึง ความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยมีหลักเกณฑ์การพิจารณาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับมรดกทางวัฒนธรรม ได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐาน ไว้ 3 ด้านดังนี้ (1) ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว พิจารณาลักษณะ ด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี 3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้ 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่น (2) ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว (3) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีเกณฑ์การพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่ ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สะอาดขึ้นพื้นฐาน และ ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยการนำทุนวัฒนธรรมมาประยุกต์ใช้ ในบริบทของประเทศไทยควรมี 5 ขั้นตอนคือ 1) การค้นหาอัตลักษณ์และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรมหรือการเรียนรู้ตนเองซึ่งครอบคลุมการวิเคราะห์ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมวิถีชีวิต ศิลปะ ประเพณี ภูมิปัญญา 2) การค้นหาความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างเนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวสามารถลอกเลียนแบบได้ง่ายดังจะเห็นได้จากผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันซึ่งสามารถพบเห็น ได้ทั่วไป 3) การหยั่งรู้ความต้องการของตลาดในเชิงลึกปัจจุบันนักท่องเที่ยวในแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปสู่การเดินทางท่องเที่ยวกลุ่มเล็กความต้องการของผู้บริโภคมีลักษณะเป็นปัจเจกนิยมมากขึ้น จึงจำเป็นต้องค้นหาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว 4) การสร้างเสริมคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หมายถึง การทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีความน่าสนใจตั้งแต่การออกแบบแนวคิดผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์ รวมถึงการบริการและการสร้าง



ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อขยายโอกาสในการขายสินค้าที่ระลึกด้วยมูลค่าที่สูงขึ้น และ 5) การปรับเปลี่ยนกลวิธีการพัฒนาตลาดหมายถึง การเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิมและความเป็นตัวตนเข้ากับความเป็นปัจจุบัน (ภูริวัจน์ เดชอ้อม, 2556) นอกจากนี้ การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวต้องนำเสนอและสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมของพื้นที่จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นทุนทางวัฒนธรรมที่ชุมชนมีอยู่ เพื่อเพิ่มคุณค่าแห่งการท่องเที่ยว โดยทุนทางวัฒนธรรมที่นำพัฒนากิจกรรมและบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้ 7 ด้าน คือ 1) ประวัติศาสตร์ 2) ชาติพันธุ์ 3) โบราณสถาน 4) โบราณวัตถุ 5) วัฒนธรรม 6) ภูมิปัญญาท้องถิ่นและปราชญ์ชุมชน และ 7) วิถีเกษตรกรรม (ธงชัย ภูวนาถวิจิตร, 2560) ส่วนแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยอาศัย 4 เทคนิคหลัก ดังนี้ 1) การอนุรักษ์ คือ การรักษาสิ่งที่เหลืออยู่เพียงเล็กน้อยให้คงอยู่สืบต่อไป เช่น การอนุรักษ์ประเพณีรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่ การลงแขกเกี่ยวข้าวหรือการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ เป็นต้น 2) การฟื้นฟู คือ การนำสิ่งที่สูญหายไปแล้วให้กลับมาอีก เช่น การฟื้นฟูการละเล่นไทยโบราณ การฟื้นฟูเกษตรแบบผสมผสาน การฟื้นฟูประเพณีก่อกองทราย เป็นต้น 3) การประยุกต์ คือ การนำสิ่งเดิมมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับยุคสมัยเช่น ประยุกต์การบวชพระเป็นการบวชป่าเพื่อให้เกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ 4) การสร้างใหม่ คือ การคิดค้นสิ่งใหม่จากฐานความรู้ดั้งเดิม เช่น การสร้างชลประทานแทนเหมืองฝาย การผลิตเตาแก๊สแทนเตาถ่าน เป็นต้น (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2554)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่1: กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Action Research) ผู้วิจัยได้กำหนดให้ตัวแทนและสมาชิกชุมชนโนนทันหมู่ 4 (บ้านถ้ำกลองเพล) เป็นผู้ร่วมวิจัยและผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงจากเกณฑ์บทบาทและผู้นำโดยธรรมชาติ ตลอดจนความสนใจเข้าร่วมโดยสมัครใจ ซึ่งประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มแม่บ้าน ราษฎรชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ประชาชน และตัวแทนภาคราชการ และการ กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวด้วยการสุ่มแบบบังเอิญ เพื่อประเมินผลกิจกรรมการท่องเที่ยวที่พัฒนาขึ้นร่วมกับข้อมูลจากการเวทีแสดงความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งกระบวนการวิจัย มีดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชน โดยการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชนในมิติการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มชุมชนนักปฏิบัติโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง จากเกณฑ์บทบาทและผู้นำโดยธรรมชาติ จำนวน 23 คน ตลอดจนสมาชิกชุมชนที่สนใจเข้าร่วมโดยสมัครใจ จำนวน 200 คน เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชนด้วยแบบประเมินที่พัฒนาขึ้น เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และข้อมูลปริมาณด้วยแบบสอบถาม มีรายละเอียดคือ

1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เก็บข้อมูลจากสมาชิกชุมชนในพื้นที่โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 200 คน ด้วยแบบสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชน โดยประยุกต์ใช้แนวทางการจัดการภูมิปัญญาชุมชนเชิงสร้างสรรค์ และการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative) เก็บข้อมูลด้วยสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสนทนากลุ่มของชุมชนนักปฏิบัติ ประกอบด้วย ราษฎรชาวบ้าน ผู้นำชุมชน และแกนนำด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน โดยวิธีการเลือกแบบเจาะจงจำนวน 23 คน โดยใช้เกณฑ์การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนเป็นหลัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชน

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนร่วมกับชุมชนนักปฏิบัติที่เลือกแบบเจาะจง จำนวน 23 คน โดยดำเนินการ การคัดเลือก วิเคราะห์ศักยภาพ การวางแผนด้านโครงสร้างกลุ่ม กำหนดวัตถุประสงค์การดำเนินการ การรวบรวมองค์ความรู้ด้วยเทคนิคการจัดการความรู้ กำหนดรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชน การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวด้วยการมีส่วนร่วม การจัดอบรมความรู้ และการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยใช้เทคนิคกระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation-Influence-Control : A-I-C) การวิเคราะห์ SWOT Analysis การระดมความคิดเห็น มีรายละเอียดดังนี้



1) นำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสังเคราะห์ต่อการประชุมระดมความคิดเห็นเพื่อเปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชน

2) เปิดเวทีระดมความคิดเห็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนที่เหมาะสม ประกอบด้วย ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน แกนนำด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน และสมาชิกชุมชนที่สนใจ จำนวน 45 คน

3) นำแนวทางการพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนที่เหมาะสมที่ได้จากการสรุปและเสนอแนะจากการระดมความคิดเห็นต่อเวทีระดมความคิดเห็นอีกครั้งเพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) นำไปปฏิบัติ

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินและปรับปรุงรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน โดยการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมกิจกรรมในพื้นที่ที่ได้จากการสุ่มแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจและแบบการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ร่วมกับการประเมินผลผลิตและผลลัพธ์การดำเนินกิจกรรมพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชน จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนนักปฏิบัติ เพื่อเก็บข้อมูลเพื่อไปปรับปรุงและพัฒนา กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาการท่องเที่ยวของชุมชนต่อไป

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล โดยในเบื้องต้นจะตรวจสอบในเรื่องความครบถ้วนของข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษาข้อมูลคุณภาพจะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) รวมทั้งตรวจสอบความพอเพียงของข้อมูลอีกครั้ง โดยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Methodological triangulation) ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณจากกิจกรรมการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. ผลการสำรวจและประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียงบ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า ชุมชนบ้านโนนทัน อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู เป็นชุมชนชาติพันธุ์ที่มีความหลากหลายจากกลุ่มคนที่อพยพเข้าไปในพื้นที่หลายครั้งจึงเป็นพื้นที่ที่มีมรดกภูมิปัญญาชุมชนที่โดดเด่น ก่อตั้งชุมชนขึ้นในช่วงปลายสมัยธนบุรี จากกลุ่มคนลาวเวียงในช่วงแรกในยุคสมัยสงครามเวียงจันทน์ ในช่วงปลายรัชสมัยกรุงธนบุรี ปัจจุบันถือเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่ยังคงสืบสานและอนุรักษ์อัตลักษณ์ชุมชนชาติพันธุ์ไว้ได้อย่างเหนียวแน่น พิจารณาจากวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชนที่เชื่อมโยงระหว่างประเพณี ความเชื่อ ศาสนา รวมไปถึงความหลากหลายของมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลอมรวมกันภายใต้ระบบนิเวศพื้นที่ป่าและภูเขา ผลการสำรวจมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนโนนทัน พบว่า เกิดจากการผสมผสานของวัฒนธรรมจากหลากหลายกลุ่มคน และอิทธิพลของการปรับตัวภายใต้ระบบนิเวศวัฒนธรรมชุมชนกลางป่าและ



หุบเขา ตลอดจนร่องรอยประวัติศาสตร์การต่อสู้ในยุคคอมมิวนิสต์จึงมีส่วนหล่อหลอมให้ชุมชนมีอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนอื่น เรียกตนเองว่า “วิถีคนภู” โดยมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นของชุมชนที่น่าสนใจ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1: มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นของชุมชนบ้านโนนทัน อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	รายละเอียด
มรดกภูมิปัญญาด้านศิลปกรรม	
การผลิตเครื่องดนตรีพื้นบ้าน	มีการผลิตเครื่องดนตรีพื้นบ้านหลายประเภท ปัจจุบันจัดตั้งเป็นกลุ่มอนุรักษ์กลองยาวและเครื่องดนตรีพื้นบ้านแสดงตามงานประเพณี/เทศกาลต่างๆ
การแสดงหมอลำพื้นบ้าน	เป็นการแสดงประกอบพิธีกรรมตามความเชื่อ/เคยใช้แสดงเพื่อปลุกกระตมต่อสู้ทางการเมือง ปัจจุบันใช้เป็นการแสดงเพื่อความรื่นเริงในงานเทศกาลหรือประเพณี
การแสดงรำวงคองก้า	เป็นการละเล่นที่นิยมมากในช่วงที่ดำเนินชีวิตในป่า มีจุดเด่นคือ การยกไหล่และการทิ้งสะโพก ปัจจุบันการละเล่นเพื่อการอนุรักษ์และถ่ายทอดความรู้
มรดกภูมิปัญญาด้านเกษตรกรรม	
การทำสวนวนเกษตร	ชุมชนตั้งอยู่ในพื้นที่สูงสลับพื้นที่ลาดชันถึงลาดลึก จึงการปลูกผสมผสานกับป่าธรรมชาติ และกลายเป็นรูปแบบเฉพาะสวนป่าแบบผสมผสานเป็นองค์ความรู้ และเทคนิคการทำสวนผลไม้เพื่อใช้ประโยชน์จากไม้ป่าและสวน
การทำนาตามไหล่เขา	การทำนาปลูกข้าวจึงปรับใช้ประโยชน์จากพื้นที่ราบระหว่างเขาให้กลายเป็นนาแบบลาดเอียง ปลูกข้าวเหนียวพันธุ์ท้องถิ่นต่าง ๆ อาทิ พันธุ์สันป่าตอง ข้าวเหนียวลิ้มผัว ข้าวเหนียวดำ
การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร	เป็นวิถีการผลิตเพื่อไว้บริโภคและจำหน่าย ปัจจุบันจัดตั้งเป็นกลุ่มสัมมาชีพเพื่อผลิตเป็นรายได้เสริม โดยเน้นนำผลผลิตทางการเกษตรที่มากเกินไปหรือล้นตลาดมาแปรรูป
สวนเกษตรอินทรีย์	เป็นรูปแบบการจัดการพื้นที่ส่วนร่วมที่ได้รับพระราชทานจาก สมเด็จพระราชินี รัชกาลที่ 9 ให้กับเกษตรกร เน้นการปลูกพืชผักสวนครัวด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ ต้นแบบของชุมชน
มรดกภูมิปัญญาด้านโภชนาการและอาหารท้องถิ่น	
อาหารจากหน่อไม้	เป็นอาหารพื้นบ้าน โดยมีส่วนผสมพิเศษที่ได้จากป่า อาทิ “อีลอก” หรือ “บอนหวาน” หรือ “ห่วยป่า” นิยมทานตลอดปี ด้วยการแปรรูปถนอมไว้ในรูปแบบต่างๆ
อาหารจากเห็ด	ด้วยชุมชนอยู่กลางป่า ในฤดูฝนจะมีเห็ดหลายชนิดให้เก็บเป็นอาหารและสร้างรายได้ บางชนิดมีราคาแพงมาก ปัจจุบันสามารถแปรรูปถนอมไว้เพื่อกินหรือขายสร้างรายได้ในฤดูแล้งได้
อาหารจากอึ่งอ่าง	ในต้นฤดูฝนจะมีอึ่งอ่างจำนวนมากนิยมไปจับมาทำอาหาร หรือนำมาขายสด ส่วนที่เหลือก็แปรรูปหรือถนอมไว้กินในฤดูอื่น ๆ อาทิ อึ่งย่าง อึ่งรมไฟ หม่าอึ่ง ปลาแดกอึ่ง (ปลาร้าอึ่งอ่าง)
แกงบกมี้	เป็นอาหารคาวประกอบพิธีงานบุญ โดยใช้ขนุนอ่อนผานแช่น้ำก่อนเอาไปแกงกับเนื้อหมู และใส่ผักท้องถิ่นต่าง ๆ
การหลาม	เป็นวิธีการปรุงอาหารด้วยกระบอกไม้ไผ่ โดยเอาส่วนผสมคุกเคล้ากันแล้วนำไปกรอกในกระบอกไม้ไผ่ ปิดปากกระบอกด้วยใบตองแล้วนำไปเผาไฟ ที่ใช้กับอาหารหลายชนิด



มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	รายละเอียด
ข้าวโป่ง	เป็นขนมในประเพณีบุญเดือนสี่ ทำจากข้าวเหนียวนํามาปั้นแล้วตำในครกกระเดื่อง โดยจะตำผสมรากสมุนไพรร (ตดหมูตดหมา) เพื่อทำให้เกิดกลิ่นเฉพาะ นำไปปิ้งจนสุก
ข้าวแดกงา	เป็นขนมโบราณสำหรับพิธีในเดือนอ้าย เดือนเจ็ด และเดือนเก้า ทำจากข้าวเหนียวหนึ่ง ผสมน้ำอ้อย งา โดยนำข้าวไปนึ่งให้สุกแล้วนำไปส่วนผสมอื่น ๆ ไปตำคลุกจนเหนียวติดไม้พาย
การบองปลาแร่	เป็นอาหาร โดยนำปลาร้ามาสับให้ละเอียดและใส่ตะไคร้ ข่า พริก ใบมะกรูด และมะนาวรับประทานกับ “ถั่วแระ” หรือ “มะเตี๋ย” เรียกเมี่ยงปลาแดกบอง (เมี่ยงปลาร้าบอง)
มรดกภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม	
การทอผ้าพื้นเมือง	เป็นมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นที่สุดของชุมชน มีเคยได้รับการส่งเสริมจากโครงการพระราชดำริฯ ขณะที่ทรงเสด็จนมัสการหลวงปู่ขาว อนาลโย ที่วัดถ้ำกลองเพล ในปี พ.ศ. 2525
หม่อนไหม	มีจุดริเริ่มโครงการพระราชดำริฯ ในปี พ.ศ. 2525 โดยโปรดให้คัดเลือกช่างทอไปเรียนรู้ที่ศูนย์ศิลปาชีพ ก่อนกลับมาทำต่อ
การทำจักสานไม้ไผ่	เนื่องจากในบริเวณตั้งชุมชนมีไม้ไผ่หลากหลายชนิด จึงมีการนำมาใช้ประโยชน์ในการจักสานทำข้าวของเครื่องใช้ เป็นภาชนะต่าง ๆ ปัจจุบันมีการจัดวางจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว
มรดกภูมิปัญญาด้านการแพทย์พื้นบ้าน	
ภูมิปัญญาการแพทย์พื้นบ้าน	ชุมชนตั้งในภูมิประเทศกลางภูเขา สมัยก่อนเดินทางไปรักษายากลำบาก จึงนิยมใช้วิธีการรักษาความเจ็บป่วยหลายแบบโดยการใช้สมุนไพร การเป่า การนวด การอาบ ร่วมกับพิธีกรรมทั้งหมดมักจะใช้สมุนไพรจากป่าเป็นหลัก
มรดกภูมิปัญญาด้านพิธีกรรม ประเพณี และความเชื่อ	
การบายศรีสู่ขวัญ	เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับพิธีกรรมเรียกว่า “การสู่ขวัญ” หรือ “สวดขวัญ” สวดเพิ่มมงคลตามฮีตคองของวิถีคนอีสาน มีความเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาการเย็บใบตองบายศรีและการสวดขวัญภาษาถิ่น ใช้ประกอบพิธีมงคลเพื่อเชิญขวัญ(จิตวิญญาณ) ให้ความสุขปลอดภัย และมงคลแก่ผู้เข้าร่วมพิธี
การฟ้อนเอ็นขวัญ	เป็นการฟ้อนรำประกอบพิธีโดยแสดงหลังจากเสร็จพิธีสวดเชิญขวัญแล้ว เชื่อว่าเป็นการนำส่งจิตวิญญาณที่เคารพต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ในป่า
บุญเบิกฟ้า	เป็นพิธีกรรมสำคัญที่จัดขึ้นในวันที่ 2 มกราคมของทุกปีเพื่อบวงสรวงที่เครือข่ายต้องเข้าร่วมพิธีกรรมทุกปี มีพิธีสวดมงคลบ้าน การฟ้อนรำเบิกขวัญและการรำเบิกฟ้า
บุญประเพณีตามฮีต คอง	เป็นพิธี 12 เดือนสำคัญคล้ายคลึงกับชุมชนอีสานอื่น ๆ แต่จะแตกต่างกันในส่วนองกิจกรรม ปัจจุบันยังสืบสานประเพณีฮีตสิบสองอย่างครบถ้วน
คองสิบสี่	เป็นคติ หลักปฏิบัติ 14 ข้อ ถือเป็นหลักธรรมในการครองบ้านครองเรือนที่ควรปฏิบัติ ซึ่งหากใครที่ถือปฏิบัติอย่างเคร่งครัดแล้วนับเป็นบุคคลอยู่ในศีลในธรรมเป็นที่เคารพนับถือของคนทั่วไป

ผลการประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง บ้านโนนทัน อำเภอมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.48) โดยศักยภาพด้าน



คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น มีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.70$, S.D. = 0.49) ศักยภาพด้านการจัดการและการพัฒนาเป็นจุดท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.27$, S.D. = 0.44) และศักยภาพด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.43) ตามลำดับ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ศักยภาพด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น ความต่อเนื่องในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้มีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$, S.D. = 0.57) ส่วนศักยภาพด้านการจัดการและการพัฒนาเป็นจุดท่องเที่ยวในด้านโอกาสการพัฒนาเป็นจุดท่องเที่ยว และเรียนรู้ในชุมชน มีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.71) และ ศักยภาพด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบมีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.88) ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2: ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู (n=200)

องค์ประกอบ	ผลการประเมิน		แปลค่า
	$\bar{X}$	S.D.	
ศักยภาพด้านคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม	4.70	0.49	มากที่สุด
ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้	4.55	0.65	มากที่สุด
ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีของชุมชน	4.96	0.71	มากที่สุด
ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม	4.38	0.30	มากที่สุด
ความต่อเนื่องในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้	4.98	0.57	มากที่สุด
ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้	4.87	0.88	มากที่สุด
ความผูกพันต่อท้องถิ่น	4.53	0.41	มากที่สุด
ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์พื้นที่	4.66	0.52	มากที่สุด
ศักยภาพด้านกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.21	0.43	มากที่สุด
ความหลากหลายของจุดท่องเที่ยวและเรียนรู้ในชุมชน	4.56	0.65	มากที่สุด
ความเกี่ยวข้องของวัฒนธรรมท้องถิ่นกับแหล่งท่องเที่ยว	4.02	0.71	มาก
ความปลอดภัยของกิจกรรมของการเรียนของนักท่องเที่ยว	4.45	0.30	มากที่สุด
ความเชื่อมโยงของจุดท่องเที่ยวและเรียนรู้ในชุมชน	4.12	0.57	มาก
ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวโดยรอบ	4.67	0.88	มากที่สุด
ความสามารถในการเข้าถึงจุดท่องเที่ยวและเรียนรู้ในชุมชน	3.89	0.41	มาก
ด้านความสมบูรณ์และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	3.76	0.52	มาก



ศักยภาพด้านการจัดการและการพัฒนาเป็นจุดท่องเที่ยว	4.27	0.44	มากที่สุด
ด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม	4.25	0.43	มากที่สุด
ด้านการบริหารจัดการ	4.11	0.65	มาก
ด้านโอกาสการพัฒนาเป็นจุดท่องเที่ยวและเรียนรู้ในชุมชน	4.45	0.71	มากที่สุด
รวม	4.40	0.48	มากที่สุด

ผลการประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชน บ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู ด้วยเทคนิค การวิเคราะห์ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวชุมชนแบบมีส่วนร่วม จำแนกประเภทมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชน บ้านโนนทัน ด้านหัตถกรรมมีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.95$, S.D. = 0.31) รองลงมาได้แก่ มรดกภูมิปัญญาด้านพิธีกรรม ประเพณี และความเชื่อ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.64) มรดกภูมิปัญญาด้านศิลปกรรม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.82) มรดกภูมิปัญญาด้านโภชนาการและอาหารท้องถิ่น อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.83) มรดกภูมิปัญญาด้านเกษตรกรรม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.74$, S.D. = 0.69) และมรดกภูมิปัญญาด้านการแพทย์พื้นบ้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = 0.47) ตามลำดับ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3: ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชน บ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู (n = 200)

ประเภทมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น	$\bar{X}$	S.D.	แปลค่า
มรดกภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม	4.95	0.31	มากที่สุด
มรดกภูมิปัญญาด้านพิธีกรรม ประเพณี และความเชื่อ	4.65	0.64	มากที่สุด
มรดกภูมิปัญญาด้านศิลปกรรม	4.48	0.82	มากที่สุด
มรดกภูมิปัญญาด้านโภชนาการและอาหารท้องถิ่น	4.41	0.83	มากที่สุด
มรดกภูมิปัญญาด้านเกษตรกรรม	3.74	0.69	มาก
มรดกภูมิปัญญาด้านการแพทย์พื้นบ้าน	3.68	0.47	มาก

2. ผลการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง บ้านโนนทัน จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่า จากผลการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพมรดกภูมิปัญญาชุมชนเพื่อพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชน บ้านโนนทัน โดยยึดเกณฑ์ศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวและความพร้อมต่อการกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยใช้เทคนิค การร่วมวิเคราะห์ประเมินตนเองแบบมีส่วนร่วม (PAR) การวิเคราะห์ SWOT analysis และเวทีการประชุมกลุ่มย่อย พบว่า ชุมชนมีความโดดเด่นทางด้านมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นและมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่สามารถพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมได้ โดยมีศักยภาพเชิงการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) มีประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ คือ วัดถ้ำกลองเพล (2) มีมรดกภูมิปัญญาด้านพิธีกรรม ประเพณี และความเชื่อ



ประกอบด้วยการบายศรีสู่ขวัญ การพ้อนรำเชียวขวัญ บุญเบิกฟ้า บุญประเพณีตามฮีตที่เข้มแข็ง (3) เป็นชุมชนที่แหล่งมรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองที่โดดเด่นมีชื่อเสียง (4) มีกลุ่มผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ระดับชุมชนจำนวนมาก (5) ชุมชนเคยได้รับการพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวโฮมสเตย์ และ (6) เป็นชุมชนที่อยู่ในหุบเขามีทิวทัศน์สวยงาม ทั้งนี้ผลการประเมินคัดเลือกมรดก ภูมิปัญญาชุมชนเพื่อพัฒนากิจกรรมชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมมีมติคัดเลือก “มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมือง” ด้วยเพราะมีศักยภาพสูงสุด มีลักษณะเป็นงานช่างฝีมือดั้งเดิมที่มีคุณค่า สะท้อนประวัติศาสตร์ของกลุ่มชน อีกทั้ง ยังเป็นสิ่งที่ยังคงบอกถึงตัวตนที่ชุมชนภูมิใจที่สุด มีความสำคัญในฐานะเครื่องแสดงออกถึง ความเป็นมาของชุมชน มีคุณค่าประวัติศาสตร์ที่นำไปสู่ การต่อยอดสร้างสรรค์ได้ ดังนั้นผลการประชุมเพื่อพัฒนากิจกรรมชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนจึงมีมติตกลงในการนำมรดกภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมทอผ้าพื้นเมืองมาพัฒนาต่อยอดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาเป็น “พิพิธภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองและแหล่งเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของชุมชน” ในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีการเตรียมการโดยการจัดตั้งกลุ่ม/ กำหนดเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาการจัดตั้งกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยวมรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองของชุมชนขึ้น มีสมาชิกร่วมปฏิบัติการ 45 คน โดยมีเป้าหมายสำคัญคือ เพื่ออนุรักษ์ พื้นฟูมรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองของชุมชนสู่การท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจชุมชนให้เป็นรายได้ อาชีพ และเป็นแหล่งเรียนรู้แก่บุคคลทั่วไปสนใจ ภายใต้แนวคิด “แหล่งเรียนรู้มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมือง บ้านถ้ำกลองเพล”

ผลจากกิจกรรมการจัดการความรู้เพื่อรวบรวมองค์ความรู้มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายคือ เพื่ออนุรักษ์ พื้นฟูมรดกภูมิปัญญาการทอของชุมชนสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มให้เป็นรายได้ อาชีพ และเป็นแหล่งเรียนรู้แก่บุคคลทั่วไปสนใจ ภายใต้แนวคิด “แหล่งเรียนรู้มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมือง บ้านถ้ำกลองเพล” โดยใช้กิจกรรมการจัดการความรู้ของผู้มีส่วนได้เสียภายในชุมชน ได้แก่ ประชาชนชาวบ้านผู้อาวโส สมาชิกกลุ่มพัฒนาการท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน ตัวแทนส่วนท้องถิ่น และนักวิจัยจากสถาบันการศึกษา เพื่อร่วมสร้างความรู้มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองเพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดการจัดการความรู้ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว โดยมี 4 ขั้นตอนสำคัญ คือ 1) ขั้นตอนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (Socialization) เพื่อถ่ายโอนถ่ายความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคล และแลกเปลี่ยนความรู้ และประสบการณ์โดยตรงระหว่างตัวบุคคลหรือระหว่างกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียภายในชุมชน โดยใช้การสนทนา (Dialogue) การพูดคุยกัน การประชุมชนกลุ่มย่อยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ (Forum) และนำไปสู่การจัดตั้งชุมชนนักปฏิบัติ (Community of Practices – CoP) ที่มีสมาชิกร่วมปฏิบัติการ 23 คน 2) ขั้นตอนการสกัดความรู้ (Externalization) เพื่อถ่ายโอนและถ่ายทอดความรู้ที่อยู่ในตัวบุคคลออกมาสู่สมาชิกกลุ่มเพื่อร่วมกันปฏิบัติการ ก่อให้เกิดการถ่ายทอดความรู้จากประสบการณ์ของประชาชนชาวบ้านด้านการทอผ้าพื้นเมืองผู้อาวโส ผู้รู้และผู้เชี่ยวชาญออกมาสู่สมาชิกกลุ่ม และมีการจัดเก็บความรู้มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองบ้านถ้ำกลองเพลอย่างเป็นระบบในรูปแบบ “พิพิธภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองและแหล่งเรียนรู้ชุมชน” 3) ขั้นตอนการผนวกความรู้ (Combination) คือ การที่สมาชิกร่วมปฏิบัติการได้มีกิจกรรมการเรียนรู้และเสาะแสวงหาความรู้ใหม่ๆ จากสิ่งแวดล้อมภายนอก ทั้งนี้ได้เชิญบุคคลภายนอกเข้ามาจัดกิจกรรมให้ความรู้เรื่อง สี ลายผ้า การทอ



และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับและเชื่อมโยงความรู้จากทั้งภายนอกและภายในชุมชนอย่างเป็นระบบ และเป็นหมวดหมู่ที่ชัดเจน เพื่อประโยชน์ในการนำไปใช้ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนต่อไป และ 4) ขั้นตอนการฝังหรือผนึกความรู้ (Internalization) เพื่อเปลี่ยนแปลงความรู้ไปสู่การเพิ่มทักษะ ความรู้ แก่สมาชิกร่วมปฏิบัติการเพื่อนำสู่ปฏิบัติจริง ในกิจกรรมการผลิตและการนำเสนอในรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองชุมชนโนนทัน ทั้งนี้ ผลการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนจากกิจกรรมการสร้างความรู้มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมือง เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่กิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สรุปได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4: การสร้างฐานการเรียนรู้จากมรดกภูมิปัญญาการทอผ้าเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ฐานการเรียนรู้	องค์ความรู้	คุณค่าโดดเด่น
การทอผ้า “สามกษัตริย์”	มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “สามกษัตริย์”	มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมด้านหัตถกรรมที่บ่งชี้ภูมิศาสตร์บ้านถ้ำกลองเพล
การทอผ้า “มัดหมี่”	มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “มัดหมี่”	มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมด้านหัตถกรรมที่บ่งชี้ภูมิศาสตร์บ้านถ้ำกลองเพล
การทอผ้า “ซิดโตงเตง”	มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “ซิดโตงเตง”	ภูมิปัญญาการทอผ้าดั้งเดิม ด้วยเทคนิคการทอเก็บซิดโบราณเสี่ยงสูญหาย
การย้อมสีธรรมชาติ	การใช้ประโยชน์และจัดการความยั่งยืนทรัพยากรธรรมชาติเพื่องานหัตถกรรมท้องถิ่น	ภูมิปัญญาดั้งเดิมด้วยเทคนิคการสร้างสีจากวัสดุธรรมชาติ ทั้งเปลือกไม้ ใบไม้ ตลอดจนสีจากดิน หรือการหมักโคลนเพื่อเพิ่มคุณสมบัติทอผ้าพื้นเมือง
การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม	การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม	ภูมิปัญญาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่ได้รับการส่งเสริมอาชีพจากโครงการพระราชดำริฯ ศูนย์ศิลปาชีพ
การอนุรักษ์ป่าและแปลงปลูกฝ้าย 3 สี	วิธีการย้อมสีและแปลงปลูกฝ้าย 3 สี	ภูมิปัญญาการสร้างสีจากวัสดุธรรมชาติ และแปลงสาธิตการปลูกฝ้าย
การเรียนรู้เทคนิคสร้างลวดลายและการทอ	เทคนิคการสร้างลวดลายและการทอ	เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม
ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์และของฝาก	การแปรรูปและการตลาด	การพัฒนาผลผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมอาชีพ และรายได้ของชุมชน



นอกจากนี้ ชุมชนได้พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิด “ตามรอยมรดกภูมิปัญญาผ้าทอบ้านฉ้า” ในรูปแบบ “ONE-DAY TRIP” ดังตารางที่ 5

ตารางที่5: เส้นทางการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง บ้านโนนทัน อำเภอมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

