

การพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อ  
นวัตกรรมการจัดการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน  
ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ของจังหวัดสงขลา\*

THE DEVELOPMENT OF STRUCTURAL EQUATION MODEL OF FACTORS  
INFLUENCING THE MANAGEMENT INNOVATION OF COMMUNITY BASED TOURISM  
AFTER THE COVID-19 ERA, SONGKHLA PROVINCE

ปกรณ์ ลิ้มโยธิน\*, ปุณยนุช รุธิระโก, เจตน์สฤกษ์ สักขพันธ์, อริสรา บุญรัตน์

Pakorn Limyothin\*, Poonyanuch Ruthirako, Jedsarid Sangkapan, Arisra Boonrat

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ สงขลา ประเทศไทย

Faculty of Political Science, Hatyai University, Songkhla, Thailand

\*Corresponding author E-mail: pakorn@hu.ac.th

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาและทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อนวัตกรรมจัดการเพื่อการพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ของจังหวัดสงขลา มีขอบเขตพื้นที่การวิจัยจากชุมชนจัดการท่องเที่ยว 39 ชุมชนใน 16 อำเภอของจังหวัดสงขลา ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ประเภทวิจัยเชิงอธิบาย โดยเลือกใช้การวิจัยแบบผสม ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพนำและตามด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ จากกลุ่มตัวอย่าง 220 ราย จากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 4 ตัวแปรแฝง คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ศักยภาพการท่องเที่ยว และนวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งวัดจากตัวแปรสังเกตได้รวม 18 ตัวแปร (ทรัพยากร วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จิตสำนึก ประสิทธิภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการที่พัก การมีส่วนร่วม ภาวะผู้นำ ความสามารถด้านไอที ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านงานบริการ ด้านการเรียนรู้ ด้านการสนับสนุน กฎกติกา บริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยี การพัฒนาท้องถิ่น) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม 5 ตอน มาตราวัดแบบประมาณค่า 5 ระดับ วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยโปรแกรม SPSS และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม LISREL ผลการวิจัยพบว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีค่าต่าง ๆ ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ( $\chi^2 = 111.23$ ,  $df = 104$ ,  $\chi^2/df = 1.007$ ,  $P\text{-Value} = 0.29$ ,  $GFI = .95$ ,  $AGFI = .91$ ,  $RMSEA = .02$ ) โดยในโมเดล อธิบายความแปรปรวนของนวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ร้อยละ 62 และพบว่า นวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวชุมชน ได้รับอิทธิพลทางตรงจากศักยภาพการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว และทรัพยากรการ

ท่องเที่ยว โดยมีข้อเสนอแนะหลัก คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการจัดสรรรายได้อย่างเป็นธรรม ที่จะช่วยส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืน

**คำสำคัญ:** นวัตกรรมจัดการ, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, จังหวัดสงขลา

## Abstract

The objective of this research was to develop and test a structural equation model of factors influencing the management innovation of community based tourism after the COVID-19 era, Songkhla province. The research area is based on 39 tourism management communities in 16 districts of Songkhla province. The study employed mixed methodology, starting with the qualitative study followed by the quantitative study. The sample consisted of 220 cases obtained by multi-stage sampling. The research was analyzed for 4 latent variables: tourism resource, tourism activities, tourism potential and community Based tourism management innovation, which obtained from 18 observed variables (local resources, culture, history, consciousness, experience, facilities, accommodation services, participation, leadership, IT skills, public relations, customer service work, learning, support, rules, management, technology use, local development). Questionnaires were used as a research instrument which measured five-point Likert scales. SPSS program was used to analyze for basic statistics and LISREL program was used for model testing. The major findings showed that the causal relationship model was valid and fit the empirical data ( $\chi^2 = 111.23$ ,  $df = 104$ ,  $\chi^2/df = 1.007$ , P-Value = 0.29, GFI = .95, AGFI = .91, RMSEA = .02). The model described 62% of variance in the community based tourism management innovation. The tourism potential was of the highest direct effect on the community based tourism management innovation while, the tourism activities, and the tourism resource were in the descending order. The main recommendations are community actively participation and maximize economic benefit for fair income allocation, which will help promote sustainable community-based tourism management.

**Keywords:** Management Innovation, Community Based Tourism, Songkhla Province

## บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างทุนทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการบริหารจัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ชาวบ้านในชุมชนต้องเข้ามามีส่วนร่วมและมีความรู้สึกเป็นเจ้าของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ทั้งการสร้างภาคภูมิใจให้กับชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร การสื่อสารจัดการแก้ปัญหาความขัดแย้ง



ในการแข่งขันทรัพยากร สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ จัดสรรรายได้จากการท่องเที่ยวสนับสนุนกิจกรรมการพัฒนาชุมชน (อรรถพล ศิริเวชพันธ์, 2564) สงขลาเป็นจังหวัดที่เอื้อต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว มีสนามบิน มีทางหลวงแผ่นดิน เชื่อมต่อกับประเทศมาเลเซีย อำเภอหาดใหญ่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภาคใต้ตอนล่าง มีโรงพยาบาลมาตรฐานระดับสากลหลายแห่ง และเป็นที่ตั้งของศูนย์กลางการแพทย์ที่ทันสมัยและใหญ่ที่สุดในภาคใต้ มีเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษชายแดนที่อำเภอสะเดา เป็นศูนย์กลางด้านการศึกษาทุกระดับ เป็น Sports City และเป็น Mice City มีศูนย์ประชุมนานาชาติขนาดใหญ่ที่สามารถรองรับการประชุมต่าง ๆ มีโรงแรมและห้องพัก ที่มีมาตรฐานเป็นจำนวนมาก มีความหลากหลายในขนบธรรมเนียมประเพณีของแต่ละชุมชนที่เป็นพหุวัฒนธรรม หลากหลายเชื้อชาติ มีโบราณสถานและโบราณวัตถุที่สำคัญ มีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั้งภูเขาและทะเล โดยเฉพาะทะเลสาบสงขลาที่เป็น Lagoon Lake ใหญ่ที่สุดในประเทศไทยและเป็นทะเลสาบสามน้ำที่ใหญ่ที่สุดแห่งหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์ และคณะ, 2559)

