

การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ The Experience Tourism Marketing Management of Weaving of Village in Buriram Province

สุรรัตน์ เครือคนโท^{1*} และ กันทิมาลย์ จินดาประเสริฐ²

Laddawan Foythong^{1*} and Kantimarn Chindaprasert²

*Corresponding author, e-mail: sureerat454@gmail.com

Received: July 9th, 2022; Revised: February 15th, 2023; Accepted: February 23rd, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย 1. เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้า ในจังหวัดบุรีรัมย์ 3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ และ 4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ แบบผสมผสาน ทั้งวิธีการเชิงปริมาณ และวิธีการเชิงคุณภาพ ซึ่งใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ และการวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชากรชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า ชนิด 5 ระดับ และแบบสัมภาษณ์ ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วม นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ส่วนใหญ่มีแหล่งข้อมูลที่ได้รับคำแนะนำมาเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต เดินทางร่วมกับครอบครัว วัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อาชีพ รายได้และภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุและการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อาชีพ และรายได้ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อ

¹ นักศึกษาปริญญาโทหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Master's degree students, Master of Arts program Tourism and Hotel Management Mahasarakham University.

² อาจารย์ที่ปรึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Advisor, Master of Arts program Tourism and Hotel Management Mahasarakham University.

ส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สำหรับแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ คือ ควรให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการทอผ้า กิจกรรมวัฒนธรรมท้องถิ่น และพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำสำคัญ: การจัดการตลาด การตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ หมู่บ้านทอผ้า

Abstract

The objectives of this research were 1. to study the potential tourism of weaving villages in Buriram Province. 2. to study behavior of experiential tourists of weaving villages. 3. to study the opinions on the experiential marketing mix in the weaving villages in Buriram and 4. to suggest the approaches for the experiential marketing management in the weaving villages in Buriram Province, using a combination of both tactics and methods. amount and qualitative methods which uses a questionnaire as a tool and qualitative research The sample group in the research was a population of 400 Thai people who traveled to Buriram Province. The research instruments were a 5-level estimation scale questionnaire and an interview form. verified by experts The statistics used in data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, T-test and F-test.

The results showed that the study of the experiential tourism potential of weaving villages in Buriram Province consisted of 3 aspects: tourism activities and participation. Tourists have their opinions about the experiential tourism of the weaving village in Buriram province. The overall picture is at a high level. have experiential tourist behavior Most of the resources are available on the Internet for travel advice. travel with family purpose for tourism and leisure Most of the personal cars are traveling. Comments on the marketing mix of experiences in a weaving village in Buriram province. overview at a large level by tourists with different demographics, sex, occupation, income and domicile There were no statistically significant differences in opinions about experiential tourism. The old tourists and different studies Have an opinion on experiential travel There were statistically significant differences at the 0.05 level, and tourists with different gender, occupation and income demographics had no statistically significant difference in opinions on the marketing mix of experiential tourism. For the guideline for the management of experiential tourism in the weaving villages in Buriram province, tourists should be involved in the activities of experiential tourism. weaving Participate in local cultural activities and develop into creative tourism.

Keywords: Market management, Experiential travel marketing, Weaving village

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับว่ามีบทบาทสำคัญมากต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะนอกจากจะสร้างรายได้มีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการโดยรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องอีกมากมาย เช่น ที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของฝากของที่ระลึกการคมนาคมขนส่ง เป็นต้น ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น เกิดกระแสเงินหมุนเวียนจากคนไทยเที่ยวในประเทศไทย และสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยปีละหลายแสนล้านบาทอีกด้วย (Ministry of Tourism and Sports, 2011) ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสุดของประเทศไทย คือกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพและความได้เปรียบในเชิงปริมาณและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติและแนวโน้มในระยะอีก 10 ปีข้างหน้า นักท่องเที่ยวต่างๆตามที่กล่าวมา ก็ยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของโลก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดเชิงมูลค่าอยู่ในระดับสูง (Ministry of Tourism and Sports, 2016)

