

ความคิดเห็นของการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ประกาย วุฒิพิพัฒน์พงศ์¹

ชาลินี ปลุกผลงาม^{2*}

ฐิติมา สุ่มแสนหาญ³

ชูศักดิ์ อินทมนต์⁴

Received 19 April 2024

Revised 9 September 2024

Accepted 5 October 2024

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2) ปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 3) ปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่ ด้านความยั่งยืนของการอนุรักษ์ถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ 2) ปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่ ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 3) ปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์

¹ นักวิชาการอิสระ เลขที่ 99/115 หมู่ 6 ตำบลบ้านปึก อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20130

² สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ เลขที่ 55/56 ซอยสามมิตร ตำบลบางพลีใหญ่ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ 10540

³ นักวิชาการอิสระ เลขที่ 64/12 หมู่บ้านมารวยมอเตอรืเวย์ หมู่ 5 ซอย 2 ตำบลท่าสะอ้าน อำเภอบางปะกง จังหวัดฉะเชิงเทรา 24130

⁴ นักวิชาการอิสระ เลขที่ 73/23 หมู่ 5 หมู่บ้านพฤษภาวิไลเลข 28 ตำบลเสาธงหิน อำเภอบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี 111140

E-mail: ¹ prakai.wutti@gmail.com ³ thitima.s@chula.ac.th ⁴ chusak4473@gmail.com

* Corresponding author email: chalineeaphd@gmail.com

ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่ ด้านความร่วมมือจากภาครัฐ

คำสำคัญ: การดึงดูดนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ หมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน

OPINIONS ON ATTRACTING TOURISTS TOWARDS EXPERIENTIAL TOURISM IN COMMUNITY TOURISM VILLAGES IN THE NORTHEAST

Prakai Wuttiipattanapong¹

Chaline Plukphonngam^{2*}

Thitima Somsanhan³

Chusak Intamon⁴

Abstract

The purpose of this article is to examine: 1) Factors in the potential of community tourism villages that affect the attraction of tourists coming to experience tourism in community tourism villages in the Northeast region. 2) The factors of the product potential of community tourism villages that affect the attraction of tourists coming to experience tourism villages in the Northeast region. 3) The factors regarding the potential to participate in community development in the public relations of community tourism villages that affect the attraction of tourists who come to experience tourism in the community tourism villages in the Northeast. This is quantitative research using a questionnaire as a tool to collect data from a sample of 400 respondents. statistical data analysis including mean, standard deviation and multiple regression analysis. The results of the study show that: 1) Factors in the potential of community tourism villages affect attracting tourists who visit community tourism villages in the northeastern region, the sustainability of the conservation of natural resources is statistically significant at .05. 2) Factors in the potential of community tourism villages' products influencing the attraction of tourists visiting community tourism villages in the northeastern region is Community Product Standards statistically significant at .05 and 3) Factors regarding the potential to participate in community development in the public relations of community tourism villages that affect the attraction of tourists visiting community

¹ Independent Scholar, 99/115 Moo.6, Tambon Ban Puek, Amphoe Muang, Chonburi, 20130

² Suvarnabhumi Institute Technology, 55/56 Bangphliyai, Bangphli, Samutprakarn 10540

³ Independent Scholar, 64/12 Baan Maruay Motorway , Moo 5 , Soi 2, Tha Sa-an, Bang Pakong, Chachoengsao, 24130

⁴ Independent Scholar, 73/23 Pruksa Village 28, Moo 5, Sao Thong Hin, Bang Yai, Nonthaburi, 11140

E-mail: ¹ prakai.wutti@gmail.com ³ thitima.s@chula.ac.th ⁴ chusak4473@gmail.com

* Corresponding author email: chalineephd@gmail.com

tourism villages in the northeastern region is cooperation with the government sector with a statistical significance of .05.

