

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาปรางค์กู่ อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

ชินวัตร เชื้อสระคู¹

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากแหล่งธรรมชาติที่สร้างเม็ดเงินและดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศแล้ว โบราณสถานและศาสนสถานก็สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้เช่นเดียวกัน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ปรางค์กู่ จังหวัดร้อยเอ็ด ที่ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเป็นองค์ประกอบหนึ่งของแนวคิดของการพัฒนาที่สร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้น แต่จะอย่างไรให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนดังกล่าวถูกยกระดับความมีชื่อเสียงให้สูงขึ้น การศึกษาวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ 1) เพื่อศึกษาระดับความสำคัญของปัจจัยเชิงสาเหตุที่สร้างจุดเด่นให้กับปรางค์กู่ 2) เพื่อศึกษาระดับมิติความสำเร็จของการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยว และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุกับความสำเร็จของการบริหารจัดการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยวิธีการสุ่มจาก 293 ครัวเรือนที่อาศัยอยู่ใน 2 หมู่บ้านบริเวณรอบปรางค์กู่ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวม คือ แบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที ค่าเอฟ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) คุณลักษณะที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่อยู่ในระดับมาก 2) ความคิดเห็นต่อความสำเร็จจากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) คุณลักษณะที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยมีมิติด้านบุคลากร อันได้แก่ ความร่วมมือของคนในชุมชนสามารถทำนุบำรุงความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยวได้ดีที่สุด ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้สื่อประชาสัมพันธ์เชิงรุกแบบสองภาษารวมถึงภาษาที่สาม ควรมีงบประมาณการไปดูงานแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดหรือภาคอื่นๆ และควรสร้างภาคีเครือข่ายให้ชุมชนแต่ละพื้นที่ที่สามารถจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าชุมชนระหว่างกันเพื่อที่จะเป็นช่องทางการขายสินค้าชุมชนที่สามารถวางขายไปด้วยกันได้

คำสำคัญ: การบริหารจัดการชุมชน; ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน; ปรางค์กู่

ชื่อผู้ติดต่อบทความ: ชินวัตร เชื้อสระคู

E-mail: chinnawat.c@msu.ac.th

(Received: May 19, 2022; Revised: October 27, 2022; Accepted: November 24, 2022)

¹ดร. วิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม E-mail: chinnawat.c@msu.ac.th

Factors Influencing Success of Implementation in Management of Sustainable Tourism Community: A Case Study of Prang Ku, Thawat Buri District, Roi Et Province

Chinnawat Chueasraku¹

Abstract

Besides the natural resources that generate money and attract both domestic and foreign tourists into Thailand, ancient and religious sites can add economic value simultaneously for the tourism industry in Thailand,. Cultural tourism that allows people in the community to participate in management is a component in the concept of sustainable development. How can community-based tourism be elevated to a higher level of fame? This paper's objectives were to: 1) study level of the importance of casual factors that leading the attraction of Prang Ku's tourism; 2) study the level of the success dimensions of tourism community management; 3) study the relationship among casual factor dimensions that lead the attraction of Prang Ku and the success dimensions of tourism community management. 293 respondents were obtained from 2 villages around the area. The questionnaires and statistics used in the research were mean, standard deviation. t-test, F-test and Multiple Linear Regression. The statistic results revealed that: 1) worthy features in villagers' perceptions were observed in high value. 2) The overall opinion on the success of Prang Ku tourist attraction management was at a high level. 3) All desirable characteristics positively influence the success of tourism community management at the 0.05 level, where the dimension of cooperation among villager is the factor with the best influence on tourism community management. Policy recommendations include that relevant departments use proactive, bilingual, and third-language media, there should be a budget to visit cultural attractions in other provinces or regions and network partners should be created in each area to be able to sell or exchange community products between them.

Keywords: Community Management; Sustainable Tourism; Prang Ku

Corresponding Author: Chinnawat Chueasraku

E-mail: chinnawat.c@msu.ac.th

¹Dr. in College of Politics and Governance, Mahasarakham University. E-mail: chinnawat.c@msu.ac.th

1. บทนำ

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นหลักการหนึ่งขององค์การการท่องเที่ยวโลก แห่งสหประชาชาติ โดย UNWTO (United Nations World Tourism Organization, 2005) ได้ให้ความหมายว่า เป็นการให้ความสำคัญและคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับ นักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้เข้าใจและเรียนรู้สภาพเฉพาะของพื้นที่ ทรัพยากร วัฒนธรรมนิยม วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ตลอดจนออกแบบสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและใช้วัสดุในท้องถิ่นและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและความต้องการของชุมชนให้มีการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมให้กับคนในท้องถิ่น