ฐานการเรียนรู้	กิจกรรม
กิจกรรมที่ 1	กล่าวต้อนรับ แนะนำกิจกรรมและเส้นทางการเรียนรู้ โดยมีคหุเทศก์ท้องถิ่น
กิจกรรมที่ 2	ชมวิถีชีวิตของคนชุมชนภายใต้ระบบนิเวศวัฒนธรรมที่เป็นแหล่งที่มาของภูมิปัญญาผ้าทอ
กิจกรรมที่ 3	ชมกิจกรรมการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “สามกษัตริย์” ที่พิพิธภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่น
กิจกรรมที่ 4	ชมกิจกรรมการทอผ้า “มัดหมี่”
กิจกรรมที่ 5	ชมกิจกรรมการทอผ้า “ซิดโตรงเตง”
กิจกรรมที่ 6	เยี่ยมชมวัดถ้ำกลองเพล นมัสการอิฐธาตุ และพระธาตุหลวงปู่ขาว อนาลโย
กิจกรรมที่ 7	ชมกิจกรรมและเรียนรู้การย้อมสีธรรมชาติ
กิจกรรมที่ 8	ชมการอนุรักษ์วัสดุการย้อมสีและแปลงปลูกฝ้าย 3 สี จุดชมวิว ลานหินลาด
กิจกรรมที่ 9	ชมกิจกรรมและเรียนรู้ฐานการปลูกหม่อน เลี้ยงไหม
กิจกรรมที่ 10	ชมกิจกรรมการเรียนรู้เทคนิคการสร้างลวดลายและการทอ
กิจกรรมที่ 11	ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน

3. การประเมินผลการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง บ้านโนนทัน อำเภอมือง จังหวัดหนองบัวลำภู

ผลประเมินกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานของมรดกภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียง ชุมชนบ้านโนนทัน อำเภอมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ที่พัฒนาขึ้นโดยประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชมกิจกรรมในพื้นที่ จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์พัฒนาขึ้นบนฐานมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนบ้านโนนทันและแบบการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ ดังตารางที่ 6

ตารางที่6: ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมท่องเที่ยวจากฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนโนนทัน (n=400)

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนโนนทัน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “สามกษัตริย์”	3.98	0.42	ระดับมาก
ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “มัดหมี่”	4.09	0.32	ระดับมาก
ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “ซิดโตรงเตง”	3.96	0.31	ระดับมาก
ฐานการศึกษาการย้อมสีธรรมชาติ	3.92	0.37	ระดับมาก
ฐานการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม	3.84	0.31	ระดับมาก
ฐานการอนุรักษ์วัสดุการย้อมสีและแปลงปลูกฝ้าย 3 สี	4.15	0.51	ระดับมาก
ฐานการเรียนรู้เทคนิคการสร้างลวดลายและการทอ	4.25	0.67	ระดับมากที่สุด



กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ชุมชนโนนทัน	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ฐานการแปรรูปและการตลาด	4.17	0.23	ระดับมาก
รวม	4.05	0.39	ระดับมาก

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นบนฐานมรดก ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนโนนทันต่างๆ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นในภาพรวม ระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 0.39) เมื่อพิจารณารายกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้น พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานการเรียนรู้เทคนิคการสร้างลวดลายและการทอ มีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.67) รองลงมาคือ ฐานการแปรรูปและการตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.23) ฐานการอนุรักษ์วัสดุการย้อมสีและแปลงปลูกผ้าย 3 สี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$, S.D. = 0.51) ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “มัดหมี่” อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.32) ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “สามกษัตริย์” อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.98$, S.D. = 0.42) ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “จิตโดงเตง” อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 0.31) ฐานการศึกษาการย้อมสีธรรมชาติ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$, S.D. = 0.37) และ ฐานการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม มีค่าต่ำสุด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = 0.31) ตามลำดับ ทั้งนี้ จากการเก็บข้อมูลด้วยคำถามปลายเปิด ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวเพื่อขอคำแนะนำเพื่อพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวแต่ละฐานการเรียนรู้ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ได้ข้อสรุปคำแนะนำเพื่อพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้เหมาะสม ด้วยการปรับกระบวนการถ่ายทอดให้ง่ายขึ้นเพราะแต่ละฐานการเรียนรู้ยากแก่การเรียนรู้ และต้องใช้เวลามากเกินไป ซึ่งกลุ่มสมาชิกพร้อมผู้เกี่ยวข้องก็ได้นำไปปรับปรุงต่อไป ทั้งนี้ จากการเก็บข้อมูลด้วยคำถามปลายเปิด ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวเพื่อขอคำแนะนำเพื่อพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวแต่ละฐานการเรียนรู้ให้เหมาะสมยิ่งขึ้น ได้ข้อสรุปดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8: ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนโนนทัน

ฐานกิจกรรมการท่องเที่ยว	ปัญหา/อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ฐานที่ 1: การอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “สามกษัตริย์”	- ยากแก่การเรียนรู้	- ปรับกระบวนการถ่ายทอดให้ง่ายขึ้น
ฐานที่ 2: การอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “มัดหมี่”	- ยากแก่การเรียนรู้ - ลายจำกัด	- ปรับให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมให้มากขึ้น
ฐานที่ 3: การอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “จิตโดงเตง”	- ยากแก่การเรียนรู้ - ต้องใช้เวลามาก	- ปรับกระบวนการถ่ายทอดให้ง่ายขึ้น
ฐานที่ 4: การย้อมสีธรรมชาติ	- ร้อน/ควัน/กลิ่นเหม็น	- ปรับกระบวนการถ่ายทอดให้ง่ายขึ้น



ฐานกิจกรรมการท่องเที่ยว	ปัญหา/อุปสรรค	ข้อเสนอแนะ
ฐานที่ 5: การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม	- ไม่มีให้ดูทุกครั้ง	- วางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว
ฐานที่ 6: การอนุรักษ์วัสดุการย้อมสีและแปลงปลูกฝ้าย 3 สี	- ร้อน - ไม่มีให้ดูทุกครั้ง	- วางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับกิจกรรมท่องเที่ยวจริง
ฐานที่ 7: การเรียนรู้เทคนิคการสร้างลวดลายและการทอ	- ยากแก่การเรียนรู้ - ต้องใช้เวลามาก	- ปรับกระบวนการถ่ายทอดให้ง่ายขึ้น ให้นักท่องเที่ยวได้ปฏิบัติได้
ฐานที่ 8: การแปรรูปและการตลาด	- สินค้าไม่หลากหลาย - คุณภาพสินค้า	- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายและยกระดับมาตรฐานให้ดีขึ้น

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า ชุมชนบ้านโนนทันเป็นพื้นที่ที่มีหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนที่อพยพเข้ามาในพื้นที่หลายครั้ง จนกลายเป็นชุมชนที่มีมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นโดดเด่นหลายด้านจากมรดกวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มคน โดยเฉพาะกลุ่มคนลาวเวียงที่ยังคงยึดถือฮีตคองและระบบความเชื่อที่เข้มแข็ง กลายเป็นแหล่งสายธารทางวัฒนธรรมหลักของชุมชนนำไปสู่การสะสมองค์ความรู้แบบ “คนภู” ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีอิทธิพลต่อกระบวนการก่อเกิดองค์ความรู้และสืบทอดเป็นมรดกภูมิปัญญาชุมชน นอกจากนี้ด้วยว่าเป็นชุมชนที่มีประสบการณ์ต่อสู้ทางอุดมการณ์ทางการเมืองในยุคคอมมิวนิสต์ ร่องรอยประสบการณ์ต่างๆ จึงกลายเป็นตัวกำหนดวิถีให้มีความแตกต่างจากชุมชนอื่นๆ ในพื้นที่ใกล้เคียง สำหรับกลไกการสะสมองค์ความรู้เกิดจาก 3 ลักษณะ คือ (1) การสืบทอดจากบรรพบุรุษ (2) การประดิษฐ์คิดค้นจากประสบการณ์ของตนเอง และ (3) การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมให้เข้ากับวิถีชีวิตที่อาศัยอยู่ในป่า อย่างไรก็ตามด้วยชุมชนได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมของกลุ่มคนลาวเวียงซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่จึงถือเป็นสายใยการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาหลักที่ช่วยกำหนดแบบแผนการสะสมความรู้ภายใต้ระบบ “ธรรมชาติ - ผี - คน” นั่นคือ ธรรมชาติเป็นใหญ่ เป็นตัวกำหนดที่มาขององค์ความรู้ ก่อเกิดการสะสมเป็นองค์ความรู้ชุดก่อนของบรรพบุรุษ ความเชื่อต่อสิ่งศักดิ์สิทธิ์ลี้ลับนำไปสู่วิถีการปฏิบัติและประเพณีที่ช่วยหล่อหลอมอัตลักษณ์ชุมชนภายใต้ระบบนิเวศวัฒนธรรมในป่า ที่กลายเป็นส่วนหนึ่งของสายใยความรู้ที่ส่งต่อรุ่นปัจจุบัน ตลอดจนวนร่องรอยประวัติศาสตร์การต่อสู้ในยุคคอมมิวนิสต์ที่ซึมผสานความรู้สึกและประสบการณ์ขณะเป็นสหายได้กลายเป็นส่วนสำคัญในการหลอมรวมอัตลักษณ์เฉพาะแบบ “วิถีคนภู” นั่นเอง โดยมีมรดกภูมิปัญญาชุมชนที่โดดเด่นประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ (1) มรดกภูมิปัญญาด้านศิลปกรรม อาทิ การแสดงกลองยาว การแสดงหมอลำพื้นบ้าน การแสดงรำวงคองก้า (2) มรดกภูมิปัญญาด้านพิธีกรรม ประเพณี และความเชื่อ อาทิ การบายศรีสู่ขวัญ บุญเบิกฟ้า บุญประเพณีตามฮีตคอง (3) มรดกภูมิปัญญาด้านเกษตรกรรม อาทิ การทำสวนผลไม้แบบผสมป่าธรรมชาติ การทำนาตามไหล่เขา การทำสวนเกษตรอินทรีย์ การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร (4) มรดกภูมิปัญญาด้านโภชนาการและอาหารท้องถิ่น อาทิ อาหารจากหน่อไม้ อาหารจากเห็ด อาหารจากอึ่งอ่าง ข้าวโป่ง ข้าวแดกงา แอบกลอย แกงขนุน



การหลาม ปลาร้าบอง (5) มรดกภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม อาทิ การทอผ้า การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การทำจักสานไม้ไผ่ และ (6) มรดกภูมิปัญญาด้านการแพทย์พื้นบ้าน อาทิ ภูมิปัญญาสมุนไพร การทำลูกประคบ เป็นต้น

จากผลการวิเคราะห์และประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวมรดกภูมิปัญญาชุมชน พบว่า มรดกภูมิปัญญาชุมชนมีความโดดเด่นสามารถพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมได้ โดยมีศักยภาพเชิงการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) มีประวัติศาสตร์เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของพื้นที่ คือ วัดถ้ำกลองเพล (2) มีมรดกภูมิปัญญาด้านพิธีกรรม ประเพณี และความเชื่อ ประกอบด้วยการบายศรีสู่ขวัญ การพ่อนรำเชิดขวัญ บุญเบิกฟ้า บุญประเพณีตามฮีตที่เข้มแข็ง (3) เป็นชุมชนที่แหล่งมรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองที่โดดเด่นมีชื่อเสียง (4) มีกลุ่มผลิตและแปรรูปผลิตภัณฑ์ระดับชุมชนจำนวนมาก (5) ชุมชนเคยได้รับการพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยวโฮมสเตย์ และ (6) เป็นชุมชนที่อยู่ในหุบเขามีสวยงาม ทิวทัศน์สวยงาม ทั้งนี้ผลการประเมินคัดเลือกมรดกภูมิปัญญาชุมชนเพื่อพัฒนากิจกรรมชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมมีมติคัดเลือก “มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมือง” ด้วยเพราะมีศักยภาพสูงสุด มีลักษณะเป็นงานช่างฝีมือดั้งเดิมที่มีคุณค่าและ สามารถสื่อสารคุณค่าพื้นที่ต่อบุคคลภายนอก และสะท้อนประวัติศาสตร์ของกลุ่มชนที่ได้สืบทอดกันมาอีกทั้งเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงตัวตนที่ชุมชนภูมิใจที่สุด นำไปสู่การต่อยอดสร้างสรรค์ได้ โดยมีเป้าหมายสำคัญคือ เพื่ออนุรักษ์ พื้นฟูมรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมืองของชุมชนสู่การท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจชุมชนให้เป็นรายได้ อาชีพ และเป็นแหล่งเรียนรู้แก่บุคคลที่สนใจ ภายใต้แนวคิด “แหล่งเรียนรู้มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าพื้นเมือง บ้านถ้ำกลองเพล” 8 ฐานการเรียนรู้ ได้แก่ 1) ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “สามกษัตริย์” 2) ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “มัดหมี่” 3) ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “ขิดโตงเตง” 4) ฐานการศึกษาการย้อมสีธรรมชาติ 5) ฐานการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม 6) ฐานการอนุรักษ์วัสดุการย้อมสีและแปลงปลูกฝ้าย 3 สี 7) ฐานการเรียนรู้เทคนิคการสร้างลวดลายและการทอ และ 8) ฐานการแปรรูปและการตลาดเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว รูปแบบ “ONE-DAY TRIP” เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่อไป

ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่องิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความพึงพอใจในภาพรวม ระดับมาก โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่องิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในฐานการเรียนรู้เทคนิค การสร้างลวดลายและการทอมีค่าสูงสุดอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาตามลำดับคือ ฐานการแปรรูปและการตลาด ฐานการอนุรักษ์วัสดุการย้อมสีและแปลงปลูกฝ้าย 3 สี ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “มัดหมี่” ฐานการอนุรักษ์มรดก ภูมิปัญญาการทอผ้า “สามกษัตริย์” ฐานการอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้า “ขิดโตงเตง” ฐานการศึกษาการย้อมสีธรรมชาติ และ ฐานการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมมีค่าต่ำสุด ตามลำดับ

จากผลการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนได้แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เกิดกิจกรรมการสร้างรายได้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเกิดกลุ่มอนุรักษ์มรดกภูมิปัญญาการทอผ้าเพื่อการ



แนวปฏิบัติที่มีบทบาทและคุณค่าของทุนความรู้ความสามารถของบุคคล ทุนประเพณี ความเชื่อและการปฏิบัติ ประเพณีต่าง ๆ ของชุมชน นอกจากนี้ผลสำรวจมรดกภูมิปัญญาชุมชนโนนทันที่พบว่ายึดโยงกับสิ่งแวดล้อม กลางป่าและกลายเป็นปัจจัยหล่อหลอมระบบนิเวศวัฒนธรรมขึ้นมาใหม่ ดังนั้นสิ่งแวดล้อมของป่าจึงเป็นบ่อเกิด ขององค์ความรู้กลายเป็นมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชนที่แตกต่างจากชุมชนอื่นๆ ลักษณะดังกล่าว ประเวศ วสี (2530) อธิบายว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนามาจากประสบการณ์ชีวิตที่มีความสัมพันธ์กับสังคมและสิ่งแวดล้อม จนเกิดเป็นวัฒนธรรม แต่ละท้องถิ่นจึงมีภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่ต่างกันไปขึ้นอยู่กับเงื่อนไขภูมิโนนเป็น ตัวกำหนด ส่วน เอกวิทย์ ณ ถลาง (2544) อธิบายว่า ภูมิปัญญาของมนุษย์เกิดจากการเรียนรู้และปรับตัวเพื่อ ความอยู่รอดและการดำรงเผ่าพันธุ์ จึงถูกเรียกได้ว่าเป็นแก่นของวัฒนธรรมของชุมชน