Keywords: Attracting Tourists, Experiential Tourism, Community Tourism Village

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และสามารถสร้างรายได้และทำให้เกิดการพัฒนาตามห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวทั่วประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2565) ส่งผลให้ภาครัฐได้ออกนโยบายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมาโดยตลอด โดยมีนโยบายในแต่ละปีที่แตกต่างกันออกไป จากแผนการพัฒนากการท่องเที่ยว พ.ศ. 2564 – 2565 มีประเด็นการพัฒนา ดังนี้ 1) การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ผู้ผลิตและขายสินค้า บริการ และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการพร้อมรับและปรับตัวให้สอดคล้องกับบริบทที่เปลี่ยนแปลงไป 2) การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและปรับปรุงปัจจัยเอื้อให้สนับสนุนต่อการฟื้นตัวและเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3) การพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ 4) การปรับปรุงภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพผ่านการตลาด และ 5) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) และในปี พ.ศ. 2566 ได้กำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) มีประเด็นการพัฒนาดังนี้ 1) เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย 2) พัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีความสูง 3) ยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว และ 4) ส่งเสริมการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566) โดยในปี พ.ศ. 2565 ภาครัฐได้ออกนโยบายการท่องเที่ยวที่มีชื่อว่า “ปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 2565-2566 หรือ Visit Thailand Year 2022-2023 : Amazing New Chapters” เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยนำเสนอคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยมุมมองใหม่ให้มีความโดดเด่นและแตกต่างจากประเทศคู่แข่ง ทั้งในเรื่องศิลปวัฒนธรรม เอกลักษณ์ท้องถิ่น วิถีของคนไทย และมิตรไมตรี เพื่อเป็นจุดที่สร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) โดยมุ่งเน้นไปที่การนำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมาย (Meaningful Travel) ผ่าน Soft Power ของประเทศไทย การยกระดับห่วงโซ่อุปทาน (Shape Supply) และการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experience-based-Tourism) ผ่านการนำเสนอสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอย่าง Soft Power คือ 5F ได้แก่ Food Festival Film Fight Fashion) ควบคู่กับการสร้างมาตรฐานความยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) ส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้ประเทศกว่า 1.22 ล้านล้านบาท จากนักท่องเที่ยวชาวไทย 151 ล้านคน/ครั้ง และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 11.15 ล้านคน (ไทยรัฐวันนี้, 2566)

จากนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า ภาครัฐให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวของชุมชนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากต้องการกระตุ้นการอนุรักษ์ความเป็นอยู่ในชุมชนเพื่อสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และลดการย้ายถิ่นฐานของคนในชุมชน โดยผ่านการท่องเที่ยวในวิถีชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ นำเสนอและการบริการที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละที่ ในแต่ละจังหวัด เพื่อเป็นการสร้างความประทับใจและการท่องเที่ยวแบบหนีระดับให้แก่ผู้มาท่องเที่ยว นอกจากนี้เมื่อนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่มาเยือนเกิดความประทับใจแล้ว ส่งผลให้เกิดการบอกต่อหรือการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำได้อีกด้วย จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พบว่ามีการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ส่งเสริมแนวคิดการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

สร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การพัฒนาระบบและการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างฐานให้ชุมชนมีความรักในท้องถิ่นและรักษาวัฒนธรรมของตนเอง ตลอดจนสร้างเครือข่าย และจัดหาเงินทุน เพื่อบ่มเพาะชุมชนให้ยกระดับเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมและสตาร์ทอัพ ซึ่งจะก่อให้เกิด การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมอีกด้วย (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566)

สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ การตั้งถิ่นฐานที่มี ประเพณี และวัฒนธรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นสืบมาช้านานโดยมีแหล่งโบราณสถาน ศิลปะสถาปัตยกรรม และโบราณคดีซึ่งเป็นมรดกของประเทศที่สำคัญ (สมเชาวน์ บำรุงชัย, 2559) ทำให้ในปัจจุบันภาคตะวันออกเฉียงเหนือกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วิถีชุมชน แหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแหล่งท่องเที่ยว เชิงประสบการณ์จำนวนมาก ซึ่งในปี พ.ศ. 2566 (มกราคม - พฤษภาคม) พบว่า มีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวยัง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือถึง 17 ล้านคน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 30,440 ล้านบาท ซึ่งปี พ.ศ. 2565 (มกราคม - พฤษภาคม) มีรายได้ 20,019 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 52 โดยส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยว ในประเทศไทย (กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

จากบทความวิจัย เรื่อง ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี กรณีศึกษา: หมู่บ้านท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมพื้นบ้านอีสาน (บ้านชะจอม) อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งเป็นบทความวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการศึกษา พบว่า ศักยภาพของชุมชนของหมู่บ้านท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ ฯ (บ้านชะจอม) แบ่งออกเป็น 9 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก 3) ด้านอาหารพื้นถิ่น 4) ด้านวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน 5) ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 6) ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและศาสนสถาน 7) ด้านการบริหาร จัดการภายในชุมชน 8) ด้านการจัดกิจกรรมภายในชุมชน และ 9) ด้านความยั่งยืนของการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ ส่วนศักยภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนของหมู่บ้านท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ฯ (บ้านชะจอม) แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวัตถุดิบและแรงงานในกระบวนการผลิต 2) ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 3) ด้านการสร้างอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน และศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ได้แก่ 1) ความร่วมมือจากภาครัฐ 2) ความร่วมมือจากภาคเอกชน 3) ความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา และ 4) เครือข่ายการเรียนรู้ของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (ประกาย วุฒิพัฒน์พงศ์ และคณะ, 2566) ซึ่งจากผลการวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยว เชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างแท้จริง โดยผู้วิจัยได้นำ ผลการวิจัยที่ได้ นำมาทำการวิเคราะห์หาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในเชิงปริมาณ เพื่อนำไปพัฒนาแหล่งท่องเที่ยววิถีชุมชน และดึงดูดนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวยังชุมชน กระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน ให้คนในชุมชนมีรายได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลการดึงดูด นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