อย่างไรก็ตาม โลกการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไปหลังจากได้มีการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 เกิดขึ้นมีการพบการติดเชื้อครั้งแรกเมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ที่เมืองอู่ฮั่นประเทศจีน หลังจากนั้น โลกก็มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไม่มีวันหวนกลับไปเหมือนเดิมอีก ไวรัสนี้เป็นสายพันธุ์ที่ 7 ของไวรัสโคโรนาที่ติดต่อในมนุษย์สามารถติดเชื้อโดยการสัมผัสระยะใกล้โดยการอยู่ใกล้ผู้ที่มีการไอจาม แล้วมีฝอยละอองของน้ำลายหรือน้ำมูกกระเด็นมาโดนก็จะทำให้ติดเชื้อได้ ดังนั้น จะเห็นว่าพฤติกรรมของมนุษย์หลังจากที่เชื้อโรคตัวนี้อุบัติขึ้นในโลกได้เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิง เราได้เห็นมนุษย์ทุกประเทศใส่หน้ากากอนามัย (Mask) ใช้สเปรย์แอลกอฮอล์ มีระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) มีนวัตกรรมต่าง ๆ มากมายเกิดขึ้นเพื่อป้องกันการระบาดของไวรัส COVID-19 (อรรถพล ศิริเวชพันธ์, 2564)

นวัตกรรมการจัดการมีความสำคัญอย่างยิ่งในสภาวะแวดล้อมปัจจุบันเพื่อให้เกิดประโยชน์ทางการตลาดทางวัฒนธรรม และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ช่วยยกระดับศักยภาพในการแข่งขัน นวัตกรรมทำให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ที่เพิ่มรายได้และลดต้นทุน เป็นประโยชน์มีคุณค่า จึงเป็นศาสตร์ของการต่อยอดและขยายผลโดยการรวมศาสตร์ในแขนงต่าง ๆ เช่น วิทยาศาสตร์ สังคมศาสตร์ การออกแบบ การตลาด เป็นต้น ทฤษฎีทางธุรกิจและเศรษฐกิจเกิดการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการสร้างองค์ความรู้ที่เป็นสหวิทยาการ (Multidisciplinary) มากกว่าการสร้างองค์ความรู้แบบเฉพาะสาขาอย่างในรูปแบบเดิม ที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งทั้งมิติด้านสังคมและเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในช่วงเปลี่ยนผ่านจากสถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 คลี่คลายลง การปรับปรุงพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวการอนุรักษ์และการรักษามาตรฐานต่าง ๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและมีคุณค่าจะทำให้เกิดดึงดูดในการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้ การพัฒนาศักยภาพการมีส่วนร่วมด้านต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมไปถึงการส่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ การประชาสัมพันธ์ที่สร้างกระแสทางการตลาด จะทำให้การท่องเที่ยวมีความยั่งยืนต่อไป

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะสร้างโมเดลสมการโครงสร้างที่มีประโยชน์ในการอธิบายปัญหาการวิจัยทางสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ โดยในแต่ละสมการแสดงการเชื่อมโยงของสาเหตุ ตลอดจนสัมพันธ์อิทธิพลระหว่างตัวแปร เนื่องจากแต่ละชุมชนทั้ง 39 ชุมชนใน 16 อำเภอของจังหวัดสงขลา มีคุณลักษณะ พื้นฐานส่วนบุคคล ทรัพยากรการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และศักยภาพการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้

เกิดการสร้างนวัตกรรมทางการจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความแตกต่างกัน โดยผู้วิจัยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเป็นลำดับขั้น (Exploratory Sequential Design) ที่มีการวิจัยเชิงคุณภาพนำและตามด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ต่อการขยายองค์ความรู้ในการสร้างนวัตกรรมด้านการจัดการที่มีความทันสมัยสอดคล้องกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อมจะช่วยยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดสงขลา และยังเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเพื่อค้นหายุทธศาสตร์ในการพัฒนา และปรับปรุงปัจจัยต่าง ๆ ต่อผลสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายหลังสถานการณ์ไวรัส COVID-19 ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างโมเดลที่อธิบายถึงปัจจัยด้านการจัดการนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายหลังสถานการณ์ไวรัส COVID-19 ของจังหวัดสงขลา
2. เพื่อทดสอบโมเดลขององค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการจัดการนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายหลังสถานการณ์ไวรัส COVID-19 ของจังหวัดสงขลา

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงสหสัมพันธ์ ประเภทวิจัยเชิงอธิบาย (Explanatory Research) โดยเลือกใช้การวิจัยแบบผสม (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) (Creswell, J. W., 2003) ซึ่งเป็นวิธีการวิจัยแบบผสมผสานเป็นลำดับขั้น (Exploratory Sequential Design) (Creswell, J. W. & Clark, V. L., 2011) ที่มีการวิจัยเชิงคุณภาพนำและตามด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยออกแบบการวิจัยเป็น 2 ขั้นตอน

#### ขั้นที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study Methodology) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interviews) เพื่อหาคำอธิบายแนวทางการสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ของจังหวัดสงขลา ทั้งนี้ เพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดวิจัยในขั้นตอนต่อไป การใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในขั้นตอนแรก จึงมีความสำคัญเพื่ออธิบายถึงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่ที่ศึกษา ผู้วิจัยได้นำวิธีการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study Methodology) มาใช้เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลนำมาสร้างสมมติฐานของการสร้างนวัตกรรมจัดการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการนำเสนอระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้แบ่งหัวข้อเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ประกอบด้วย กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มกิจกรรมธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กลุ่มหัตถกรรม กลุ่มทอผ้า กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant Observation) และการศึกษาเอกสารต่าง ๆ (Documentary Search) ของผู้ให้ข้อมูล (Key Informant) แต่ละกลุ่ม ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมืองานวิจัยตามแนวคิดของ Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. ประกอบด้วยเกณฑ์ 4 ข้อ คือ ความเชื่อถือได้ (Credibility) การทำ