นอกจากนิยามข้างต้นซึ่งเป็นการให้ความหมายในมิติขององค์กรระหว่างประเทศ The Association of Domestic Travel (2022) ได้อธิบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพิ่มเติมว่า เป็นการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวและการจัดบริการอื่นทั้งในปัจจุบันและอนาคตเพื่อสงวน รักษา และพัฒนาเอาไว้สำหรับคนรุ่นหลัง โดยเน้นการที่ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินการ โดยจะได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนและชุมชนท้องถิ่นได้ ซึ่งการบริหารจัดการดังกล่าวสามารถนำวัฒนธรรมนิยม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของประชาชนและชุมชนท้องถิ่นนั้นไปบูรณาการและบริหารจัดการร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหน่วยงานภาครัฐ นักท่องเที่ยว และคนท้องถิ่นเอง

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์จะประสบความสำเร็จได้จำเป็นต้องเข้าใจถึงองค์ประกอบและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ต่างๆ อันประกอบไปด้วย 2 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยที่เป็นสิ่งดึงดูดหรือทรัพยากรที่มีอยู่แล้ว และ 2) ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่คนในชุมชนต้องสร้างขึ้น (Pongnirundorn, Buatham & Yodsuwan, 2016) ยิ่งโดยเฉพาะองค์ประกอบในส่วนที่สองซึ่งเป็นความร่วมมือจากคนในชุมชนที่ต้องเข้ามามีส่วนร่วม จะเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มความเข้มแข็งและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในชุมชน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความต้องการในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนที่มีอยู่เพื่อให้การดำเนินงานของของชุมชนอำเภอห้วยบุรี สามารถพัฒนาขีดความสามารถอันนำไปสู่ศักยภาพในการดำเนินงานที่สามารถพึ่งตนเอง และส่งผลต่อการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนต่อไป

สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปรางค์กู่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คนในชุมชนเป็นผู้วางแผนและกำหนดรูปแบบกิจกรรม กล่าวคือ มีการนำการพ่อน้ำอันเป็นประเพณีที่ดั่งแบบอีสานมาต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีนักร้อง ซึ่งเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเป็นมัคคุเทศก์มาให้ความแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว จึงสะท้อนความเป็นเจ้าของทรัพยากร ตลอดจนบุคลากรในชุมชนมีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการเพื่อสร้างชื่อเสียงให้เกิดประโยชน์ต่อคนในท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ปัญหาจากการวิจัย ได้แก่ จะทำอย่างไรให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนดังกล่าวถูกยกระดับความมีชื่อเสียงให้สูงขึ้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาปัจจัยหรือมิติที่ส่งผลต่อการสร้างจุดเด่นให้กับปรางค์กู่และเมื่อพบว่าองค์ประกอบใดสร้างความสำเร็จดังกล่าวจึงได้เป็นข้อมูลเพื่อเสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมมือจัดการและพัฒนาต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาระดับความสำคัญปัจจัยเชิงสาเหตุที่สร้างความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปรางค์กู่
- 2.2 เพื่อศึกษาระดับคุณลักษณะของการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จ
- 2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงสาเหตุที่สร้างจุดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวชุมชนกับความสำเร็จของการบริหารจัดการชุมชน

3. การทบทวนวรรณกรรม กรอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

3.1 การทบทวนวรรณกรรม

3.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Jittungwattana (2007) ได้ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากร ท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมออย่างพอเพียง แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยืนยาว ส่วนประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) หมายความว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่มุ่งด้าน เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมพร้อมกันไปในขณะที่เดียวกันชุมชนท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมและได้รับ ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน

Ariyanon (2009) ได้สรุปการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า การพัฒนาสิ่งแวดล้อมศึกษาด้านอื่นๆ รวมทั้งเกิดพัฒนาการทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งเน้นสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่ขาดการดูแลรักษา และจัดการที่ดี นอกจากนี้ควรคำนึงถึงปัญหาและต้องการของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ และควรให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้และทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่เสื่อมโทรม อันต่อเนื่องเพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Kaewsuriya (2006) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการทางด้านเศรษฐกิจสังคมของพื้นที่ในการจัดการท่องเที่ยว โดยมีการคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่น เพื่อให้มีการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ที่ดีของท้องถิ่นและผลตอบแทนที่ยืนยาวของชุมชน

3.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Kasetsiri (1997) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่นโดยต้องเดินทางเข้าไปเที่ยวชมอย่างเกรงใจ ให้ความเคารพต่อศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นและรักษาสีงแวดล้อม หากสามารถกระทำได้เช่นนี้ก็จะเกิดประโยชน์จากการเรียนรู้และเกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจากการเดินทางท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา

สร้างสรรค์เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรีและวิถีชีวิต ผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อ่านและย้อนกลับมาตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพาไม่สามารถแยกออกจากกันได้

