

## การพัฒนา รูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

### Model and Potential Development of Community Enterprises in the Cultural Tourism Based on Local Identity to Tourists in Ubon Ratchathani Province

Malinee Srimaitree

Ubon Ratchani Rajabhat University

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการพัฒนา ศักยภาพตลอดจนรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ที่มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพ และมีความเหมาะสมที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ จำนวนทั้งสิ้น 13 กลุ่ม ใช้เครื่องมือในการศึกษาวิจัย ได้แก่ แบบสังเกต แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม เพื่อเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์หาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.7 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของสถานภาพปัจจุบันต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในอนาคตต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และมีความต้องการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ได้แก่ การร่วมดำเนินกิจกรรม การร่วมติดตามประเมินผล และการร่วมวางแผน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 3.74 และ 3.61ตามลำดับ

2. วิธีการในการพัฒนา ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีวิธีการที่หลากหลาย ได้แก่ การบรรยาย ให้ความรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการสร้างความเข้าใจการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว การสร้างทีมงาน การจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อให้ได้รูปแบบและ กิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว การศึกษาดูงาน และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

3. รูปแบบการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยววงานเทศกาล การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวชมกิจกรรมทางวัฒนธรรม กำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยใช้ชื่อว่า “ถนนสายวัฒนธรรม จังหวัดอุบลราชธานี” แบ่งออกเป็น 4 เส้นทาง ประกอบด้วย

เส้นทางที่ 1 เส้นทางเทียนพรรษา เส้นทางที่ 2 ดำน่านลูกอีสานกับกระติบข้าว เส้นทางที่ 3 เครื่องทองเหลืองลมหายแห่งบ้านปะอ่าว และเส้นทางที่ 4 ภูมิปัญญาข้าวกล้องงอก

**คำสำคัญ :** มิติทางวัฒนธรรม การแสดงความคิดเห็น ตัวแทนจำหน่าย ที่พักออนไลน์

### Abstract

This study aimed to investigate the potential of the community enterprises in cultural tourism and develop model and potential for cultural tourism management of the community enterprise based on the local identity to tourists in Ubon Ratchathani province. The participants in this study were thirteen community enterprises in Muang district, Ubon Ratchathani province which were strong and effective including appropriate to develop into tourist attractions. The research instruments were observation form, questionnaire, semi-structure interview, group discussion. The qualitative data from observation form, semi-structure interview and group discussion were analyzed to find out the correlation of the data by using descriptive analysis. The quantitative data from questionnaire was analyzed by using frequency percentage, average and standard deviation. The result of the study were;

1) Most of the community enterprises had knowledge and understood about the cultural tourism at “moderate level” (55.7%).

The overall attitude toward the appropriateness of the current situations for cultural tourism management was at moderate level (2.95)

The attitude toward future expectation of tourism management was at high level (4.32)

The need to participate towards cultural tourism was at high level (3.61). Those needs were on participation, assessment and planning with the average at 4.00, 3.74 and 3.61 respectively.

2) The methods in potential development of the Community Enterprise were numerous namely ; lecture, workshop to draw understanding in cultural tourism management including tourist network connection, team building and doing action plan to find out the models and activities for tourism, educational trips and focus group discussion.

3) The tourism models of the community enterprise were divided into (1) festival tour, art and craft tour, cultural-activity tour and named the tour program “Cultural Route, Ubon Ratchathani province”. The program divided into 4 main routes (1) Candle Route (2) E-Sarn (Northeastern) Offspring Legend and Wicker Rice - containers (Kratip) (3) Brass Works : Breathe of Pa-Aw Village and (4) Germinated brown (GABA) Rice Wisdom.

**Keywords :** model, potential, community enterprise, cultural tourism.

## บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้มีการเติบโตและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในประเทศไทยนั้นมีอัตราเพิ่มมากขึ้น 7.5 % ต่อปี ซึ่งหากพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวในอาเซียนจะเห็นได้ว่าไทยถือว่าเป็นตลาดที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Department of Tourism, 2011) หากมองในมุมกลับมาก็พิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวภายในประเทศสำนักงานสถิติฯ ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) ได้รวบรวมข้อมูลสำคัญด้านการท่องเที่ยวในปี 2555 พบว่าในปีที่ผ่านมาคนไทยเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 57.8% จาก 50% ในช่วง 3-4 ปี ที่ผ่านมา และพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด คือ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเชิงเกษตรกรรม (Thairath, 2013)