ทั้งนี้จากผลสำรวจมรดกภูมิปัญญาชุมชน บ้านโนนทัน พบว่า มีประเพณีมรดกภูมิปัญญาชุมชนที่ยังคง เด่นชัด 6 ด้านที่ยังคงโดดเด่นถือเป็นเอกลักษณ์สำคัญของชุมชน ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับ บังอร บุญปั้น (2561) ได้ศึกษามรดกภูมิปัญญาชุมชนลาวเวียงในภาคกลาง พบว่า ชุมชนชาติพันธุ์ลาวเวียงภาคกลางมีมรดก ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่ยังคงสืบทอดกัน คือ ประเพณีและวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับ ศาสนา ได้แก่ พิธีกรรม อาทิจี ไหว้ครูบูชาเตา พิธีไหว้บูชาผี และมรดกภูมิปัญญาด้านหัตถกรรม ได้แก่ การทอ ผ้าซิ่น เป็นต้น ซึ่ง จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ (2562) พบว่า ลักษณะองค์รวมของภูมิปัญญาท้องถิ่นชุมชน ลาวเวียงในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ สามารถแบ่งตามความเด่นชัดได้ 9 ด้าน ได้แก่ ด้านเกษตรกรรมด้านอุตสาหกรรม และหัตถกรรม ด้านการแพทย์แผนไทย ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมด้านกองทุนและธุรกิจ ชุมชน ด้านศิลปกรรม ด้านภาษา และวรรณกรรม ด้านปรัชญา และ ด้านโภชนาการ อธิบายได้ว่าเป็นการ ปรับตัวทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับ พิมพ์ปฏิมา นเรศศิริกุล (2562) ที่ศึกษาการปรับตัวทางวัฒนธรรมของ ชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ในจังหวัดอ่างทอง พบว่า มีการปรับตัวทางวัฒนธรรมหลายด้าน อาทิ วัฒนธรรม ภาษาและการพูด วัฒนธรรมการแต่งกาย วัฒนธรรมที่อยู่อาศัย วัฒนธรรมการบันเทิง วัฒนธรรมการบริโภค และ พิธีกรรม ความเชื่อ มีการปรับเปลี่ยนรายละเอียดให้สอดคล้องกับยุคสมัยและเป็นมาแบบพลวัต ส่วนผล การประเมินศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้านโนนทันด้วยกระบวนการวิเคราะห์ตนเอง แบบมีส่วนร่วม พบว่า มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนมีศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวสูงมาก สะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนบ้านโนนทันมีความพร้อมมากพอที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์มรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิง สร้างสรรค์โดยศักยภาพเชิงการท่องเที่ยวของมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมยังมีศักยภาพสูงที่สุด ซึ่ง สอดคล้องกับ วรรณา เรืองปราชญ์ (2556) ที่ระบุว่า ชาวลาวเวียง มีการทอผ้าทอพื้นเมืองจากภูมิปัญญา ท้องถิ่นที่มีการสืบสานจากบรรพบุรุษ ถือเป็นมรดกภูมิปัญญาสำคัญของชุมชนชาติพันธุ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยนี้ว่า มรดกภูมิปัญญาด้านหัตถกรรมเป็นงานช่างฝีมือดั้งเดิมที่มีคุณค่าและความภูมิใจของชุมชน เป็น ภูมิปัญญาที่ชุมชนสามารถสื่อสารคุณค่าต่อบุคคลภายนอก อีกทั้งยังเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงตัวตนที่ชุมชนภูมิใจที่สุด จึงมีความสำคัญในฐานะเครื่องแสดงออกถึง ความเป็นมาของบ้านเมือง มีคุณค่าประวัติศาสตร์ความเป็นชาติ เป็นสิ่งมีคุณค่าจนชุมชนตกลงร่วมกันนำไปสู่การต่อยอดสร้างสรรค์สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ยุวรี โชคสวนทรัพย์ (2561) เสนอให้ใช้วัฒนธรรมชุมชนเพื่อพัฒนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยวิธีการนำ



วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาชาวบ้านนำมาใช้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่ง ปิรันธ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทิก (2559) อธิบายว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนควรนำเสนอ “วิถีถิ่น” เน้นความเป็นวิถีชีวิตประจำวันมากกว่าสร้างขึ้นใหม่ เช่นเดียวกับ ส่วน ญาณภา บุญประกอบ และคณะ (2560) เสนอว่า การพัฒนาชุมชนท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรเน้นจุดเด่นของมรดกภูมิปัญญาที่เป็นตัวตนของพื้นที่มาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ซึ่ง เทิดชาย ช่วยบำรุง (2554) ได้กล่าวถึงเทคนิคการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ คือ (1) การอนุรักษ์สิ่งที่เหลืออยู่เพียงเล็กน้อยให้คงอยู่สืบต่อไป (2) การฟื้นฟู คือ การนำสิ่งที่สูญหายไปแล้วให้กลับมาอีก และ (3) การประยุกต์ คือ การนำสิ่งเดิมมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับยุคสมัยเพื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ส่วน สุวิชา ศรีถน และ ปรีดา ไชยา (2559) ได้เสนอแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชน โดยการจัดตั้งกลุ่มเพื่อรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวขึ้น โดยส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาแหล่งเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของชุมชนโดยตนเอง โดยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เข้าร่วมเชิงปฏิบัติการ เพื่อร่วมคิด จัดทำแผนและดำเนินการ ตลอดจนร่วมประเมินผลร่วมกันด้วยความสมัครใจ จึงจะทำให้ทราบถึงระดับศักยภาพของกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวที่แท้จริงของชุมชน นำไปสู่การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างสมาชิกชุมชนด้วยกัน และเกิดความร่วมมือระหว่างชุมชน ทำให้สมาชิกได้รู้จักและคุ้นเคยกันมากขึ้น และเรียนรู้ประสบการณ์ที่เกิดในอดีตและร่วมวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในอนาคต เพื่อให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

การพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาการท่องเที่ยวพื้นเมืองชุมชนบ้านโนนทันนำไปสู่กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิด “ตามรอยมรดกภูมิปัญญาผ้าทอบ้านถิ่น” ในรูปแบบ “ONE-DAY TRIP” เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว เป็นผลสัมฤทธิ์ที่เกิดขึ้นจากการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมโดยจัดให้มีเวทีสนทนาพูดคุยระหว่างผู้นำ แกนนำและสมาชิกในชุมชน เป็นกระบวนการพัฒนาทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับบริบทชุมชนในลักษณะ “ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมเรียนรู้” เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน เป็นหัวใจของการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2554) ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับ ดาริน วรณทรัพย์ และคณะ (2561) ระบุว่า จะช่วยเปิดโอกาสให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม ให้ความสำคัญกับความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ที่เป็นเจ้าของบ้าน โดยเชื่อมั่นว่าการเข้ามา ร่วมเรียนรู้ทำกิจกรรมอันมีคุณค่าของชุมชน ผ่านการเชื่อมโยงของชุมชนที่พร้อมสำหรับการต้อนรับ นักท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดการจดจำและความประทับใจอย่างลึกซึ้งถึง “จิตวิญญาณ” ของพื้นที่ ต่อการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เป็นการต่อยอดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจากเดิม เช่นเดียวกับ สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ (2554) ที่เสนอให้นำทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่เป็นนามธรรม (intangible cultural resources) เช่น วิถีชีวิต บรรยากาศ อัตลักษณ์ มาออกแบบการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์แปลกใหม่จากสินค้าและบริการที่มีความแตกต่างจากเดิม โดยมีกระบวนการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์เพื่อสร้างนวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ ๆ เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เรียกว่า “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์เหล่านั้น



สอดคล้องกับภุริวัจน์ เดชอุ่ม (2556) ที่ได้อธิบายกระบวนการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า ควรเริ่มจากการค้นหาอัตลักษณ์และทำความเข้าใจคุณค่าของวัฒนธรรมหรือการเรียนรู้ตนเองซึ่งครอบคลุมการวิเคราะห์ฐานทรัพยากรทางวัฒนธรรมวิถีชีวิต ศิลปะ ประเพณี ภูมิปัญญา (2) การค้นหาความโดดเด่นและสร้างความแตกต่าง (3) การหยั่งรู้ความต้องการของตลาดในเชิงลึกค้นหาความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว (4) การสร้างเสริมคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว และ (5) การปรับเปลี่ยนกลวิธีการพัฒนาตลาดด้วยการเชื่อมคุณค่าของความดั้งเดิมและความเป็นตัวตนเข้ากับความเป็นปัจจุบัน ทั้งนี้ กิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิด “ตามรอยมรดกภูมิปัญญาผ้าทอบ้านฉาง” ณ ที่สุด จะกลายเป็นเครื่องมือที่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนต้องเคารพ เรียนรู้ และเข้าใจวัฒนธรรมของกันและกัน (Moulin: 1989, cited in Koster, 1996)

จากผลการประเมินระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นบนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนบ้านโนนทัน อภิปรายว่า กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นนอกจากจะเป็นแหล่งเรียนรู้และการพักผ่อนแก่ผู้มาเยือนแล้ว จัดบริการด้วยความเต็มใจ ความเป็นกันเอง ความสะอาด ปลอดภัยของสถานที่ และรวมถึงการมีช่องทางให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชุมชนจัดขึ้นล้วนนำไปสู่การสร้างภาพพจน์แก่ผู้มาเยือนตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ เรื่องความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Knowledge) เส้นทางท่องเที่ยว (Route) ความเป็นธรรมชาติ วิถีไทย (Natural) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Satisfaction) เรื่องเล่าชุมชนแห่งความสร้างสรรค์ (Narration) เรื่องเล่าที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในการเยี่ยมชม สิ่งก่อสร้างมรดกวัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถาน และนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณค่าของวัฒนธรรม วิถีชีวิตสามัญและการสืบทอดวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น สอดคล้องกับ สุจิตรา หนูมี และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2563) พบว่า การมีส่วนร่วมทำกิจกรรมเป็นการให้ของชีวิตตนเอง มีความพึงพอใจที่ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม และรูปแบบกิจกรรมสามารถสร้างความน่าสนใจเป็นอย่างมากจะส่งผลต่อ การเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำบอกต่อ ซึ่งชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นต้องมีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำจึงจะก่อให้เกิดประสบการณ์และความทรงจำที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดความพอใจและส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับ Lekoot, L. (2015) ที่กล่าวว่า การสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว ลักษณะดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า ชุมชนบ้านโนนทันควรพัฒนาด้านการบริการควบคู่กับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาทักษะการสร้างปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับ ปันนดา จันทรสุกรี และคณะ (2560) ที่พบว่า รูปแบบการจัดการความรู้ในชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดการ โดยมีคนเป็นกลไกที่สำคัญที่เชื่อมประสานคน ความรู้ และกระบวนการเข้าใจ ด้วยกัน เช่นเดียวกับ ทับทิม เป้งมล และคณะ (2561) กล่าวว่า การอนุรักษ์ทรัพยากรวัฒนธรรมซึ่งก็คือองค์ความรู้และภูมิปัญญาที่สัมพันธ์กับธรรมชาติ และมีการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมโดยอาศัยการถ่ายทอดและนำไปใช้ ผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม ในรูปแบบศูนย์การ



เรียนรู้จะช่วยกระตุ้นให้เกิดกระบวนการจัดการความรู้ทางทรัพยากรวัฒนธรรมด้วยตนเอง ทำให้เกิดการค้นพบ กำหนดเป้าหมาย พัฒนาทักษะ และสร้างแรงจูงใจในการฟื้นฟูองค์ความรู้และต่อยอดองค์ความรู้ใหม่จากรุ่นสู่รุ่น เช่นเดียวกับชุมชนโนนทันที่มีการคัดเลือกหัตถกรรมและงานฝีมือพื้นบ้านที่สืบทอดกันมา มาเป็นต้นทุนหลักในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ นิมอองค์ อ่อนอก (2543) ที่สนับสนุนว่า หัตถกรรมและงานฝีมือพื้นบ้านเป็นมรดกตกทอดและมีความผูกพันต่อวิถีชีวิตของผู้คนในชุมชนในทุกมิติจึง กลายเป็นสัญลักษณ์ของชุมชน ขณะเดียวกันมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านประเพณีและวัฒนธรรมที่ยังมีการยึดปฏิบัติอย่างเหนียวแน่นที่มีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตของผู้คนสามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะ

- หน่วยงานภาครัฐและส่วนท้องถิ่น ควรเข้ามาส่งเสริมด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มหัตถกรรมในชุมชน ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับ ความต้องการของลูกค้า และทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ และควรได้มีการประชาสัมพันธ์สินค้าหัตถกรรมของชุมชนและแหล่งจำหน่ายสินค้าให้ทราบโดยทั่วกัน

- สมาชิกกลุ่มทุกคน ควรพัฒนาปรับปรุงฝีมือด้านการบริการ เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาคุณภาพให้ดียิ่งขึ้น ควรคิดสร้างสรรค์ และควรมีการไปศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนต้นแบบอื่นๆ เพื่อนำมาปรับปรุงเปรียบเทียบในการพัฒนาต่อไป

- การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการพัฒนาโครงการวิจัยต่อยอดจากโครงการเดิม เพื่อให้กลุ่มฯ ได้รับประโยชน์จากการวิจัยอย่างต่อเนื่องเพื่อการพัฒนากลุ่มฯ และ ชุมชนที่ยั่งยืน เช่น งานวิจัยเพื่อพัฒนาและออกแบบการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวยั่งยืนของชุมชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานมรดกภูมิปัญญาชุมชนโนนทัน อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู” งบประมาณสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ปีงบประมาณ 2562

บรรณานุกรม

Aksornpim, J. (2017). Strategy Management of Community-base Tourism Toward the Sustainable in Nakhonratchasima. Valaya Alongkorn Research and Development Journal. Vol. 12 No.3 (September – December). p. 141-154.



- Angkurawacharapan, T. & Saowapawong, K. (2017). Model of Creative for Adding Value in Tourism on Local Wisdom-based in Ang Thong Province. Valaya Alongkorn Research and Development Journal. Vol. 10 No.20 (September – December). p. 29-42.
- Boontawee, A., et al. (2018). The Development Guidelines on Cultural Capital for Tourism Promotion of Khlong Khuean District, Chachoengsao Province. Journal of Humanities and Social Sciences Review, Vol. 20 No.1 January – June. p. 67-85.
- Boonpan, B. (2018). Lao Ethnic Groups in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province: History, Culture and Guidelines for the Cultural Tourism Promotion. Nakhon Phanom University Journal ; Vol.8 No.1 January – April. p.103-112.
- Booparkob, Y. (2017). The Role of Local Cuisines in Creative Tourism Process: A Case Study of Lao Khrang Ethnic Group in Chai Nat Province. Dusit Thani College Journal Vol.1 1 Special May. p.93-108.
- Chansukree, P., et al. (2017). Knowledge Management in Creative Tourism: A Case Study of The Amphawa Community in Samut Songkhram Province. Dusit Thani College Journal Vol. 11 No. 3 September – December. p.49-63.
- Choksuansap, Y. (2019). Places of Amusement in Bangkok, 1945-2002, A.D. A Thesis of Master of Arts, Silpakorn University.
- Chowwbamroong, T. (2011). Wisdom for the Creative Local Development. College of Local Administration Development King Prajadhipok's Institute. Nontaburi.
- Chinachot, P., Chantuk, T. (2016). Model of Creative Tourism Management in Suan Phueng. Veridian E-Journal, Silpakorn University. Vol. 9 No. 1 January – April. p.250-268.
- Dachum, P. (2013). Creative Tourism Development: from Concepts to Practise for Thailand. Silpakorn University Journal Thai version 33 (2): p. 331-366.
- Davenport and Prusak. (1998). Working Knowledge : New Organization Manage What They Know. Boston : Harvard Business School Press.
- Department of Tourism. (2015). Attraction Development plan 2015-2017. Ministry of Tourism and Sport. Bangkok.
- GSB Research. (2019). Survey of tourism trends in Thailand 2019 report : Community tourism Sustainability. October, Bangkok.
- Guengtragoon, S. & Mongkhonsrisawat, S. (2019). The Community Based Creative Tourism and Culture: A Case Study of Hong Moon Mung Khonkean City Museum, Khonkean Province. Dhammathas Academic Journal, Vol.19 No.1 January – March. p.45-54.