Bywater (1993) ได้แยกประเภทนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) นักท่องเที่ยวตามแรงกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culturally Motivated) คือ กลุ่มผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวที่มีความสนใจที่จะเรียนรู้ศึกษาวัฒนธรรม และมีพฤติกรรมที่จะพักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นระยะเวลาสั้น 2) นักท่องเที่ยวตามแรงบันดาลใจทางวัฒนธรรม (Culturally Inspired) คือ กลุ่มผู้ที่ถูกดึงดูดใจด้วยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักหรือได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ รูปภาพ และ 3) นักท่องเที่ยวตามแรงดึงดูดทางวัฒนธรรม (Culturally Attracted) คือ ผู้ที่มีความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นโดยมีลักษณะเยี่ยมชมมากกว่าการพักอาศัย

3.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

Suansri and Yeejoho (2013) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าหมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางท่องเที่ยวโดยสมาชิกในชุมชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิ์ในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

Emphandhu (2007) ให้นิยามว่า เป็นการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยการจัดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลส่งผลให้ประโยชน์ต่างๆ ที่ได้จากการท่องเที่ยวจะย้อนคืนมาสู่ชุมชนและท้องถิ่น

The Thailand Community Based Tourism Institute (2017) ได้ให้นิยาม การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า เป็นการเริ่มต้นที่สมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งความร่วมมือของสมาชิกในชุมชนจะมีประโยชน์ที่เกิดขึ้น

3.1.4 ข้อมูลเกี่ยวกับปราสาท อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด

ปราสาทปราสาท เป็นโบราณสถานสร้างด้วยศิลาแลง (Chaiyamat, 2018) ตั้งหันหน้าไปทางทิศตะวันออก ปราสาทประธานมีสภาพค่อนข้างสมบูรณ์ ตั้งตรงกลางล้อมรอบด้วยกำแพงที่มีซุ้มประตูทางเข้าหรือโคปุระอยู่ด้านหน้า ด้านทิศตะวันตกเฉียงใต้มีอาคารรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าหรือบรรณาลัย 1 หลัง ภายนอกมีสระน้ำกรุด้วยศิลาแลง โดยสถานที่ตั้งอยู่ที่บ้านปราสาท ตำบลมะฮี อำเภอรวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ห่างจากอำเภอมือร้อยเอ็ด ประมาณ 8 กิโลเมตร ปราสาท สร้างในพุทธศตวรรษที่ 18 ตามแบบศิลปะเขมรสมัยพระเจ้าชัยวรมันที่ 7 ราวปี พ.ศ.1724-1761 ต่อมาในปี พ.ศ. 2534 กรมศิลปากรได้บูรณะปราสาทปราสาทให้มีความมั่นคงและแข็งแรง และกรมศิลปากรประกาศขึ้นทะเบียนภูบ้านหนองภูในประกาศราชกิจจานุเบกษา วันที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2478 พื้นที่โบราณสถานประมาณ 2 ไร่ 2 งาน 17 ตารางวา โดยปราสาทได้รับการบูรณะเมื่อครั้งหลังสุดในปี พ.ศ. 2554

3.1.5 ตารางสรุปการทบทวนวรรณกรรม

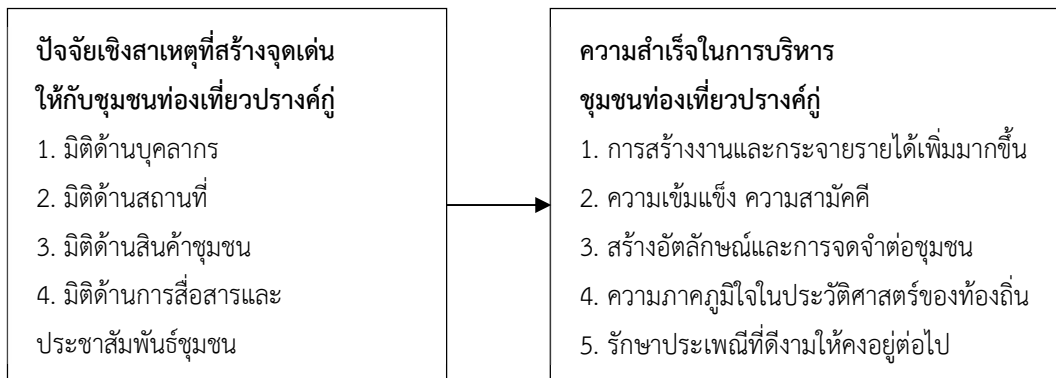
ตารางที่ 1 การสังเคราะห์ปัจจัยหรือมิติที่ส่งผลต่อการสร้างจุดเด่นให้กับชุมชนท่องเที่ยว