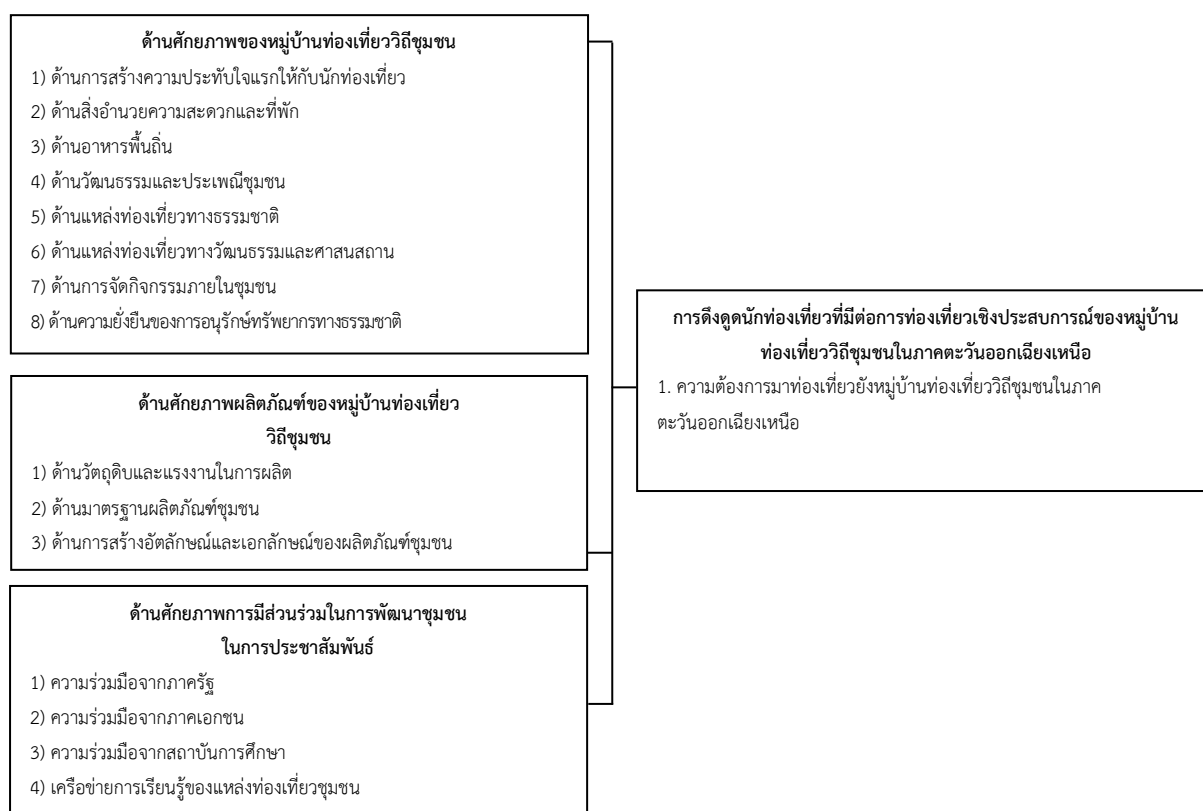
สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

2. ปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

3. ปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ หมายถึง การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวขนาดเล็ก และผู้ดำเนินการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ โดย คำนึงถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้เอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมด้วยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การมองเห็น การได้ยิน การดมกลิ่น การทดสอบรสชาติ และการสัมผัส (ณรงค์ พลธีรักษ์ และปริญญานาคปฐม, 2560) โดยการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นนั้น เป็นการมุ่งใช้ประสบการณ์เข้าช่วยพัฒนาทิศทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมตอบโจทย์กับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน (อุมารินทร์ ราษฎร์, 2562) ซึ่งเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว ร่วมเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อทำความเข้าใจ คุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งซึ่งผ่านการลงมือปฏิบัติจริง และได้รับประสบการณ์ตรงจากเจ้าของภูมิปัญญา เจ้าของพื้นที่ หรือ เจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ (จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด และคณะ, 2562)

แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

สำหรับการพัฒนาแนวทางการตลาดสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 12 แนวทางที่สำคัญ (จิตศักดิ์ พุฒจรัส และคณะ, 2562) ได้แก่

2.1 การวางแผนการดำเนินงานให้เป็นระบบและบูรณาการการทำงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่น

2.2 สร้างความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยวในรูปแบบ Local Experience ร่วมกัน ทั้งชุมชน บริษัททัวร์ หน่วยงานพัฒนาและทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อให้มีความรู้ และแนวทางการบริหารจัดการไปในทิศทางเดียวกัน