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางของผู้คนหรือกลุ่มคนออกจากสถานที่ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยประจำไปยังท้องถิ่นอื่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงามทางวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น (Khunon, 2016) ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคมไม่ว่าจะเป็นในด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ รูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแล้วแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ กระตุ้นให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมขึ้น (Junhasobhaga, 2010)

อุบลราชธานีเป็นจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เป็นหนึ่งในจังหวัดที่ถือว่าเป็นแหล่งดินแดนแห่งอารยธรรมอีสานใต้ และมีความสำคัญในฐานะเป็นเมืองท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรมและประเพณีดั้งเดิมที่ตกทอดรุ่นสู่รุ่นมาจากบรรพบุรุษตั้งแต่ยุคขอมโบราณที่ผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมไทยถิ่นอีสานปัจจุบันเกิดเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่น่าสนใจ อุบลราชธานียังอุดมไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติมากมาย ทั้งป่าไม้ สัตว์ป่า พืชพรรณนานาชนิด แหล่งน้ำขนาดใหญ่ย่อยหลายแห่ง และภูมิทัศน์ที่งดงามแปลกตาโดดเด่น (Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism & Sport, 2013) รวมทั้งมีโรงแรมที่พักมากมายและการคมนาคมสะดวกสบาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีสนามบิน ทำให้จังหวัดอุบลราชธานีเป็นเมืองท่องเที่ยวที่น่าสนใจไม่แพ้จังหวัดอื่นๆ ของภูมิภาค ที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดมาเยี่ยมชม

วิสาหกิจชุมชน (SMCE หรือ Small and Micro Community Enterprise) ถือเป็นกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่นๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อสร้างรายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน ซึ่งวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีได้รับการยอมรับในเรื่องของการผลิตสินค้าและการให้บริการที่มีคุณภาพและมีลักษณะเด่นน่าสนใจติดอันดับ 1 ใน 5 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Community Enterprise Promotion Division, 2013) อาทิเช่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีทอผ้าไหม วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีจักสานเสื่อกกและผือ วิสาหกิจชุมชนจักสานไม้ไผ่กระติบข้าว วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเครื่องปั้นดินเผา วิสาหกิจชุมชน

ไพทัญญา แผลก วิสาหกิจชุมชนเครื่องหอมสมุนไพร และวิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพทำเครื่องทองเหลือง เป็นต้น จากข้อมูลเบื้องต้น จะเห็นได้ว่าจังหวัดอุบลราชธานี เป็นจังหวัดที่มีเอกลักษณ์ความงดงามทางวัฒนธรรม มีทรัพยากรทางธรรมชาติและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่นที่เอื้อและเหมาะสมสำหรับการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งในสภาพปัจจุบันรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่จะเน้นแต่โบราณสถาน โบราณวัตถุ อุทยานแห่งชาติและวัดวาอาราม เป็นต้น ถือได้ว่าเป็นปัญหาเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวที่ยังขาดมุมมองทางด้านวัฒนธรรมที่เน้นให้เห็นถึงรูปแบบวิถีชีวิต การแต่งกาย การบริโภค และภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นผ่านสายตาของนักท่องเที่ยวด้วยผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่เกิดขึ้นจากฝีมือของคนในชุมชน ในลักษณะของการประกอบการของชุมชนอย่างสร้างสรรค์เพื่อการพึ่งตนเอง ที่ได้รับทรัพยากร ผลิตผล ความรู้ ภูมิปัญญา ทักษะทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคมเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน หรือที่เรียกว่าวิสาหกิจชุมชนนั่นเอง ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถสื่อถึงความ เป็นอัตลักษณ์ของคนจังหวัดอุบลราชธานีได้อย่างชัดเจนแท้จริง

จากรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่คณะผู้วิจัยกล่าวถึงข้างต้น ถือได้ว่าเป็นการสร้างทางเลือกใหม่อีกทางเลือกหนึ่งให้กับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชมและศึกษาวิถีชีวิต การแต่งกาย การบริโภคและภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น/คนในชุมชน แต่การจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทางเลือกใหม่นี้จะเกิดขึ้นและประสบผลสำเร็จได้นั้น ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งมาจากศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นจะต้องมีความพร้อม ความเข้มแข็ง ความสามัคคี และการร่วมแรงร่วมใจกันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้นในการที่จะรับมือหรือต้อนรับนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่จะมาเยือนในอนาคตให้เกิดการประทับใจและความพึงพอใจในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ดังนั้นคณะผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญและมีความสนใจที่จะศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนา รูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมกับศักยภาพ ความพร้อมและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างแท้จริง และสอดคล้องกับแผนการดำเนินงานภายใต้แผนงานวิจัยการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดอุบลราชธานีเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หากงานวิจัยชิ้นนี้ได้ดำเนินการแล้วเสร็จจะได้อารมณ์รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมกับศักยภาพ ความพร้อมและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเกิดเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงไปยังวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนจากกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเป็นผลนำไปสู่การสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างมูลค่าเพิ่ม และการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กับคนในชุมชน และถือเป็นการสร้างทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยวในรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

### ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีที่เหมาะสมกับศักยภาพ ความพร้อมและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างแท้จริง
2. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานี สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนจากกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเพื่อชมและศึกษาอุทยานด้านศิลปะ หัตถกรรม และวัฒนธรรมของท้องถิ่น ภายใต้ความเข้มแข็ง การร่วมแรงร่วมใจ ความสามัคคีในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งเป็นผลนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน
3. เกิดเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่สามารถสร้างความเชื่อมโยงไปยังวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นการสร้างรายได้ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับคนในชุมชน
4. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวได้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในมิติที่หลากหลายมากขึ้น อาทิเช่น มิติทางเศรษฐกิจ มิติทางสังคม และมิติทางวัฒนธรรม
5. เป็นการสร้างทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและตัวอย่าง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี จำนวนทั้งสิ้น 12 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลในเมือง ตำบลหัวเรือ ตำบลหนองขอน ตำบลปทุม ตำบลขามใหญ่ ตำบลแจระแม ตำบลหนองบ่อ ตำบลไร่น้อย ตำบลกระโสบ ตำบลกุดลาด ตำบลชีเหล็ก และตำบลปะอาว มีจำนวนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสิ้น 201 กลุ่ม (Community Enterprise Promotion Division, 2014)

ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากรทั้งหมด โดยวิธีการคัดเลือกเฉพาะกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง มีศักยภาพและมีความเหมาะสมที่จะสามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยใช้เกณฑ์ในการพิจารณา ได้แก่ ความโดดเด่นและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์หรือการบริการของกลุ่ม ขนาดและความพร้อมของกลุ่ม ความเหมาะสมของพื้นที่/สถานประกอบ สถานภาพการดำเนินงาน อยู่จริงของกลุ่ม โดยได้รับความร่วมมือจากสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองอุบลราชธานี ซึ่งเป็นหน่วยงานที่

กำกับดูแลและรับผิดชอบการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนและการดำเนินการเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน ร่วมกันพิจารณาและคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้น ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 13 กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประกอบด้วย กลุ่มกระโสม-กุดลาด ยางพารา กลุ่มผู้ผลิตข้าวกล้องเพาะงอกเพื่อฟาร์มตัวอย่างตามพระราชดำริบ้านยางน้อย กลุ่มแปรรูปไม้เก่าบ้านกลางพยอม กลุ่มอาชีพเศรษฐกิจพอเพียงวัดศรีประดู่ กลุ่มหัตถกรรมเครื่องทองเหลือง กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองบ่อ กลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรมการ กลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเสาวรส กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองซอน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรปลูกผักปลอดสารพิษ กลุ่มการผลิตและแปรรูปไข่เค็ม กลุ่มหมูสวรรค์เจ้าเล็ก และกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ จำนวนทั้งสิ้น 230 คน

### เครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

2.1 การใช้วิธีการสังเกต ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการในการสังเกต 2 ประเภท คือ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยผู้วิจัยมีส่วนในการทำกิจกรรม ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการสังเกตพฤติกรรมและท่าทีที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ซึ่งเป็นการสังเกตลักษณะทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งลักษณะทางกายภาพและสิ่งแวดล้อมของกลุ่มวิสาหกิจ โดยกำหนดความถี่ในการสังเกตแบบมีส่วนร่วม จำนวน 5 ครั้ง และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมจำนวน 5 ครั้ง ใช้ระยะเวลาทั้งสิ้น 3 เดือน