รายละเอียด	ด้านบุคลากร	ด้านสถานที่	ด้านสินค้าชุมชน	ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน
Wiwat, et al. (2020)	✓	✓	✓	✓
Rudee (2020)	✓	✓		✓
Thanut (2020)	✓		✓	✓
Witaeak et al.(2023)	✓	✓	✓	
Siriprapa P.(2019)	✓	✓	✓	✓
Inpuwa and Nawaluck (2019)	✓	✓	✓	✓
Wisit and Ausanakorn (2018)	✓	✓		✓
Supitchaya and Wijittra (2017)	✓	✓	✓	
รวม	8	7	6	6

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยได้รวบรวม จัดกลุ่ม แยกประเภท ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 จนถึงปัจจุบันเกี่ยวกับแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและทางธรรมชาติ สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบ ปัจจัยที่ทำให้ชุมชนประสบความสำเร็จในการเป็นชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ออกเป็น 4 มิติ คือ มิติด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านสินค้าชุมชน และด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน

3.2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวม จัดกลุ่ม แยกประเภท จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่สร้างจุดเด่นให้กับชุมชนท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 - ปัจจุบัน สามารถสังเคราะห์องค์ประกอบ 4 มิติ คือ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่ ด้านสินค้าชุมชน และด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน โดยเชื่อมโยงเพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวปรากฏได้ตามภาพที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3.3 สมมติฐานการวิจัย

3.3.1 ปัจจัยเชิงสาเหตุในการสร้างความน่าสนใจให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์ต่อผลลัพธ์ของการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่

3.3.2 ปัจจัยเชิงสาเหตุ 4 มิติ ร่วมกันทำนายความสำเร็จของการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในงานวิจัยเป็นชาวบ้านรอบบริเวณปรางค์กู่ จำนวน 2 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านยางกู่ ที่พักอาศัย 124 หลังคาเรือน และบ้านปรางค์กู่ 169 หลังคาเรือน โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 293 คน

4.2 เทคนิคการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) โดยใช้สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง 1 คนจากแต่ละครัวเรือนโดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวกกล่าวคือ เป็นกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของครอบครัวหรือบ้านที่สามารถให้ข้อมูลได้ แบบสอบถามที่ใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างมี 22 ข้อ โดยทดสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Cronbach's Alpha) เท่ากับ .89

4.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล วิธีวิเคราะห์ การแปลผล

ดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Likert Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณลักษณะและความจำเป็นที่สร้างจุดเด่นให้กับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและผลลัพธ์ที่เกิดจากขึ้นจากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยแบ่งออกเป็น ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด น้อย ปานกลาง มากและมากที่สุดและการตีความหมายการออกเป็น 5 ช่วงระดับ (Best & Kahn, 1993) เช่น 3.50–4.49 หมายถึง

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นด้วยมาก 4.50–5.00 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้วยมากที่สุด เป็นต้น ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัยได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับปัจจัยเชิงสาเหตุที่สร้างจุดเด่นให้กับชุมชนท่องเที่ยวและความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยว โดยสร้างแบบสอบถามโดยพัฒนากรอบแนวคิด ตัวแปรต้นเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่สร้างจุดเด่นให้กับชุมชนท่องเที่ยว 4 มิติ และตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยวแตกต่าง 5 มิติ

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 ผลการวิจัย

5.1.1 ผลการวิเคราะห์การรับรู้คุณลักษณะของสิ่งที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของชาวบ้านในชุมชนที่มีต่อคุณลักษณะที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่

ข้อที่	องค์ประกอบ/ปัจจัยที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่	$\bar{X}$	$S.D.$	แปลผล
1	ด้านบุคลากร	4.36	0.55	เห็นด้วยมาก/มีความสำคัญมาก
2	ด้านสถานที่	4.24	0.45	เห็นด้วยมาก/มีความสำคัญมาก
3	ด้านสินค้าชุมชน	4.36	0.75	เห็นด้วยมาก/มีความสำคัญมาก
4	การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน	4.08	0.76	เห็นด้วยมาก/มีความสำคัญมาก
	รวม	4.25	0.49	เห็นด้วยมาก/ให้ความสำคัญมาก

คุณลักษณะที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่ 4 มิติโดยรวมชาวบ้านในชุมชนเห็นด้วยมาก และเห็นว่ามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งสามารถพิจารณาการรับรู้ปัจจัยที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่ เรียงตามลำดับได้ดังนี้ ด้านบุคลากรและด้านสินค้าชุมชน (4.36) ด้านสถานที่ (4.24) และการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน (4.08)

5.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความความคิดเห็นต่อ ความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่