2.3 เตรียมความพร้อมพัฒนาศักยภาพผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และจัดระบบการทำงานร่วมกัน โดยการหาคนกลางเพื่อเชื่อมแนวความคิดระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในต่างประเทศกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประเทศ และท้องถิ่นเพื่อจัดการให้ไปในทิศทางเดียวกัน

2.4 การทำความเข้าใจทิศทางการการตลาด ได้แก่ การท่องเที่ยวในยุคของการมีส่วนร่วม โลกาภิวัตน์ที่ขัดแย้งและสังคมสร้างสรรค์

2.5 การทำความเข้าใจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การร่วมมือสร้างชุมชนนิยม การสร้างบุคลิกลักษณะเฉพาะ

2.6 การจัดการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ สินค้าประสบการณ์ท้องถิ่นเน้นระดับกิจกรรมท้องถิ่นที่แตกต่างกันมากกว่าการนำเสนอตัวแหล่งท่องเที่ยว

2.7 การจัดการตลาดด้านราคา การกำหนดราคาการให้บริการเหมาะสมกับระดับการให้บริการ เน้นคุณค่าต่อความรู้สึก ความคุ้มค่าได้สัมผัสความเป็นท้องถิ่น

2.8 การจัดการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย การนำเสนอบริการให้แก่นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการในการเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น

2.9 การจัดการตลาดด้านการส่งเสริม ดึงกลุ่มสื่อมวลชนและบล็อกเกอร์มาร่วมโครงการ และลงสำรวจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อใช้ช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์เครือข่ายสังคม (Social Network)

2.10 การจัดการตลาดด้านบุคคล การคัดเลือก การฝึกอบรม การจูงใจ ผู้ให้บริการมีความสามารถ มีทัศนคติที่ดีสามารถตอบสนองต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้าถึงประสบการณ์ท้องถิ่น

2.11 การจัดการตลาดด้านกายภาพและการนำเสนอ การนำเสนอกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยว สัมผัสถึงความเป็นท้องถิ่นเชิงลึกผ่านกลไกการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

2.12 การจัดการตลาดด้านกระบวนการ สร้างกระบวนการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวที่มี คุณภาพ โดยเริ่มตั้งแต่การหาข้อมูล การสื่อความหมาย การจัดโปรแกรม การเดินทาง และการบอกต่อ

แนวคิดเกี่ยวกับแรงดึงดูดในการท่องเที่ยว

แรงดึงดูดในการท่องเที่ยว หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเดินทางหรือท่องเที่ยวด้วยเหตุผลหรือแรงจูงใจที่หลากหลาย เช่น เพื่อแสวงหาความสุขทางด้านจิตใจ บางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสถานภาพทางสังคม การเดินทางยังอาจจะเกิดจากแรงจูงใจที่จะหลีกเลี่ยงจากความจำเจ ความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน ซึ่งแรงจูงใจจะกระตุ้นให้ถูกยั่วยุให้นักท่องเที่ยวแสดงพฤติกรรมหรือตัดสินใจเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่กำหนด (วรรณวีร์ บุญคุ้ม, 2560)

ระเบียบวิธีการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่หมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัย คือแบบสอบถาม ขนาดของกลุ่มตัวอย่างหาได้จากสูตรของ Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 385 คน แต่ผู้วิจัยเก็บเพิ่มอีก 15 ชุด รวมเป็น 400 ชุด เพื่อความแม่นยำและทดแทนแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ และใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Selection) โดยทำการเก็บแบบสอบถามออนไลน์จนครบจำนวน 400 ตัวอย่าง ทำการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2565 – เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ซึ่งในการตอบแบบสอบถามจะมีคำถามคัดกรองเพื่อเลือกตอบเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่หมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้ได้คำตอบที่ใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ คือ แบบสอบถามออนไลน์ โดยได้ทำการประเมินค่าความเที่ยงตรงกับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พบว่า ข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่ามากกว่า 0.50 ทุกข้อคำถาม และผลการตรวจสอบสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เป็นรายข้อ พบว่า มีค่าระหว่าง 0.890-0.980 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 จึงสามารถนำแบบสอบถามนี้ไปใช้ในการเก็บแบบสอบถามวิจัยต่อไปได้ โดยแบ่งคำถามออกเป็น 4 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 คำถามคัดกรองว่า ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่หมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือไม่ จำนวนทั้งหมด 1 ข้อโดยมีลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายปิด (Close-ended Response Question) แบบให้เลือกตอบคำตอบเดียว (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนแบ่งออกเป็น 8 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างประทับใจแรกให้กับนักท่องเที่ยว 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก 3) ด้านอาหารพื้นถิ่น 4) ด้านวัฒนธรรมและประเพณีชุมชน 5) ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจำนวน 6) ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและศาสนสถาน 7) ด้านการจัดกิจกรรมภายในชุมชน และ 8) ด้านการตระความยั่งยืนของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ จำนวนทั้งหมด 29 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบชนิดปลายปิด ด้วยมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ตามรูปแบบของ Likert 's Scale