- Intarakerd, P., et al. (2010). Research report on the innovation system for each sector for the development of knowledge-based and creative economy: a case study of the creative tourism industry. The official of the Council of Education, Bangkok.
- Juangtong, S., et al. (2015). Knowledge Exploration and Development Local Wisdom For Cultural Tourism Promotion : A Case Study on Klong – Hae Community, Hatyai District, Songkhla Province. Songkhla Rajabhat University. Songkhla Province.
- Junead, J., et al. (2019). Participatory Action Research in the Management of Experiential Tourism of Ethnic Lao Vieng in Si Nawa, Nakhon nayok. Interdisciplinary Sripatum Chonburi Journal ; Vol.5 No.1 January – April. p.1-18.
- Khampha, K and Naewheangtham, R. K. (2018). Guideline for Transmission of Hiit Sibsong Tradition (Twelvemonths Tradition) to Empowerment Community. Ratchaphruek Journal Vol.16 No.1 (January - April) p. 65-74.
- Khomwhan, N. (2014). The Study of Community Identity of Bangplee old Market, Samutprakan Province. Walailak Abode of Culture Journal, Vol. 10 No.1, January – June. p. 126-144.
- Koster, Emlyn H. 1996. “Science Culture and Cultural Tourism”. In Mike Robinson, Nigel Evans and Paul Callaghan, eds. Tourism and Cultural Change: Tourism and Culture towards the 21st Century, pp. 227–238. Sunderland: The Center for Travel and Tourism and Business Education.
- Lekaota, L. (2015). The importance of rural communities' participation in the management of tourism management. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 7(5), p.453-462.
- Na Thalang, E. (2001). The Folk Wisdom and Learning Process and Adaptation of Thai villagers, The overview of Thai wisdom. Bangkok: Amarin Printing & Bubbling.
- Naessririkol, P. (2019). Changes and Cultural Adaptation of Lao Viang ethnic group in Thewarat Sub district, Chaiyo District, Ang Thong Province. The’ 6 Nation Conference Nakhonrachasima College.
- Nonaka, I., and Takeuchi, H. (1995). The knowledge-creating company. New York : Oxford University press.
- Nume, S., Agmapisarn, C. (2013). An Analysis of International Tourist Behavior towards Creative Tourism. Journal of Economics and Management Strategy. Vol.7, No.1, January – June. p.43-68.



- Pengmol, T., et al. (2018). Cultural Knowledge Management for Sustainable Tourism. 1'st HUNIC Conference 2018 ; Human- Societies: Innovative Locally, Impact Globally Through the King's Philosophy.
- Pongnak, I. (2015). The Community Identity of the Ancient Town of U-Thong, Suphanburi Province. Veridian E-Journal, Slipakorn University. Volume 8 , Issue 3 , September – December. p.511-523.
- Pramsritut, S. (2004). The Diversity in Language and ethnicity : an unsolved problem or a valuable resource. Journal of Language and Culture, Research Institute for Languages and Cultures of Asia, Mahidol University, Vol. 23 No. 1: January – June.
- Pruksorranan, N., et al. (2017). Thainess and Local Wisdoms Integration through Food Supply Chain for Tourism Adding Value and Value Creation Approach. Journal of Modern Management Science, Vol. 10 No.2, July - December. p. 169-182.
- Ruangprad, W. (2013). Inheritance of Lao Viang Wisdom in Weaving by Information Technology. Chandrakasem Rajabhat University Journal Vol. 19 No. 37 July – December. p.11-20.
- Smith, M. K. (2003). Issues in Cultural Tourism Studies. London: Routledge.
- Sritan, S., Chaiya, P. (2016). Participatory Searching for Wisdom Heritage of Maechaem Community in Chiang Mai Province for Promoting Sustainable Tourism. Dusit Thani College Journal Vol.10 No.1 January-June. p.12-22.
- Thongwilai, B. (2016). Exploratory Factor Analysis of Travel Routes for Thai Tourists in Pranburi, Prachuap Khiri Khan Province. A Thesis of Master of Arts in Hospitality and Tourism Industry Management ; Bangkok University.
- Tourism Western Australia. (2009). Five A's of tourism. Australia: Tourism Western Australia.
- Tantimala, C. (2017). Public Spheres and Production of Space: The Meaning of Social Relationships. SWU Library Science Journal, Vol. 10 No.1, January – June. p. 92-103.
- Wasri, P. (1987), The Creation of Thai Wisdom for Development. Community Development, January-February. p.75.
- Warunsap, D., et al. (2018). A Cultural Capital Management Model for Creative Tourism in Thailand. ARU Research Journal, Vol.5, No.1, January. p.17-24.
- Wisutilak, S., et al. (2013). Creative Tourism. Bangkok: Development Administration Organization Special area for sustainable tourism (Public Organization).



ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราชกรุงเทพมหานคร Research the impact of the coronavirus outbreak 2019 on small food business in Yaowarat KrungThep Maha Nakhon

ชิสา เจริญราษฎร์
พิศาล แก้วอยู่
พิศมัย จัตุรัตน์
นิตยา หาสุข

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในย่านเยาวราช 2) ศึกษาผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราชกรุงเทพมหานคร และ 3) ศึกษาแนวทางในการปรับตัวและวิธีการรับมือของธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 การวิจัยนี้ใช้วิธีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยผู้วิจัยใช้การศึกษาที่ประกอบไปด้วยข้อมูลจากเอกสารตำรา และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช จำนวน 20 ร้าน ผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของย่านเยาวราช ไวรัสโคโรนา 2019 แพร่ระบาดมาต่อเนื่องยาวนานเกือบ 2 ปี ไม่มีแนวโน้มที่จะยุติ ที่สำคัญยังมีแนวโน้มกลับมาแพร่ระบาดซ้ำ แต่หลังจากที่รัฐบาลได้ประกาศผ่อนคลายมาตรการให้สามารถนั่งรับประทานได้แล้ว ทำให้เริ่มมีลูกค้าและนักท่องเที่ยวมาเที่ยวและรับประทานอาหารที่ย่านเยาวราชมากขึ้น 2) ผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช ได้รับผลกระทบรายด้าน ดังนี้ 2.1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ 2.2) ผลกระทบด้านสุขภาพ 2.3) ผลกระทบด้านอารมณ์และจิตใจ วิธีการปรับตัวชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และ 3) วิธีการรับมือธุรกิจร้านอาหารในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 สามารถสรุปได้ 5 ประเด็น ดังนี้ 3.1) การปรับตัวด้านการบริหารจัดการด้านการเงิน 3.2) การปรับตัวด้านรูปแบบการให้บริการ 3.3) การปรับตัวด้านการเรียนรู้และพัฒนา 3.4) การปรับตัวด้านการบริหารจัดการด้านกระบวนการภายในร้าน 3.5) การปรับตัวด้านการบริหารจัดการด้านลูกค้า



คำสำคัญ : ผลกระทบการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช โรคไวรัสโคโรนา 2019

Abstract

This research aims to 1) study the prevalence situation of the 2019 Corona virus in the Yao Ratchas area, 2) to study the impact of the 2019 Corona virus outbreak situation on the Yao Ratchasang food business, and 3) to study ways to adapt and cope with the 2019 Corona virus outbreak situation, this research uses research. The theme of conducting Qualitative Research is that researchers use studies that include data from the Internet, documents and use in-depth interviews. As a data collection tool, the key informants used in this research were 20 restaurant business operators in Yao Ratcha district, and the interview data were analyzed using a content analysis method. The research found that 1) the situation of the 2019 Corona virus outbreak in the Yao Ratcha area has continued for nearly two years, and there is no significant end to it. However, after the government's announcement of easing measures to sit down and eat, customers and tourists are beginning to visit and eat in the Yao Ratcha area. 2) The situation of the spread of the Corona virus disease 2019 to the Yao Ratch district restaurant business is affected individually as follows 1. economic ripple effect. 2. Health effects 3. Emotional and mental effects, new way of life adaptation(New Normal), and 3) how to cope with restaurant businesses in the novel Corona virus outbreak situation can be summarized in five points as follows 1. Financial management adaptation 2. Service model adaptation 3. Learning and development adaptation 4. Financial adaptation. In-store process management 5. Client-side management adaptation

Keyword: The effects of the spread of the Corona virus disease 2019, Restaurant business in Yaowarat area, coronavirus disease 2019



บทนำ

ในปัจจุบันการขยายตัวของสังคมเมือง ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้บริการร้านอาหารเพิ่มขึ้น เนื่องจากวิถีชีวิตที่เร่งรีบของคนในสังคมเมือง จึงทำให้ผู้บริโภคหันมาเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน โดยเฉพาะร้านอาหาร แทนการปรุงอาหารรับประทานเองมากขึ้นเนื่องจากสะดวกและมีอาหารหลากหลายให้เลือกและมีบริการให้แก่ลูกค้าที่ได้มารับประทานร้านอาหาร ซึ่งร้านอาหารแต่ละร้านล้วนมีรูปแบบและลักษณะที่เป็นจุดเด่นแตกต่างกัน ซึ่งธุรกิจร้านอาหารเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของประเทศ ในปี 2561 ทำรายได้ถึง 2,007,503 ล้านบาท และพบว่ามูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ใช้จ่ายในด้านค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นลำดับที่ 3 รองจากที่พักและการคมนาคมขนส่ง สอดคล้องกับการมีชื่อเสียงของอาหารไทยในระดับโลก (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, หน้า1, 2562) และกรุงเทพมหานครถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีธุรกิจร้านอาหารมากที่สุดในประเทศไทย

โดยเฉพาะ ย่านเยาวราช ซึ่งถือเป็นแหล่งที่มีร้านอาหารเป็นจำนวนมากและมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั้งใน หมู่ชาวไทยและชาวต่างชาติมายาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาหารจีน เนื่องจากย่านเยาวราชนั้นมี ชาวจีนที่อพยพมาอยู่อาศัยในย่านเยาวราชเป็นจำนวนมากตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษ จึงทำให้ได้มีวิธีการทำสูตรอาหารจีนจากรุ่นสู่รุ่นจนถึงปัจจุบันนี้ จึงทำให้ย่านเยาวราชเป็นย่านที่ต้องนึกถึงร้านอาหารจีนเป็นอย่างแรกเวลามาเที่ยวในย่านเยาวราช โดยในช่วงก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 พฤติกรรมของคนในพื้นที่กรุงเทพมหานครส่วนใหญ่นิยมเดินทางออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน หรือที่อยู่อาศัยถึงร้อยละ 48.85 และนิยมซื้ออาหารสำเร็จรูปมารับประทานถึงร้อยละ 15.14 (สถาบันวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ, 2560)

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ตั้งแต่ปลายปี 2562 ในประเทศไทยนั้นในระลอกแรก ประชาชนมีความตื่นตัวและตื่นตระหนกกันอย่างมาก แต่ในช่วงระลอกแรกมีจำนวนผู้ติดเชื้อไม่มากนัก ทำให้ให้สถานการณ์กลับมาเป็นปกติอีกครั้ง แต่เมื่อปลายปี 2563 ได้เกิดการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาครอีกครั้ง (เกียรติภูมิ วงศ์รจิต. ออนไลน์. 2564) จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ประชาชนกลับตื่นตระหนกและดูแลตัวเองมากขึ้น จนสถานการณ์กลับมาเป็นปกติอีกครั้ง แต่เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2564 มีการพบผู้ป่วยจาก “คลัสเตอร์สถานบันเทิงย่านทองหล่อ”(ชนาธิป ไชยเหล็ก. ออนไลน์. 2564) ซึ่งการแพร่ระบาดของโรคเชื้อโคโรนา 2019 ในระลอก 3 นี้ ผู้ป่วยติดเชื้อเพิ่มสูงขึ้นทุกวัน ซึ่งยาวนานจนถึงปัจจุบัน

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทำเศรษฐกิจระดับ ประเทศซบเซา ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทไหนต่างได้รับผลกระทบกันทั้งสิ้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีจำนวนน้อยลง เนื่องจากไม่สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ ได้ บรรดาพ่อค้าแม่ค้าขาดรายได้และได้รับผลกระทบกันถ้วนหน้า กรุงเทพมหานครเป็นอีกหนึ่งเมืองที่นักท่องเที่ยวต่างมุ่งหน้าเข้ามาหาความศิวิไลซ์



และชิมรสชาติของร้านอาหารชื่อดัง โดยจุดหลักที่นักท่องเที่ยวมุ่งหน้าเข้าไป คือ เยาวราช (สง่า เรืองวัฒนกุล. ออนไลน์. 2564) จากที่เมื่อก่อนย่านเยาวราชเป็นย่านที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่นิยมมารับประทานอาหารจีนกันเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติไม่สามารถรับประทานอาหารที่ย่านเยาวราชได้เหมือนอย่างเมื่อก่อน จึงทำให้ย่านเยาวราชได้รับผลกระทบเช่นกัน และเนื่องจากมาตรการคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 หลายจุดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยการประกาศข้อกำหนด พ.ร.ก. ฉุกเฉิน ในการสั่งห้ามไม่ให้รับประทานอาหารในร้านอาหาร ซึ่งทำให้เมื่อลูกค้าไม่สามารถรับประทานอาหารได้หลังเวลา 21.00 น. ต้องเก็บโต๊ะ เก้าอี้ เนื่องจากมีเจ้าหน้าที่เทศกิจของสำนักงานเขตมาตรวจตรา ขณะที่เมื่อไม่สามารถรับประทานอาหารได้ลูกค้าที่ซื้อกลับไปรับประทานก็น้อยลงตาม เพราะส่วนใหญ่ลูกค้าที่เดินทางมาก็หวังที่จะรับประทานอาหารที่ร้านโดยก่อนใกล้เวลา 21.00 น. ก็ต้องเร่งรับประทานเพื่อทำเวลา ส่วนร้านไหนเก็บไม่ทันก็ไม่สามารถอนุญาตให้ลูกค้านั่งได้ ทำให้ค่าคืนที่ย่านเยาวราชที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในหลายระลอกมีผู้คนบางตามากขึ้น (ชนาธิป ไชยเหล็ก. ออนไลน์. 2564) นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารยังต้องประสบปัญหาในการปรับตัวของร้านอาหารให้อยู่รอดในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 โดยร้านอาหารบางร้านอาจมีการให้บริการให้สั่งเมนูอาหารแบบเดลิเวอรี่ได้ ถึงแม้ว่าร้านอาหารจะมีการให้บริการแบบเดลิเวอรี่ แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้ร้านอาหารมีรายได้มากเท่าไรนัก จึงทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหลายรายจำเป็นต้องตัดสินใจปิดกิจการร้านอาหารลง เนื่องจากขาดทุนอย่างต่อเนื่อง

จากสถานการณ์ข้างต้นที่เกิดขึ้น การศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช และหาแนวทางการรับมือ รวมถึงการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารในย่านเยาวราชเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 อาจเป็นทิศทางหนึ่งที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการด้านธุรกิจร้านอาหารในย่านเยาวราชสามารถพัฒนาธุรกิจได้อย่างสอดคล้องกับสถานการณ์ และช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม ได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในย่านเยาวราช
2. เพื่อศึกษาผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ต่อ การประกอบธุรกิจอาหารย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาแนวทางในการปรับตัวและวิธีการรับมือของธุรกิจร้านอาหารให้สอดคล้องกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019



