

## การจัดการทุนวัฒนธรรมและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมในตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรธานี

วันที่รับ : 14 มีนาคม 2569

วันที่แก้ไข : 23 เมษายน 2569

วันที่ตอบรับ : 27 เมษายน 2569

มณฑล ศรีสุข<sup>1\*</sup> และ สุดารัตน์ รอดบุญส่ง<sup>1</sup>

<sup>1</sup>คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

จังหวัดอุดรธานี

\*Corresponding author e-mail: Mohntohn.sri@live.urui.ac.th



### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและจัดการทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา พัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา และประเมินผลการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวต่อการยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรธานี โดยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยและพัฒนา โดยดำเนินการวิจัย 3 ระยะ ได้แก่ ระยะที่ 1 การศึกษาทุนวัฒนธรรมและบริบทพื้นที่ผ่านการสำรวจข้อมูลเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการทำแผนที่ทุนวัฒนธรรม ระยะที่ 2 การออกแบบและพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา โดยบูรณาการความร่วมมือนักวิจัย ชุมชน และภาคีเครือข่ายในพื้นที่ และระยะที่ 3 การประเมินผลการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมทั้งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ผลการวิจัยพบว่า การจัดการทุนวัฒนธรรมในพื้นที่สามารถนำไปสู่การพัฒนากิจกรรมเทศกาลและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ โดยพบทุนวัฒนธรรมรวมทั้งสิ้น 58 รายการ ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ส่งผลให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมายและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้ การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวยังช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมจำนวน 15 รายการ รวมทั้งสร้างรายได้หมุนเวียนในพื้นที่ โดยเทศกาลและกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 25,000 คน และส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงประสบการณ์ และความตั้งใจกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวในระดับสูง (ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมเท่ากับ 4.40 (0.61) อีกทั้งยังพบว่า การดำเนินโครงการสามารถสร้างผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (Social return on investment: SROI) เท่ากับ 2.61 ซึ่งแสดงถึงความคุ้มค่าของโครงการในระดับสูง จากผลการดำเนินการจัดการทุนวัฒนธรรมร่วมกับ การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา สามารถยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเสริมสร้างเศรษฐกิจวัฒนธรรมของพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม ทั้งยังเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน และสามารถใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาพื้นที่อื่นที่มีทุนวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันได้อย่างยั่งยืน

**คำสำคัญ:** พุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา, การจัดการทุนวัฒนธรรม, การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์, เศรษฐกิจวัฒนธรรม

## CULTURAL CAPITAL MANAGEMENT AND TOURISM ACTIVITY DEVELOPMENT BASED ON THE ATTHAMI BUCHA BUDDHIST TRADITION FOR ENHANCING CREATIVE TOURISM AND THE CULTURAL ECONOMY IN THUNG YANG SUBDISTRICT, UTTARADIT PROVINCE

Received: March 14, 2026

Revised: April 23, 2026

Accepted: April 27, 2026

Mohntohn Srisuk<sup>1\*</sup> and Sudarat Rodboonsong<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Faculty of Humanities and Social Sciences,