2.2 การใช้แบบสอบถาม เพื่อสำรวจสภาพทั่วไปและบริบทกลุ่ม และศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 สภาพทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน ตอนที่ 2 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตอนที่ 3 สถานภาพและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยววิสาหกิจชุมชน ตอนที่ 4 ความต้องการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน และตอนที่ 5 ความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวิสาหกิจชุมชน จำนวนแบบสอบถาม 230 ชุด และเพื่อความสูญเสียของแบบสอบถามอีก 10 % รวมจำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น 253 ชุด

2.3 การใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi – structured Interview) เป็นประเด็นคำถามที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการกำหนดหัวข้อสำหรับการสอบถาม พูดคุยกับผู้ให้ข้อมูลไว้อย่างกว้างๆ และสามารถที่จะสัมภาษณ์เจาะลึก (In – depth Interview) ได้ทันทีเมื่อปรากฏรายละเอียดของข้อมูลที่น่าสนใจ ใช้สอบถามประเด็นเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในแต่ละแห่ง โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้นำชุมชน

2.4 การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) เป็นการหาข้อมูลแบบสนทนากลุ่ม การรวมกลุ่มในการสนทนา โดยมีการใช้วิธีการอยู่ 2 แบบ คือ ใช้วิธีไม่ได้มีนัยหมาย เป็นการเข้าไปร่วมของผู้วิจัยในการสนทนากลุ่มและทำกิจกรรม และมีการมีนัยหมาย ซึ่งเป็นการรวมทุกกลุ่มจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย เพื่อการวิเคราะห์หารูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านความพร้อม ความต้องการจัดการท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรค โดยเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และหาบทสรุปร่วมกัน โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบด้วย ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

คณะกรรมการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้แทนจากสำนักงานเกษตรอำเภอเมืองอุบลราชธานี ผู้แทนจากองค์การบริหารส่วนตำบล และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางในพื้นที่ทำการศึกษา

### การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา โดยจำแนกประเด็นการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การศึกษาที่ตั้งไว้ โดยใช้ข้อมูลจากการศึกษาเอกสารทั้งแนวคิดและหลักการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน และแนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว มาวิเคราะห์ประกอบกันกับข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง และการสนทนากลุ่ม เพื่อมาเชื่อมโยงและหาความสัมพันธ์ของข้อมูล โดยใช้วิธีการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เพื่ออธิบายวิธีการหรือกระบวนการพัฒนารูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามลักษณะของท้องถิ่นนักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ดำเนินการใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

### สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 55.7 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของสถานภาพปัจจุบันต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.95 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังในอนาคตต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.61 ประกอบด้วย การร่วมดำเนินกิจกรรม การร่วมติดตามประเมินผล และการร่วมวางแผน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 3.74 และ 3.61ตามลำดับ ดังตารางที่ 1-4

ตารางที่ 1 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน	จำนวน	ร้อยละ
ระดับมาก	27	11.7
ระดับปานกลาง	128	55.7
ระดับน้อย	75	32.6
รวม	230	100.0

**ตารางที่ 2** สรุประดับความเหมาะสมของสถานภาพปัจจุบันของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความเหมาะสมของสภาพปัจจุบัน	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	2.95	.886	ปานกลาง
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	2.99	.866	ปานกลาง
ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว	2.82	.964	ปานกลาง
ด้านความปลอดภัย	3.56	1.055	มาก
ด้านการบริหารจัดการ	3.07	.921	ปานกลาง
ด้านที่พักอาศัย	2.36	1.117	น้อย
<b>รวม</b>	<b>2.95</b>	<b>0.968</b>	<b>ปานกลาง</b>

**ตารางที่ 3** สรุประดับความคาดหวัง (อนาคต) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความคาดหวังในอนาคต	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม	4.26	.749	มาก
ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	4.34	.702	มาก
ด้านกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว	4.26	.861	มาก
ด้านความปลอดภัย	4.51	.713	มากที่สุด
ด้านการบริหารจัดการ	4.40	.739	มาก
ด้านที่พักอาศัย	4.18	.916	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.32</b>	<b>.780</b>	<b>มาก</b>

