

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

Factors Influencing Creative Community-Based Tourism Management

รัตติยา พรหมกัลป์¹ พระเทพปริยัติเมธี² และนัยนา เกิดวิชัย³
Rattiya Promkan¹, Phratheppariyattimedhi² and Naiyana Girdwichai³

Received : November 21, 2018; Revised : April 10, 2019; Accepted : April 15, 2019

บทคัดย่อ (Abstract)

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นการศึกษาวิจัยในเชิงเอกสารโดยการสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ โดยใช้เนื้อหาสาระเฉพาะส่วนที่เป็นข้อค้นพบของรายงานวิจัยซึ่งมีความสอดคล้องกับงานที่ผู้วิจัยกำลังศึกษามาเป็นฐานในการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นลำดับขั้น ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม เป็นสิ่งที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย การร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิด 2) ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และความเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ 3) ปัจจัยด้านการตลาด เป็นการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการดึงดูดใจจนตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร เครือข่าย และการประชาสัมพันธ์ และ 4) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม และทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การเรียนรู้ เข้าถึง สัมผัส และลงมือทำ

คำสำคัญ (Keywords) : ปัจจัยที่มีอิทธิพล, การจัดการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

¹นิสิตหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย; Doctor of Philosophy in Public Administration, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand; e-mail : rattitik.prom@gmail.com

²มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย; Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand.

³มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย; Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand.

Abstract

This research was aimed to synthesis factors that influence the creative community-based tourism management. This is a documentary research by the qualitative synthesis. Which is consistent with the work that the researcher is studying as a base by content analysis and synthetic, interpretive approach and presentation of the results in a hierarchical analysis. The research findings revealed that: 1) Factors of participation, is the voluntary participation of the people and stakeholders. To lead the planning process and decision making include implementation benefits, planning and thinking. 2) Factors of tourism resources, is a tourist attraction that exists in both naturally occurring areas and what the community created include amenities, activities, attraction and place. 3) Factors of marketing, is activity that affects the decision to travel and satisfied, include communication channel, network and public relations. 4) Creative Community-based tourism, is community-based tourism management has an element of participation. And tourism resources through the management process, include reciprocating, experiencing, appreciating and learning.

Keywords : Factors Influence, Tourism Management, Creative Community-based tourism

บทนำ (Introduction)

การให้ความสำคัญกับการสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจระดับมหภาคเป็นหลักภายใต้แนวคิดการพัฒนาประเทศบนฐานการบริการที่มีมูลค่าสูง นโยบายการพัฒนาที่เกิดขึ้นจึงให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างมาตรฐานความเจริญและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวสามารถนำไปสู่รายรับจำนวนมหาศาลที่ดูดซับจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว การสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการ ใช้ประโยชน์จากทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ขนบธรรมเนียมและประเพณีและวัฒนธรรมชุมชน เพื่อแก้ปัญหาความยากจน และพัฒนาความเข้มแข็งของชุมชน จึงเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญยุทธศาสตร์หนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 ตลอดจนการบริหารจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บูรณาการการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ ตามแนวทางการพัฒนาในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 และการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน ตามยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 สนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วม

ด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 – 2564)

การพัฒนาความหลากหลาย คุณภาพ และสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวไทย โดยต้องเน้นการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ในระยะยาวต้องเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน โดยไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่ทำลายวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของชุมชน ตามกรอบยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) การจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเน้นให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวบนฐานการเป็นเจ้าของทรัพยากรซึ่งจะต้องตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของมรดกวัฒนธรรมของตน การเป็นส่วนหนึ่งของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความผูกพันและความยั่งยืนในการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงเส้นทางวัฒนธรรมและรูปแบบกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งโดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ก็จะเป็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเชิงสร้างสรรค์ให้มีความยั่งยืน การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาเป็นตัวแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับสภาพปัจจุบัน อันจะเป็นข้อมูลในการนำไปพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ และการประยุกต์ใช้ในบริบทอื่น ๆ ภายใต้อสภาพแวดล้อมที่ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การศึกษาวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์” ผู้วิจัยกำหนดการศึกษาวิจัยในเชิงเอกสาร (Documentary Research) โดยการสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ (Qualitative Synthesis) เป็นการสังเคราะห์เนื้อหาสาระเฉพาะส่วนที่เป็นข้อค้นพบของรายงานวิจัย ด้วยการวิธีการบรรยายจนได้บทสรุป รวมข้อค้นพบของรายงานการวิจัย เพื่อนำมาวิเคราะห์และสังเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้วิจัยจึงกำหนดข้อมูลเพื่อทบทวน จำนวน 20 เรื่อง แบ่งเป็นบทความวิจัยจากวารสาร จำนวน 10 เรื่อง รายงานวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) จำนวน 6 เรื่อง งานวิจัยระดับปริญญาเอก จำนวน 3 เรื่อง และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำนวน 1 เรื่อง ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานที่ผู้วิจัยกำลังศึกษามาเป็นฐานในการวิเคราะห์ และการสังเคราะห์งานวิจัย (Systematic Reviews) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางสถิติในการรวบรวม

ผลของงานวิจัยในแต่ละเรื่องที่มีความเป็นเนื้อเดียวกันมาสรุปรวมกัน มีการให้ค่าเชิงปริมาณที่แน่นอน และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นลำดับขั้น

ผลการวิจัย (Research Results)

การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้รับการยอมรับว่าเป็นโอกาสที่สำคัญมากสำหรับการพัฒนาประเทศไปจนถึงท้องถิ่นต่าง ๆ ให้พลิกฟื้นจากปัญหาความยากจนสู่ความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ จึงได้มีการปรับแนวทาง และกลยุทธ์ในการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นจึงถูกคาดหวังให้เข้ามามีบทบาทในการจัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในด้านการมีส่วนร่วมในการดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรทางธรรมชาติ การให้ความรู้และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่ได้กำหนดทิศทางการตลาดภาพรวม ปี 2560 โดยสื่อสารการตลาดทั้งในประเทศ และต่างประเทศที่ยังคงนำเสนอวิถีไทยที่เป็นจุดเด่นโดยลงลึกยิ่งขึ้นผ่านการสร้างประสบการณ์จากท้องถิ่น (Local Experience) เปิดมุมมองใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว ด้วยการสร้างสมดุลทางความยั่งยืนของการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กระจายในท้องถิ่น โดยศักยภาพของการท่องเที่ยวนั้นมีความครอบคลุมตามองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 ปัจจัย ประกอบด้วย 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) 3) ที่พัก (Accommodation) (Trachu, 2017 : 168) 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และ 5) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) (Puangngern, 2017 : 208)

นอกจากนั้นแล้วยังอาจหมายรวมถึงทรัพยากรการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และธุรกิจการท่องเที่ยว (Kaewsanga and Chamnongsri, 2015 : 85) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการจัดการท่องเที่ยว แต่จากการเปลี่ยนแปลงของทิศทางการท่องเที่ยวจึงส่งผลให้กลยุทธ์และการวางแผนจัดการการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป หากเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังควรคำนึงถึงการส่งเสริมการตลาด (Laophuangsak ed al, 2017 : 144) การมีส่วนร่วม กระบวนการสิ่งแวดล้อม และองค์กรในการดำเนินการ (Buakhwan, 2013 : 179) รวมถึงด้านคุณภาพการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การเรียนรู้และพัฒนาเครือข่าย (Kunsri and Mongkolsrisawat, 2016 : 471) การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การจัดการบริการ การจัดการบุคลากร (Kamonsakdavikul, 2013 : 56) ที่ใช้ในการต้อนรับ คุณภาพและความพึงพอใจของผลผลิตที่ใช้ในการรองรับนักท่องเที่ยว การสนับสนุน/ ส่งเสริมจากภาคส่วนต่าง ๆ (Suvannakuta ed al, 2015 : 178) และการบริการและความปลอดภัย (Aksornpim, 2017 : 145-148)

รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญที่จะทำให้การจัดการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (Strategy) จะส่งผลดีให้เกิดการจัดการอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ผ่านการจัดโครงสร้าง (Structure) ในองค์การซึ่งควรจะเกี่ยวข้องกับการจัดลำดับขั้นและการแบ่งหน้าที่ให้เหมาะสม เพราะโครงสร้างที่ดีจะเป็นกุญแจที่

สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยว ครอบคลุมไปถึงระบบการจัดการข้อมูล ระบบการดำเนินงาน การปฏิบัติการการเงิน การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การตลาดและระบบอื่น ๆ ด้วย โดยทุกระบบต้องมีการประสานความร่วมมือกันและมีความสัมพันธ์กันในทุกขั้นตอน บุคลากร หรือคนในชุม (Staff) นับเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การดำเนินการต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี โดยเฉพาะบุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาอย่างรอบคอบโดยคัดสรรบุคคลที่มีความรับผิดชอบ มีความจริงใจซื่อสัตย์ทำงานดี ประสบความสำเร็จและสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจเป็นสำคัญ โดยอาศัยในการทำงานทุกอย่างจะต้องอาศัยความชำนาญงาน (Skill) อย่างมีประสิทธิภาพ โดยขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 อย่าง คือ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติที่ดีต่องาน ดังนั้นผู้ที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวควรจะมีทั้งความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องเฉพาะสาขาด้วย ด้วยลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล หรือท้องถิ่น (Style) ซึ่งจะนำสู่การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ (Share) ความคิดเห็น ความรู้ซึ่งนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวได้ดีที่สุด (Adhikary, Mc. Kinsey, 1995 : 31-33) ทั้งนี้จำเป็นอาศัยส่งเสริมงบประมาณ และองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการจากหน่วยงานภายนอก การปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ เชื่อมประสานการดำเนินงานกับชุมชนท่องเที่ยวใกล้เคียง (Ngamprapasom, 2016 : 78) การฝึกอบรมบุคลากรในท้องถิ่น การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ และการจัดเตรียมข้อมูล คู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยวให้พร้อม (Chinnaphong, 2017 : 100)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เริ่มตั้งแต่ปัจจัยด้านการส่งเสริมสนับสนุนจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิก และปัจจัยด้านการเมืองท้องถิ่นมีส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน (Wanwiset and Agmapisarn, 2017 : 71) โดยชุมชนมีอิทธิพลทางบวกต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Somsila and Kaewnuch, 2018 : 116) โดยผ่านการจัดการด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว กระบวนการเรียนรู้ และการมีส่วนร่วม โดยต้องส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Seedapeng, 2016 : 203-205) แต่เนื่องจากแต่ละชุมชนมีแนวปฏิบัติและการได้รับการส่งเสริมสนับสนุนแตกต่างกันตามเอกลักษณ์ จึงจำเป็นที่จะต้องมีการจัดการ และการเรียนรู้มีคณะทำงาน ผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการภูมิทัศน์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวแบบเรียนรู้ที่เหมาะสมสำหรับแต่ละบริบทของชุมชน (Hongsuwan and Jantharun, 2017 : 241-243) ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์นั้นจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้เพื่อสร้างประสบการณ์ เป็นการเรียนรู้ที่สร้างทักษะและประสบการณ์ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรม เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับวิถีชุมชนผ่านอัตลักษณ์ทางการท่องเที่ยวกิจกรรมทางประเพณี วัฒนธรรมที่เป็นรากฐานของชุมชนมาสร้างคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้พื้นที่โดยรอบเป็นพื้นที่ของกิจกรรมการเรียนรู้ การขายสินค้าที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดใจด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ การจัดกิจกรรมเป็นกลุ่มเล็ก นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ มีประสบการณ์ และ

ใช้ความคิดสร้างสรรค์ (Sereewichayaswat, 2012 : 31) เพื่อหวังผลในการสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวของชุมชน

การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวสามารถทำได้โดยการพัฒนาบุคลากรเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน เป็นการพัฒนานักในชุมชนให้ทำหน้าที่เป็นผู้นำชมและเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ท้องถิ่นของชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ เป็นการเชื่อมโยงวิถีชีวิต ประเพณี และภูมิปัญญาให้เป็นรูปธรรม ต้องสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่ระลึกของพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น กิจกรรมทางประเพณีวัฒนธรรม และกิจกรรมการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับการเรียนรู้การผลิต การสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม และสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนรวมถึงการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวเป็นการสนับสนุนการทำงานระหว่าง บุคคล ชุมชน องค์กร และหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานภาคเอกชน (Chantararnamchoo, Taikham and Nhusawi, 2018 : 137) เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้เกิดแก่ชุมชนสามารถวางแผน และพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวให้เกิดความเป็นรูปธรรมโดยไม่ทำลายความเป็นจริงทางการท่องเที่ยวของชุมชน ยังเป็นการสร้างความตระหนัก รักในวัฒนธรรม (Keyuraphan, 2015 : 171) ทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในชุมชนเพื่อสร้างให้เกิดคุณค่าและมูลค่าทางเศรษฐกิจได้

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ สังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อค้นหาคุณลักษณะของปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ พบว่า

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ที่	ผู้วิจัย / นักคิด	การสังเคราะห์ตัวแปร																	
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R
1	ศุภมาส แวนวิเศษ และ เจริญชัย เอกมาไพศาล (2560)	√	√	√							√								
2	กฤติยา สมศิลา (2561)	√			√	√	√	√			√								
3	นราวดี บัวขวัญ (2555)	√				√	√	√	√		√								
4	อานนท์ สีดาเพ็ง (2559)	√					√	√		√									
5	วันชัย พวงเงิน และ คณะ (2560)						√		√	√	√								
6	ประพันธ์พงษ์ ชื่นพงษ์ (2560)		√			√	√				√				√				
7	เจนจิรา อักษรพิมพ์ (2560)	√			√						√		√						
8	ลักขณา เกษราพันธ์ (2558)	√						√	√		√					√	√	√	
9	ปิวิศา งามประภาส (2559)	√				√		√							√				
10	พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์ และคณะ (2560)	√					√			√	√								
11	ปฐม หงส์สุวรรณ และ นิมนต์ จันทบุญ (2560)	√				√	√				√								
12	ธณิศร์ กลุศิริ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559)	√				√				√		√							
13	วิยะดา เสรีชัยสวัสดิ์ (2555)	√				√	√	√	√										
14	กรรช ทรายู และคณะ (2560)						√	√	√	√	√					√			
15	โคจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล (2556)					√	√			√						√			
16	ศุภพล สุวรรณภู และ คณะ(2559)	√					√		√	√						√			
17	กัมตมณ แก้วสง่า และนิศาล จ้างศิริ (2558)	√				√					√			√					
18	นพพร จันทน์น้ำ และ คณะ(2560)					√	√	√	√		√				√	√			
19	รพีพรรณ จันทับ และ ลินจง โพขาริ (2559)						√			√			√			√			√
20	Mc. Kinsey Adhikary (1995)	√						√		√			√			√			√
		14	2	1	2	10	13	8	7	9	12	1	3	1	3	7	1	1	2