Uttaradit Rajabhat University, Uttaradit, Thailand

\*Corresponding author e-mail: Mohntohn.sri@live.uru.ac.th



### Abstract

The objectives of this research were to 1) study and manage cultural capital related to the Atthami Bucha Buddhist tradition, 2) develop cultural tourism activities and routes based on the Atthami Bucha tradition, and 3) evaluate the outcomes of tourism activity and route development in enhancing the area as a creative tourism destination and strengthening the community's cultural economy in Thung Yang Subdistrict, Uttaradit Province. The study employed a Research and Development (R&D) approach. The research was conducted in three phases. Phase 1 involved the investigation of cultural capital and the local context through documentary review, in-depth interviews, and cultural capital mapping. Phase 2 focused on the design and development of tourism activities and routes related to the Atthami Bucha Buddhist tradition through collaboration among researchers, local communities, and regional stakeholders. Phase 3 evaluated the outcomes of the development in terms of tourism impacts, tourist behavior, and socio-economic benefits for the community. The findings revealed that effective cultural capital management led to the development of festival activities and cultural tourism routes connecting key attractions under the concept of creative tourism. This resulted in meaningful travel experiences that reflect the community's identity. Furthermore, these activities promoted community participation, the development of 15 cultural products and services, and generated local circulating income. The developed festivals and activities attracted approximately 25,000 tourists, fostering cultural learning and engagement in experiential activities, with a high level of revisit intention (overall satisfaction 4.40 (0.61). Notably, the project demonstrated high value for money, yielding a Social Return on Investment (SROI) of 2.61. In conclusion, managing cultural capital alongside the development of Atthamibucha-based tourism activities significantly enhanced creative tourism and strengthened the local cultural economy. This serves as a vital model for cultural tourism development tailored to community contexts and can be sustainably applied to other areas with similar cultural capital.

**Keywords:** Atthami Bucha Tradition, Cultural capital management, Creative tourism, Cultural economy

URU  
URU  
URU บทนำ

ช่วงทศวรรษที่ผ่านมา แนวโน้มของการท่องเที่ยวทั่วโลกได้เปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมไปสู่ การแสวงหาประสบการณ์ที่มีความหมาย (meaningful experiences) ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ วัฒนธรรมท้องถิ่นและมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) จึงได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ วิถีชีวิต ประเพณี และอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรม (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565; ชาลววิทย เกษตรศิริ, 2540; บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา, 2557; Richards, 2021; UNWTO, 2021) ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสนับสนุนการพัฒนาชุมชนผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว ได้อย่างยั่งยืน (Throsby, 2021; UNESCO, 2022)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นจำนวนมาก ซึ่งสามารถ นำมาพัฒนาเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่ยังคงเน้น กิจกรรมเชิงเทศกาลหรือการจัดงานตามช่วงเวลา ขาดการเชื่อมโยงทรัพยากรทางวัฒนธรรมกับกิจกรรมและเส้นทาง การท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับพื้นที่ได้อย่างเต็มศักยภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565; UNWTO, 2021) ดังนั้น แนวคิดการจัดการทุนวัฒนธรรม (Cultural capital management) จึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการสำรวจ วิเคราะห์ และ ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมควบคู่กับการอนุรักษ์วัฒนธรรม (Throsby, 2021) และการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นและส่งเสริมการมีส่วนร่วม ของคนในพื้นที่ในการจัดการทรัพยากรทางวัฒนธรรม (อรทัย ก๊กผล, 2561)

บริบทของประเทศไทย แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจาก เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นและส่งเสริมการมีส่วนร่วม ของชุมชน งานวิจัยหลายชิ้นชี้ให้เห็นว่าการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วม ในการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถช่วยเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยวและ สร้างรายได้ให้กับชุมชนในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน (กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์, 2564; กุลวดี ละม้ายจีน และคนอื่น ๆ, 2564) นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนฐานทุนวัฒนธรรมของชุมชนยังช่วย เสริมสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นและส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน (นภาพร จันทรฉาย และอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์, 2563; พองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง และคนอื่น ๆ, 2561) การพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ เนื่องจากชุมชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญ ในการอนุรักษ์และถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม รวมทั้งการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับบริบทของ พื้นที่ (พระสุชุม สุขขุทดโก และคนอื่น ๆ, 2565) นอกจากนี้ การออกแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวบนฐาน ทุนวัฒนธรรมของชุมชนยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจวัฒนธรรมและส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม ของท้องถิ่นควบคู่ไปกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (ชาลววิทย เกษตรศิริ, 2540) ดังนั้น การนำแนวคิดการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์มาประยุกต์ใช้กับทุนวัฒนธรรมของพื้นที่จึงเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนในประเทศไทย

ตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรธานี มีความโดดเด่นทางประวัติศาสตร์ในฐานะเมืองโบราณที่มีความต่อเนื่องทาง วัฒนธรรมอย่างยาวนาน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “พุทธประเพณีอัฐมืบูชา” ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่มีความเฉพาะตัว