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวัตถุดิบและแรงงานในการผลิต 2) ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) ด้านการสร้างอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวนทั้งหมด 7 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบชนิดปลายปิด ด้วยมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert 's Scale

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ 2) ด้านความร่วมมือจากหน่วยงานเอกชน 3) ด้านความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา และ 4) ด้านความร่วมมือจากคนในหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน จำนวนทั้งหมด 14 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบชนิดปลายปิด ด้วยมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert 's Scale

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ความต้องการในการมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวนทั้งหมด 4 ข้อ โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบชนิดปลายปิด ด้วยมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามรูปแบบของ Likert 's Scale

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS 21 (Statistics Package for Social Sciences Version 21) และใช้การวิเคราะห์ตามหลักสถิติดังนี้

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1.1 ค่าเฉลี่ย (Mean หรือ $\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ตัวแปรปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน และด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน โดยมีเกณฑ์ความกว้างของอันตรภาคชั้น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	หมายถึง	มาก

ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

2.1 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple regression analysis) ใช้วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น คือ ด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน และด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน กับตัวแปรตาม คือ การดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิจัย

จากการศึกษา เรื่องความคิดเห็นของการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า

1. สรุปผลการวิเคราะห์ระดับเฉลี่ยของปัจจัยที่ใช้ศึกษา

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน

ด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน	ระดับความคิดเห็น			ลำดับ
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	
1. ด้านการสร้างความประทับใจแรกให้กับนักท่องเที่ยว	3.51	1.10	มาก	2
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก	3.41	1.13	มาก	3
3. ด้านอาหารพื้นถิ่น	3.56	1.21	มาก	1
4. ด้านวัฒนธรรมและประเพณีชุมชน	3.34	1.28	ปานกลาง	5
5. ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	3.36	1.17	ปานกลาง	4
6. ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและศาสนสถาน	3.20	1.15	ปานกลาง	8
7. ด้านการจัดกิจกรรมภายในชุมชน	3.29	1.19	ปานกลาง	7
8. ด้านความยั่งยืนของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ	3.32	0.87	ปานกลาง	6
รวม	3.37	1.14	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านอาหารพื้นถิ่นมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.56$, $SD. = 1.21$) รองลงมา คือ ด้านการสร้างความประทับใจแรกให้กับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.51$, $SD. = 1.10$) และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พัก ($\bar{X} = 3.41$, $SD. = 1.13$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.36$, $SD. = 1.17$)

รองลงมา คือ ด้านวัฒนธรรมและประเพณีชุมชน ($\bar{X} = 3.34$, $SD. = 1.28$) ด้านความยั่งยืนของการอนุรักษ์ถึงทรัพยากรทางธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.32$, $SD. = 0.87$) ด้านการจัดกิจกรรมภายในชุมชน ($\bar{X} = 3.29$, $SD. = 1.19$) และ ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและศาสนสถาน ($\bar{X} = 3.20$, $SD. = 1.15$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน

ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน ท่องเที่ยววิถีชุมชน	ระดับความคิดเห็น			ลำดับ
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	
1. ด้านวัตถุดิบและแรงงานในการผลิต	3.14	0.81	ปานกลาง	3
2. ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน	3.28	0.89	ปานกลาง	1
3. ด้านการสร้างอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน	3.25	0.90	ปานกลาง	2
รวม	3.22	0.87	ปานกลาง	

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.28$, $SD. = 0.89$) รองลงมา คือ ด้านการสร้างอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ($\bar{X} = 3.25$, $SD. = 0.90$) และด้านวัตถุดิบและแรงงานในการผลิต ($\bar{X} = 3.14$, $SD. = 0.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยเกี่ยวกับปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน

ด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนใน การประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน	ระดับความคิดเห็น			ลำดับ
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	
1. ด้านความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ	3.37	0.64	ปานกลาง	1
2. ด้านความร่วมมือจากหน่วยงานภาคเอกชน	3.29	0.92	ปานกลาง	4
3. ด้านความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา	3.34	0.93	ปานกลาง	3
4. ด้านความร่วมมือจากคนในหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน	3.35	0.83	ปานกลาง	2
รวม	3.34	0.83	ปานกลาง	

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.37$, $SD. = 0.64$) รองลงมา คือ ด้านความร่วมมือจากคนในหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน ($\bar{X} = 3.35$, $SD. = 0.83$) ด้านความร่วมมือจากสถาบันการศึกษา ($\bar{X} = 3.34$, $SD. = 0.93$) และ ด้านความร่วมมือจากหน่วยงานภาคเอกชน ($\bar{X} = 3.29$, $SD. = 0.92$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ระดับความคิดเห็นเฉลี่ยเกี่ยวกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน

การดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน	ระดับความคิดเห็น			ลำดับ
	$\bar{X}$	SD	แปลผล	
1. ความต้องการในการมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	4.26	0.70	มาก	1
รวม	4.26	0.70	มาก	