หมายเหตุ: การอธิบายคุณลักษณะของตัวแปร

A - การส่งเสริม สนับสนุนจากผู้มีส่วนร่วม / การมีส่วนร่วม / การวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว B - การติดต่อสื่อสาร / การประสานการพัฒนาการท่องเที่ยว C - การเมืองท้องถิ่น D - ภาวะผู้นำ E - เครือข่าย / องค์การ F - การระดมทรัพยากร / แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม / ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว / การจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว / การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว / สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว / ด้านการจัดการ G - ทักษะและความรู้ / กระบวนการเรียนรู้ H - กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม I - การบริการท่องเที่ยว / ความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว / สิ่งอำนวยความสะดวก / คุณภาพการให้บริการ / ที่พัก / กลยุทธ์การจัดการ J - การตลาด / การประชาสัมพันธ์ / การจัดเตรียมข้อมูลคู่มือบริการข่าวสารการท่องเที่ยว K - ด้านการเงินและทรัพยากร L - โครงสร้างการบริหาร M - นักท่องเที่ยว N - การฝึกอบรม / การพัฒนาศักยภาพ O - ชุมชน / คนในชุมชน P - การสร้างสรรค์ Q - การอนุรักษ์ / การตระหนัก / ผลกระทบที่ได้รับ (บวก / ลบ) / การปลูกฝังจิตสำนึก และ R - การแข่งขัน

การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยเลือกในระดับความถี่สูงสุด 3 ระดับแรก พบว่า

ตารางที่ 2 การสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์

ที่	รายละเอียดตัวแปร		ความถี่	ชื่อตัวแปรใหม่
	รหัส	รายละเอียด		
1	A	การส่งเสริม สนับสนุนจากผู้มีส่วนร่วม / การมีส่วนร่วม / การวางแผนของผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว	14	การมีส่วนร่วม
2	F	การระดมทรัพยากร / แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม / ด้านพื้นที่และฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว / การจัดการด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว / การบริหารจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว / สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว / ด้านการจัดการ	13	ทรัพยากรการท่องเที่ยว
3	J	การตลาด / การประชาสัมพันธ์	12	การตลาด

ผู้วิจัยจึงขอสรุปตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม ตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัย จำนวน 14 เรื่อง ในบริบทองค์ประกอบการมีส่วนร่วม ดังนี้

1.1) การร่วมทำ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การร่วมกิจกรรม การประสานขอความร่วมมือ การดำเนินงานตามแผนงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

1.2) ร่วมรับผลประโยชน์ (Benefits) ประกอบด้วย การได้รับความสะดวก สบายจากการบริการของภาครัฐ ได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของชุมชน ร่วมดำเนินธุรกิจ และความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

1.3) ร่วมวางแผน (Planning) ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา การจัดลำดับความสำคัญ กำหนดเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร และติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงให้โครงการมีประสิทธิภาพและสำเร็จตามวัตถุประสงค์

1.4) ร่วมคิด (Thinking) ประกอบด้วย ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเสนอแนะในที่ประชุม ร่วมวางแผน ระเบียบของชุมชน ร่วมตัดสินใจ และร่วมรับฟังความคิดเห็น

2) ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัย จำนวน 13 เรื่อง ในบริบทองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนี้

2.1) การร่วมทำ ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การร่วมกิจกรรม การประสานขอความร่วมมือ การดำเนินงานตามแผนงาน การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร

2.2) ร่วมรับผลประโยชน์ ประกอบด้วย การได้รับความสะดวก สบายจากการบริการของภาครัฐ ได้รับประโยชน์จากการปรับปรุง การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก สามารถสร้างรายได้จากการดำเนินโครงการ/กิจกรรมของชุมชน ร่วมดำเนินธุรกิจ และ ความพอใจในสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2.3) ร่วมวางแผน ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัญหา การจัดลำดับความสำคัญ กำหนดเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร และติดตามประเมินผลความสำเร็จของโครงการเพื่อนำไปสู่การพัฒนาและปรับปรุงให้โครงการมีประสิทธิภาพและสำเร็จตามวัตถุประสงค์

2.4) ร่วมคิด ประกอบด้วย ร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมเสนอแนะในที่ประชุม ร่วมวางแผน ระเบียบของชุมชน ร่วมตัดสินใจ และร่วมรับฟังความคิดเห็น

3) ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์แนวคิด และข้อค้นพบจากผลงานวิจัย จำนวน 12 เรื่อง ในบริบทองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว ดังนี้