**ตารางที่ 4** ความต้องการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความต้องการมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	S.D	แปลผล
ด้านการร่วมวางแผน	3.61	.831	มาก
ด้านการร่วมดำเนินกิจกรรม	4.00	.803	มาก
ด้านการร่วมลงทุน	3.10	.981	ปานกลาง
ด้านการร่วมติดตามประเมินผล	3.74	.958	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.61</b>	<b>.893</b>	<b>มาก</b>

2. การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

2.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการฝึกปฏิบัติการ (Work shop) ในหัวข้อ “การออกแบบวิสาหกิจชุมชนกับ



การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพิ่มมากขึ้น เข้าใจหลักการ เข้าใจองค์ประกอบและปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถออกแบบโปรแกรม/กิจกรรม การบริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบการบริหารจัดการ อันเป็นที่มาของรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเบื้องต้น

2.2 การอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมฝึกปฏิบัติ และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ในหัวข้อ “วิสาหกิจชุมชนกับการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม” ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ร่วมกันแสดงความคิดเห็น การเสนอแนะแนวทางการสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของกลุ่ม และสามารถสรุปรูปแบบการจัดตั้งเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเบื้องต้นได้อย่างชัดเจนเป็นรูปธรรม ตลอดจนร่วมกันก่อตั้งเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว โดยใช้ชื่อว่า “เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุบลราชธานี” ร่วมกันกำหนดทิศทาง เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ของเครือข่าย ตลอดจนแผนปฏิบัติการของเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม

2.3 การศึกษาดูงานการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดการเรียนรู้ ทักษะ และประสบการณ์ สามารถนำไปปรับประยุกต์ใช้เป็นแนวทางการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อันประกอบด้วย รูปแบบการบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การจัดการรายได้ การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว การกำหนดปฏิทินและโปรแกรมการท่องเที่ยว การให้บริการนักท่องเที่ยว การจัดการระบบสาธารณูปโภค/สิ่งอำนวยความสะดวกภายในชุมชน รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการดำเนินงานด้านเครือข่ายการท่องเที่ยว

2.4 การอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างทีมงานและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดการเรียนรู้ และเข้าใจเกี่ยวกับหลักการสร้างทีมงาน สามารถกำหนดโครงสร้างองค์การ (Organization Chart) และการกำหนดบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบ เพื่อใช้ในการสร้างทีมงาน การดำเนินงาน และบริหารจัดการที่สอดคล้องและเหมาะสมกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.5 การอบรมเชิงปฏิบัติการการจัดทำแผนปฏิบัติการของเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเขียนแผนปฏิบัติการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนสามารถวาดภาพจำลองแผนผัง/พื้นที่ที่ใช้ในการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการได้ ทำให้สมาชิกทุกคนในกลุ่มมีความเข้าใจที่ตรงกันถึงขั้นตอน กระบวนการปฏิบัติงานตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดไว้อย่างง่าย สะดวก และรวดเร็วสามารถมองภาพที่สะท้อนให้เห็นกิจกรรมแรกในการต้อนรับนักท่องเที่ยวจนกระทั่งการส่งนักท่องเที่ยวกลับ

3. การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ผ่านการพัฒนาศักยภาพ และมีความพร้อมในด้านเวลา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เอื้อต่อความสามารถในการพัฒนาให้เป็นกลุ่มต้นแบบ (นำร่อง) มีจำนวนทั้งสิ้น 4 กลุ่ม กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว

เที่ยว 3 รูปแบบ ได้แก่ การท่องเที่ยวงานเทศกาล การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวชมกิจกรรมทางวัฒนธรรม กำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยใช้ชื่อว่า “ถนนสายวัฒนธรรม จังหวัดอุบลราชธานี” แบ่งออกเป็น 4 เส้นทาง ประกอบด้วย เส้นทางที่ 1 เส้นทางเทียนพรรษา (วิสาหกิจชุมชนกลุ่มอาชีพเศรษฐกิจพอเพียงวัดศรีประดู่) เส้นทางที่ 2 ตำนานลูกอีสานกับกระต๊อบข้าว (วิสาหกิจชุมชนกลุ่มจักสานเชิงนวัตกรรม) เส้นทางที่ 3 เครื่องทองเหลืองลมหายใจแห่งบ้านปะอาว (วิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมเครื่องทองเหลือง) และเส้นทางที่ 4 ภูมิปัญญาข้าวกล้องงอก (วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทอผ้าหนองขอน (ข้าวกล้องงอก) จากนั้นดำเนินการจัดกิจกรรมการประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำร่อง โดยผู้เข้าร่วมประเมินประกอบด้วย ตัวแทนจากสำนักงานเกษตรอำเภอเมือง ตัวแทนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี และตัวแทนจากบุคคลทั่วไป พบว่า มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยวเรียงตามลำดับจากเส้นทางที่ 1-4 มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 3.81 4.16 และ 3.78 ตามลำดับ และนำข้อเสนอแนะที่ได้ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้น ดำเนินการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต ประกอบด้วย