หมู่บ้านเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ หมู่บ้านโคกสูง อำเภอนาโพธิ์ และหมู่บ้านหัวสะพาน อำเภอยุทธศาสตร์ ผ้าภูอัคนี หรือผ้าย้อมดินภูเขาไฟ หมู่บ้านเจริญสุข นับเป็นพื้นที่ที่สำคัญในการท่องเที่ยวของจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้นำวัตถุดิบจากธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ โดยเป็นกรรมวิธีในการย้อมสีผ้าด้วยการนำผ้าฝ้ายหรือผ้าไหม ไปย้อมกับดินภูเขาไฟ ทำให้ออกมามีสีสวยงามอย่างมีเอกลักษณ์ โดยดินภูเขาไฟเป็นหนึ่งในวัตถุดิบสำคัญที่หาได้ง่าย เพราะหมู่บ้านเจริญสุขนั้นตั้งอยู่ใกล้กับ “เขาพระอังคาร” ที่อุดมด้วยแร่ธาตุจากลาวาภูเขาไฟที่ปะทุออกมาในอดีต เนื่องจากเป็นภูเขาไฟเก่าแก่ที่ดับ แล้ว 1 ใน 6 ลูกของจังหวัดบุรีรัมย์ ดินที่ได้ซึ่งนอกจากเป็นประโยชน์ ในการเพาะปลูกแล้ว ชาวบ้านเจริญสุขยังคิดค้นวิธีการนำดินเหล่านี้มาใช้อย้อมผ้าอีกจากการค้นพบทรัพยากรจากผืนดิน มาผสมผสานภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์สร้างชื่ออีกด้วย ผ้าภูอัคนีนับเป็นมีเอกลักษณ์ด้านสิ่งทอที่ผ่านการผสมผสาน จากผ้าฝ้ายสีขาวเปลี่ยนเป็นสีดินน้ำตาลอ่อนกับน้ำตาลแดง แบบดินภูเขาไฟ โดยผ้าภูอัคนี ได้ผ่านการรับรองจากกระทรวงอุตสาหกรรม ว่ามีแห่งเดียวในจังหวัดบุรีรัมย์ และยังได้รับเลือกให้เป็น หมู่บ้าน OVC หรือ OTOP Village Champion (แชมป์หมู่บ้านโอท็อป) ที่ได้รับการสนับสนุนจากกรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทยอีกด้วย นอกจากนี้ทางกลุ่มได้มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ เหมาะสำหรับการนำไปใช้และเป็นของฝาก โดยมักจะมียกทั้งนักท่องเที่ยว ชาวราชการ และประชาชนทั่วไปมาเป็นลูกค้าเสมอ นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเยี่ยมชมในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชุมชนจากการต้อนรับของกลุ่มสตรีทอผ้าไหม-ผ้าฝ้าย ในหมู่บ้านเจริญสุข เพื่อทำความรู้จักกับ กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เด่นประจำท้องถิ่นในทุกขั้นตอน เพื่อสืบสานวัฒนธรรม สร้างความโดดเด่นและเป็นการสื่อสารเรื่องราวที่มีคุณค่าอีกหนึ่งภูมิปัญญาไทยที่ควรค่าแก่การรักษาให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ผ้าชิ้นดินแดง ที่หมู่บ้านโคกสูง อำเภอนาโพธิ์ หมู่บ้านหัวสะพาน อำเภอยุทธศาสตร์ ก็ได้รับรางวัลชนะเลิศการประกวดผ้าไหมระดับโลก รางวัลชนะเลิศ OTOP (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศฯ สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์) การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ซึ่งตั้งอยู่บนฐานความคิดของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึง เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ ผ่านประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับผู้ที่เป็นเจ้าของวัฒนธรรม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561) หากย้อนไปในช่วงไม่นานมานี้จนถึงปัจจุบันการท่องเที่ยวสร้างสรรค์เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น นักท่องเที่ยวคุณภาพกลุ่มใหม่นี้มีความสนใจที่จะเรียนรู้และลงมือทำกิจกรรม เช่น งานศิลปะ กิจกรรม และ

วัฒนธรรมของสถานที่นั้น ๆ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ตรง และเกิดความพึงพอใจและความประทับใจจากประสบการณ์ที่ได้รับจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการที่ประเทศไทยมีมรดกทางศิลปวัฒนธรรมที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์หนึ่งเดียว ในโลกที่พร้อมจะนำมาสร้างมูลค่าเพิ่มให้เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าท่องเที่ยว โดยการนำเสนอประสบการณ์ให้แก่ นักท่องเที่ยวซึ่งจะได้รับจากการเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมดังกล่าว (กรวรรณ สังขกร, 2554)

จากปัญหาด้านการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านไม่เป็นที่รู้จักเท่าที่ควร ได้แก่ การพัฒนาและจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาด้านอุปสงค์ ได้แก่ คุณภาพของนักท่องเที่ยว จึงมีการนำแนวคิดการจัดการตลาดมาใช้ในการดำเนินธุรกิจที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และ สิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เกิดขึ้น นั่นคือ การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ทางการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดเล็กและผู้ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ โดยคำนึงถึงแลกเปลี่ยนเรียนรู้เอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การทดสอบรสชาติ และการสัมผัส (Davar, 2010; Karwacki, 2011) ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์นี้จะก่อให้เกิดกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความตั้งใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่าง คนในชุมชนหรือเจ้าของวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์รูปแบบต่าง ๆ เช่น การเรียนรู้การ ประกอบอาชีพ การทำอาหาร และการทำงานศิลปหัตถกรรม เป็นต้น