และหาได้ยากยิ่ง เนื่องจากเป็นประเพณีเพียงไม่กี่แห่งในประเทศไทยและในระดับภูมิภาคที่ยังคงรักษาการจำลองเหตุการณ์ วันถวายพระเพลิงพระบรมศพพระพุทธเจ้า ไว้อย่างเต็มรูปแบบ

ในขณะที่ประเพณีทางพุทธศาสนาในพื้นที่ใกล้เคียงมักเน้นการทำบุญในวันสำคัญทั่วไป เช่น วันวิสาขบูชา หรือวันอาสาฬหบูชา แต่ประเพณีอัฐภูมิบูชาที่ท่งยังมีความโดดเด่นเหนือกว่าด้วยการผสมผสาน “นาฏยตรางมา” เข้ากับความศรัทธา โดยมีการจำลองพระบรมศพและพระจิตกาธานขนาดเสมือนจริง รวมถึงการถ่ายทอดหลักธรรม เรื่องความไม่เที่ยงแท้ผ่านการแสดงแสงสีเสียงที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน สิ่งนี้ทำให้ประเพณีอัฐภูมิบูชาไม่ได้เป็นเพียงพิธีกรรมทางศาสนา แต่เป็น “Living heritage” ที่สะท้อนอำนาจละมุน (Soft power) และอัตลักษณ์ที่แข็งแกร่งที่สุดของชุมชนท่งยัง

อย่างไรก็ตาม แม้ว่างานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่งานศึกษาส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยว ในลักษณะเฉพาะพื้นที่ โดยยังขาดการบูรณาการแนวทางการจัดการทุนวัฒนธรรมเข้ากับการออกแบบกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในบริบทของประเพณีทางศาสนาที่มีศักยภาพในการพัฒนาเป็น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ งานวิจัยที่ศึกษาผลลัพธ์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทุนวัฒนธรรม ต่อการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจวัฒนธรรมของชุมชนยังมีอยู่อย่างจำกัด จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่าที่ผ่านมาการศึกษาประเพณีวันอัฐภูมิบูชาในมิติของการอนุรักษ์และสืบสานเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มาบ้างแล้ว อาทิ งานวิจัยของ พระปลัดประพจน์ อยู่สำราญ และคนอื่น ๆ (2565) ซึ่งมุ่งเน้นความสำคัญของการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมผ่านกลไกความร่วมมือของชุมชน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ยังเน้นหนัก ในเชิงการบริหารจัดการกิจกรรมเฉพาะช่วงเทศกาลและการอนุรักษ์เชิงจารีต การวิจัยฉบับนี้จึงมีแนวทางการศึกษา ที่แตกต่างและมุ่งเน้นการขยายผลให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น โดยการนำแนวทางการจัดการทุนวัฒนธรรม (Cultural capital management) มาใช้ในการสำรวจและจำแนกฐานข้อมูลทุนวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบร่วมกับการออกแบบ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ร่วมให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดทั้งเส้นทางพุทธวิถี นอกจากนี้ยังมีการประเมินผลลัพธ์ในเชิงเศรษฐกิจวัฒนธรรมผ่านการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เพื่อชี้ให้เห็นถึงคุณค่าของการพัฒนาพื้นที่ตำบลท่งยังในเชิงประจักษ์ ซึ่งจะเป็น ต้นแบบสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ที่มีทุนวัฒนธรรมคล้ายคลึงกันได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น การศึกษาการจัดการทุนวัฒนธรรม ร่วมกับการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวบนฐานพุทธประเพณีอัฐภูมิบูชาในพื้นที่ตำบลท่งยัง จังหวัด อุดรดิตถ์ จึงมีความสำคัญในการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และ เศรษฐกิจวัฒนธรรมในบริบทของชุมชนท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม



### วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและจัดการทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธประเพณีอัฐภูมิบูชาในตำบลท่งยังจังหวัด อุดรดิตถ์
2. เพื่อพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานพุทธประเพณีอัฐภูมิบูชาในตำบล ท่งยังจังหวัดอุดรดิตถ์
3. เพื่อประเมินผลการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวต่อการยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมของชุมชนในตำบลท่งยังจังหวัดอุดรดิตถ์



## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา Research and development (R&D) ร่วมกับการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) โดยการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ระยะ

ระยะที่ 1 การศึกษาทุนวัฒนธรรมและบริบทพื้นที่ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชาในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรธานี โดยเก็บข้อมูลจากการศึกษาข้อมูลเอกสาร และการสำรวจพื้นที่ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วยผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้แทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมจำนวน 20 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เกณฑ์การคัดเลือก ได้แก่ เป็นบุคคลที่มีความรู้หรือมีบทบาทเกี่ยวข้องกับประเพณีอัฐมิมิบูชา หรือการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 3 ปี ส่วนเกณฑ์การคัดออก ได้แก่ บุคคลที่ไม่สามารถให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) และแบบสำรวจข้อมูลทุนวัฒนธรรมในพื้นที่ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมจำนวน 3 ท่าน โดยใช้ค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of item-objective congruence: IOC) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67–1.00

ระยะที่ 2 การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา ใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ โดยจัดเวทีประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ร่วมกับชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับทุนวัฒนธรรมของพื้นที่ กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วยผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และผู้แทนหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แนวคำถามสำหรับการประชุมเชิงปฏิบัติการ แบบบันทึกการประชุมและการสังเกต และแบบประเมินความเหมาะสมของกิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยว โดยเครื่องมือผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน จากนั้นนำรูปแบบกิจกรรมและเส้นทางที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้ในพื้นที่จริง (Pilot testing) เพื่อประเมินความเหมาะสมและปรับปรุงก่อนนำไปใช้ในระยะถัดไป

ระยะที่ 3 การประเมินผลการพัฒนา การประเมินผลใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาพฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมในช่วงเทศกาลอัฐมิมิบูชา ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่น 95% ( $Z = 1.96$ ) ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 และกำหนดค่า  $p = 0.5$  ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูลจึงเก็บข้อมูลจำนวน 400 คน การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมในช่วงเทศกาล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ซึ่งครอบคลุมประเด็นสำคัญ 4 ส่วน ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว การรับรู้และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลอดจนความคิดเห็นต่อการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามในตอนที่ 3 และ 4 แบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert scale) แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item-objective congruence: IOC) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0.67–1.00 แสดงว่าเครื่องมือมีความตรงเชิงเนื้อหาในระดับที่ยอมรับได้และทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ด้วยวิธี Cronbach's alpha

ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.89 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับสูง การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการในช่วงเทศกาลพุทธประเพณีอัฐมีบูชา โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยว ที่เข้าร่วมกิจกรรมในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรดิต พร้อมทั้งอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความยินยอม ก่อนการตอบแบบสอบถาม

### จริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การวิจัยครั้งนี้คำนึงถึงหลักจริยธรรม การวิจัยในมนุษย์ โดยผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการดำเนินงาน และประโยชน์ของการวิจัยให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและกลุ่มตัวอย่างทราบอย่างชัดเจนก่อนเริ่มดำเนินการ การเข้าร่วม การวิจัยเป็นไปด้วยความสมัครใจ และผู้ร่วมวิจัยมีสิทธิ์ที่จะถอนตัวจากการวิจัยได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ พกพิทักษ์สิทธิ์และรักษาความลับของกลุ่มตัวอย่าง โดยไม่มีการระบุชื่อหรือข้อมูลส่วนบุคคลที่สามารถเชื่อมโยงไปถึง ตัวบุคคลได้ และข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำเสนอในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น และโครงการวิจัยนี้ได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สมาคมนิติศาสตร์และรัฐศาสตร์ (Association of legal & Political studies: ALPS) ALPS-IRB No. 2024/03/B04

### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อสังเคราะห์ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยว

ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามใช้สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เช่น ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวและ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังใช้การวิเคราะห์เชิงสรุปเพื่อประเมินผลการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรดิต



### ผลการวิจัย

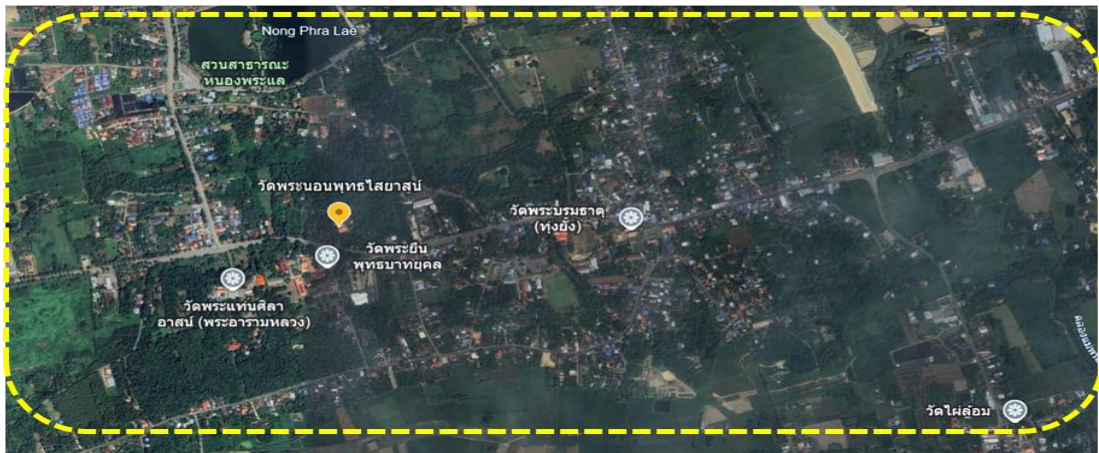
1. จากการศึกษาและสำรวจพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง พบทุนวัฒนธรรมรวมทั้งสิ้น 58 รายการ ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 4 ประเภทหลักเพื่อนำมาจัดการต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้ดังนี้ ด้านศาสนาและความเชื่อ เช่น วัดบรมธาตุ ทุ่งยั้ง ซึ่งเป็นโบราณสถานศูนย์กลางชุมชน และตำนานพระเจ้าเข้านิพพานที่สร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวให้พื้นที่ ด้านประเพณี และพิธีกรรมเช่น การจำลองพระจิตกาธานขนาดเสมือนจริง และประเพณีแห่ค่างดอกไม้ที่สะท้อนความศรัทธาอันประณีต ด้านภูมิปัญญาและหัตถกรรม เช่น การทำพวงมโหตร และเครื่องสดประดับพานพุ่ม รวมถึงอาหารท้องถิ่นอย่างแกงขี้เหล็ก สูตรทุ่งยั้ง ด้านวิถีชีวิตและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม เช่น สถาปัตยกรรมเรือนไม้โบราณในย่าน ย่านเก่าเทศบาล ทุ่งยั้ง และวิถีเกษตรกรรมริมคลองแม่พ่อง ดังรายละเอียดตาราง 1

ตาราง 1 จำนวนและประเภทของทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธประเพณีอัฐมีบูชา

| ประเภททุนวัฒนธรรม    | จำนวน (รายการ) |
|----------------------|----------------|
| ศาสนาและความเชื่อ    | 15             |
| ประเพณีและพิธีกรรม   | 18             |
| ภูมิปัญญาและหัตถกรรม | 12             |
| วิถีชีวิตและชุมชน    | 13             |
| รวม                  | 58             |

ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่ตำบลทุ่งยังมีศักยภาพด้านทุนวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างเหมาะสม

2. ผลการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา จากการวิเคราะห์ทุนวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ ได้นำไปสู่การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่เป็นเส้นทาง “พุทธวิถีอัฐมิมิบูชา” ซึ่งประกอบด้วยวัดและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับประเพณีอัฐมิมิบูชา



ภาพ 1 แสดงเขตพื้นที่บริเวณเมืองเก่าทุ่งยังเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ “พุทธวิถีอัฐมิมิบูชา”