3.1) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ประกอบด้วย มีร้านอาหารราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว มีห้องน้ำสะอาดบริการอย่างเพียงพอ มีที่พักราคาเหมาะสมสำหรับบริการนักท่องเที่ยว ถนนหนทางที่สะดวกและเชื่อมโยงทั่วทั้งจังหวัด และมีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว

3.2) กิจกรรม ประกอบด้วย กิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง กิจกรรมที่ไม่ขัดต่อหลักคุณธรรม จริยธรรมและกฎหมาย กิจกรรมที่ไม่ส่งผลกระทบต่อพื้นที่ และวิถีชีวิตของชุมชน กิจกรรมก่อให้เกิดความสุขแก่นักท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดจากความคิดเห็นร่วมกันของคนในชุมชน

3.3) สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ชุมชนยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนเอง มีการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ท้องถิ่น การเรียนรู้วิถีชีวิต หรือร่วมทำกิจกรรมกับคนในชุมชน อุปกรณ์ เครื่องมือ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีการสร้างความผูกพันกันระหว่างคนในท้องถิ่นโดยอาศัยความเชื่อ ประเพณีท้องถิ่น

3.4) พื้นที่ ประกอบด้วย การจัดภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดการทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวได้ มีการพัฒนา และปรับปรุงบริเวณแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง มีข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ อย่างมีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

4) **ปัจจัยด้านการตลาด** เป็นการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ แต่เนื่องด้วยจากผลการวิจัยไม่ได้ให้น้ำหนักในประเด็นนี้อย่างลึกซึ้ง ผู้วิจัยจึงทำการสังเคราะห์องค์ประกอบด้านการตลาดผ่านทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในบริบทดังกล่าว แต่ด้วยค่าความถี่ของคะแนนในลำดับที่ 4 และ 5 มีน้ำหนักเท่ากัน ผู้วิจัยจึงกำหนดเพียง 3 ลำดับสูงสุด โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

4.1) ช่องทางการสื่อสาร ประกอบด้วย ผู้ให้บริการการท่องเที่ยว ข้อมูลข่าวสาร ช่องทางในการสื่อสาร นักท่องเที่ยว (สังเคราะห์ผ่านทฤษฎี SMCR ของ David K. Berlo)

4.2) เครือข่าย ประกอบด้วย ประสานเครือข่าย การทำงานอย่างสม่ำเสมอ การพัฒนากระบวนการทำงาน และการปรับเปลี่ยนทัศนคติของผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติ (สังเคราะห์ผ่านแนวคิดของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา)

4.3) การประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย การระบุปัญหาหรือโอกาสด้านการประชาสัมพันธ์ การวางแผน และการกำหนดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์เพื่อการตลาด และการประเมินผลการปฏิบัติงาน (สังเคราะห์ผ่านทฤษฎี R-A-C-E ของ John E. Marston และแนวคิดของ Cutlip Center and Broom)

5) **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์** ประกอบด้วย

5.1) เรียนรู้ ประกอบด้วย มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมหรือข้ามวัฒนธรรม ให้คนหลากหลายทักษะ หลากหลายวิธีคิดทำงานร่วมกันอย่างสร้างสรรค์ ความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้าน และมีระบบเครือข่ายช่วยสนับสนุนการเรียนรู้

5.2) เข้าถึง ประกอบด้วย ประสบการณ์การสัมผัสผัส (ประสาทสัมผัส) ประสบการณ์ทางอารมณ์ (ความรู้สึก) ประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ (ความคิด) ประสบการณ์ทางกายภาพ พฤติกรรม และวิถีชีวิต (การปฏิบัติ) และประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับสังคม (สังคม)

5.3) สัมผัส ประกอบด้วย เข้าใจในคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม เข้าใจสภาพแวดล้อมของพื้นที่การท่องเที่ยว มีความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิต ผลิตภัณฑ์ และประสบการณ์จริง ไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน และวิถีชีวิต และมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างความประทับใจ ทำให้จดจำและเกิดความเข้าใจในท้องถิ่นเพิ่มขึ้น

5.4) ลงมือทำ ประกอบด้วย การเคารพกฎ กติกา ประเพณีปฏิบัติของคนในพื้นที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ของตนเอง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกับเจ้าของพื้นที่ การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิม การแสวงหาประสบการณ์เกี่ยวกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การศึกษาวิจัย “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์” โดยการทบทวนแนวคิด และสังเคราะห์ข้อค้นพบจากผลงานวิจัย มีการให้ค่าเชิงปริมาณที่แน่นอน และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นลำดับขั้น พบองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม เป็นการที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระ โดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย การร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wanwiset and Agmapisarn. (2017), Somsila and Kaewnuch. (2018), Buakhwan. (2013), Seedapeng. (2016), Aksornpim. (2017), Keyuraphan. (2015), Ngamprapasom. (2016), Hongsuwan and Jantharun. (2017), Kunsri and Mongkolsrisawat. (2016), Sereewichayaswat. (2013), Suvannakuta ed al. (2015), Kaewsanga and Chamnongsri. (2015) and Mc kinsey. P.F. (1977) และยังเป็นไปตามทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Cohen and Uphoff ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์นั้นจำเป็นที่จะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมซึ่งจะต้องเริ่มต้นจากชุมชนอันเป็นเจ้าของสถานที่ เจ้าของวัฒนธรรมเป็นผู้ดำเนินการผ่านกระบวนการต่าง ๆ จึงจะทำให้การจัดการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรม

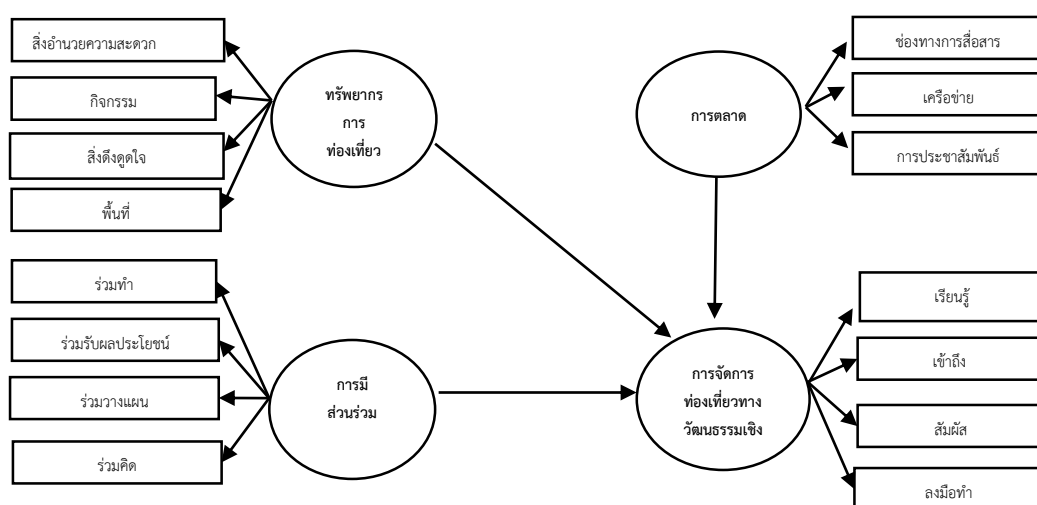
2) ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และพื้นที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Somsila and Kaewnuch. (2018), Buakhwan. (2013), Seedapeng. (2016), Puangngern ed al. (2017), Chinnaphong. (2017), Laophuangsak ed al. (2017), Hongsuwan and Jantharun. (2017), Sereewichayaswat. (2013), Trachu. (2017), Kamonsakdavikul. (2013), Suvannakuta ed al. (2015), Chantaranamchoo, Taikham and Nhusawi. (2018), Chantub, Pocharee. (2016) และยังเป็นไปตามแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5 A's ของ Tourism Western Australia และ 6 A's ของ J.Pelasol ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดสถานที่ท่องเที่ยว สามารถก่อให้เกิดผลกระทบต่อกันที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนได้ จึงนับได้ว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการจัดการท่องเที่ยว รวมถึงด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมชุมชนได้อีกด้วย

3) ปัจจัยด้านการตลาด เป็นการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร เครือข่าย และการประชาสัมพันธ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Wanwiset and Agmapisarn. (2017), Somsila and Kaewnuch. (2018), Buakhwan. (2013), Puangngern ed al. (2017), Aksornpim. (2017), Keyuraphan. (2015), Chinnaphong. (2017), Trachu. (2017), Hongsuwan and Jantharun. (2017), Laophuangsak ed al. (2017), Kaewsanga and Chamnongsri. (2015),

Chantaranamchoo, Taikham and Nhusawi. (2018) และยังเป็นไปตามแนวคิดของสำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และทฤษฎี SMCR ของ David K. Berlo, ทฤษฎี R-A-C-E ของ John E. Marston และทฤษฎีของ Cutlip Center and Broom ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการตลาดมีส่วนสำคัญที่จะทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพของท้องถิ่นนั้นสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลัก และกลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ ได้รับทราบ และตัดสินใจมาท่องเที่ยว หรือกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอันจะเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท่องเที่ยว

4) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม และทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย เรียนรู้ เข้าถึง สัมผัส และลงมือทำ สอดคล้องกับแนวคิดของ Greg Richards ซึ่งเชื่อว่าหัวใจของการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องประกอบไปด้วย REAL

ผู้วิจัยได้สรุปผลจากการทบทวนแนวคิด และสังเคราะห์ข้อค้นพบจากผลงานวิจัยในบริบทการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ สามารถสรุปได้ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 เปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วย การร่วมทำ ร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิด

1.2 ส่งเสริมสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้น ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และความเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่