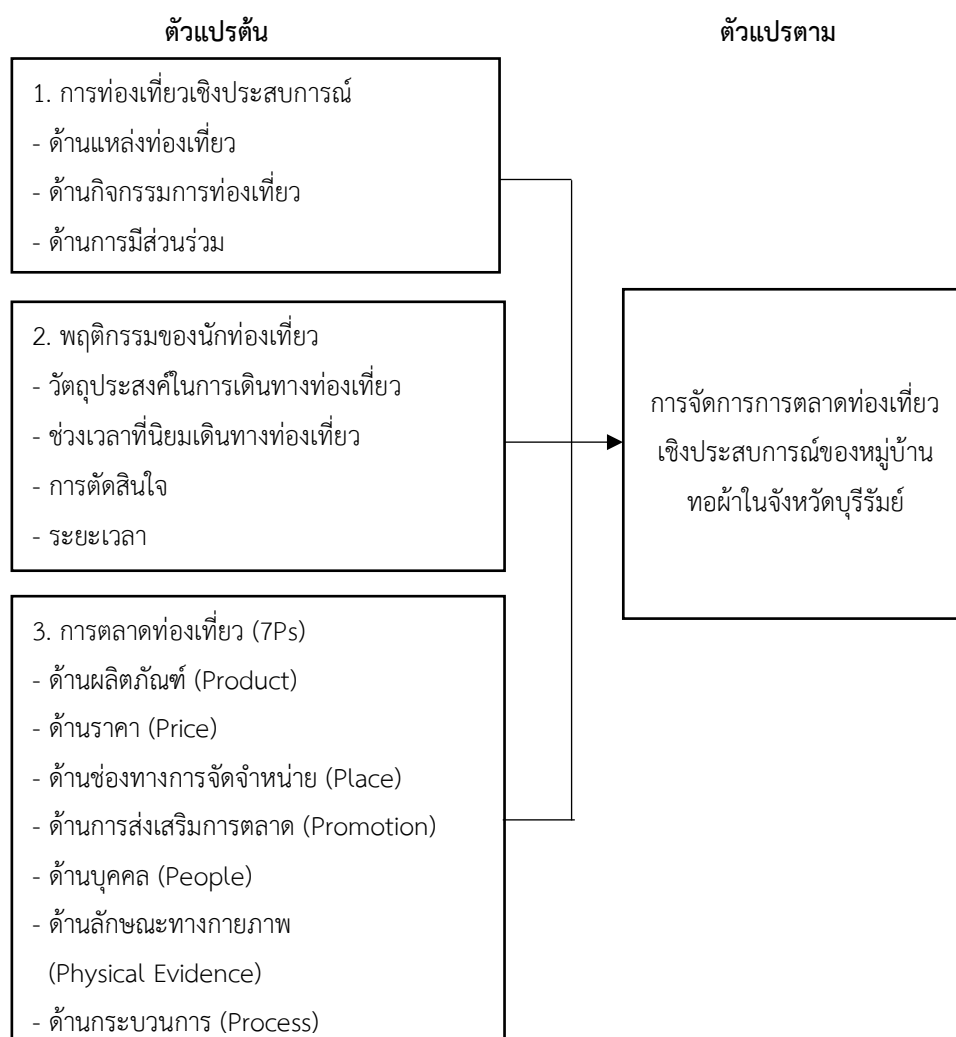
จากที่กล่าวมาข้างต้น จังหวัดบุรีรัมย์มีการทอผ้าที่มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์และมีความโดดเด่น 3 หมู่บ้าน คือ หมู่บ้านเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ หมู่บ้านโคกสูง อำเภอนาโพธิ์และหมู่บ้านหัวสะพาน อำเภอพุทไธสง จึงเป็นมูลเหตุให้ผู้วิจัยต้องการสำรวจการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นการเสนอแนะแนวทางการจัดการตลาดเชิงประสบการณ์ ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ เพื่อเสนอแนวคิดในการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชน ให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และผู้มาเยือนจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ Jennings and Nickerson (2005) ที่อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วย การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เป็นเจ้าของพื้นที่กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนทัศนคติของคนในชุมชน เพื่อพัฒนาให้เศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น และมีการพัฒนาต่อไปสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและกำหนดนโยบาย เพื่อการจัดการการตลาดและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ศึกษา

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัย เรื่อง การจัดการการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

จากวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัยข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยกำหนดสมมติฐานการวิจัย ได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่ต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่ต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ก. ประชากรที่ใช้ในการศึกษามี 4 กลุ่ม ได้แก่

1. นักท่องเที่ยว

1.1 ประชากรชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 2,014,791 คน (กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศฯ สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์, 2564)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง จากประชากร 3 หมู่บ้าน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Proportional stratified /Random sampling) ตามสัดส่วนขนาดของกลุ่มประชากร (นักท่องเที่ยว) ในแต่ละหมู่บ้าน ดังนี้

1.2.1 หมู่บ้านเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ จำนวน 140 คน

1.2.2 หมู่บ้านโคกสูง อำเภอนาโพธิ์ จำนวน 130 คน และ

1.2.3 หมู่บ้านห้วยสะพาน อำเภอพุทไธสง จำนวน 130 คน

2. ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักพัฒนาชุมชน จำนวน 1 คน

3. ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวเชิงประสบการณ์ จำนวน 1 คน