พร้อมทั้งพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เช่น การเรียนรู้พิธีกรรมทางศาสนา การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน และกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมของชุมชนจำนวน 15 รายการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจในพื้นที่ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม

| ประเภทกิจกรรม/ผลิตภัณฑ์          | จำนวน               |
|----------------------------------|---------------------|
| กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม | 6                   |
| ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมของชุมชน        | 15                  |
| เครือข่ายความร่วมมือ             | มากกว่า 20 หน่วยงาน |

ผลการพัฒนาดังกล่าวทำให้เกิดการเชื่อมโยงกิจกรรมเทศกาลกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้การท่องเที่ยวในพื้นที่มีความต่อเนื่องมากขึ้น

2.1 กิจกรรมการเรียนรู้พุทธประเพณีอัฐมิมิบูชาเป็นกิจกรรมหลักที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรมของชุมชน โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา เช่น การจำลองเหตุการณ์ถวายพระเพลิงพระบรมศพ พระพุทธเจ้า การทำบุญตักบาตร และการเวียนเทียน ซึ่งช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ความหมายของประเพณีอัฐมิมิบูชา และสร้างประสบการณ์ทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว

2.2 กิจกรรมการเล่าเรื่องประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมชุมชนจัดกิจกรรมการนำชมชุมชนและการเล่าเรื่อง (Storytelling) เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของเมืองทุ่งยั้ง ความสำคัญของวัดสำคัญในพื้นที่ และพัฒนาการท่องเที่ยวประเพณี ภูมิปัญญา เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจบริบททางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของพื้นที่มากยิ่งขึ้น

2.3 กิจกรรมการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชนเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่สะท้อนวิถีชีวิตของชุมชน เช่น การทำอาหารพื้นถิ่น การสาธิตงานหัตถกรรม และการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นการสร้างประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์และเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว

2.4 กิจกรรมตลาดวัฒนธรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนจัดพื้นที่จำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น อาหารพื้นบ้าน งานหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนและส่งเสริมเศรษฐกิจวัฒนธรรมของพื้นที่

2.5 การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวพุทธวิถีได้มีการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง โดยเฉพาะวัดและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับพุทธประเพณี ภูมิปัญญา ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางตามเส้นทางเพื่อเรียนรู้ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน

จากกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าว ทำให้การท่องเที่ยวในพื้นที่มีลักษณะเป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential tourism) ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับวัฒนธรรมของชุมชนอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจวัฒนธรรมให้กับชุมชนในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรดิตอย่างยั่งยืน

3. ผลการประเมินการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวต่อการยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรม

การศึกษาพบว่า การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวพุทธประเพณีภูมิปัญญาสามารถยกระดับพื้นที่ตำบลทุ่งยั้งสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมได้อย่างชัดเจนในหลายมิติ กล่าวคือ

3.1 มิติด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น การเรียนรู้พิธีกรรมทางศาสนา การเล่าเรื่องทางประวัติศาสตร์ และการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้เชิงลึกและการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก 4.40 (0.61) ซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความหมายและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้

3.2 มิติด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มในการกลับมาเยือนซ้ำ และมีความตั้งใจแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวให้กับผู้อื่นในระดับสูง แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนและสามารถแข่งขันได้

3.3 มิติด้านเศรษฐกิจวัฒนธรรม พบว่า การดำเนินกิจกรรมสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 25,000 คน และก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในพื้นที่ผ่านการจำหน่ายสินค้าและบริการทางวัฒนธรรม โดยผลการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social return on investment: SROI) เท่ากับ 2.61 แสดงให้เห็นว่าการลงทุน 1 หน่วย สามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมกลับคืนสู่ชุมชนมากกว่า 2 เท่า