แนวคิดการวิจัยและผลงานที่เกี่ยวข้อง

กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข (กระทรวงสาธารณสุข. ออนไลน์. 2564) ได้ให้นิยามความหมายของโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ไว้ว่า ไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ 2019 เป็นตระกูลของไวรัสที่ก่อให้เกิดอาการป่วย ตั้งแต่โรคไข้หวัดธรรมดาไปจนถึงโรคที่มีความรุนแรงมาก เช่น โรคระบบทางเดินหายใจตะวันออกกลาง (MERS-CoV) และโรคระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS-CoV) เป็นต้น ซึ่งเป็นสายพันธุ์ใหม่ที่ไม่เคยพบมาก่อนในมนุษย์ ก่อให้เกิดอาการป่วยระบบทางเดินหายใจในคน และสามารถแพร่เชื้อจากคนสู่คนได้ โดยเชื้อไวรัสนี้พบครั้งแรกในการระบาดในเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ในช่วงปลายปี 2019 นอกจากนี้โรคไวรัสโคโรนา 2019 ยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหาร 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ 1.ด้านเศรษฐกิจ 2.ด้านสุขภาพ 3.ด้านสภาพ จากสถานการณ์ดังกล่าว ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องมีการปรับตัว โดยทฤษฎีการปรับตัวของวิลเลียมสัน (Williamson. 1950) มีความเชื่อว่า มนุษย์มีสติปัญญาและเหตุผล ตลอดจนมีแนวโน้มที่จะพัฒนาตนเองได้ แต่การที่จะพัฒนาได้นั้นต้องอาศัยความช่วยเหลือจากผู้อื่น โดยเฉพาะสังคมที่แวดล้อมเขาอยู่ ทำให้เขาสามารถตัดสินใจเลือกวิธีการดำเนินชีวิตหรือแก้ไขปัญหาได้อย่างมีสติและมีเหตุผล โดยการใช้ข้อมูลที่ได้รับจากประสบการณ์ในสังคมมาประกอบการพิจารณาจนสามารถสร้างความสอดคล้องหรือความยืดหยุ่น ระหว่างความต้องการและเป้าหมายที่พึงประสงค์ของตนเองกับสภาพแวดล้อม

เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผ่านมามี 3 ระลอก ทำให้ธุรกิจร้านอาหารต้องมีการปรับตัวให้อยู่รอดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ดังนี้ (Brandbuffet. online. 2021) 1) ชูจุดเด่นความสะอาด-ปลอดภัย 2) ปรับเมนู คัดต้นทุน 3) การสร้างครัวกลาง หรือ Virtual Store 4) เพิ่มช่องทางในการเข้าถึง 5) ต้องง่าย และสะดวก และ 6) การสร้างแบรนด์และความคิดสร้างสรรค์ ในขณะเดียวกัน ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยมีปรับเปลี่ยนร้านอาหารให้เป็นรูปแบบออนไลน์ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 รวมถึงได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาลสำหรับมาตรการการเยียวยาผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้รับผลกระทบจาก โรคไวรัสโคโรนา 2019 โดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร

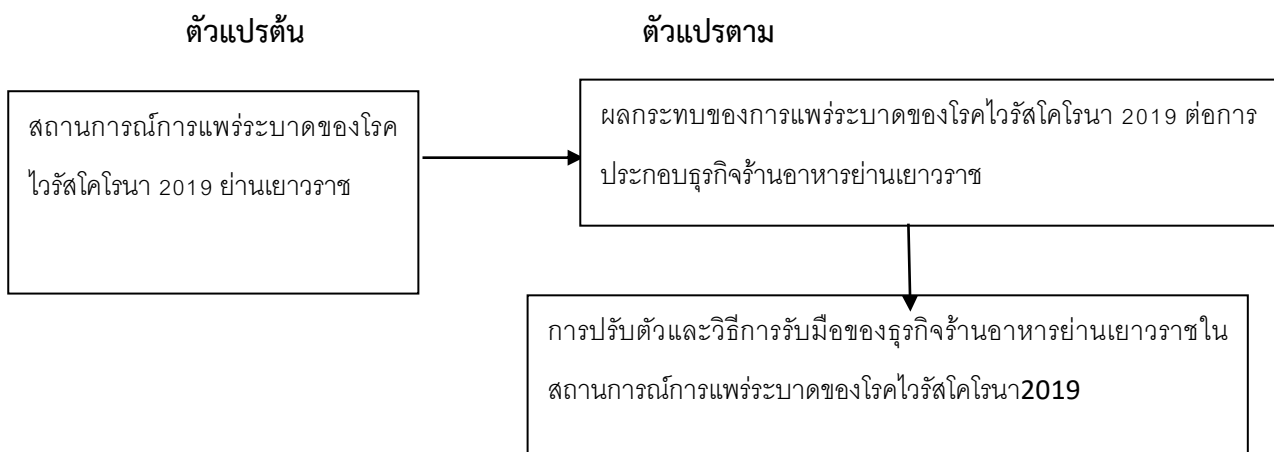
จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าว นักวิจัยได้วิเคราะห์ และสังเคราะห์ถึงตัวแปรที่จะนำมาประกอบใช้ในเครื่องมือการศึกษาวิจัย โดยสรุปได้ว่า ตัวแปรของแบบสัมภาษณ์การวิจัยในครั้งนี้ ควรประกอบไปด้วย 1.สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และผลกระทบที่ผู้ประกอบการร้านอาหารได้รับผลกระทบในประเด็นเหล่านี้อย่างไร 1.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ 1.2 ผลกระทบด้านสุขภาพ 1.3 ผลกระทบด้านอารมณ์จิตใจ

2.ความแตกต่างของผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในระลอกที่ 1 ระลอกที่ 2 ระลอกที่ 3 3.ความแตกต่างก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหาร 4. วิธีการปรับตัวชีวิต



วิถีใหม่ (New Normal) และวิธีการรับมือธุรกิจร้านอาหาร ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 5. ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบการและการปรับตัว 6.ผลลัพธ์หลังจากการปรับตัวธุรกิจร้านอาหาร 7.ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการการเยียวยาจากภาครัฐบาลและความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการได้รับการเยียวยาจากภาครัฐบาล 8. ผลกระทบจากมาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของภาครัฐ 9. การเข้าร่วมโครงการมาตรการเยียวยาผู้ประกอบการจากภาครัฐในสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และ 10.การคาดการณ์ถึงสถานการณ์ในอนาคตของธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช

กรอบแนวคิดในการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้ศึกษาในพื้นที่ร้านอาหารย่านเยาวราชจังหวัดกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับบุคคลเป็นเครื่องมือในการศึกษาวิจัยโดยสัมภาษณ์ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจำนวน 20ร้าน เพื่อสอบถามเกี่ยวกับผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช 3 ด้านซึ่งได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพ และด้านอารมณ์จิตใจ และวิธีการปรับตัวและรับมือของผู้ประกอบการร้านอาหารย่านเยาวราชในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และมาตรการเยียวยาจากภาครัฐ โดยเป็นคำถามแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) โดยมีตัวแปรของแบบสัมภาษณ์การวิจัยในครั้งนี้ ประกอบไปด้วย 1. สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และผลกระทบที่ผู้ประกอบการร้านอาหารได้รับผลกระทบในประเด็นเหล่านี้อย่างไร 1.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ 1.2 ผลกระทบด้านสุขภาพ 1.3 ผลกระทบด้านอารมณ์จิตใจ 2.ความแตกต่างของผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา



2019 ในระลอกที่ 1 ระลอกที่ 2 ระลอกที่ 3 3.ความแตกต่างก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหาร 4. วิธีการปรับตัวชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) และวิธีการรับมือธุรกิจร้านอาหาร ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 5. ปัญหาและอุปสรรคในการประกอบการและการปรับตัว 6.ผลลัพธ์หลังจากการปรับตัวธุรกิจร้านอาหาร 7.ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการการเยียวยาจากภาครัฐบาลและความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการได้รับการเยียวยาจากภาครัฐบาล 8. ผลกระทบจากมาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ของภาครัฐ 9.การเข้าร่วมโครงการมาตรการเยียวยาผู้ประกอบการจากภาครัฐในสถานการณ์ การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 และ10.การคาดการณ์ถึงสถานการณ์ในอนาคตของธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช

เนื่องจากงานวิจัยเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพการตรวจสอบข้อมูลในการสัมภาษณ์ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อเป็นการพิสูจน์ความถูกต้องของข้อมูล โดยพิจารณาจากแหล่งเวลา แหล่งบุคคล และแหล่งสถานที่ที่มีความแตกต่างกัน โดยหากข้อมูลต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ และหากข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ รวมถึงหากผู้ให้ข้อมูลหลักเปลี่ยนไปข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ การรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่โดยเดินทางมาที่ย่านเยาวราชเพื่อสังเกต และบันทึกภาพบริบทพื้นที่ และขอเบอร์โทรศัพท์ในการนัดติดต่อสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารหลังจากนั้นทำการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารทางโทรศัพท์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยได้จัดทำไว้แล้วและมีการบันทึกเสียงระหว่างสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านอาหารเอาไว้ และสุดท้ายนำข้อมูลที่ที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์โดยถอดความและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดระเบียบข้อมูล จัดทำข้อมูลหรือสร้างข้อสรุปชั่วคราว สร้างบทสรุป และพิสูจน์ความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์

ลำดับ	ชื่อร้านอาหาร	ลำดับ	ชื่อร้านอาหาร
1	ร้านเซี่ย เหล่ายี่หื้อ ข้าวหมูแดงแปลงนาม	11	บะหมี่จิบักังเยาวราช
2	เล่าตั้ง ห่านพะไล	12	ก๋วยจั๊บอ้วนโกชนา
3	Ba Hao Tian Mi Yaowarat	13	กินมันส์ข้าวผัดปู
4	ข้าวมันไก่แปลงนาม	14	ไชยพราหมณ์
5	สะเก๋เยาวราช	15	ก๋วยเตี๋ยวเป็ดนายเมฆา
6	เตี๋ยเกี้ยวยักษ์ สาขาเยาวราช	16	ฮั่ว เซ่ง ฮง
7	Nam Dao Huu	17	เหอ ฉิน ฟง
8	ข้าวมันไก่สิริราม่า	18	นายหมงหอยทอด
9	เจ้เมย์ข้าวราดแกง	19	ร้านข้าวแกงเจ็กปุย
10	เลาซ่งเฮง	20	JING JING Ice-cream Bar and Café

ตารางที่1: รายชื่อธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราช จากถนนแปลงนามถึงถนนพลับพลาไชย จำนวน 20 ร้าน (ผู้ให้ข้อมูลหลัก)



ผลการศึกษา

จากการศึกษาวิจัย พบว่า ช่วงก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีความพึงพอใจกับรายได้ และเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวในย่านเยาวราชเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามหลังเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงไป เนื่องจากรัฐบาลได้ประกาศทำการปิดการเข้า-ออกประเทศ ทำให้ธุรกิจร้านอาหารได้รับผลกระทบจากการขาดรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างมหาศาล

ผู้ประกอบการร้านอาหารย่านเยาวราช ต่างได้รับผลกระทบจากการที่นักท่องเที่ยวและผู้บริโภคลดน้อยลงจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 สามารถจำแนกผลกระทบที่เกิดขึ้นเป็นราย ดังนี้ 1.ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่นั้นได้รับผลกระทบของเรื่องรายได้เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ลูกค้ามารับประทานที่ร้านอาหารน้อยลง ซึ่งส่งผลให้รายได้ของทางร้านอาหารน้อยลงและขาดกำไรไปด้วยแต่ในส่วนของเรื่องค่าใช้จ่ายนั้นยังคงเท่าเดิม เช่น ค่าเช่าร้าน ค่าจ้างพนักงาน เป็นต้น ซึ่งบางช่วง ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องกู้เงิน และนำเงินจากช่องทางอื่นมาบริหารจัดการธุรกิจเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ สอดคล้องกับการสัมภาษณ์คุณภักจิรา ปะหนัน ผู้ประกอบการร้าน Ba Hao Tian Mi Yaowarat ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านเศรษฐกิจไว้ว่า

“จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อด้านเศรษฐกิจของร้าน คือ ทำให้รายได้ของร้านลดลงมาค่อนข้างมากถึง 30% เพราะไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในร้าน โดยเฉพาะร้านสาขา ย่านเยาวราช ซึ่งแต่เดิมเป็นสาขาที่มีลูกค้าและนักท่องเที่ยวมาใช้บริการจำนวนมากและทำรายได้ให้แก่ร้านได้มากที่สุดซึ่งรายได้ของสาขาเยาวราชมีรายได้ต่อวันตั้งแต่หลักหมื่นถึงหลักแสน แต่เมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้รายได้ของร้านสาขาเยาวราชมีรายได้เพียงหลักพันต่อวัน แต่ถึงอย่างไรทางร้านก็ยังเปิดให้บริการแก่ลูกค้าเช่นเดิม” (ภักจิรา ปะหนัน, สัมภาษณ์, 2564)

2. ผลกระทบด้านสุขภาพ ถึงแม้ทางธุรกิจร้านอาหารจะมีมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ยังมีพนักงานติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จากการเดินทางมาทำงาน และในที่ทำงานโดยที่ไม่รู้ตัว พนักงานบางคนอาจไม่มีอาการแสดง ถึงแม้พนักงานจะได้รับการฉีดวัคซีนแล้วก็ตาม ซึ่งทำให้ทางร้านอาหารต้องทำการปิดการให้บริการภายในร้านและทำการกักตัวอยู่บ้าน ซึ่งทำให้ร้านอาหารต้องขาดรายได้ไปด้วย โดยผู้ประกอบการร้านอาหารได้แสดงความใส่ใจในเรื่องของความปลอดภัยมากขึ้น โดยปฏิบัติตามกฎมาตรการที่รัฐบาลได้ประกาศไว้ ให้พนักงานทุกคนได้รับวัคซีน เพื่อป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า

3.ผลกระทบด้านอารมณ์และจิตใจ การแพร่ระบาดของโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่เกิดขึ้นต่อเนื่องอย่างยาวนาน ซึ่งจากการระบาดที่ยาวนานนั้นส่งผลกระทบต่อเรื่องการเงิน อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารเกิดปัญหาสุขภาพจิต ได้แก่ ภาวะเครียด (Stress) ภาวะเหนื่อยล้าหมดไฟ (Burnout) โรคซึมเศร้า



(Depression) และอาจนำไปสู่ การฆ่าตัวตาย (Suicide) ตามมาได้ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารนั้นมีความเครียดและวิตกกังวลกับค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น เนื่องร้านอาหารไม่มีลูกค้ามานั่งรับประทานอาหาร แต่ค่าใช้จ่ายในส่วน ค่าเช่า ค่าไฟ ค่าจ้างพนักงานยังคงมีอยู่ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารยังมีความวิตกกังวลคนรอบข้างและตนเองจะติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 สอดคล้องกับการสัมภาษณ์คุณชุตินาถ ทศนานุพันธ์ ผู้ประกอบการร้าน Jing Jing Ice-Creambar and Café ได้กล่าวถึงผลกระทบด้านอารมณ์และจิตใจไว้ว่า

“จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบต่อด้านอารมณ์จิตใจ คือ ความเครียด เรื่องค่าใช้จ่ายภายในร้านยังคงเหมือนเดิม แต่รายได้ลดลง จึงทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเครียด เนื่องจากผู้ประกอบการต้องแบกรับค่าใช้จ่ายต่าง ๆ รวมถึงเงินเดือนพนักงาน ซึ่งทางร้านต้องหาวิธีการให้ร้านอาหารยังคงดำเนินการต่อไปได้ นอกจากความเครียดแล้ว ความวิตกกังวลของทั้งผู้ประกอบการและลูกค้า เรื่องความเสี่ยงการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019” (ชุตินาถ ทศนานุพันธ์, สัมภาษณ์, 2564)

ความแตกต่างของผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหารจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในระลอกที่ 1 ระลอกที่ 2 ระลอกที่ 3 คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราชส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบในแต่ละระลอกแตกต่างกัน ในระลอกที่ 1 และ 2 จะได้รับผลกระทบค่อนข้างน้อย เนื่องจากผู้ประกอบการร้านอาหาร และลูกค้าเริ่มรู้จักวิธีการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 จึงทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารได้รับผลกระทบเล็กน้อย แต่ในส่วนของระลอกที่ 3 ส่งผลกระทบหนักที่สุด เนื่องจากสื่อและข่าวได้เผยแพร่ข้อมูลการมาใช้บริการของผู้ติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ในร้านอาหารย่านเยาวราช ส่งผลให้ลูกค้า และนักท่องเที่ยวลดจำนวนลงอีกครั้ง