ข้อที่	ผลลัพธ์จากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวปรางค์กู่	$\bar{X}$	$S. D.$	แปลผล
1	สร้างงานและกระจายรายได้เพิ่มมากขึ้น	4.27	0.78	เห็นด้วยมาก
2	ช่วยสร้างความเข้มแข็ง ความสามัคคี	4.25	0.61	เห็นด้วยมาก
3	ช่วยสร้างอัตลักษณ์และการจดจำต่อชุมชน	4.28	0.63	เห็นด้วยมาก
4	สร้างความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น	4.46	0.62	เห็นด้วยมาก
5	ช่วยรักษาประเพณีที่ดั้งเดิมให้คงอยู่ต่อไป	4.69	0.51	เห็นด้วยมากที่สุด
	รวม	4.38	0.48	เห็นด้วยมาก

จากตารางที่ 3 ชาวบ้านรับรู้ผลลัพธ์จากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวปรางค์กู่ว่ามีการบริหารจัดการที่ดีในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 โดยพิจารณาเรียงตามรายชื่อได้ดังนี้ การช่วยรักษาประเพณีที่ดั้งเดิมให้คงอยู่ต่อไป (4.69) สร้างความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ของ (4.46) สร้างอัตลักษณ์และการจดจำต่อชุมชน (4.28) สร้างงานและกระจายรายได้เพิ่มมากขึ้น(4.27) และสร้างความเข้มแข็ง ความสามัคคี (4.25)

สมมติฐาน 1 ปัจจัยเชิงสาเหตุมีความสัมพันธ์ต่อผลลัพธ์ของการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของคุณลักษณะ 4 มิติที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารชุมชน

Model	SS	df	MS	F	Sig
การถดถอย	30.53	4	7.635	57.34	.00
ความคาดเคลื่อน	38.34	288	.133		
Total	68.88	292			

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนจากการถดถอยเชิงพหุยืนยันว่า ตัวแปรอิสระ ซึ่งมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม เนื่องจากพบว่า ค่า sig ของสมการมีค่าเท่ากับ .00 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่หนึ่งที่ว่า ปัจจัยที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารชุมชน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยเชิงสาเหตุ 4 มิติ ร่วมกันทำนายความสำเร็จของการบริหารจัดการชุมชนปรางค์กู่

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณของปัจจัยเชิงสาเหตุที่สร้างจุดเด่นให้กับชุมชนมือนิธิพลเชิงบวกต่อความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยว

ตัวแปรทำนาย	Unstandardized Coefficient	Standardized Coefficient	T	Sig.
	B	Beta		
บุคลากร	.298	.338	5.815	.000
สถานที่	.297	.275	4.350	.000
สินค้าชุมชน	-.012	.019	.326	.744
การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน	.111	.175	3.329	.001

N = 293; *p<.05, R² = .443, Adjusted R² = .436; Durbin Watson Statistics = 1.621

จากการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ตัวแปรต้นสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมปรางค์กู่โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนหรือมีอำนาจการพยากรณ์ (Adjusted R²) ร้อยละ 43.6

5.2 อภิปรายผล

ปัจจัยเชิงสาเหตุที่สร้างจุดเด่นให้กับชุมชนท่องเที่ยวปรางค์กู่ ได้แก่ มิติด้านบุคลากร สถานที่ สินค้าชุมชนและการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ มีดังนี้

ด้านบุคลากร ควรฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรให้มีความเป็นมืออาชีพ มีทักษะความรู้ในประวัติศาสตร์และความสามารถในการบรรยายหรือถ่ายทอดอย่างเป็นธรรมชาติ ซึ่งตรงกับผลการศึกษาของ Thuedom (2008) ที่สรุปและเสนอความเห็นว่าคุณลักษณะที่บุคลากรหรืออาสาสมัครควรมีความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในระดับพอใจ มีบุคลิกภาพที่ดีและมีความรู้เรื่องโบราณวัตถุที่จัดแสดงเป็นอย่างดี ด้านสถานที่ ดังเช่นผลการวิจัยของ Thuedom (2008) ที่เสริมว่าโบราณสถานควรมีข้อความบรรยายเป็นภาษาอังกฤษเพิ่มขึ้นและควรให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาหรือจัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ของเยาวชน นอกจากนั้นควรมีการเชื่อมโยงกับโบราณสถานหรือศาสนสถานอันเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาคอีสานประเภทเจดีย์หรือปรางค์กู่อื่นๆ อีกด้วย