ซ้ำได้ (Dependability) การถ่ายโอนผลการวิจัย (Transferability) และการยืนยันผลการวิจัย (Conformability) (Lincoln, Y. S. & Guba, E. G., 1985)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการของ Miles, M. B. & Huberman, A. M. ซึ่งมี 3 ขั้นตอน คือ การจัดระเบียบข้อมูลด้วย การถอดเทปอ่านข้อความและลดทอนข้อมูล การแสดงข้อมูลด้วยรหัสหมวดหมู่ตามความหมาย เพื่อให้ประเด็น

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและแปลผลข้อมูล และสรุปตีความผลการวิจัยของผู้ให้ข้อมูลแต่ละด้านด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามขั้นตอนของไมล์และฮูเบอร์แมน (Miles, M. B. & Huberman, A. M., 1994) ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การจัดระเบียบข้อมูล ได้แก่ การถอดเทปสัมภาษณ์ การเขียนบันทึกสิ่งที่สังเกตพบและสรุปข้อมูลในทันทีหลังการสัมภาษณ์แต่ละวัน หลังจากนั้นอ่านข้อความหลาย ๆ รอบให้เข้าใจ และเลือกข้อความที่บ่งบอกประเด็นสาเหตุของพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยกำหนดรหัสกับข้อมูลจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล หลังให้รหัสในตัวอย่างแต่ละรายแล้วจึงรวมอภิปรายความแตกต่างของ รหัสที่ให้ก่อนที่จะให้รหัสข้อมูลในผู้ให้ข้อมูลรายถัดไป ขั้นตอนที่ 2 การแสดงข้อมูล คือ การจัดกลุ่มข้อมูลใหม่ตามรหัสที่ให้ในขั้นตอนแรก และขั้นตอนที่ 3 การสรุป การตีความ ผู้วิจัยหาข้อสรุปโดยมองหาแบบแผนที่ปรากฏในข้อมูล และมองหาความแตกต่าง - ความเหมือนของข้อมูลในส่วนต่าง ๆ หลังจากนั้นนำข้อสรุปมาตีความ

## ขั้นที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะนำข้อค้นพบจากขั้นตอนที่ 1 มาพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยโดยผนวกกับข้อค้นพบที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาพัฒนาเครื่องมือการวิจัย หลังจากนั้นผู้วิจัยทดสอบกรอบ แนวคิดการวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังแหล่งพื้นที่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดสงขลา ผู้วิจัยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของ Hair, J. F. et al. คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 5 คน ต่อ 1 พารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่า หรือจำนวนเส้นทาง (Path) (Hair, J. F. et al., 2010) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรโมเดลกรอบแนวคิด ในการวิจัยครั้งนี้มี จำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าทั้งหมด 43 พารามิเตอร์ หรือมีจำนวนเส้นทางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลกรอบแนวคิดทั้งหมด 43 เส้นทาง ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมมีขนาด 215 คน ในการวิจัยครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างรวม 220 คน และการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยเชิงปริมาณนี้ได้จากวิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยการสร้างแบบสอบถาม (Questionnaire) แบบประมาณค่า (Rating Scale) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยและการวัดผล 2 ท่าน และด้านการท่องเที่ยว 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้องด้านโครงสร้างเนื้อหา และภาษาที่ใช้เพื่อให้แบบวัดมีความสมบูรณ์และสามารถวัดในสิ่งที่วัดได้ การวิเคราะห์ใช้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เพื่อพิจารณาถึงคุณภาพของข้อคำถาม ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์ของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า



ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับของแต่ละตัวแปรแฝงอยู่ระหว่าง 0.79 - 0.91 ซึ่งถือว่ามีความสอดคล้องภายในอยู่ในเกณฑ์ดีมาก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบหลายขั้นตอน เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตามขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และสถิติอ้างอิงเพื่อสรุปผล วิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นด้วยโปรแกรม SPSS และวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างด้วยโปรแกรม LISREL ตัวแปรที่นำเข้ามาวิเคราะห์ในโมเดล เนื่องจากในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธีโดยนำวิธีการศึกษาด้วยวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนากรอบแนวคิดในเชิงทฤษฎีก่อนนำมาพัฒนาเป็นโมเดลสมการโครงสร้างมีตัวแปรแฝง (Latent Variable) 4 ตัวแปร แบ่งเป็นตัวแปรภายในแฝง 2 ตัวแปร (นวัตกรรมการจัดการฯ ศักยภาพบุคลากร) ตัวแปรภายนอกแฝง 2 ตัวแปร (แหล่งท่องเที่ยวฯ กิจกรรมการท่องเที่ยวฯ) และตัวแปรสังเกตได้ (Observed Variable) ที่ใช้เป็นตัววัด 18 ตัวแปร (ทรัพยากร วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ จิตสำนึก ประสพการณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการที่พัก การมีส่วนร่วม ภาวะผู้นำ ความสามารถด้านไอที ด้านประชาสัมพันธ์ ด้านงานบริการ ด้านการเรียนรู้ ด้านการสนับสนุน กฎกติกา บริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยี การพัฒนาท้องถิ่น)

## ผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง และทดสอบโมเดลที่อธิบายถึงปัจจัยด้านการจัดการนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถวิเคราะห์ข้อมูลค่าสถิติพื้นฐานข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งพบว่า ผู้ตอบแบบ สอบถาม ทั้งหมด จำนวน 220 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 86.36 เป็นผู้ที่มียายุมากกว่า 51 ปี คิดเป็นร้อยละ 84.09 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 72.27 เป็นผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 67.27 และส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาทคิดเป็นร้อยละ 45.90 ตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม

| ข้อมูลทั่วไป |                     | จำนวน | ร้อยละ |
|--------------|---------------------|-------|--------|
| เพศ          | ชาย                 | 190   | 86.36  |
|              | หญิง                | 30    | 13.64  |
| อายุ         | 21 - 30 ปี          | 5     | 2.27   |
|              | 31 - 40 ปี          | 6     | 2.73   |
|              | 41 - 50 ปี          | 24    | 10.91  |
|              | 51 ปีขึ้นไป         | 185   | 84.09  |
| สถานภาพ      | โสด                 | 61    | 27.73  |
|              | สมรส                | 159   | 72.27  |
| การศึกษา     | ต่ำกว่าปริญญาตรี    | 148   | 67.27  |
|              | ปริญญาตรี           | 55    | 25.00  |
|              | สูงกว่าปริญญาตรี    | 17    | 7.73   |
| รายได้       | ต่ำกว่า 10,000 บาท  | 88    | 40     |
|              | 10,000 - 20,000 บาท | 101   | 45.9   |
|              | มากกว่า 20,000 บาท  | 31    | 14.09  |

องค์ประกอบนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า นวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน (D) อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเรียนรู้ (D4) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่สุด ( $\bar{X} = 4.25$ ) รองลงมา คือ ด้านการจัดการ (D3) ( $\bar{X} = 4.16$ ) และด้านองค์กรชุมชน (D2) ( $\bar{X} = 4.06$ ) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรมีการกระจายไม่ต่างกันมาก โดยมีค่าอยู่ระหว่างร้อยละ 16.11 - 18.30 เมื่อพิจารณาค่าความเบ้ (Sk) ของตัวแปร พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงในลักษณะเบ้ซ้าย (ค่าความเบ้เป็นลบ) แสดงว่า ข้อมูลของตัวแปรทุกตัวสูงกว่าค่าเฉลี่ย เมื่อพิจารณาค่าความโด่ง (Ku) พบว่า ตัวแปรทุกตัวมีการแจกแจงของข้อมูลในลักษณะสูงโด่งกว่าโค้งปกติ (ค่าความโด่งมากกว่า 0) แสดงว่ามีการกระจายของข้อมูลน้อย แสดงรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรสังเกตได้ในโมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

| ตัวแปร (N = 220คน)                 | $\bar{X}$   | ระดับ      | S.D.        | Min         | Max         | C.V.         | Sk           | Ku           |
|------------------------------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|--------------|--------------|--------------|
| ทรัพยากรการท่องเที่ยว              | 4.28        | มาก        | 0.51        | 2.58        | 5.00        | 11.86        | -0.53        | -0.30        |
| โครงสร้างพื้นฐาน                   | 4.47        | มาก        | 0.53        | 2.67        | 5.00        | 11.75        | -0.80        | 0.18         |
| การพัฒนาปรับปรุง                   | 4.32        | มาก        | 0.58        | 2.33        | 5.00        | 13.46        | -0.73        | 0.02         |
| การยกระดับมาตรฐาน                  | 4.18        | มาก        | 0.67        | 1.67        | 5.00        | 15.88        | -0.70        | 0.27         |
| สิ่งอำนวยความสะดวก                 | 4.17        | มาก        | 0.67        | 2.33        | 5.00        | 16.03        | 0.41         | -0.57        |
| <b>กิจกรรมการท่องเที่ยว</b>        | <b>4.02</b> | <b>มาก</b> | <b>0.66</b> | <b>2.25</b> | <b>5.00</b> | <b>16.57</b> | <b>-0.46</b> | <b>-0.54</b> |
| ผลิตภัณฑ์ชุมชน                     | 3.49        | มาก        | 0.46        | 1.33        | 5.00        | 19.11        | -0.67        | 0.20         |
| มาตรฐานการบริการ                   | 3.68        | มาก        | 0.90        | 1.33        | 5.00        | 24.38        | -0.54        | -0.25        |
| คุณค่าการท่องเที่ยว                | 4.27        | มาก        | 0.79        | 1.33        | 5.00        | 18.58        | -1.04        | 0.58         |
| ความปลอดภัย                        | 4.11        | มาก        | 0.89        | 1.00        | 5.00        | 21.50        | -1.22        | 1.50         |
| <b>ศักยภาพการท่องเที่ยว</b>        | <b>4.13</b> | <b>มาก</b> | <b>0.55</b> | <b>2.67</b> | <b>5.00</b> | <b>13.36</b> | <b>-0.42</b> | <b>-0.54</b> |
| สภาพแวดล้อม                        | 3.95        | มาก        | 0.66        | 2.00        | 5.00        | 16.69        | -0.34        | -0.53        |
| ประชาสัมพันธ์                      | 4.26        | มาก        | 0.57        | 2.67        | 5.00        | 13.39        | -0.67        | -0.67        |
| ภาพลักษณ์และการส่งเสริม            | 4.00        | มาก        | 0.81        | 1.33        | 5.00        | 20.32        | -0.77        | -0.31        |
| การสร้างกระแสการตลาด               | 4.27        | มาก        | 0.60        | 2.50        | 5.00        | 14.15        | -0.75        | -0.02        |
| จิตสำนึกรักษ์ท้องถิ่น              | 4.16        | มาก        | 0.70        | 2.00        | 5.00        | 16.75        | -0.76        | 0.17         |
| การมีส่วนร่วม                      | 4.15        | มาก        | 0.64        | 2.67        | 5.00        | 15.31        | -0.20        | -0.93        |
| <b>นวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยว</b> | <b>4.11</b> | <b>มาก</b> | <b>0.64</b> | <b>1.67</b> | <b>5.00</b> | <b>15.55</b> | <b>-0.85</b> | <b>0.97</b>  |
| ทรัพยากร                           | 4.00        | มาก        | 0.73        | 1.33        | 5.00        | 18.30        | -0.83        | 1.91         |
| องค์กรชุมชน                        | 4.06        | มาก        | 0.74        | 1.00        | 5.00        | 18.16        | -0.96        | 1.76         |
| การจัดการ                          | 4.16        | มาก        | 0.72        | 1.33        | 5.00        | 17.32        | -0.98        | 1.17         |
| การเรียนรู้                        | 4.25        | มาก        | 0.68        | 1.67        | 5.00        | 16.10        | -0.85        | 0.56         |

ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ของโมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีตัวแปรแฝง (Latent Variable) 4 ตัวแปร คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ศักยภาพการท่องเที่ยว และนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยตัวแปรสังเกตได้ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมด 18 ตัวแปร

การทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน พบว่าโมเดลไม่สอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เนื่องจากพิจารณาจากค่า ไค - สแควร์ มีค่าเท่ากับ 338.43 ที่ค่าองศาอิสระเท่ากับ 129 และค่าความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .000 ดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.84 ค่าดัชนีความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.79 ค่าดัชนีรากของกำลังสองเฉลี่ยของส่วนที่เหลือ (RMR) มีค่าเท่ากับ 0.061 ค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.094 จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นผู้วิจัยจึงได้ปรับโมเดลโดยยอมให้ความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ ซึ่งเป็นการผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นจากข้อตกลงเบื้องต้นในสถิติวิเคราะห์ดั้งเดิมที่กำหนดว่า ค่าความคลาดเคลื่อนต้องไม่สัมพันธ์กันเป็นข้อตกลงเบื้องต้นในสถิติวิเคราะห์ด้วย Structural Equation Model ซึ่งกำหนดให้มีการนำค่าความคลาดเคลื่อนมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล และค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กันตามสภาพความเป็นจริงของปรากฏการณ์ธรรมชาติ ผลการปรับโมเดลจะได้ค่าขนาดอิทธิพล และค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลที่ถูกต้องตรงกับความเป็นจริงมากขึ้น ผู้วิจัยจึงได้พิจารณาปรับโมเดลจากดัชนีดัดแปลงโมเดล (Modification Indices) และได้ปรับโมเดลระหว่างตัวแปรแฝงภายนอกและตัวแปรแฝงภายใน โดยได้ปรับ 1) เส้นทาง Theta-Delta (TD) และ 2) เส้นทาง Theta-Epsilon (TE) และผลการปรับโมเดลทำให้ได้โมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีรายละเอียดผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงในตารางและภาพประกอบ

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ พิจารณาจากค่าสถิติที่ใช้ตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ได้แก่ ค่าไค - สแควร์ มีค่าเท่ากับ 111.32 องศาอิสระเท่ากับ 104 ความน่าจะเป็น (p) เท่ากับ .29 นั่นคือ ค่าไค - สแควร์ แตกต่างจากศูนย์อย่างไม่มีนัยสำคัญ แสดงว่า ยอมรับสมมติฐานหลักที่ว่าโมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชนที่พัฒนาขึ้นสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีวัดความกลมกลืน (GFI) มีค่าเท่ากับ 0.95 ค่าดัชนีวัดความกลมกลืนที่ปรับแก้แล้ว (AGFI) มีค่าเท่ากับ 0.940 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ 1 และค่าดัชนีรากกำลังสองเฉลี่ยของค่าความแตกต่างโดยประมาณ (RMSEA) มีค่าเท่ากับ 0.02 ซึ่งเข้าใกล้ศูนย์ สนับสนุนว่าโมเดลการวิจัยมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

เมื่อพิจารณาค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้ พบว่า ตัวแปรสังเกตได้มีค่าความเที่ยงอยู่ระหว่าง 0.22 ถึง 0.80 โดยตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงสูงสุด คือ องค์กรชุมชน (D2) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.80 รองลงมา คือ การจัดการ (D3) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.79 และตัวแปรที่มีค่าความเที่ยงต่ำสุด คือ สภาพแวดล้อม (C1) มีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.22 ในภาพรวมค่าความเที่ยงของตัวแปรสังเกตได้มีค่าอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับสูง

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์พยากรณ์ (R-square:  $R^2$ ) ของสมการโครงสร้างตัวแปรภายในแฝง พบว่า การศึกษาสภาพการท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.82 แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดลประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถอธิบายความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยว ได้ร้อยละ



82.00 ส่วนนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เท่ากับ 0.62 แสดงว่า ตัวแปรภายในโมเดล คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และศักยภาพการท่องเที่ยว สามารถอธิบายความแปรปรวนของนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ได้ร้อยละ 62.00

เมื่อพิจารณาเมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง พบว่า ค่าพหุสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าอยู่ในช่วง 0.430 ถึง 0.677 โดยตัวแปรมีความสัมพันธ์เป็นบวกตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์มากที่สุด คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และศักยภาพการท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.677 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่า เมื่อมีทรัพยากรการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยว จะเพิ่มมากขึ้นด้วย และตัวแปรที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์รองลงมา คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว และศักยภาพการท่องเที่ยว โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ 0.652 ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่อยู่ในระดับปานกลาง แสดงว่าเมื่อมีกิจกรรมการท่องเที่ยวมากขึ้น ศักยภาพและความสามารถในการจัดการท่องเที่ยว จะเพิ่มมากขึ้นและสอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมที่ส่งผลต่อนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน พบว่า ตัวแปรดังกล่าวได้รับอิทธิพลทางตรงจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.35 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และได้รับอิทธิพลทางอ้อมจากทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยผ่านศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 สอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดังแสดงในตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** ค่าสถิติผลการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