4. สมาชิกกลุ่มทอผ้า ใน 3 หมู่บ้าน จำนวนหมู่บ้านละ 1 คน

ข. พื้นที่ในการวิจัย มี 3 หมู่บ้าน ได้แก่

1. หมู่บ้านเจริญสุข อำเภอเฉลิมพระเกียรติ

2. หมู่บ้านโคกสูง อำเภอนาโพธิ์

3. หมู่บ้านห้วยสะพาน อำเภอพุทไธสง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1. แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว (questionnaire) สำหรับกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ และ 2. แบบสัมภาษณ์สำหรับสมาชิกกลุ่มทอผ้า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว และนักพัฒนาชุมชน เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วย การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การตลาดท่องเที่ยว 7Ps สร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง สรุปเนื้อหาสาระสำคัญและกรอบแนวคิด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะแล้วสร้างแบบสอบถามการวิจัย นำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะ ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามแล้วนำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาตรวจสอบการใช้คำ ความชัดเจนของคำถาม และตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา เพื่อหาดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญมีคุณสมบัติ คือ สำเร็จการศึกษาปริญญาตรีบัณฑิต หรือมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ จำนวน 3 คน โดยแบบสอบถามมีค่าความชัดเจนของคำถามและความตรงเชิงเนื้อหาอยู่ระหว่าง 0.6-1.00 และแบบสอบถามได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวม 0.95 ตอนที่ 2 เท่ากับ 0.83 และตอนที่ 4 เท่ากับ 0.86

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการจัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเท่ากับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ได้อธิบายแนะนำวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้ให้กับผู้ช่วยวิจัยเข้าใจก่อนทำการเก็บข้อมูล จากการสัมภาษณ์ 3 กลุ่ม และดำเนินการเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยวใน

หมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ โดยเริ่มแจกแบบสอบถามตั้งแต่วันที่ 1-30 มิถุนายน 2564 และนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถาม 400 ชุด ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยแบ่งเป็นขั้นตอน โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) และการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการเขียนพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis) และการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ T-test F-test การวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสัมภาษณ์ของ 3 กลุ่ม ภาครัฐ ภาคเอกชน สมาชิกกลุ่มทอผ้า โดยใช้วิธี Content Analysis

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้า ในจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้า ในจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 3 ด้านได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วม วิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวม

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	4.37	.499	มาก
2. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.31	.535	มาก
3. ด้านการมีส่วนร่วม	4.33	.543	มาก
รวม	4.34	.455	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.34) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.37) รองลงมาได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วม ($\bar{x}$ = 4.33) และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 4.31) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

การวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และร้อยละ (percentage) ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ส่วนใหญ่ มีแหล่งข้อมูลที่ได้รับคำแนะนำมาเที่ยวหมู่บ้านทอผ้ามาจากอินเทอร์เน็ต บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คือ ครอบครัว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ การท่องเที่ยวและพักผ่อน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่รถยนต์ส่วนบุคคล นอกจากนี้ยังพบว่าประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านทอผ้าส่วนใหญ่ไม่เคยมาเลย ซึ่งพบว่า ผู้ที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวหมู่บ้านทอผ้า ตัวนักท่องเที่ยวเอง ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านทอผ้าส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้ง/เดือน สำหรับประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่เคยมา โดยประเภทแหล่งท่องเที่ยวและ

กิจกรรมที่สนใจ คือ การศึกษาธรรมชาติ มีการปักค้างคืนสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันโดยประมาณ 1,001-3,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์

การวิเคราะห์ความคิดเห็นส่วนผสมทางการตลาดของนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ประกอบด้วย ส่วนผสมทางการตลาดจำนวน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการโดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติ ซึ่งประกอบด้วยค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.36	.522	มาก
2. ด้านราคา	4.31	.541	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.31	.562	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.34	.557	มาก
5. ด้านบุคคล	4.28	.551	มาก
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.23	.582	มาก
7. ด้านกระบวนการ	4.28	.580	มาก
รวม	4.30	.455	มาก

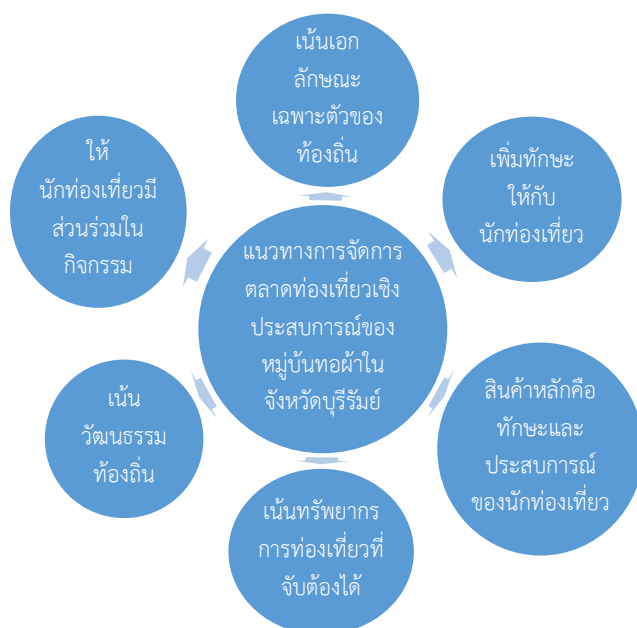
จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.36$) รองลงมาได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.34$) ด้านราคา ($\bar{X} = 4.31$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.31$) ด้านบุคคล ($\bar{X} = 4.28$) ด้านกระบวนการ ($\bar{X} = 4.28$) และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.23$) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นในการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่ต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ไม่แตกต่างกันทั้งภาพรวมและรายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ทั้งภาพรวมและรายด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อเปรียบเทียบรายด้านพบว่า มี 2 ด้านที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการมีส่วนร่วม ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยวไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รายได้ และภูมิลำเนา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่แตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน ทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ไม่แตกต่างกันทั้งภาพรวมและรายด้านอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มี 6 ด้านที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ ส่วนด้านที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มี 5 ด้านที่มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่วนด้านที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวน 2 ด้าน คือ ด้านบุคคล และด้านกระบวนการ และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รายได้และ ภูมิลำเนา ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อส่วนผสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์