ในขณะเดียวกัน ความแตกต่างก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหาร พบว่า ก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ย่านเยาวราช ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยผู้คนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเวลาที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่ย่านเยาวราชนั้นจะต้องมารับประทานร้านอาหารจีน เนื่องจากย่านเยาวราชขึ้นชื่อในเรื่องอาหารจีน นอกจากนี้ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับชาวไทยเชื้อสายจีน เช่น เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลไหว้พระจันทร์ เป็นต้น ยิ่งทำให้เยาวราชคึกคักเป็นพิเศษ ส่งผลทำให้เศรษฐกิจทุกธุรกิจภายในย่านเยาวราชมีรายได้และกำไรเป็นจำนวนมาก หลังเกิดสถานการณ์ดังกล่าว พบว่า ย่านเยาวราชที่เคยมีสีสันคึกคักเต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ปัจจุบันกลับกลายเป็นสถานที่เงียบเหงาและขาดสีสันไปเป็นอย่างมาก แน่นอนว่าธุรกิจร้านอาหารในย่านเยาวราชส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องขาดรายได้หลักจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไปเป็นจำนวนมาก และทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องปิดกิจการไปเนื่องจากแบกรับภาระค่าใช้จ่ายภายในร้านไม่ไหว

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องมีการปรับตัววิถีชีวิตใหม่ (New Normal) และวิธีการรับมือ คือ 1.การปรับตัวด้านการบริหารจัดการด้านการเงิน ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ปัญหาที่ผู้ประกอบการพบ คือ จำนวนของ



ผู้ใช้บริการที่ลดน้อยลง ส่งผลให้ร้านมีรายได้และผลกำไรน้อยลง ในขณะที่ต้นทุนค่าวัตถุดิบและพนักงานยังคงมีค่าใช้จ่ายเท่าเดิม ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารจึงต้องใช้วิธีการลดจำนวนปริมาณในการทำอาหารขาย เพื่อลดต้นทุนค่าวัตถุดิบ นอกจากนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารบางรายอาจต้องใช้วิธีการปรับลดเงินเดือนพนักงาน หรือลดพนักงานออกบางส่วน เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจ่ายเงินเดือนพนักงาน และเพื่อร้านอาหารสามารถอยู่รอด

2. การปรับตัวด้านรูปแบบการให้บริการ จากการประกาศห้ามลูกค้านั่งรับประทานอาหารภายในร้านของภาครัฐ จึงทำให้ลูกค้าไม่สามารถเข้ามาใช้บริการในร้านอาหารได้ ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องปรับวิธีการให้บริการในรูปแบบของเดลิเวอรี่ โดยมีการให้สามารถส่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ เช่น Lineman และ Grab เป็นต้น เพื่อขยายโอกาสช่องทางการขาย และเป็นการให้บริการให้สอดคล้องกับการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ภายใต้การประกาศของนโยบายภาครัฐ นอกจากนี้รูปแบบของอาหารก็เป็นสิ่งสำคัญในบางครั้งอาหารแบบแช่แข็งเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องคำนึงถึง เนื่องจากบางครั้งอาหารบางประเภทไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน ดังนั้นอาหารแบบแช่แข็งเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่เหมาะสมแก่การบริการเดลิเวอรี่

3. การปรับตัวด้านการเรียนรู้และพัฒนา เนื่องจากร้านอาหารได้ปรับรูปแบบในการให้บริการเป็นรูปแบบออนไลน์ทำให้พนักงานในร้านอาหารจำเป็นต้องเรียนรู้ในการใช้งานแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยพนักงานจะมีหน้าที่ในการรับออเดอร์และตอบข้อความลูกค้าผ่านแอปพลิเคชันต่างๆ คอยติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ในการส่งอาหารให้แก่ลูกค้า ซึ่งถือเป็นการปรับตัวที่สำคัญมากของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร

4. การปรับตัวด้านการบริหารจัดการด้านกระบวนการภายในร้าน เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ไม่เพียงแต่ส่งผลทำให้ผู้คนต้องมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างออกไปจากเดิมเท่านั้น ยังส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินการและการให้บริการของธุรกิจร้านอาหารด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในเรื่องของกระบวนการภายในที่จะต้องมีการปรับรูปแบบการทำงานของพนักงานจำนวนพนักงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ โดยผู้ประกอบการร้านอาหารมีวิธีการปรับตัวและรับมือด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้พนักงานตรวจหาเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยวิธีการใช้ชุดทดสอบแอนติเจน (ATK) ก่อนเข้างาน การสวมหน้ากากอนามัย และถุงมือทุกครั้งในการปฏิบัติงาน การให้พนักงานทุกคนได้ฉีดวัคซีนเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นต้น

5. การปรับตัวด้านการบริหารจัดการลูกค้า หลังจากที่รัฐบาลได้ประกาศผ่อนคลายมาตรการให้ลูกค้าสามารถนั่งรับประทานอาหารภายในร้านได้แล้วเมื่อช่วงเดือนกันยายน 2564 ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารต้องปรับรูปแบบการบริการที่แตกต่างไปจากเดิมตามนโยบายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 เช่น การจำกัดจำนวนผู้เข้าใช้บริการ การเว้นระยะห่าง การวัดอุณหภูมิก่อนเข้าร้าน และการบริการเจลล้างมือแอลกอฮอล์ เป็นต้น

ภายใต้สภาพเศรษฐกิจที่อยู่ในภาวะที่ไม่เอื้อ คู่แข่งที่เพิ่มขึ้นและ การแข่งขันที่รุนแรง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มจะเปลี่ยนแปลงไปเรื่อย ๆ รวมทั้งเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เข้ามามีบทบาทมากขึ้น กลายเป็นว่าธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราชต้องพยายามทรงตัว หรืออาจจะติดลบค่อนข้างสูง หากสถานการณ์ยืดเยื้อและ/หรือมีการแพร่ระบาดของไวรัสชนิดนี้เป็นไปอย่างรวดเร็วในวงกว้างขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจ



ร้านอาหารย่านเยาวราชต้องกลับมาทบทวนจุดเด่นจุดด้อยของตนเองและคู่แข่ง การบริหารจัดการร้านอาหารอย่างมืออาชีพ และการสร้างสรรค์ให้ร้านอาหารเป็นที่น่าสนใจ เพื่อรับมือกับโจทย์ที่ท้าทายมากมายต่อไป

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราชกรุงเทพมหานคร พบความแตกต่างก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 และหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของธุรกิจร้านอาหาร พบว่า หลังเกิดสถานการณ์ดังกล่าวย่านเยาวราชที่เคยมีสีสันคึกคักเต็มไปด้วยนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัจจุบันกลับกลายเป็นสถานที่เงียบเหงาและขาดสีสันไปเป็นอย่างมาก แน่ใจว่าธุรกิจร้านอาหารในย่านเยาวราชส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 โดยผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องขาดรายได้หลักจากนักท่องเที่ยวต่างชาติไปเป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเหมือนในอดีต และสิ่งที่น่าสนใจเป็นห่วงคือ เยาวราชจะกลับมามีคนท่องเที่ยวอีกครั้งหรือไม่ อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบกับทัศนคติของพลวัตนักท่องเที่ยวก่อนเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ของพิชานันท์ ช้องรักษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล (หน้า 14, 2561) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทัศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิง และ ความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ย่านเยาวราช พบว่า ทัศนคติต่อจุดหมายปลายทาง พบว่า นักท่องเที่ยว รู้สึกสบายใจถ้ากลับมาเยาวราช และคิดว่าการเดินทางกลับมาย่านเยาวราช เป็นเรื่องที่น่าสนุก เป็นการท่องเที่ยวที่น่าพึงพอใจและเป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า โดยนักท่องเที่ยวระบุความตั้งใจเดินทาง และพิจารณาความเป็นไปได้ในการกลับมาย่านเยาวราช มีการวางแผนเดินทางกลับมาย่านเยาวราช โดยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำ แสดงให้เห็นว่า หากสถานการณ์ดังกล่าวดีขึ้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยากที่จะกลับมาท่องเที่ยวในย่านเยาวราชอีกครั้ง ซึ่งพยากรณ์ได้ว่า ธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราชจะกลับมาฟื้นตัว และครีกครั้งอีกครั้ง

การปรับตัวด้านการบริหารจัดการด้านกระบวนการภายในร้าน เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ไม่เพียงแต่ส่งผลทำให้ผู้คนต้องมีรูปแบบการใช้ชีวิตที่แตกต่างออกไปจากเดิมนั้น ยังส่งผลกระทบต่อรูปแบบการดำเนินการและการให้บริการของธุรกิจร้านอาหารด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องมีความสามารถในการรับมือของกระบวนการภายในที่จะต้องมีการปรับรูปแบบการทำงานของพนักงาน จำนวนพนักงานให้เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ โดยผู้ประกอบการร้านอาหารมีวิธีการปรับตัวและรับมือด้วยวิธีต่างๆ เช่น การให้พนักงานตรวจหาเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 โดยวิธีการใช้ชุดทดสอบแอนติเจน (ATK) ก่อนเข้างาน การสวมหน้ากากอนามัย และล้างมือทุกครั้งในการปฏิบัติงาน การให้พนักงานทุกคนได้ฉีดวัคซีนเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 เป็นต้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรัญญา คงจิตราภา (หน้า 48, 2558) โดยได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การรับรู้คุณค่าของปัจจัยด้านราคา คุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคต่อร้านอาหารริมทางในย่านเยาวราช พบว่า ความไว้วางใจมีอิทธิพลทางบวกต่อความภักดีของผู้บริโภคต่อร้านอาหารริมทางในย่าน



เยาวราช หากความไว้วางใจเพิ่มขึ้นจะทำให้ความภักดีของผู้บริโภคต่อร้านอาหารริมทางในย่านเยาวราชเพิ่มขึ้นด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาดังกล่าวผู้วิจัยขอเสนอแนะวิธีการปรับตัวชีวิตวิถีใหม่(New Normal) และวิธีการรับมือธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราชในสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา2019 ดังนี้

1. ผู้ประกอบการร้านอาหารย่านเยาวราช ควรจัดเงินทุนสำรองไว้อย่างเพียงพอ หากเกิดกรณีต้องปิดร้านในช่วงจากมาตรการควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา2019ของภาครัฐ
2. ผู้ประกอบการร้านอาหารย่านเยาวราชต้องมีการรับฟังข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ที่ใช้บริการเพื่อป้องกันความเสี่ยงการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา2019 และจัดบริการอาหารในรูปแบบต่างๆให้หลากหลาย
3. ผู้ประกอบการร้านอาหารย่านเยาวราชต้องปรับกระบวนการให้บริการให้สอดคล้องกับมาตรการชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ตามที่ภาครัฐกำหนด
4. ผู้ประกอบการร้านอาหารย่านเยาวราชต้องร่วมมือกันเพื่อร่วมกันช่วยกันคิดแก้ปัญหาหากเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา2019 ในระลอกใหม่
5. ผู้ประกอบการร้านอาหารย่านเยาวราชควรทำผลิตภัณฑ์อาหารในรูปแบบเดลิเวอรี่และในรูปแบบบรรจุภัณฑ์อื่นๆเพื่อสามารถที่จะส่งผลิตภัณฑ์อาหารได้ในทั้งกรุงเทพมหานครและต่างจังหวัดทั่วประเทศเพื่อเพิ่มยอดขายให้แก่ทางร้าน

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจากการมาใช้บริการร้านอาหารหลังจากร้านอาหารย่านหลังจากได้มีการปรับตัวแล้ว
2. ศึกษาการพัฒนาธุรกิจร้านอาหารย่านเยาวราชสู่มาตรฐานความปกติชีวิตวิถีใหม่(New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา2019
3. ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการร้านอาหารในเขตกรุงเทพมหานครในยุคปกติชีวิตวิถีใหม่(New Normal)
4. ศึกษาแนวทางในยุคปกติชีวิตวิถีใหม่(New Normal) ในมุมมองของผู้บริโภคเพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคหรือผู้เข้ามาใช้บริการและศึกษาร้านอาหารอื่นๆที่ไม่ได้อยู่ในบริเวณเขตกรุงเทพมหานครเพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารจัดการในพื้นที่บริบทอื่นๆ



5.ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อร้านอาหารที่ปรับตัวในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ในเขตกรุงเทพมหานคร และหากต้องการให้งานวิจัยมีผลลัพธ์ที่ครอบคลุมและเกิดความชัดเจนและเกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้นสามารถกำหนดกลุ่มประชากรที่ใหญ่ขึ้นและเจาะจงไปในจังหวัดหรือภูมิภาคอื่นๆด้วย

บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2562). ธุรกิจร้านอาหารบววิเคราะห์ธุรกิจ ประจำปีเดือน กุมภาพันธ์ 2562. ส่วนประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจกองข้อมูลธุรกิจ.
- กรมการแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข. (2564). 11 วิธีดูแลตัวเองอยู่บ้าน เมื่อติดโควิด 19. <https://www.bangkokbiznews.com> (26 กันยายน 2564). ความหมายของโรคเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. <https://ddc.moph.go.th>
- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2564). ประเภทร้านอาหาร. http://www.dbd.go.th/download/data_srevice/2sep.doc
- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). ร้านอาหารวอน “ขยาย” เวลาเปิดถึงสี่ทุ่ม. <https://www.bangkokbiznews.com>
- กัญสุดา เชิดชูถิ่น. (2559). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารทะเล เขตบางขุนเทียนชายทะเล จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตร มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- กันยา สุวรรณแสง. (2536). การพัฒนาบุคลิกภาพและการปรับตัว. กรุงเทพฯ : บารุงสาสน.
- เกียรติภูมิ วงศ์จิต. (2564). สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ในประเทศไทย. <https://www.bbc.com>
- คมสัน สุรินทร์สิริตัน, ผู้ประกอบการร้านบะหมี่จิ้มจุ่ม. (26 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา หาสุข.
- จักรพันธ์ แซ่ตั้ง, ผู้ประกอบการร้านเล่าตั้ง ห่านพะโล้. (26 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา หาสุข.
- จุฑามาศ พิรพัชระ, สมนึก วิสุทธิแพทย์, ธีรวิทย์ บุญยโสภณ และทวีศักดิ์ รูปสิงห์. (2561). “รูปแบบการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร”. วารสารวิชาการนวัตกรรมการสื่อสารสังคมปีที่ 6(2) : 165-176.
- ซัชชญา พรหมอ่อน, ผู้ประกอบการร้านข้าวมันไก่แปลงนาม. (23 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา หาสุข.
- ชนาธิป ไชยเหล็ก. (2564). ‘คลัสเตอร์สถานบันเทิงย่านทองหล่อ วันที่ 6 เมษายน 2564. <https://thestandard.com>
- วรัญญา คงจิตราภา. (2558). การรับรู้คุณค่าของปัจจัยด้านราคา คุณภาพการบริการและความไว้วางใจที่มีผลต่อความภักดีของผู้บริโภคต่อร้านอาหารริมทางในย่านเยาวราช.การค้นคว้าอิสระเป็นส่วนหนึ่งของ การศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชุตินาถ ทศนานุพันธ์, ผู้ประกอบการร้าน Jing Jing Ice-Creambar and Café. (23 กันยายน 2564).



สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุข.

ฐิตาพร เตชะมงคลาภิวัฒน์, ผู้ประกอบการร้าน Nam Dao Huu. (23 กันยายน 2564).

สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุข.

ณิชา พุ่มจำรัส. (2555). รูปแบบและกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของโก๊ะข้าวมันไก่. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาการประกอบการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ณัฐพิสิษฐ์ ก่อเศรษฐรัฐ, ผู้ประกอบการร้านอะเก๋. (27 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุข.