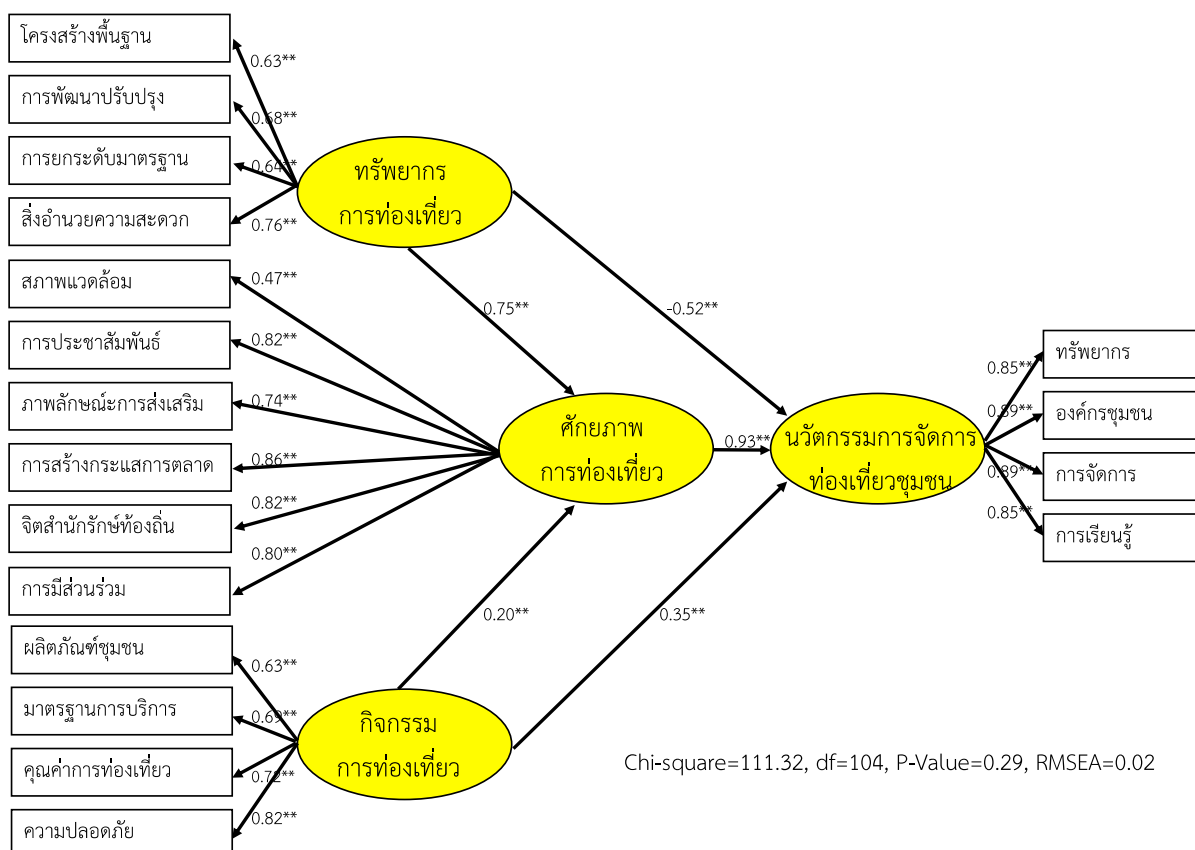
| ตัวแปรเหตุตัวแปรผล | ทรัพยากรการท่องเที่ยว                                                       |       |       | กิจกรรมการท่องเที่ยว |       |       | ศักยภาพการท่องเที่ยว |    |       |
|--------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------|-------|----------------------|-------|-------|----------------------|----|-------|
|                    | TE                                                                          | IE    | DE    | TE                   | IE    | DE    | TE                   | IE | DE    |
| ศักยภาพ            | .75                                                                         |       | .75   | .20                  |       | .20   |                      |    |       |
| การจัดการ          | (.15)                                                                       |       | (.15) | (.11)                |       | (.11) |                      |    |       |
| การท่องเที่ยว      | 4.94                                                                        |       | 4.94  | 1.78                 |       | 1.78  |                      |    |       |
| นวัตกรรมการ        | .18                                                                         | .70   | -0.52 | .54                  | .19   | .35   | .93                  |    | .93   |
| จัดการท่องเที่ยว   | (.11)                                                                       | (.02) | (.28) | (.11)                | (.09) | (.09) | (.29)                |    | (.29) |
| ชุมชน              | 1.64                                                                        | 2.52  | -1.82 | 5.08                 | 2.20  | 3.76  | 3.20                 |    | 3.20  |
| <b>ค่าสถิติ</b>    | <b>ไค-สแควร์ = 111.32 df = 104 p = .29 GFI = .95 AGFI = .91 RMSEA = .02</b> |       |       |                      |       |       |                      |    |       |
| ตัวแปร             | A1                                                                          | A2    | A3    | A4                   |       |       |                      |    |       |
| ความเที่ยง         | 0.40                                                                        | 0.46  | 0.41  | 0.58                 |       |       |                      |    |       |
| ตัวแปร             | B1                                                                          | B2    | B3    | B4                   |       |       |                      |    |       |
| ความเที่ยง         | 0.40                                                                        | 0.48  | 0.52  | 0.67                 |       |       |                      |    |       |
| ตัวแปร             | C1                                                                          | C2    | C3    | C4                   | C5    | C6    |                      |    |       |
| ความเที่ยง         | 0.22                                                                        | 0.67  | 0.55  | 0.74                 | 0.67  | 0.64  |                      |    |       |
| ตัวแปร             | D1                                                                          | D2    | D3    | D4                   |       |       |                      |    |       |
| ความเที่ยง         | 0.72                                                                        | 0.80  | 0.79  | 0.73                 |       |       |                      |    |       |

**ตารางที่ 3** ค่าสถิติผลการวิเคราะห์แยกค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและการวิเคราะห์อิทธิพลของโมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน (ต่อ)

| ตัวแปรเหตุตัวแปรผล                                                 | ทรัพยากรการท่องเที่ยว |        |        | กิจกรรมการท่องเที่ยว |    |    | ศักยภาพการท่องเที่ยว |    |    |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------|--------|----------------------|----|----|----------------------|----|----|
|                                                                    | TE                    | IE     | DE     | TE                   | IE | DE | TE                   | IE | DE |
| สมการโครงสร้างของตัวแปร ศักยภาพการท่องเที่ยว นวัตกรรมการท่องเที่ยว |                       |        |        |                      |    |    |                      |    |    |
| R Square ( $R^2$ )                                                 | 0.82                  |        |        | 0.62                 |    |    |                      |    |    |
| เมทริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (Latent Var.)                   | A                     |        |        | B                    |    |    | C                    |    |    |
| A                                                                  | 1.000                 |        |        |                      |    |    |                      |    |    |
| B                                                                  | .514**                | 1.000  |        |                      |    |    |                      |    |    |
| C                                                                  | .677**                | .652** | 1.000  |                      |    |    |                      |    |    |
| D                                                                  | .430**                | .606** | .626** | 1.000                |    |    |                      |    |    |