รูปที่ 1 แนวทางการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์

จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ทำให้ได้ข้อเสนอแนะแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในบุรีรัมย์

1. การเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว คือการพัฒนาทักษะนักท่องเที่ยวให้สามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยสร้างทักษะด้านการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์เพิ่มเติม
2. สินค้าหลักคือทักษะและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า เช่น กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การเรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชน จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จับต้องได้เปลี่ยนเป็นการขายทรัพยากรท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ โดยเปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นผ้าไหม เป็นการขายการสอนทอผ้าจากมืออาชีพในท้องถิ่นแทน และมีการจัดทำวิดีโอที่น่าสนใจ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนควรสนับสนุนในเรื่องของสื่อโซเชียลมีเดีย
4. เน้นวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้ความสำคัญเอกลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัด โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น วิธีการทาลวดลายผ้าแบบดั้งเดิม ลวดลายผ้าประจำถิ่น เป็นต้น
5. เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ร่วมกับชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ความเป็นอยู่ สร้างองค์ความรู้ที่เน้นการปฏิบัติ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและไม่เกิดความเบื่อหน่าย มีกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อสร้างจุดสนใจให้กับนักท่องเที่ยว
6. สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น โดยการสร้างรูปแบบที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับกลุ่มท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน เช่น วิธีการเลี้ยงหม่อนไหม การสาวไหม การทอผ้าด้วยมือแบบโบราณ ซึ่งถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้า ในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากด้านแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวมีกิจกรรมการสาวไหม และได้มีส่วนร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชน โดยเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ สวยงาม ปลอดภัย และมีการเดินทางที่สะดวกและเข้าถึงได้ง่าย เนื่องจากจังหวัดบุรีรัมย์มีสนามบิน จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่อยู่ต่างภูมิภาคสามารถเดินทางมาได้อย่างสะดวกสอดคล้องกับงานวิจัยของทัศธร ศรีสุข และคณะ (2561) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีบ้านแบบบูรณาการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาชมความสวยงามของแหล่งทางธรรมชาติทะเลหมอกและอากาศที่หนาวเย็นในช่วงต้นปีรวมทั้งความสวยงามของดอกไม้คือดอกเสี้ยวการเก็บเมล็ดกาแฟการเก็บใบเหมี้ยง รวมไปถึงวิถีชีวิตของคนในชุมชน และนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ตรงและเกิดความสนุกสนาน ซึ่งเป็นการส่งเสริมสนับสนุนทางสังคม ซึ่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยส่งผ่านความผูกพันต่อชุมชน และยิ่งเยาวชนที่ได้รับการสนับสนุนจากครอบครัว โรงเรียน ได้เข้ามามีส่วนร่วมจะทำให้มีความรู้สึกผูกพันและรู้สึกหวงแหน และเกิดความเข้าใจในกลไกการส่งผลของการสนับสนุนทางสังคมที่มีต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