ด้านสินค้าชุมชน ดังงานวิจัยของ Inpuwa and Nawaluck (2019) ซึ่งศึกษาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครพนม จะพบว่าของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นองค์ประกอบที่ส่งเสริมความสำเร็จให้กับบริเวณท่องเที่ยวแต่กับงานวิจัยชิ้นนี้กลับพบว่า สินค้าชุมชนไม่สามารถมีอิทธิพลที่สร้างจุดเด่นให้เกิดขึ้น ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากบริเวณอำเภอเรณูนคร จังหวัดนครพนม มีศูนย์ร้านขายสินค้า เช่น เครื่องดนตรีและผ้าไหมซึ่งแสดงเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในพื้นที่จึงเป็นการยกระดับและสร้างความตื่นตาตื่นใจให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน แนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน ควรใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาบริหารจัดการทำได้โดยการจัดเก็บข้อมูลในรูปแบบของฐานข้อมูลคอมพิวเตอร์แล้วเผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ตจะทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศได้รับรู้กว้างขวาง ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์อย่างยั่งยืน ซึ่งตรงกับแนวความคิดของ Srisawat (2008) และ Pinsri (2008)

6. สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการรับรู้คุณลักษณะของสิ่งที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวปราณบุรี อำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด โดยรวมค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ซึ่งชาวบ้านในชุมชนเห็นว่ามีค่าอยู่ในระดับมาก พบว่า มิติด้านบุคลากร การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและความร่วมมือในกิจกรรมของหมู่บ้านอำเภอและจังหวัด กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากหรือให้ความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36) มิติด้านสถานที่ ชาวบ้านรับรู้ว่ามีสิ่งสร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวปราณบุรี เช่น ท่าเลที่เข้าถึงง่าย เดินทางสะดวก สะอาดปลอดภัย การมีทุนทางธรรมชาติที่เอื้ออำนวย การมีทุนทางประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน เช่น เจดีย์และการที่ชุมชนมีประเพณีที่งดงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24) มิติด้านสินค้าชุมชน ได้แก่ การมีอาหารที่เป็นเอกลักษณ์และการมีของฝากหรือของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวมีความสำคัญมาก (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36) มิติด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน ชาวบ้านรับรู้ว่ามีค่าสำคัญมาก จากข้อคำถามว่า ชุมชนควรใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพประหยัดและให้ผลกว้าง เช่น สื่อออนไลน์ต่างๆ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08)

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นต่อความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยว พบว่า ชาวบ้านเห็นด้วยว่าผลลัพธ์จากการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวปราณบุรีหากมีการบริหารจัดการที่ดีอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ซึ่งสามารถพิจารณาเรียงตามรายชื่อได้ดังนี้ การช่วยรักษาประเพณีที่ดั้งเดิมให้คงอยู่ต่อไป กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.69 การสร้างความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 การสร้างอัตลักษณ์และการจดจำต่อชุมชน ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 การสร้างงานและกระจายรายได้เพิ่มมากขึ้น ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27 และช่วยสร้างความเข้มแข็ง ความสามัคคี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25

คุณลักษณะที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวส่งผลต่อความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยว ผลการทดสอบมี 3 จาก 4 ปัจจัย ได้แก่ มิติด้านบุคลากร สถานที่และการสื่อสาร และประชาสัมพันธ์ชุมชนที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อย่างไรก็ตามองค์ประกอบอีก 1 มิติ ไม่มีระดับนัยสำคัญหรือไม่สามารถมีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยวโดยตัวแปรต้นที่มีอำนาจการทำนายดีที่สุด คือ ปัจจัยด้านความร่วมมือของคนในชุมชน ได้แก่ การที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือในกิจกรรมของหมู่บ้านอำเภอและจังหวัด คนในชุมชนร่วมกันจัดให้มีชุดการแสดงการเล่นเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือมีความเป็นมิตร ยิ้มแย้มแจ่มใสและโอ้อวดอารี โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ .338 รองลงมา คือ มิติด้านสถานที่ มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ .275 และมิติด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน มีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยของการพยากรณ์เท่ากับ .175 ตามลำดับ

7. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสำเร็จในการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กรณีศึกษา ปรังคัง อำเภอรวยบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยขอเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ดังนี้