หมายเหตุ: ตัวเลขวงเล็ก = ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน, \*\* $p < .01$ , \* $p < .05$

TE = อิทธิพลรวม, IE = อิทธิพลทางอ้อม, DE = อิทธิพลทางตรง



**ภาพที่ 1** โมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวชุมชน



## อภิปรายผล

จากวัตถุประสงค์เพื่อสร้าง และทดสอบโมเดลที่อธิบายถึงปัจจัยด้านการจัดการนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 สามารถยกระดับองค์ความรู้ก่อนหน้าให้มีความชัดเจนในแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำให้สามารถขยายองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องได้กว้างขวางครอบคลุมหลายมิติ มีความเชื่อมโยงและความสำคัญในระดับที่ลึกซึ้งมากขึ้นกว่างานวิจัยก่อนหน้า ตั้งแต่เรื่องการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนที่ความเหมาะสมกับช่วงเวลาที่แตกต่างกันตามช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมในการฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ยั่งยืนต่อไป ส่วนการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวควรมีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภทโดยเน้นให้เห็นถึงคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับการท่องเที่ยวชุมชน โดยคำนึงถึงความมาตรฐานและปลอดภัยจากกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น ๆ และปัจจัยที่สำคัญ คือ ศักยภาพการท่องเที่ยวที่ต้องการความพร้อมในการมีส่วนร่วมของบุคลากรการท่องเที่ยวโดยชุมชน และด้วยกระแสทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวที่มาจากประสบการณ์ท่องเที่ยว จะเป็นตัวสะท้อนภาพลักษณ์หลักในการพิจารณาถึงศักยภาพการท่องเที่ยว

1. การสร้างโมเดลนวัตกรรมจัดการการท่องเที่ยวชุมชน นวัตกรรมจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนหลังสถานการณ์โควิด-19 จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวทางกายภาพ และปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวให้พร้อมและเหมาะสมยิ่งขึ้น นำเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้ามาช่วยสร้างสภาพแวดล้อมสิ่งอำนวยความสะดวกสบาย และรวดเร็วให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจตามมาตรฐานการท่องเที่ยว ชุมชนต้องจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยตามมาตรฐานการบริการ และมีความเหมาะสมกับบริบทเชิงพื้นที่ซึ่งจะสามารถนำศิลปวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยว นั้น ๆ คนในชุมชนต้องให้ความร่วมมือรวมกลุ่มสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน เชื่อมโยงข้อมูลข่าวสาร เรียนรู้ร่วมกันอย่างมีส่วนร่วมที่จะมีจิตสำนึกสร้างภาพลักษณ์การท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งจะส่งผลให้เกิดคุณค่า และสร้างกระแสทางการตลาดผ่านสื่อกระแสสังคมออนไลน์ให้นักท่องเที่ยวสนใจมากขึ้นหรือมาเที่ยวซ้ำ

การสร้างโมเดลนวัตกรรมจัดการการท่องเที่ยวชุมชนด้วยโมเดลสมการโครงสร้างนวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สร้างการการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ตัวแปรและองค์ประกอบหลักสะท้อนว่า การพัฒนาหรือยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อนวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากที่สุด แม้ว่าจะมีรากฐานจากทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวก็ตาม ดังนั้น ผู้นำชุมชนหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องพัฒนาองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ประกอบด้วย สภาพแวดล้อมที่สวยงามมีจุดขายเหมาะสมกับการท่องเที่ยว มีการจัดการประชาสัมพันธ์หรือการตลาดให้นักท่องเที่ยวรู้จักผ่านช่องทางแอปพลิเคชันต่าง ๆ หรือการตลาดสมัยใหม่ พัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของผู้สูงอายุหรือเยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการมากขึ้นเพื่อสร้างภาพลักษณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างแท้จริง เพื่อยกระดับพัฒนานวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ยั่งยืน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรถพล ศิริเวชพันธ์ ที่วิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 (อรรถพล ศิริเวชพันธ์, 2564)

2. การทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างของนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 18 ตัว ที่ใช้วัดตัวแปรแฝง 4 ตัวแปร มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และจากการวิเคราะห์ขนาดอิทธิพลและผลการวิเคราะห์ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ สรุปได้ว่า น่าจะเป็นโมเดลที่เหมาะสม ซึ่งสามารถอธิบายความแปรปรวนของนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ร้อยละ 62.00 โดยมีตัวแปรภายในโมเดลประกอบด้วย องค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว (A) กิจกรรมการท่องเที่ยว (B) สามารถอธิบายความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยว (C) ได้ร้อยละ 82.00 สรุปผลการวิจัยข้างต้นมีประเด็นควรอภิปรายรวม 3 ประเด็น