รวมทั้งเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการส่งเสริมให้เยาวชนเกิดการมีส่วนร่วมในการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้อนุรักษ์สืบทอดต่อไป สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐพัชร มณีโรจน์ และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่อำเภอวัฒนานครจังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า มีศักยภาพทั้งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวก การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ส่วนแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ มี 7 ด้าน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง ที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และการจัดการ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ส่วนใหญ่ มีแหล่งข้อมูลที่ได้รับคำแนะนำมาเที่ยวหมู่บ้านทอผ้ามาจากอินเทอร์เน็ต บุคคลที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว คือ ครอบครัว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง คือ การท่องเที่ยวและพักผ่อน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่รถยนต์ส่วนบุคคล ซึ่งส่วนใหญ่ไม่มีประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านทอผ้าเลยแต่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ช่วงเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวหมู่บ้านทอผ้าส่วนใหญ่เป็นวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยว 1 ครั้ง/เดือน สำหรับประสบการณ์การเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ส่วนใหญ่เคยมา โดยประเภทแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่สนใจ คือ การศึกษาธรรมชาติ มีการพักค้างคืนสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว และส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันโดยประมาณ 1,001-3,000 บาท ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวในปัจจุบัน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนั้นจะมีการสืบค้นข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากรวดเร็ว และได้รับข้อมูลที่หลากหลาย โดยการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะชอบการท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวชื่อดัง แต่เมื่อได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวของกลุ่มหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความชื่นชอบในการทอผ้า โดยได้ให้ความสนใจเป็นอย่างมากในเรื่องของการทอผ้า เริ่มตั้งแต่กระบวนการตลอดจนวิธีการทอผ้าจนกลายเป็นฝัน และนำมาแปรรูปเป็นเครื่องนุ่งห่ม ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เข้ามามีพฤติกรรมที่ชื่นชอบเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะกระบวนการทอผ้า ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สนใจและมีพฤติกรรมอยากลองทอผ้าเอง เพื่อเป็นประสบการณ์ สอดคล้องกับ Poulsson and Kale (2004) ให้ความหมายไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ควรเป็นลักษณะที่เป็นกิจกรรมระหว่างผู้จัดหา และผู้บริโภค นักท่องเที่ยวจะได้รับคุณค่าและความทรงจำกับเหตุการณ์จากการมีส่วนร่วม นั้น ๆ โดยมีลักษณะของประสบการณ์ 5 มิติ ได้แก่ ชอบความแปลกใหม่ การเรียนรู้ ความสัมพันธ์ของแต่ละบุคคล ความประหลาดใจและการมีส่วนร่วม Schmitt (2007) ได้แบ่งประสบการณ์ออกเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย ประสบการณ์ เชิงสัมผัส (ประสาทสัมผัส) ประสบการณ์เชิงอารมณ์ (ความรู้สึก) ประสบการณ์ที่เชิงความรู้ ความคิด) ประสบการณ์เชิงกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต (การปฏิบัติ) และประสบการณ์ด้านสังคม ก่อให้เกิดความเกี่ยวข้องทางวัฒนธรรม ซึ่งเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ก็คือการ สร้างประสบการณ์โดยรวมที่บูรณาการเอาแต่ละ ประเภทเข้าด้วยกัน ทั้งนี้ ยังมีนักวิจัยหรือผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานต่าง ๆ ได้เข้ามาให้ความสนใจ และศึกษาถึงกระบวนการทอผ้า เพื่อนำข้อมูลไปพัฒนาผลงานวิจัย ซึ่งนอกจากจะให้ความสนใจด้านกระบวนการต่าง ๆ ในการทอผ้าแล้ว ยังชื่นชอบในลวดลายของผ้า และความประณีตของการทอเป็นอย่างมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ พลธิราช และปริญญานาคปทุม (2560) ศึกษาเรื่อง การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกหนึ่งซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และความคิดระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของวัฒนธรรมส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและบอกต่อไปยังบุคคลอื่น

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ ภาพรวมในระดับมาก เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ สอดคล้องกับมนรัตน์ ใจเอื้อ และคณะ (2559) ที่กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวประกอบด้วย 7 ด้าน โดยได้แก่ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (product) คือ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวและทรัพยากรการท่องเที่ยว ที่เสนอขายให้แก่ผู้ซื้อ ผลิตภัณฑ์จะต้องมีประโยชน์และคุณค่าในสายตาลูกค้า การกำหนดราคาสินค้าและการบริการในแหล่งท่องเที่ยว (price) คือ ราคาเป็น องค์ประกอบเพียงอย่างเดียวของส่วนประสมทางการตลาดที่สามารถสร้างรายได้และมีบทบาทสำคัญ ต่อเศรษฐกิจ โดยการตั้งราคาควรคำนึงถึงความเป็นธรรม การลดต้นทุน และอื่น ๆ ที่ลูกค้าจะต้อง ได้รับความในการซื้อสินค้าหรือบริการ ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) คือ สถานที่หรือช่องทางในการนำผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปเสนอขายหรือส่งมอบให้แก่นักท่องเที่ยว และช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับการท่องเที่ยวยังหมายถึงวิธีการที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายและ รวดเร็วอีกด้วย ดังนั้น ในการกำหนดช่องทางการจัดจำหน่ายสำหรับการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงทำเลที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการซื้อสินค้าและบริการ ความสะดวกในการเดินทางไปยัง แหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการตลาด (promotion) สิ่งสำคัญของการส่งเสริมการตลาดคือ การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เชิงบวกต่อแหล่งท่องเที่ยวและตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว บุคคล (people) คือ พนักงานหรือผู้ที่ให้บริการจะส่งผลกระทบต่อ ความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ดังนั้นในการพิจารณาเลือกบุคลากรที่ให้บริการจำเป็นต้องพิจารณาถึง คุณภาพในการให้บริการ ได้แก่ มีความรู้และความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถความชำนาญ สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง มีความเป็นมิตร ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว (physical evidence) คือ สิ่งที่เป็น รูปร่างหรือสิ่งที่ปรากฏสามารถมองเห็นได้ เน้นการสร้างและนำเสนอภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ทั้ง ทางด้านกายภาพและรูปแบบการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสร้างความประทับใจ ดังนั้น ลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยวจะต้องมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และกระบวนการในการให้บริการ (process) เป็นวิธีการปฏิบัติงานบริการเพื่อส่งมอบ บริการที่ถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว และสร้างความประทับใจ ทั้งนี้ เนื่องลักษณะการท่องเที่ยวมีความหลากหลายของกิจกรรม ผ้าไหมทอมือมีความเหมาะสมกับราคา การเข้าถึงสถานประกอบการ ส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ การมีมนุษย์สัมพันธ์ที่ดีต่อนักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางที่ชัดเจน และที่สำคัญคือ การต้อนรับนักท่องเที่ยวจากชุมชน ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังพบว่า เมื่อชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ร่วมกับชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ความเป็นอยู่ สร้างองค์ความรู้ที่เน้นการปฏิบัติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและไม่เกิดความเบื่อหน่าย มีกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อสร้างจุดสนใจให้กับนักท่องเที่ยวทำให้เกิดประสบการณ์ ดังข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญที่ว่า “สินค้าหลัก คือ ทักษะและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า เช่น กิจกรรมการทอผ้าของนักท่องเที่ยว การเรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชน จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้น จึงควรมีกิจกรรมที่หลากหลาย และให้เกิดเป็นจุดขายของสินค้าในชุมชน” สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า การตลาดการท่องเที่ยว เป็นความพยายามของผู้ประกอบการธุรกิจที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่ามีทรัพยากร