1.3 มีการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการดึงดูดใจจนตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร เครือข่าย และการประชาสัมพันธ์

1.4 มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม และทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การเรียนรู้ เข้าถึง สัมผัส และลงมือทำ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการวิจัยขยายผลยังพื้นที่การท่องเที่ยวข้างเคียงหรือลักษณะการท่องเที่ยวในรูปแบบที่หลากหลาย

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรกช トラชู และคณะ. (2560). “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา”. *วารสารรัชต์ภาคย์*. 11(24, ฉบับพิเศษ ครบรอบ 23 ปี).
- กฤติยา สมศิลา และกนกกานต์ แก้วนุช. (2561, มกราคม - เมษายน). “ปัจจัยการมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์”. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*. 12(1).
- กันตภณ แก้วสง่า และนิสาชล จำนงศรี. (2558, ธันวาคม). “การจัดการความรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา”. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*. 9(2).
- คมพล สุวรรณภูมิ และคณะ. (2558). *รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อการเสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกรรมในพื้นที่จังหวัดระยอง*. รายงานวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว.: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- เจนจิรา อักษรพิมพ์. (2560, กันยายน – ธันวาคม). “กลยุทธ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา”. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 12(3).
- ธณัศวัย กุลศรี และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559, กันยายน – ธันวาคม). “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์: กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์สิรินธร ตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์”. *Veridian E-Journal. Silpakorn University* ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 9(3).
- นพพร จันทรนาชู. ศศิพร ต่ายคำ และกมลรัตน์ หนูสวี่. (2560). *การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี*. รายงานวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ วช. และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว.: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นราวดี บัวขวัญ. (2556). *รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดน้ำคลอง อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลา*. คุุณินพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต การจัดการสิ่งแวดล้อม บัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- ปฐม หงษ์สุวรรณ และนิมนวล จันทรุณ. (2560). **การจัดการหมู่บ้านทอผ้าอีสานเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดขอนแก่นและจังหวัดมหาสารคาม**. รายงานวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ วช. และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว.: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ประพันธ์พงษ์ ชินพงษ์. (2560, พฤษภาคม – สิงหาคม). “การศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของจังหวัดในเขตภาคกลาง”. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**. 11(2).
- ปวีณา งามประภาส. (2559, กรกฎาคม – ธันวาคม). “ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนบ้านเมาะหลวง อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง”. **วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 8(16).
- พรรณธิดา เหล่าพวงศักดิ์. ธนินทร์รัฐ รัตนพงศ์ภิญโญ และอารี ผสานสินธุวงศ์. (2560). **การพัฒนาแบบการจัดการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี**. รายงานวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ วช. และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย สกว.: มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์.
- รพีพรรณ จันทับ และลินจง โพชาวี. (2559, มกราคม – เมษายน). “ปัจจัยด้านอัตลักษณ์ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวหมู่บ้านช้างบ้านตากกลาง จังหวัดสุรินทร์”. **วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์**. 5(1).
- ลักขณา เกตุราพันธ์ และคณะ. (2558). **การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วิถีเกษตรเพื่อยกระดับศักยภาพทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดกาญจนบุรี**. ปรินญาปรัชญาดุขฎฐิบัณฑิต พัฒนศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วันชัย พวงเงิน และคณะ. (2560). **การศึกษาทางเลือกที่เหมาะสมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเครือข่ายชุมชนริมยม ด้วยคุณค่าของมรดกวัฒนธรรมชุมชน ตำบลงและตำบลบ้านกร่าง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย**. รายงานวิจัย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย: เทศบาลตำบลงไกรลาศ อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย.
- วิยะดา เสรีวิชัยสวัสดิ์. (2555). **การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทยให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์**. ปรินญาปรัชญาดุขฎฐิบัณฑิต บัณฑิต สังคมศาสตร์. บัณฑิตศึกษา: มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ศุภมาส แหวนวิเศษ และเจริญชัย เอกมาไพศาล. (2560). “ปัจจัยแห่งความสำเร็จในกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาตำบลน้ำเขียว จังหวัดตราด”. **วารสารธรรมศาสตร์**. 36(1).

โศจิลักษณ์ กมลศักดิ์วิกุล. (2556, มกราคม - เมษายน). “การพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตรทฤษฎีใหม่โดยชุมชน อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี”. **วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต**. 1(1).

อานนท์ สีดาเพ็ง. (2559). **รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงกีฬาอีสปอร์ตโดยการประยุกต์ทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคม**. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต วิทยาศาสตร์การออกกำลังกายและการกีฬา. คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา: มหาวิทยาลัยบูรพา.

Mc kinsey. P.F. (1977). **Towards a theoretical analysis of tourism: economic dualism and cultural involution in Bali**. Philadelphia. PA: University of Pennsylvania Press.