7.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ในภาพรวมของ 4 ตัวแปรที่ได้จากการสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านความร่วมมือของคนในชุมชน (บุคลากร) สถานที่ สินค้าชุมชน การสื่อสารและประชาสัมพันธ์ชุมชน เมื่อทดสอบโดยการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า มิติดังกล่าวสามารถพยากรณ์ความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญได้ร้อยละ 43.6 (Adjusted R²) ผู้วิจัยเสนอว่า ความสำเร็จอันมีที่มาจากทรัพยากรต่างๆ (Resources) อันได้แก่ คนในชุมชน ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (สินค้าชุมชน) และการประชาสัมพันธ์อาจไม่เพียงพอ ทั้งนี้ปัจจัยที่สำคัญอื่นๆ ที่ได้จากการไปทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยเพิ่มเติมพบว่า ปัจจัยการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นตัวแปรสำคัญที่จะช่วยสร้างความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ยั่งยืน (Kongtong & Namwong, 2016; Belkadi, et al., 2013) โดยผลการศึกษาปัจจัยด้านการสนับสนุนของภาครัฐพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีความเห็นว่าภาครัฐควรมีการสนับสนุนในสามประเด็น คือ การสนับสนุนงบประมาณและการใช้งบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ ความต่อเนื่องของนโยบายแม้ผู้บริหารซึ่งต้องโยกย้ายตำแหน่งหรือเกษียณอายุก็ไม่ควรให้การทำงานเกิดการล่าช้าออกไปหรือการดำเนินงาน ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องได้รับการสานต่อ และการสนับสนุนด้านบุคลากร คือ ชาวบ้านหรือคนในชุมชนจำเป็นต้องได้รับความรู้และการฝึกทักษะจากหน่วยงานรัฐ เช่น ด้านการสื่อสารกับชาวต่างประเทศและทักษะในการบริการ เช่น บุคลิกภาพ ความกระตือรือร้นในการให้บริการซึ่งหน่วยงานภาครัฐต้องให้การสนับสนุนในเกิดการพัฒนาดังกล่าวอย่างจริงจัง

7.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

จากการดำเนินงานวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้การสนทนากลุ่มย่อย แม้จะสามารถได้ข้อมูลจากการระดมสมองร่วมกันจริง แต่ถ้ามีเวลาและได้รับความช่วยเหลือจากพัฒนาชุมชนมากขึ้นในการประสานงานนัดสัมภาษณ์เชิงลึก (In - depth Interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและได้ใช้เวลาเป็นรายบุคคลกับชาวบ้านจะทำให้ผลการศึกษา มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และเนื่องจากมีอุปสรรคในการลงพื้นที่ คือ สถานการณ์ไวรัส โควิด-19 การรอนักท่องเที่ยวเพื่อสอบถามความคิดเห็นจึงเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก โดยพบว่าอัตราการมาของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับสถานการณ์ปกติก่อนการเกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโควิด จึงทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถเรียกสัมภาษณ์ชาวบ้านและนักท่องเที่ยวได้ตามจำนวนเท่าที่ต้องการ สำหรับผู้ที่สนใจทำการวิจัยครั้งต่อไป ควรจะเตรียมการนัดหมายเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ โดยสามารถทำงานวิจัยในระดับที่ใหญ่ขึ้น เช่น ระดับจังหวัดหรือระหว่างจังหวัดที่เป็นพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อให้ทราบถึงมิติที่สร้างความน่าสนใจให้กับชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและความสำเร็จในการบริหารชุมชนท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างครอบคลุมและชัดเจน

7.3 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

7.3.1 หน่วยงานรัฐ อันได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัดและอำเภอ ประชาสัมพันธ์จังหวัด ควรส่งเสริมข่าวสารเพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ ฯลฯ แบบเชิงรุก รวมถึงสร้างสื่อประชาสัมพันธ์แบบสองภาษา (Bilingual) หรือมีภาษาที่สามเพื่อรองรับและเข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างประเทศในแถบตะวันตกและกลุ่มภูมิภาคเอเชีย และควรมีงบประมาณให้ผู้นำหรือตัวแทนชุมชน ซึ่งมีหน้าที่บริหารจัดการท่องเที่ยวเที่ยงเชิงวัฒนธรรมให้ได้ไปดูงานชุมชนที่ได้รับรางวัลด้านการจัดการสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจากหน่วยงานภาครัฐในอื่นๆ

7.3.2 ควรสร้างภาคีเครือข่ายให้ชุมชนแต่ละพื้นที่ได้แลกเปลี่ยนข้อมูล เรียนรู้ และนำองค์ความรู้อันเป็นแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ รวมถึงการจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าชุมชนระหว่างกัน เพื่อที่จะเป็นช่องทางการขายสินค้าชุมชนที่สามารถวางขายไปด้วยกันได้

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณวิทยาลัยการเมืองการปกครอง มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ที่สนับสนุนทุนวิจัยปี พ.ศ.2565 ขอขอบคุณประธานสภาวัฒนธรรมอำเภอธวัชบุรี จังหวัดร้อยเอ็ด พัฒนาชุมชนอำเภอ ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ใหญ่บ้านบางปรังค์กู รวมถึงผู้ทรงคุณวุฒิในการให้ความช่วยเหลือแนะนำพร้อมทั้งข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งนี้ นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบคุณกลุ่มตัวอย่างอันได้แก่ ทุกท่านที่เสียสละเวลาเข้าร่วมการทำวิจัยในครั้งนี้