ท่องเที่ยวและการบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้แล้วจึงใช้ส่วนผสมทางการตลาดท่องเที่ยวจูงใจให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและซื้อบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกำไรตามต้องการจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์ แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดสุรินทร์ พบว่า การเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวคือการพัฒนาทักษะนักท่องเที่ยวให้สามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการทอผ้า โดยสร้างทักษะด้านการทอผ้าให้กับนักท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารท้องถิ่นของจังหวัดบุรีรัมย์เพิ่มเติม สอดคล้องกับ Schmitt (2007) ได้แบ่งประสบการณ์ออกเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย ประสบการณ์ เชิงสัมผัส (ประสาทสัมผัส) ประสบการณ์เชิงอารมณ์ (ความรู้สึก) ประสบการณ์ที่เชิงความรู้ (ความคิด) ประสบการณ์เชิงกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต (การปฏิบัติ) และประสบการณ์ด้านสังคม ก่อให้เกิดความเกี่ยวข้องทางวัฒนธรรม ซึ่งเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ก็คือการสร้างประสบการณ์ที่บูรณาการเอาแต่ละประเภทเข้าด้วยกัน นั่นหมายถึงทักษะและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า เช่น กิจกรรมการทอผ้าของนักท่องเที่ยว การเรียนรู้วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชน จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่น ดังนั้น จึงควรมีกิจกรรมที่หลากหลาย และให้เกิดเป็นจุดขายของสินค้าในชุมชน โดยเน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่จับต้องได้เปลี่ยนเป็นการขายทรัพยากรท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้ โดยเปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นผ้าไหม เป็นการขายการสอนทอผ้าจากมืออาชีพในท้องถิ่นแทน และมีการจัดทำวิดีโอที่น่าสนใจ ซึ่งหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนควรสนับสนุนในเรื่องของสื่อโซเชียลมีเดีย และได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำ อาทิ การจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับกลุ่มชุมชนทอผ้า เน้นวัฒนธรรมท้องถิ่น ให้ความเป็นเอกลักษณ์แก่ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัด โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น วิธีการทอผ้าแบบดั้งเดิม ลวดลายผ้าประจำถิ่น เป็นต้น สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (experiential tourism) ควรมีการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้เป็นเจ้าของพื้นที่กับนักท่องเที่ยว (Jennings and Nickerson, 2006) เป็นแนวการเดินทางที่มุ่งแสวงหาประสบการณ์ เชิงแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม ประเพณี วิธีการดำรงชีวิต และมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ร่วมกับชุมชน โดยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ความเป็นอยู่ สร้างองค์ความรู้ที่เน้นการปฏิบัติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความเข้าใจและไม่เกิดความเบื่อหน่าย มีกิจกรรมที่หลากหลายเพื่อสร้างจุดสนใจให้กับนักท่องเที่ยว เป็นการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น โดยการสร้างรูปแบบที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับกลุ่มทอผ้า ให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน เช่น วิธีการเลี้ยงหม่อนไหม การสาวไหม การทอผ้าด้วยมือแบบโบราณ ซึ่งถึงว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น จากการเสนอแนวทางการจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์นั้น จะเห็นว่าการเติบโตอย่างยั่งยืนของการท่องเที่ยวจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ที่สำคัญคือ การเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว และทรัพยากรการท่องเที่ยวของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่น ทั้งชุมชน ภาครัฐ และเอกชน สอดคล้องกับปิ่นฤทัย คงทอง และสุวารี นามวงศ์ (2559) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่ง