Translated Thai References

Aksornpim, J. (2017, September-December). “Strategy Management of Community-based Tourism towards the Sustainable in Nakhonratchasima”. **VRU Research and Development Journal Humanities and Social Science**. 12(3) : 145-148. [In Thai]

Buakhwan, N. (2013). **A Model of Floating Market Management for Cultural Tourism: A Case Study of Klongghae Floating Marker, Hatyai District, Songkhla Province**. Doctor of Philosophy in Environmental Management. Graduate School: Prince of Songkla University. [In Thai]

Chantaranamchoo, N., Taikham, S. and Nhusawi, K. (2018). **The Development of Local Museum Tourism Model for Creative Learning Tourism in Kanchanaburi**. Research Report. National Research Council of Thailand and The Thailand Research Fund: Silpakorn University. [In Thai]

Chantub, R. and Pocharee, L. (2016, Jan – Apr). “Tourism Identity Factors Affecting the Success of Tourism Management in Chang Ta Kang Village, Surin Province”. **WMS Journal of Management Walailak University**. 5(1) : 48. [In Thai]

Chinnaphong, P. (2017, May-August). “The Study of Sustainable Tourism Models that Effects the Development of Cultural Attractions’ Quality Standards in Central Provinces”. **VRU Research and Development Journal Humanities and Social Science**. 11(2) : 100. [In Thai]

- Hongsuwan, P. and Jantharun, N. (2017). **The Isan weaving village management for development cultural tourist route links Khon Kaen Province and Mahasarakham Province**. Research Report. National Research Council of Thailand and The Thailand Research Fund: Southeast Asia University. [In Thai]
- Kaewsanga, K. and Chamnongsri, N. (2015, December). “Knowledge Management of Creative Tourism in Cultural Tourist Attractions, Phimai District, Nakhon Ratchasima”. **Suranaree J. Soc. Sci.** 9(2) : 85. [In Thai]
- Kamonsakdavikul, S. (2013). “Development in Community-based ‘New Theory’ Agro-tourism Management at Sao Hai District, Saraburi Province”. **Journal of Community Development and Life Quality.** 1(1) : 56. [In Thai]
- Keyuraphan, L. (2015). **A Development Model of Thai Phuan Community’s Tourism Activity Management to Promote Creative Learning in Nakhon Nayok**. Doctor of Philosophy Program in Development Education. Graduate School: Silpakorn University. [In Thai]
- Kunsri, T. and Mongkolsrisawat, S. (2016, September-December). “Development of Historical Tourism: A Case Study of Sirindhorn Museum, Subdistrict Nonburi, Sahatsakhan District, Kalasin Province”. **Veridian E-Journal, Silpakorn University.** 9(3) : 471. [In Thai]
- Laophuangsak, P. ed al. (2017). **The Development of Argo-learning Tourism Model for Creative Tourism Capacity Building in Kanchanaburi**. Research Report. National Research Council of Thailand and The Thailand Research Fund: Southeast Asia University. [In Thai]
- Ngamprapasom, P. (2016, July-December). “A Study of Factors Effecting Tourist Place Management by the Community, A case Study of the Tourist Place Management of Ban Moh Luang. Mae Moh District. Lampang”. **Srinakharinwirot Research and Development (Journal of Humanities and Social Sciences).** 8(16) : 78. [In Thai]
- Puangngern, W. ed al. (2017). **Study of suitable alternatives for tourism development by network Rim Yom community with the value of community cultural heritage Ban Klang and Ban Krang Subdistrict, Kong Krailat District, Sukhothai Province**. Research Report. The Thailand Research Fund: Kong Krailat Subdistrict Municipality Kong Krailat District Sukhothai Province. [In Thai]

- Seedapeng, A. (2016). **Golf Tourism Management Mode by Applying the Social Exchange Theory**. Doctor of Philosophy in Exercise and Sport Science. Graduate School: Burapha University. [In Thai]
- Sereewichayaswat, W. (2013). **The development of cultural tourism in upper northern Thailand into a model of creative tourism**. Doctor of Philosophy in Social Science. Graduate School: Burapha University: Mae Fah Luang University. [In Thai]
- Somsila, K. and Kaewnuch, K. (2018, January-April). “Participative Factors Affecting Community Based Tourism Management: A Case Study of Kham Muang, Kalasin Province”. **Dusit Thani College Journal**. 12(1) : 116. [In Thai]
- Suvannakuta, K. ed al. (2015). **Travel management model for income generation Agricultural sector in Rayong province**. Research Report. National Research Council of Thailand and The Thailand Research Fund: Southeast Asia University: Rambhai Barni Rajabhat University. [In Thai]
- Trachu, K. (2017). “Creative tourism development in Ban Dan Kwian, Chok Chai District, Nakhonratchasima Province”. **Rajapark Journal**. 11(23(2) : 168. [In Thai]
- Wanwiset, S. and Agmapisarn, C. (2017). “Key Success Factors of the Process for People Participation in DASTA Community-Based Tourism Model A Case study of Tambon Namchieo, Trat Province”. **Thammasat Journal**. 36(1): 71. [In Thai]