ณัฐภูมิ รุ่งเสถียรภูธร. (2559). ประเภทของร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร คุณภาพการบริการและสื่อสังคม
ออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านอาหารสำหรับมือค้ำของประชากรในกรุงเทพมหานคร.
วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณฤดี ศิริฐานนท์. (2556). พฤติกรรมการรับประทานอาหารริมทางในย่านถนนเยาวราชของผู้บริโภควัย
ทำงานในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

เดลินิวส์. (2564). อาลัย “เฮีย อ้วน” ตำรวจ ก่วย จ๊ับ เยาวราช ติดเชื้อโควิด เสียชีวิต .
www.dailynews.co.th

ดาริกา จันทพลา. (2559). การปรับตัวของข้าราชการพลเรือนในจังหวัดนนทบุรีหลังจากเข้าสู่ประชาคม
เศรษฐกิจอาเซียน. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ
มหาวิทยาลัยบูรพา.

ตั้งทรัพย์ มณี, ผู้ประกอบการร้านก่วยจ๊ับอ้วนโภชนา. (29 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุข.

ไทยโพสต์. (30 ตุลาคม 2564). ซูเปอร์โพล แนะนำมาตรการเฝ้าระวังแก้ปัญหาโควิด-19 ทุกมิติ.
<https://www.thaipost.net>

ไทยรัฐออนไลน์. (2564). สลดปี 63 ตัวเลขคนไทยฆ่าตัวตายสูงลิ่ว กรมสุขภาพจิตแนะสำรวจตนเอง.
www.thairath.co.th (30 ตุลาคม 2564). บรรยากาศสตรีทฟู้ดเยาวราชหอยเหงแม่ค้าบอกเจียบ
ที่สุดในรอบ 30 ปี. www.thairath.co.th

สถาบันวิจัยและบริการวิชาการ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ. (2560). พฤติกรรมการรับประทานอาหารของคน
กรุงเทพมหานคร. สืบค้นเมื่อ 7 มิถุนายน 2565 จาก [https://www.bltbangkok.com](https://www.bltbangkok.com/lifestyle/urban%20living/3877/)
[/lifestyle/urban living/3877/](https://www.bltbangkok.com/lifestyle/urban%20living/3877/)

นิตยา เจ้าลี, ผู้ประกอบการร้านอั้งเซ่งฮง. (28 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุข.

นำชัย ฐิตวงศ์ทวีเวช, ผู้ประกอบการร้านเขี้ยว เหล่ายี่หื้อ ข้าวหมูแดงแปลงนาม. (23 กันยายน 2564).

สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุข.

บวรพล พรหมณัพนธ์, ผู้ประกอบการร้านไชยพรหมณ์. (29 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุข.

เบญจมาภรณ์ ชำนาญฉา. (24 กันยายน 2564). การท่องเที่ยวเชิงอาหาร: ศักยภาพและความได้เปรียบของ
ประเทศไทย. <https://apheit.bu.ac.th>.



- ปรธรรฐศฎา เรืองภู. (2560). สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการประกอบการร้านอาหารประเภทจานเดียว กรณีศึกษาร้านก๋วยเตี๋ยวหมุดมัยเฮียทั้ง. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แผน ก แบบ ก 2 มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ประกาศิต จิตโคตร, ผู้ประกอบการร้านข้าวมันไก่สิริราม่า. (26 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุ. ประชาชาติธุรกิจ. (2564). พลเอกประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี มาตรการ การเยียวยาผู้ประกอบการร้านอาหาร. <https://www.prachachat.net> (30 ตุลาคม 2564). พบ “ร้านอาหาร” ย่านเยาวราชติดโควิด กทม. สักปิดทำความสะอาด. <https://www.prachachat.net>
- ประวีณ์ ธนพรสกุลชัย, ผู้ประกอบการร้านเหอเงินฟง. (6 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุ. ผู้ประกอบการร้าน, ร้านเตี๋ยวเกี้ยวยักซ์ สูตรเด็ดแม่. (28 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุ. ผู้ประกอบการ, ร้านนายหมงหอยทอด. (28 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุ.
- พงษ์มนัส ดีอด. (มิถุนายน 2563). “ผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโคโรนา 2019 ต่อการประกอบอาชีพบริการจัดส่งอาหาร”. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 7(6) : 140-142.
- พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535. (2564). ภัตตาคาร หรือ ร้านอาหาร. www.research-system.siam.edu/images/0_Ad_Coop/2559/Communication_at_the_Tonmakok_Restaurant_of_Baan_Wanglang_Riverside/07_ch2.pdf
- พิชานันท์ ช้องรักษ์ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2561). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของภาพลักษณ์อาหารริมทาง ทศนคติต่อจุดหมายปลายทาง การคล้อยตามกลุ่มอ้างอิงและ ความตั้งใจกลับมาจุดหมายปลายทางซ้ำของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษา ย่านเยาวราช. วารสารเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ 9 (17) : 1-20 คณะเศรษฐศาสตร์ มศว.
- พีรสรณ์ จิรพิชิตชัย. (2562). การเสริมสร้างศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหาร Gastronomy Tourism : Street foodกรณีศึกษา : ถนนเยาวราช เขตสัมพันธวงศ์จังหวัดกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาผู้นำภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ภักจิรา ปะหนัน, ผู้ประกอบการร้าน Ba Hao Tian Mi Yaowarat. (22 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุ.
- ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร. (2555). “ทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร”. วารสารวิทยาการ จัดการ, 29 : 129-146.
- ภาวิดา สุขถาวร, ผู้ประกอบการร้านกินมันส์ข้าวผัดปู. (27 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุ.
- มติชนออนไลน์. (2564). เสี่ยงจากร้านอาหาร หลังผ่อนปรนให้นั่งกินได้ ยอมเสี่ยงแลกมีเงินหมุน. <https://www.matichon.co.th>
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ : อักษรเจริญทัศน์.
- วิลเล็ค วิริยะวณิชย์, ผู้ประกอบการร้านอาหารเจ้าแม่ข้าวราดแกง. (21 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดย นิตยา হাসุ.
- ศูนย์วิจัยกิจการไทย. (2564). ธุรกิจร้านอาหาร. <https://kasikornresearch.com>



- สง่า เรืองวัฒนกุล. (2564). พิชโควิด! ทำผู้ค้าข้าวสาร-เยาวราชรายได้หด แรงฟื้นเศรษฐกิจ.
<https://www.dailynews.co.th>
- สิทธิชัย ธรรมเสนห์. (2564). “รูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจร้านอาหารในยุคปกติวิถีใหม่สำหรับผู้ประกอบการ”. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ, 6(7) : 498-512.
- สมิทธิ์ สีสอมร. (2557). การรับรู้คุณภาพการบริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรัก รักดีต่อร้านอาหารรถเข็นริมทางเท้าย่านเยาวราช กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุรชาติ สารคุณพิทักษ์, ผู้ประกอบการร้านเล่าซ่งเฮง. (28 กันยายน 2564). สัมภาษณ์โดยนิตยาหาสุข.
- สุภางค์ จันทวานิช. (2543). การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- องค์การอนามัยโลก. (26 กันยายน 2564). ประกาศเปลี่ยนการเรียกชื่อไวรัสโควิด-19 กลายพันธุ์.
<https://workpointtoday.com>
- Brandbuffet. (24 กันยายน 2564). ธุรกิจร้านอาหารสู้อย่างไรให้รอด! ในวันที่ลูกค้าน้อยลง คู่แข่งมากขึ้น ต้องเว้นระยะห่าง กรณีศึกษาการพลิกตำราสู่วิกฤติ.
<https://www.brandbuffet.in.th>
- Hall, C. M., Sharples, L., Mitchell, R., Macionis, N., & Cambourne, B. (Eds.). (2003). Food tourism around the world: Development, management, and markets Book. Oxford: Butterworth- Heinemann.
- Lazarus, R. S. (1971). “The concept of stress and disease”. Society, Stress and Disease, 1: 53-56.
- Mak, A. H. N., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. C. Y. (2012). “Factors influencing tourist food consumption”. International Journal of Hospitality Management, 31(3): 928-936.
- Malm & Jamison. (1952). การปรับตัวและบุคลิกภาพ : จิตวิทยาเพื่อการศึกษาและชีวิต. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้ง เฮ้าส์.
- RYT9. (2564). สวนดุสิตโพล: มาตรการช่วยเหลือของรัฐในช่วงโควิด-19.
<https://www.ryt9.com>
- TOT. (2564). เทคนิคเปลี่ยนร้านอาหารให้เป็นรูปแบบออนไลน์ในสภาวะโควิด-19. www.tot.co.th
- TRUE ID. (2564). 20 ร้านอร่อย เยาวราช แวะทุกร้านเด็ด ตั้งแต่ของเมนูควา ปิดท้ายด้วยเมนูหวาน.
www.food.trueid.net
- UNICEF. (2564). โรคไวรัสโคโรนา (โควิด-19) : สิ่งที่คุณควรระวัง.
www.unicef.org
- Williamson, E. G. (1950). How to Counsel Student. New York : McGraw-Hill Book.



คำแนะนำสำหรับผู้เขียนบทความ
เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

1. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติหรือ Journal of International Thai Tourism (JITT) เป็นวารสารรายไตรมาส ครอบคลุมทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
2. เรื่องที่จะส่งเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ต้องเป็นงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ และการพัฒนาการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมบริการ
3. บทความเป็นประเภทความวิจัย (research article) บทความวิชาการ (journal article) รวมถึงบทความปริทัศน์ (review article) บทวิจารณ์หนังสือ (book review) และบทวิจารณ์บทความ (article review)
4. บทความที่เสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ จะได้รับการประเมินจากกองบรรณาธิการและผู้ประเมินบทความ 1-2 คน ผลการพิจารณาจากกองบรรณาธิการถือเป็นสิ้นสุด
5. บทความต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น
6. บทความต้องมีองค์ประกอบ ได้แก่ ชื่อเรื่อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ชื่อผู้เขียนทุกคน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ บทคัดย่อ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่น้อยกว่า 150 คำ และไม่เกิน 250 คำและคำสำคัญ (keywords) จำนวน 3-5 คำ พร้อมระบุตำแหน่งทางวิชาการ (ถ้ามี) คุณวุฒิสูงสุด และสถานที่ทำงานของผู้เขียนทุกคน
7. ต้นฉบับต้องพิมพ์บนกระดาษ A4 แบบหน้าเดียว ความยาวไม่เกิน 25 หน้า
8. ต้นฉบับ 2 ชุด ส่งให้หัวหน้ากองบรรณาธิการวารสารทางไปรษณีย์ หรือส่งเป็นไฟล์ข้อมูล PDF หรือ MS-Word พร้อมแบบฟอร์มการเสนอบทความผ่านทางอีเมล jitt.nits@gmail.com
9. การเขียนเอกสารอ้างอิงให้ใช้การอ้างอิงตามคำแนะนำการเขียนเอกสารอ้างอิง และบรรณานุกรม

สถานที่ติดต่อ

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

คณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

148 ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทรศัพท์ 02-727-3678

โทรสาร 02-375-4222

Email: jitt.nits@gmail.com



การจัดรูปแบบบทความสำหรับวารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ

1. การจัดหน้า ขนาด A4 ให้ห่างจากขอบซ้ายและขอบขวา 2.5 ซม. ขอบบน 2.5 ซม. ขอบล่าง 2 ซม. ระยะบรรทัด ห่าง 19P
2. ชื่อเรื่อง บทความภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 21P ตัวหนา บทความภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 23P ตัวหนาและจัดให้อยู่กลางหน้ากระดาษและห่างจากขอบบน 4.5 ซม. (ระยะบรรทัดห่าง 22P)
3. ชื่อผู้เขียนบทความ เว้น 1 ระยะบรรทัด (ระยะบรรทัดห่าง 22P) จากชื่อเรื่องในหน้าแรก ชิดขอบขวา และมี * ต่อท้ายชื่อ-นามสกุลเฉพาะหน้าแรก ภาษาอังกฤษ ให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 16 ตัวหนา ภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 16 ตัวหนา
4. บทคัดย่อ ABSTRACT (ประมาณ 1/2 หน้า แต่ไม่เกิน 3 ใน 4 หน้า) ภาษาไทยใช้ Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P ภาษาอังกฤษใช้ Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P โดยห่างจากชื่อผู้เขียน 1 ระยะบรรทัด ส่วนเนื้อหา (19p) รายละเอียด ให้ห่างจากคำบทคัดย่อ 1 ระยะบรรทัด (20p)
5. หัวข้อบทความ จัดให้อยู่ชิดซ้าย ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P ตัวหนา ภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P ตัวหนา
6. บรรทัดเนื้อหา รายละเอียด บรรทัดแรกให้ห่างจากหัวข้อ 1 บรรทัดพิมพ์ แต่การพิมพ์เนื้อหาทั่วไป บทความ ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK ขนาด 18 ตัวปกติ และการเว้นระยะการพิมพ์ให้ใช้ระบบ 1 (ระยะบรรทัดห่าง 19P) สำหรับบทความภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร Font : TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวปกติ ย่อหน้าของบทความ เคาะวรรค 5 ตัวอักษร
7. ตารางหรือกราฟ ถ้ามีตารางหรือกราฟ ให้พิมพ์คำว่า Table 1 หรือ Figure 1 ด้วยตัวพิมพ์หนา เว้น 1 ตัวอักษร และจึงพิมพ์ชื่อตาราง ส่วนชื่อให้พิมพ์ด้วยตัวปกติขนาด 16p ส่วนรายละเอียดของตารางและรูป ดูตามความเหมาะสม โดยถ้ามีหมายเหตุและแหล่งที่มาให้พิมพ์ที่ท้ายตาราง
8. Footnote พิมพ์ต่อท้าย Paper ระยะบรรทัดห่าง 12P ภาษาอังกฤษให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK_Regular ขนาด 12P ตัวปกติ สำหรับบทความภาษาไทยให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK_Regular ขนาด 12P ตัวปกติ
9. บรรณานุกรม จัดทำตามระบบ APA ใช้ Font : TH SarabunPSK_Bold ขนาด 18P ตัวหนา ชิดซ้ายอยู่หน้าสุดท้าย ของบทความ โดยชื่อเรื่องลำดับอักษร ภาษาไทยก่อนภาษาอังกฤษ บรรทัดแรกชิดซ้าย บรรทัดต่อไป TAB 0.5 ซม. เนื้อหารายละเอียดใช้ Font : TH SarabunPSK ขนาด 16 ตัวปกติ ระยะบรรทัด 19p



ประกาศจริยธรรมในการเผยแพร่ข้อมูลวิชาการ

1. บทความวิจัยและบทความวิชาการทุกเรื่องที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารพัฒนบริหารศาสตร์ เป็นบทความที่ได้รับการตรวจอ่านประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) จากภายในและภายนอกสถาบันอย่างน้อย 2 ราย
2. เนื้อหาบทความ ข้อความ ภาพประกอบ และตารางประกอบ ที่ลงตีพิมพ์ในวารสารนี้ เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียน กองบรรณาธิการไม่มีส่วนร่วมรับผิดชอบ ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียว
3. บทความจะต้องไม่เคยตีพิมพ์ที่ใดมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น หากตรวจสอบพบว่าการตีพิมพ์ซ้ำซ้อน ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนแต่เพียงผู้เดียวในการละเมิดลิขสิทธิ์
4. บทความที่ผู้อ่านเห็นว่าได้มีการลอกเลียนหรือแอบอ้างโดยปราศจากการอ้างอิง หรือทำให้เข้าใจผิดว่าเป็นผลงานของผู้เขียนที่ถือว่าเป็นการโจรกรรมทางวิชาการ (Plagiarism) กรุณาแจ้งกองบรรณาธิการ
5. บทความจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์และสัตว์ทดลอง กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์รับพิจารณาเฉพาะงานวิจัยที่ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์และสัตว์ทดลองเท่านั้น โดยขอให้ผู้ส่งบทความ แนบหลักฐานการรับรองจากคณะกรรมการดังกล่าวพร้อมบทความ





คณะกรรมการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหาร

ศาสตร์อาคารราชพฤกษ์ ชั้น 2 เลขที่ 148 ถ.เสรีไทย

แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กรุงเทพฯ 10240

โทรศัพท์ : 02-727-3678 E-mail : jitt.nits@gmail.com

Website : <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jitt>