9. เอกสารอ้างอิง

- Ariyanon, K. (2009). *A participatory action research for sustainable tourism development through environmental education process: a case study of sirindhorn international environmental park*. Bangkok: Mahidol University.
- Belkadi, F., Bonjour, E., Camargo, M. Troussier, N., & Eynard, B. (2013). A situation model to support awareness in collaborative design. *International Journal of Human-Computer Studies*, 71(1), 110-129.
- Best, J., & Kahn, J. V. (1993). *Research in Education* (7th ed.). Boston: Allyn and Bacon.
- Bywater, M. (1993). The Market for Cultural Tourism in Europe. *Travel and Tourism Analyst*, 6, 30-46.
- Emphandhu, D. (2007). *Community-based tourism development and homestay activities*. Bangkok: Kasetsart University.

- Inpuwa, R., & Nawaluck, N. (2019). The roles of Public Participation in the conservation of cultural tourism: a case study of Nahon Phanom Province. *Ramkhamhaeng Research Journal*, 22 (2), 73–83.
- Jittangwattan, B. (2007). *Sustainable tourism development* (2nd edition). Bangkok: Press and Design.
- Kaewsuriya. (2006). *Guidelines for the tourism in 21st Century*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Kasetsiri, C. (1997). *Cultural Tourism*. Bangkok: Amarin Printing.
- Kongtong, P., & Namwong, S. (2016). Factors Affecting the Success of Cultural Tourism Destination Development of Nakhon Si Thammarat Province. *Journal of International and Thai Tourism*, 12(2). 1-33.
- Pinsri, K. (2008). *A Study of the Potential of Lan-Chang Culture Sites in The Lower Northeastern Part of Thailand for Cultural*. Bangkok: The Thailand Research Fund.
- Pongnirundorn, S., Buatham, O., & Yodsuwan, C. (2016). Guidelines for Effective Development in Tourism Management of Wang Nam Khiao District, NakhonRatchasima Province. *MBA-KKU Journal*, 9(1). 234-259.
- Rudee, S. (2020). Promotion Strategy For Community Based Tourism. *Journal of Multidisciplinary Academic Research and Development*, 2(4), 51-61.
- Siriprapa, P. (2019). *Development of tourism public relations media using community-based concepts*. [Master of Science thesis] Mahasarakham: Mahasarakham University.
- Srisawat, C. (2008). *The Cultural Tour: A case Study Khui's Culture in The Lower Northeastern Part of Thailand and South Laos*. Bangkok: The Thailand Research Fund.
- Suansri, P., & Yeejoho, S. (2013). *Community based tourism handbook*. Chiang Mai: Wanida Karnpim Limited Partnership.
- Supitchaya, B., & Wijitra, S. (2017). The peoples participation in cultural tourism of Chiangkhan community, Chiangkhan district, Loei province. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 12(40), 75-84.
- Thanut, W. (2020). Factors Affected the Strength of Nawatwithi OTOP Tourism Community in Nakhon Ratchasima Province. *NEU Academic and Research Journal*, 9(2), 71-80.
- The Association of Domestic Travel. (2022). *Sustainable Tourism*
<https://www.adt.or.th/page/sustainable-tourism/en>.
- The Thailand Community Based Tourism Institute. (2017). *The benefits that the community receives*.
www.cbti.or.th/?ge=show_pages&gen_lang=20112012094103#.Wn291byWaM8.

- Thuedom, N. (2008). *Management of Museum Ancient remains Religions places to become culturally sustainable tourism site*. Bangkok: The Thailand Research Fund.
- United Nations World Tourism Organization. (2005). *Tourism Highlights*.
<https://www.eunwto.org/doi/book/10.18111/9789284411900>.
- Wisit, Y., & Ausanakorn, T. (2020). Factors Contributing to Community Strength of Village Models for Sufficiency Economy, Amphoe Koh Chan, Chonburi Province. *The Journal of Faculty of Applied Arts*, 11(1). 39-50.
- Witaeak, S., Orawan, C., Wiyada, L., & Kanyarut, C. (2023). The Lesson Learned to enhance potential of creative community-based tourism based on local identity. *Panyapiwat Journal*, 15(2), 164-176.
- Wiwat, J., Korkaew, J, Chutima, W. ,Duangrudee, U., & Nisachon, S. (2020). *Tourist Satisfaction in Songkhla Community Tourism*. The 11th Hatyai National and International Conference, 1782 – 1797.

ประวัติแนบท้ายบทความ



Name and Surname:	Dr.Chinnawat Chueasaku
Highest Education:	Ph.D. (Public Administration)
University or Agency:	Maharakham University
Field of Expertise:	Human Resources Development, Service Management, Community Enterprise
Address:	155/5 The Tadio, Kamriang Subdistrict, Kantarawichai District, Maharakham 44150
E-mail:	chinnawat.c@msu.ac.th