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหรือเชิงประสบการณ์ ประกอบด้วย 1. การมีจิตสำนึกของประชาชนในฐานะเจ้าบ้านและจิตสำนึกของนักท่องเที่ยว 2. การประสานงานและความร่วมมือ 3. การสนับสนุนของภาครัฐในท้องถิ่น 4. การมีส่วนร่วมของประชาชน และ 5. ภาวะผู้นำชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกในกระบวนการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งในเรื่องของความสะดวกในการเดินทาง การให้การต้อนรับ มีรูปแบบการชำระค่าบริการที่หลากหลาย มีความสะดวกในการหาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง มีความปลอดภัย มีที่จอดรถรองรับเพียงพอ ภายในหมู่บ้านมีบรรยากาศที่ดี และมีห้องน้ำที่สะอาดและเพียงพอต่อผู้มาท่องเที่ยว กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวควรทำให้กระบวนการต่างๆ ในการอำนวยความสะดวกเป็นไปอย่างเรียบง่าย สะดวกและรวดเร็ว ที่สำคัญต้องสร้างให้กระบวนการต่างๆ มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับสถานการณ์นั้น ๆ

2. หมู่บ้านที่จัดการท่องเที่ยวเชิงท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ หรือผู้ประกอบการสามารถนำไปประยุกต์ใช้ หรือนำไปเป็นข้อมูลสนับสนุนในการวางแผนเพื่อพัฒนากลยุทธ์และสร้างความได้เปรียบในแข่งขันสำหรับการให้บริการต่างๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้ดี

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวการตลาดเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยวในจังหวัดบุรีรัมย์ เพื่อจะได้ทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนให้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มีแนวทางในการพัฒนาที่หลากหลาย

เอกสารอ้างอิง

- กรวรรณ สังขกร. (2554). *การพัฒนาเมืองชายแดน : เพื่อรองรับผลกระทบจากการท่องเที่ยวและการค้าในกลุ่มน้ำโขง*. เชียงใหม่ : สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. 221 หน้า.
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศฯ สำนักงานจังหวัดบุรีรัมย์. (2564). *กิจกรรมพัฒนาและยกระดับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP 64*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564, จาก : <http://www.buriram.go.th/web3/>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561). *การท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเรื่องใกล้ตัวกว่าที่คิด*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 เมษายน 2564, จาก : <https://tatreviewmagazine.com/article/community-based-tourism/>.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์, จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และอังสุมาลิน จ่านชอบ (2563). การศึกษาศักยภาพและผลกระทบของธุรกิจการให้เช่าที่พักระยะสั้นเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 4 (3), 27-56.
- ณรงค์ พลธิรักษ์ และปริญญา นาคปฐม. (2560). *การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย*. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยประเภทงบประมาณเงินรายได้จากเงินอุดหนุนรัฐบาล (งบประมาณแผ่นดิน) มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. นนทบุรี : เฟรนด์ข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง. 351 หน้า.

- ปิ่นฤทัย คงทอง และ สุวารี นามวงศ์. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของจังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 12(2), 1-32.
- มนรัตน์ ใจเอื้อ, พนิต กุลศิริ, ธนภูมิ อติเวทิน และวรินทรา ศิริสุทธิกุล. (2559). รูปแบบการตลาดเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงมรดกวัฒนธรรม : ชุมชนบางหลวง ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี*, 12(3), 12-24.
- ทัตษกร ศรีสุข, อติศักดิ์ จำปาทอง และชรัสนันท์ คำชม. (2561). แนวทางการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวและห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีนานาแบบบูรณาการ. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 4(2), 313-330.
- Davar, C. (2010). *Experiential Tourism and the Cyprus Hotel Experience: A Canadian Perspective, with Suggestions, Ideas, and Opportunities*. [Online]. Retrieved on August 10, 2021, from : <https://ideasinteligentesblog.files.wordpress.com/2012/11/experiential-tourism-and-the-hotel.pdf>.
- Jennings, G., and Nickerson, N. P. (2005). *Quality tourism experiences*. London : Routledge. 280 pages.
- Karwacki, J. (2011). *Haven't been there, done that : How Experiential Tourism is Transforming the Travel Experience*. [Online]. Retrieved on August 10, 2021, from : <https://www.yumpu.com/en/document/view/6956567/judy-karwacki-president-small-planet-consulting-web-www->.
- Ministry of Tourism and Sports. (2011). *National Tourism Development Plan 2012-2015*. Bangkok : Ministry of Tourism and Sports. 125 pages.
- Ministry of Tourism and Sports. (2016). *Domestic tourism statistics (classify by region and province)* [Online]. Retrieved October 10, 2017, from : <http://www.mots.go.th>.
- Poulsson, S. H. G., and Kale, S. H. (2004). *The Experience Economy and Commercial Experiences*. Boston : Harvard Business. 289 pages..
- Schmitt, N. (2007). *Vocabulary in language teaching*. (8th Ed.). Cambridge : Cambridge University Press. 359 pages.

บุคลากรกรม

- ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 1. (2565). การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์. (สุรรัตน์ เครือคนโท, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 2. (2565). การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์. (สุรรัตน์ เครือคนโท, ผู้สัมภาษณ์)
- ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มที่ 3. (2565). การจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านทอผ้าในจังหวัดบุรีรัมย์. (สุรรัตน์ เครือคนโท, ผู้สัมภาษณ์)