1. [www.guideubon.com](http://www.guideubon.com)
2. [www.facebook.com/แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดอุบลราชธานี](https://www.facebook.com/แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดอุบลราชธานี)
3. ID - Line : เครือข่ายวิสาหกิจชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และจัดทำเอกสารเผยแพร่องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยสู่สาธารณะ

### อภิปรายผลการวิจัย

1. ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของสถานภาพปัจจุบันต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับปานกลาง มีความคาดหวังในอนาคตต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอยู่ในระดับมาก และมีความต้องการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับมาก ได้แก่ การร่วมดำเนินกิจกรรม การร่วมติดตามประเมินผล และการร่วมวางแผน ซึ่งสอดคล้องกับ สมเกียรติ ชัยพิบูลย์ (Chaipiboon, S. 2007) ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวชุมชนนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ชุมชนนครชุมมีความเห็นเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนครชุม ได้แก่ สภาพภูมิทัศน์ ป้ายบอกทาง พื้นที่จอดรถ การจัดเก็บขยะ และตำแหน่งจุดตั้งถังขยะ มีความเหมาะสมปานกลาง ส่วนระดับความคาดหวังในการพัฒนาอยู่ในระดับมาก ชุมชนต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนในด้านการร่วมวางแผน ด้านการร่วมดำเนินกิจกรรม ด้านการร่วมลงทุน

2. การพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้รูปแบบวิธีการในการพัฒนา ได้แก่ การบรรยายให้ความรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการสร้างความเข้าใจการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การสร้างเครือข่ายด้านการท่องเที่ยว การสร้างทีมงาน การจัดทำแผนปฏิบัติการ เพื่อให้ได้รูปแบบและกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว การศึกษาดูงาน และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งสอดคล้องกับ จำเนียร ชุณหโสภาค (Junhasobhaga, J., 2010) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน โดยการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดภาคกลาง

ตอนล่าง พบว่า รูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนโดยการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย การบรรยายด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การศึกษาดูงานด้านการท่องเที่ยว การประชุมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว การประเมินผลศักยภาพ และการปรับปรุงพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

3. การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมีความพร้อมในด้านเวลา ด้านสถานที่ ด้านบุคลากร และการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เอื้อต่อความสามารถในการพัฒนาให้เป็นกลุ่มต้นแบบสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ วันساد ศรีสุวรรณ (Srisuwan, W., 2010) ศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี พบว่า รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อชุมชนมีการจัดเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านศูนย์ข้อมูล เส้นทางท่องเที่ยว ด้านอาหาร เครื่องดื่ม ห้องน้ำ การติดต่อสื่อสาร และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยว มีการชี้แจงรายละเอียดที่ชัดเจนเกี่ยวกับรูปแบบและโปรแกรมที่ใช้เป็นแผนปฏิบัติการสำหรับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเป็นการเน้นถึงกิจกรรมที่ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจัดขึ้นโดยสื่อถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารและการแต่งกาย งานศิลปหัตถกรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีของคนในท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับ วันساد ศรีสุวรรณ (Srisuwan, W., 2010) สรุปไว้ว่า การกำหนดรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำตาปีต้องมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวทั้งในแง่ประวัติศาสตร์ กลุ่มชาติพันธุ์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น

### ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบและศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามอัตลักษณ์ของท้องถิ่นสู่นักท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีนั้น สามารถสรุปเป็นข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

1. การจะพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้นั้น ผู้นำและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีความรู้ มีความเข้าใจ มีความคาดหวัง และต้องการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างแท้จริง

2. วิธีการในการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถปฏิบัติได้หลากหลายวิธี เช่น การบรรยายให้ความรู้ การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน และการสนทนากลุ่ม (Focus Group)

3. การพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศิลปกรรม การท่องเที่ยวงานเทศกาล การท่องเที่ยวแหล่งประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวชมกิจกรรมทางวัฒนธรรม และการพักค้างแรม (Home stay) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีการจัดเตรียมความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

อันได้แก่ ความพร้อมในด้านเวลา ด้านสถานที่ ด้านงบประมาณ และด้านบุคลากร

4. หน่วยงานในท้องถิ่นทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องให้ความร่วมมือ ส่งเสริม และสนับสนุนการดำเนินงาน ตลอดจนเห็นความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมร่วมกัน

5. การพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดผลดี และประสบความสำเร็จได้นั้น คือ การสร้างเครือข่ายองค์ความรู้กับพื้นที่อื่น ๆ อาจจะเป็นการศึกษาดูงาน การรับฟังประสบการณ์ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน

6. การจัดกิจกรรมการประเมินผลการจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนำร่อง ถือเป็นกิจกรรมที่สำคัญและขาดไม่ได้ โดยผู้เข้าร่วมประเมินประกอบด้วย ตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อเป็นการประเมินความพึงพอใจและนำข้อเสนอแนะที่ได้ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวมีระดับ ความพึงพอใจที่สูงขึ้น และนำไปสู่รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืน

7. กิจกรรมที่ควรดำเนินการควบคู่กันไปกับการพัฒนาศักยภาพและรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การดำเนินการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และการจัดทำเอกสารเผยแพร่สู่สาธารณะ เพื่อใช้เป็นสื่อในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ให้กับบุคคลทั่วไป และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจให้เป็นที่รู้จักสู่สังคมอย่างแพร่หลาย

### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาในเชิงพื้นที่ที่มีการจัดการท่องเที่ยวร่วมกัน หรือมีลักษณะที่จำเป็นจะต้องจัดให้เกิดความเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวระหว่างพื้นที่โดยเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และความโดดเด่นของจุดขายในพื้นที่

2. ควรศึกษาถึงขีดความสามารถในการรองรับของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่ส่งผลกระทบต่อชุมชนในอนาคต

3. ควรศึกษาแนวทางการสร้างการมีส่วนร่วมของคนชุมชน ระดับการมีส่วนร่วมที่ควรจะเป็นของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย วิธีการมีส่วนร่วม รวมถึงการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึงให้กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

4. ควรศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และสามารถแข่งขันได้ในอนาคต

5. ควรศึกษาการสำรวจความนิยมและความสนใจของนักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไปที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อนำผลการวิจัยมากำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

## References

- Chaipiboon, Somkiat. (2007). **The Management of Cultural Tourism : A Case Study of Tourism Potentials of Nakornchum Community in Muang District, Kamphaeng Phet Province**. Kamphaeng Phet : Kamphaeng Phet Rajabhat University.
- Community Enterprise Promotion Division. **Community Enterprise Information Systems**. Retrieved September 23, 2013, from <http://smce.doae.go.th>
- Community Enterprise Promotion Division, Department of Agricultural Extension. **Electronic Document**. Retrieved June 17, 2014, from <http://www.sceb.doae.go.th/>
- Department of Tourism. **Thailand Tourism Statistics**. Retrieved August 9, 2011, from <http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/24342>
- Junhasobhaga, Jumnian. (2010). **A Participatory Community Capacity Reinforcement Model for Sustainable Tourism Development in Lower Central Thailand**. Doctor of Philosophy (Sociology), Ramkhamhaeng University.
- Khunon, Siyathorn. (2016). Cultural Dimensions and Hotel Commentating via Online Travel Agent Websites of Thai and Other National Customers : Samui Island. *Journal of Thai Hospitality & Tourism*. 11(1), 53-68.
- Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism & Sport. **Tourism South East civilizations**. Retrieved September 13, 2013, from [http://secretary.mots.go.th/ewt\\_news.php?nid=1637](http://secretary.mots.go.th/ewt_news.php?nid=1637)
- Srisuwan, Wansart. (2010). **Model of Cultural Tourism Management through the Participation of Tapee River Basin Communities**. Doctor of Philosophy (Cultural Science), Mahasarakham University.
- Thairath Online. **Private Chopped Four Stimulus State Solution is not the Point**. Retrieved August 8, 2013, from <http://www.thairath.co.th/content/362327>