1) ผลการทดสอบการยืนยันว่าองค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยวมีอำนาจในการพยากรณ์นวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวได้น้อย 2) ผลการทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างของนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยว ตัวแปรทรัพยากรการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีศักยภาพการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรส่งผ่าน มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ เหตุผลที่เป็นเช่นนี้ อาจเนื่องมาจากความเหมาะสมตามทฤษฎีของกรอบแนวคิดในการวิจัย การออกแบบวิจัยที่ใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ เครื่องมือวิจัยที่มีความเที่ยงสูง และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสาเหตุในโมเดลค่อนข้างสูง และ 3) ผลการทดสอบโมเดลนี้มีตัวแปรภายใน ทรัพยากรการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถอธิบายความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวได้ร้อยละ 82.00 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรฉวี คงดี และคณะ ได้ศึกษาโมเดลสมการโครงสร้างของการสื่อสารทางการท่องเที่ยว การจัดการชุมชน และการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ ที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของทั้งชุมชนเกาะลันตา จังหวัดกระบี่ และชุมชนเกาะยาวน้อย จังหวัดพังงา มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ และยังพบว่า ปัจจัยการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่อย่างไรก็ดี ปัจจัยการสื่อสารด้านการท่องเที่ยวกลับมีอิทธิพลทางตรงเชิงลบต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการจัดการชุมชนในด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จากผลการวิเคราะห์อิทธิพลรวมทำให้เห็นได้ชัดว่าทดสอบโมเดลสมการเชิงโครงสร้างปัจจัยด้านการสื่อสาร และการจัดการชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีความเกี่ยวข้องกันของตัวแปรต่าง ๆ อย่างเป็นลำดับ การจะนำชุมชนไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้น ต้องเริ่มจากปัจจัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกับการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ หรือการจัดการชุมชนด้านการท่องเที่ยวจึงจะนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ (ฉัตรฉวี คงดี และคณะ, 2563) นอกจากนี้ โมเดลยังมีความเชื่อมโยงสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาปรับปรุงโปรแกรมกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมความต้องการ และรูปแบบการท่องเที่ยวสำหรับฐานวิถีชีวิตใหม่หลังสถานการณ์โควิด19 (เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์, 2564) และสอดคล้องกับ กานต์สิริ ปันทะนุ และคณะ ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเวียงกุมกาม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยว และส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวโบราณสถาน (กานต์สิริ ปันทะนุ และคณะ, 2566) ตลอดจนการให้ความสำคัญกับความแตกต่างของปัจเจกบุคคลในให้บริการและให้ความรู้พัฒนาการจัดการท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างยั่งยืน (พูนทรัพย์ เศษศรี และสุจิตรา ริมดุสิต, 2566)

## สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย พบว่า โมเดลสมการโครงสร้างของนวัตกรรมการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ต้องให้ความสำคัญอย่างมากกับทรัพยากร องค์การชุมชน การจัดการ และการเรียนรู้ ที่มีความสอดคล้องและกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ที่ประกอบด้วย องค์ประกอบทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และศักยภาพการท่องเที่ยว โดยมีข้อเสนอแนะประกอบด้วย 1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา นวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำเป็นที่จะต้องมีความหมาย จึงเกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน จังหวัดสงขลาที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ จึงมีโอกาสนี้ที่จะประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล และให้ความรู้ในลักษณะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ นวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดสงขลาที่จะยั่งยืนและประสบความสำเร็จได้ จะต้องจัดในรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของโรงเรียนหรือสถานศึกษา ตลอดจนตัวแทนจากกลุ่มต่าง ๆ ในชุมชนมาร่วมในการระดมความคิดเพื่อการวางแผนดำเนินการติดตามตรวจสอบ และประเมินผลจากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ควรหามาตรการที่จะช่วยกระจายรายได้และผลประโยชน์ให้สู่ชุมชนอย่างทั่วถึง และ 3) ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการนำโมเดลสมการโครงสร้างที่ได้จากการวิจัยในครั้งนี้ไปทำวิจัยเชิงปฏิบัติการและทดลองใช้ต่อไป เพื่อสนับสนุนว่าโมเดลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สามารถทำให้พัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ดีขึ้น เนื่องจากต้องการพิสูจน์ว่าการทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และศักยภาพการท่องเที่ยว สามารถนำไปปรับใช้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ในทุกพื้นที่ และควรมีการทำการศึกษาวิจัยเปรียบเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นหรือภูมิภาคอื่น เพื่อพัฒนาโมเดลแข่งขัน (Competing Models) ในการตรวจสอบและเปรียบเทียบอิทธิพลของตัวแปรที่มีผลต่อนวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เป็นเพียงกลุ่มตัวอย่างที่อยู่ในจังหวัดสงขลาเท่านั้น

## เอกสารอ้างอิง

- กานต์สิริ ปันทะนุ และคณะ. (2566). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเวียงกุมกาม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างยั่งยืน ตำบลหนองผึ้ง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่. วารสารช่วงพญา, 17(1), 55-65.
- ฉัตรณี คงดี และคณะ. (2563). โมเดลสมการโครงสร้างของการสื่อสารทางการท่องเที่ยว การจัดการชุมชนและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ, 7(1), 109-128.
- เฉลิมพล ศรีทอง และธีรพงษ์ เทียงสมพงษ์. (2564). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการตลาดและโปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชนเมืองเก่าสุโขทัยในฐานะเมืองสร้างสรรค์โลกภายใต้ฐานวิถีชีวิตใหม่ (New Normal). วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, 22(3), 45-55.
- ณัฐกานต์ รัตนพันธุ์ และคณะ. (2559). สงขลาเมืองแห่งไมซ์ เพื่อรองรับกลุ่มการท่องเที่ยว IMT-GT. วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 1(1), 66-78.

- พูนทรัพย์ เศษศรี และสุจิตรา ริมดุสิต. (2566). ศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชนอย่างยั่งยืนของตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 19(4), 40-50.
- อรรถพล ศิริเวชพันธ์. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนสู่มาตรฐานความปกติใหม่ (New Normal) เพื่อรองรับสถานการณ์โรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 กรณีศึกษา ชุมชนหนองหะ อำเภอทับทัน จังหวัดศรีสะเกษ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 12(1), 65-78.
- Creswell, J. W. & Clark, V. L. (2011). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. (2nd ed.). Los Angeles: Sage Publications.
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. (2nd ed.). Thousand Oaks, Ca: Sage Publications.
- Hair, J. F. et al. (2010). *Multivariate Data Analysis with Readings*. (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Beberly Hills, California: Sage Publications.
- Miles, M. B. & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative Data Analysis: An Expanded Sourcebook*. (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.