จากตารางที่ 4 พบว่า การดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน พบว่าความต้องการมาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีค่าเฉลี่ย คือ ($\bar{X} = 4.26$, $SD. = 0.70$)

1.2 ผลการทดสอบสมมติฐาน

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis ตามวิธี Stepwise

ศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยว วิถีชุมชน		Unstandardized			Standardized		Collinearity Statistic	
		Coefficients		t	Sig.			
		B	Std. Error			Beta	Tolerance	VIF
ค่าคงที่		2.498	0.176		14.211	0.000		
ด้านความยั่งยืนของการอนุรักษ์		0.167	0.051	0.162	3.271	0.001	0.983	1.256
ทรัพยากรทางธรรมชาติ								
R	R ²	Adjusted R ²		SE (est.)	F	Sig	Durbin-watson	
0.162	0.026	0.024		0.886	10.697	0.001	2.198	

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis ตามวิธี Stepwise พบว่า ค่า VIF คือ 1.256 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10

และค่า Tolerance คือ 0.983 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาการสหสัมพันธ์กันเอง โดยความสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมีค่าเท่ากับ .162 หรือร้อยละ 11.62 และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) = .026 แสดงว่า ตัวแปรต้นสามารถจัดความผิดพลาดที่เกิดจากการพยากรณ์ได้ร้อยละ 2.60 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R^2) เท่ากับ .024 เมื่อพิจารณา ค่า Sig. ของโมเดล = 0.001 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05 แสดงว่า มีปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งได้แก่ ด้านความยั่งยืนของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ (X_1) โดยสามารถแสดงสมการความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$Y = 2.498 + 0.167(X_2)$$

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis ตามวิธี Stepwise

ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้าน ท่องเที่ยววิถีชุมชน		Unstandardized Standardized			t	Sig.	Collinearity Statistic	
		Coefficients		Beta			Tolerance	VIF
		B	Std. Error					
ค่าคงที่		2.467	0.169		14.584	0.000		
ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน		0.179	0.050	0.177	3.595	0.000	0.984	1.265
R	R ²	Adjusted R ²		SE (est.)	F	Sig	Durbin-watson	
0.177	0.031	0.029		0.883	12.921	0.000	2.159	

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis ตามวิธี Stepwise ค่า VIF คือ 1.265 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 และค่า Tolerance คือ 0.984 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาการสหสัมพันธ์กันเอง โดยความสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมีค่าเท่ากับ .177 หรือร้อยละ 17.70 และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) = .031 แสดงว่า ตัวแปรต้นสามารถจัดความผิดพลาดที่เกิดจากการพยากรณ์ได้ร้อยละ 3.10 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R^2) เท่ากับ .029 เมื่อพิจารณาค่า

Sig. ของโมเดล = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05 แสดงว่า มีปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (X_1) โดยสามารถแสดงสมการความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$Y = 2.497 + 0.179(X_1)$$

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis ตามวิธี Stepwise

ด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชน	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistic	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
ค่าคงที่	0.643	0.140			4.580	0.000		
ด้านความร่วมมือจากภาครัฐ	0.747	0.042	0.663		17.691	0.000	0.923	1.245
R	R²	Adjusted R²	SE (est.)	F	Sig	Durbin-watson		
0.663	0.440	0.439	0.672	31.974	0.000	1.781		

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนกับการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยสถิติ Multiple Regression Analysis ตามวิธี Stepwise พบว่า ค่า VIF คือ 1.245 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 และค่า Tolerance คือ 0.923 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.1 แสดงว่า ตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาการสหสัมพันธ์กันเอง โดยความสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามมีค่าเท่ากับ .663 หรือร้อยละ 66.30 และมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) = .440 แสดงว่า ตัวแปรต้นสามารถขจัดความผิดพลาดที่เกิดจากการพยากรณ์ได้ร้อยละ 44.00 ส่วนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์เมื่อปรับแล้ว (Adjusted R^2) เท่ากับ .439 เมื่อพิจารณาค่า Sig. ของโมเดล = 0.000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญ .05 แสดงว่า มีปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนอย่างน้อย 1 ด้าน มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยว

วิธีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านความร่วมมือจากภาครัฐ (X_1) โดยสามารถแสดงสมการความสัมพันธ์ได้ดังนี้

$$Y = 0.643 + 0.747(X_1)$$

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่มีผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่ ด้านความยั่งยืนของการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ สอดคล้องกับ ปฏิมาศ เสริฐเลิศ (2562) กล่าวว่า หนึ่งในปัจจัยด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม คือ ด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ซึ่งคนในชุมชนให้ความร่วมมือในการรักษาสิ่งแวดล้อม สืบสาน ประเพณี วัฒนธรรมมาจนถึงปัจจุบัน เช่น การทอผ้า การจักสาน การแปรรูปสมุนไพร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วิคิเนีย มายอร์ (2554) กล่าวว่า ภาครัฐหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบควรที่จะพัฒนาและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติให้คงอยู่เป็นธรรมชาติและบริสุทธิ์ตลอดไป ซึ่งสอดคล้องกับ เจตนา พัฒนาจันทร์ (2562) กล่าวว่า เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ของประเทศไทย ประกอบไปด้วย 1) ด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ด้านการจัดการเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตที่ดี 3) ด้านการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรมชุมชน 4) ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ 5) ด้านคุณภาพการบริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และสอดคล้องกับ ชัยญานุช ยุทธวรวิทย์ (2565) กล่าวว่า การพัฒนาความร่วมมือใน ชุมชนเพื่อให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งสามัคคีและการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้กับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวด้วย นอกจากนี้ จิตศักดิ์ พุฒจรร และคณะ (2562) กล่าวว่า ผู้นำชุมชนด้านการท่องเที่ยว ควรตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยว และภูมิปัญญาท้องถิ่นว่า สิ่งเหล่านี้มีปัจจัยสำคัญที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเกิดขึ้นในชุมชนได้

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่ ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สอดคล้องกับ รัฐญาภา เสถียรคมสรไกร และ พิมพ์สิริ สุวรรณ (2566) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวนิยมซื้อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเพื่อการบริโภค โดยซื้อเพื่อเป็นของฝากและตัดสินใจซื้อด้วยตนเอง

จากการพิจารณาบรรจุกฎบัตรราคาและรสชาติของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ อภิชัย ธรรมนิยม และพิมพ์ลา คงขาว (2562) กล่าวว่าแนวทางการพัฒนาสู่การเป็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาตรฐานอาเซียน พบว่าชุมชนควรมีแนวทางการพัฒนาตนเอง ดังต่อไปนี้ 1) พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) พัฒนาคุณภาพและความเชี่ยวชาญของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 3) พัฒนาคุณภาพของการท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ 4) พัฒนาคุณภาพของบริการอาหารและเครื่องดื่ม 5) พัฒนาคุณภาพของที่ระลึกในชุมชน และ 6) พัฒนาการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวอย่างเป็นมิตร (FTO)

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ได้แก่ ด้านความร่วมมือจากภาครัฐ สอดคล้องกับ อัจฉริยาพร คันธมาลาเจริญ (2564) กล่าวว่า หน่วยงานภาครัฐที่มีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการสนับสนุนให้เกิดการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และผู้ประกอบการผ่านการประชาสัมพันธ์จากเพจ Facebook และสร้างกิจกรรมเพื่อพัฒนาความร่วมมือในการสร้างการท่องเที่ยว 4.0 ในพื้นที่ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ วิคิเนีย มายอร์ (2554) กล่าวว่า ภาครัฐควรผลักดันและเพิ่มการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความทันสมัย แต่ยังคงความเป็นธรรมชาติเอาไว้ ซึ่งถ้ามีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น กลุ่มนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวทางเลือกใหม่อยู่เสมอ จะสามารถเพิ่มนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ส่วนจิตศักดิ์ พุฒจรรยา และคณะ (2562) กล่าวว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) ควรเน้นการทำสื่อประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่ได้ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายนั้นได้ทราบข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อตนเองและรับรู้ถึงจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาครัฐ และคนในชุมชนของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรกำหนดแนวทางในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้ชัดเจน เพื่อรักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมให้เป็นธรรมชาติ และนอกจากนี้ยังช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเพื่อความยั่งยืนของชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาครัฐ และคนในชุมชนของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ควรร่วมกันพัฒนา และกำหนดกลยุทธ์ในด้านของการผลิตสินค้าชุมชนให้มีมาตรฐาน และมีความแตกต่าง เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวแล้ว ส่วนใหญ่นิยมที่จะซื้อสินค้าจากชุมชนไปเป็นของฝาก และเมื่อสินค้าของชุมชนมีมาตรฐานจะช่วยดึงดูดให้ผู้ที่ได้รับไปสนใจ ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนเป็นที่รู้จักต่อ ๆ กัน อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านศักยภาพการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนในการประชาสัมพันธ์ของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนที่ส่งผลต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ภาครัฐควรร่วมมือกับคนในชุมชนของหมู่บ้านท่องเที่ยววิถีชุมชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือหาแนวทางในการปรับปรุง พัฒนา และหากกลยุทธ์ในด้านการประชาสัมพันธ์ หรือจัดทากิจกรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวยังหมู่บ้านวิถีชุมชน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว (2565). แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ. 2566-2570. <https://www.dot.go.th/storage/กองพัฒนาบริการ/แผนกองฯ/QttfdpYXKOCrXLds1f5xJfseslXaXcpgu3q3oDnM.pdf>
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2564). แนวทางการดำเนินงานส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทย 2565. https://resolution.soc.go.th/PDF_UPLOAD/2564/P_405074_4.pdf
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2565). แผนปฏิบัติการรายปี (พ.ศ. 2565). https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20220610151812.pdf
- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา (2567). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ Q1-Q4 (ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) <https://www.mots.go.th/news/category/766>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). ททท. เปิดตัวเกม “ปีท่องเที่ยวไทย 2566” เร่งเครื่องยกระดับห่วงโซ่อุปทาน กระตุ้นตลาดคุณภาพสู่ความยั่งยืนด้วย “Meaningful Travel” มั่นใจฟื้นรายได้สูงสุด 2.38 ล้านล้านบาท. <https://thai.tourismthailand.org/Articles/ปีท่องเที่ยวไทย-2566>
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2566). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570). https://province.mots.go.th/ewtadmin/ewt/ranong/download/article/article_20230418122435.pdf
- จิตศักดิ์ พุฒจรรย์, ทิพย์สุดา พุฒจรรย์, ศุภรัตน์ แสงฉัตรแก้ว, สไบทิพย์ มงคลนิมิตร, เกศราพร พรหมนิมิตกุล, จิรัชญา โชติโสภานนท์, ฐิติมา เวชพงศ์, และ ธนวรรษ ดอกจันทร์ (2562). การพัฒนาแนวทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับสินค้าการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น (Local Experience) ของประเทศไทย ภายใต้โครงการ The LINK. Silpakorn University Repository. <https://sure.su.ac.th/xmlui/handle/123456789/15837?attempt=2&>

จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด อังสุมาลิน จำนงชอบ และณัฐพัชร มณีโรจน์ (2562). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์โดยชุมชนของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ตำบลศรีนาวา จังหวัดนครนายก. วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี 5(1), 1-18.

เจตนา พัฒนาจันทร์ (2562). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนวัดตาล ตำบลบางเสด็จ อำเภอบ้านหมี่ จังหวัดอ่างทอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. DSpace at Silpakorn University. <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/2559>

ชญานุช ยุทธาวาทย์ (2565). การศึกษาโมเดลการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. CMMU Digital Archive. <https://archive.cm.mahidol.ac.th/handle/123456789/4669>

ฐิยาภา เสถียรคมสรไกร และ พิมพ์สิรี สุวรรณ (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรมเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น. Journal of Roi Kaensarn Academi, 8(2), 411-432.

ณรงค์ พลธิราช และ ปริญญา นาคปฐม (2560). การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย. Burapha University Research Information. <https://buuir.buu.ac.th/handle/1234567890/3530>

ไทยรัฐวันนี้ (2566). ปรับโฉมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ททท.ฮีโร่ในวิกฤติเศรษฐกิจ. https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/2701763

ปวิมาศ เสริฐเลิศ (2562). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม บ้านโนนนาเกลี้ยงอำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. <https://fulltext.rmu.ac.th/fulltext/2562/M127611/Sertlert%20Patimas.pdf>

ประกาย วุฒิพัฒน์พงศ์, ชุติศักดิ์ อินทมนต์ และ รุติมา สุ่มแสนหาญ (2566). แนวทางการดึงดูดนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวโดยชุมชนตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี กรณีศึกษา: หมู่บ้านท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมพื้นบ้านอีสาน (ชะจอมโฮมสเตย์) อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารด้านการบริหารธุรกิจและการเมือง, 12(1), 41-63.

วรรณวีร์ บุญคุ้ม (2560). แรงจูงใจในการมาเยือนวัดสำคัญในจังหวัดเพชรบุรีและการรับรู้ที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. DPU Learning Center & Library. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/161395.pdf>

วิคเนีย มายอร์ (2554). การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาเดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต]. DPU Learning Center & Library. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/149668.pdf>

สมเชาวน์ บำรุงชัย (2559). รูปแบบการพัฒนาชุมชนยั่งยืนภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย.

วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 22(1), 70-78.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**

ฉบับที่ 13. <https://www.nesdc.go.th/download/>

อภิชัย ธรรมนิยม และ พิมพิลา คงขาว (2562). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนสู่มาตรฐานการท่องเที่ยว

โดยชุมชนอาเซียน กรณีศึกษา บ้านกู่ อาเภอปรางค์กู่ จังหวัดศรีสะเกษ. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ, 13(3), 108-117.**

อัจฉริยาพร คันธมาลาเจริญ (2564). **การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในแนวทางการท่องเที่ยว 4.0**

กรณีศึกษาพื้นที่ตำบลกิตติ์ช้าง อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงใหม่ [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ].

ฐานข้อมูลวิทยานิพนธ์และงานวิจัยมหาวิทยาลัยแม่โจ้.

http://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2564/artchariyaporn_kantamalajaroen/fulltext.pdf

อุมารินทร์ ราตรี (2562). การพัฒนากลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์กรณีศึกษาย่านเมืองเก่า

จังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 13(3), 93-106.**