ตาราง 3 สรุปผลการประเมินการพัฒนา กิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวต่อการยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรม

| มิติการประเมิน                                                     | ตัวชี้วัด               | ผลการวิจัย                                                                 | ระดับ/ข้อค้นพบ              |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|
| 1. การท่องเที่ยว<br>เชิงสร้างสรรค์<br>(Creative tourism<br>impact) | ประสบการณ์การท่องเที่ยว | ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม 4.40 (0.61)                                     | ระดับมาก                    |
|                                                                    | การเรียนรู้วัฒนธรรม     | นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และเข้าใจวัฒนธรรมเพิ่มขึ้น                       | ระดับมาก                    |
|                                                                    | การมีส่วนร่วมในกิจกรรม  | นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น พิธีกรรม กิจกรรมเล่าเรื่อง | ระดับสูง                    |
| 2. พฤติกรรม<br>นักท่องเที่ยว (Tourist<br>behavioral impact)        | ความพึงพอใจ             | ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวม 4.51 (0.50)                                     | ระดับมากที่สุด              |
|                                                                    | ความตั้งใจกลับมาเยือน   | นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มกลับมาเยือนซ้ำ                                       | ระดับสูง                    |
|                                                                    | การบอกต่อ               | มีแนวโน้มแนะนำให้ผู้อื่น                                                   | ระดับสูง                    |
| 3. เศรษฐกิจวัฒนธรรม<br>(Cultural economy<br>impact)                | จำนวนนักท่องเที่ยว      | ประมาณ 25,000 คน                                                           | เพิ่มขึ้นจากปีก่อน          |
|                                                                    | รายได้และเศรษฐกิจชุมชน  | เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในพื้นที่                                       | ชัดเจน                      |
|                                                                    | SROI                    | 2.61                                                                       | คุ้มค่า<br>(มากกว่า 2 เท่า) |
| สรุปภาพรวม                                                         | ผลิตภัณฑ์ชุมชน          | มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 15 รายการ                                              | เพิ่มมูลค่า                 |
|                                                                    | การยกระดับพื้นที่       | พื้นที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมได้  | ระดับสูง                    |

นอกจากนี้ ผลการประเมินคุณค่าของกิจกรรมเทศกาลพบว่า ผู้เข้าร่วมงานให้คะแนนเฉลี่ย 7.2 คะแนน จากคะแนนเต็ม 10 คะแนน สะท้อนถึงการรับรู้คุณค่าในมิติด้านวัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจในระดับสูง การพัฒนา กิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวดังกล่าวไม่เพียงส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังสามารถยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และเสริมสร้างเศรษฐกิจวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม



### อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา การพัฒนา กิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่าพื้นที่ตำบลทุ่งยั้งมีทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชาจำนวนมาก ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของมรดกทางศาสนา ประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนที่สามารถนำมาใช้เป็นทรัพยากรสำคัญ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (สุภาศักดิ์ จันทวานิช, 2559; Throsby, 2021) ที่อธิบายว่าทุนวัฒนธรรมเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าทางสังคมและเศรษฐกิจ และสามารถนำมาใช้ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับพื้นที่ได้ผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Comunian and England (2020) ที่พบว่าการจัดการทุนวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบสามารถช่วยให้ชุมชนใช้ประโยชน์ จากทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในบริบท

ของประเทศไทย ผลการวิจัยยังสะท้อนให้เห็นว่าประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นทุนสำคัญที่สามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ หากมีการจัดการและการพัฒนาอย่างเหมาะสม

การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐภูมิบูชาพบว่าสามารถเชื่อมโยงแหล่งวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ซึ่ง Richards (2021) อธิบายว่าเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมและเรียนรู้จากประสบการณ์จริง นอกจากนี้ Tan et al. (2014) ยังพบว่าการออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนสามารถเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยวและสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทุนวัฒนธรรมที่อธิบายว่าวัฒนธรรมสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์และการท่องเที่ยว (Throsby, 2021; UNESCO, 2022) จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่าการพัฒนากิจกรรมเทศกาล การเล่าเรื่องทางวัฒนธรรม และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในพื้นที่ช่วยให้การท่องเที่ยวมีความต่อเนื่องและสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่มีความหมายให้กับนักท่องเที่ยวได้สอดคล้องกับแนวคิดของ Duxbury & Richards (2019) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวบนฐานทุนวัฒนธรรมของพื้นที่สามารถช่วยเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรมในชุมชนได้

การประเมินผลการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐภูมิบูชาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวในระดับสูง โดยมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมเท่ากับ 4.40 (0.61) ซึ่งอยู่ในระดับมาก และมีความพึงพอใจโดยรวมต่อการเข้าร่วมเทศกาลในระดับมากที่สุด 4.51 (0.50) ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับทุนวัฒนธรรมของชุมชนสามารถสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีความหมายให้กับนักท่องเที่ยวได้ ทั้งในด้านการเรียนรู้วัฒนธรรม การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน และการได้รับประสบการณ์ใหม่จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่าการพัฒนาเทศกาลและเส้นทางการท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ได้ประมาณ 25,000 คน และก่อให้เกิดผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social return on investment: SROI) เท่ากับ 2.61 แสดงให้เห็นว่าการลงทุนในการพัฒนาเทศกาลและเส้นทางการท่องเที่ยวสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับชุมชนได้อย่างคุ้มค่า โดยทุก 1 หน่วยของการลงทุนสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมกลับคืนสู่ชุมชนมากกว่า 2 เท่า ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจวัฒนธรรมของพื้นที่ ขณะเดียวกัน ผลการประเมินคุณค่าของกิจกรรมเทศกาลประเพณีอัฐภูมิบูชาพบว่ามีคะแนนเฉลี่ย 7.2 คะแนน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมงานรับรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของกิจกรรมเทศกาลในระดับค่อนข้างสูงทั้งในด้านคุณค่าทางวัฒนธรรม การเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน และการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาเทศกาลที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น การเรียนรู้พิธีกรรมทางศาสนา การเล่าเรื่องประวัติศาสตร์ชุมชน และการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยวและช่วยสร้างความแตกต่างให้กับแหล่งท่องเที่ยวได้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ที่ Richards (2021) อธิบายว่า การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจวัฒนธรรม (Cultural economy) ที่ UNESCO (2022) ระบุว่า การนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจผ่านกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และส่งเสริมการพัฒนา

ชุมชนได้อย่างยั่งยืน ดังนั้น การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชาในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง จึงไม่เพียงแต่ช่วยอนุรักษ์และถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนเท่านั้น แต่ยังมียุทธศาสตร์สำคัญในการยกระดับพื้นที่สู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับโมเดลการพัฒนาในอดีต โดยเฉพาะงานวิจัยของ พระปลัดประพจน์ อยู่สำราญ และคนอื่น ๆ (2565) เรื่องการอนุรักษ์และสืบสานประเพณีวันอัฐมิมิบูชาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า มีความสอดคล้องกันในการให้ความสำคัญกับทุนทางวัฒนธรรมในฐานะกลไกหลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ได้สะท้อนให้เห็นถึง ความแตกต่างและวิวัฒนาการทางแนวคิด (Conceptual evolution) ที่ก้าวข้ามจากการอนุรักษ์เชิงจารีตไปสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การเปลี่ยนบทบาทของทุนวัฒนธรรม จากเดิมที่เน้นการสืบสานเพื่อไม่ให้สูญหาย (Maintenance) ไปสู่การจัดการทุนวัฒนธรรมเชิงรุก (Cultural capital management) ที่มีการจำแนกทุนอย่างเป็นระบบถึง 58 รายการ ทำให้สามารถเปลี่ยน “มรดกที่จับต้องไม่ได้” ให้กลายเป็น “สินทรัพย์ทางปัญญา” ที่ชุมชนสามารถนำไปต่อยอดได้ตลอดทั้งปี ไม่ใช่เฉพาะช่วงเทศกาล 2) รูปแบบการเข้าถึงประสบการณ์ ในขณะที่งานวิจัยในอดีตมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบดั้งเดิม แต่งานวิจัยนี้ ได้ยกระดับสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเทคนิค “นาฏยดราม่า” (Dramatization) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2021) ที่เน้นให้เกิดปฏิสัมพันธ์และการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน ทำให้ประเพณีอัฐมิมิบูชาที่ทุ่งยั้งมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่นกว่าพื้นที่ใกล้เคียง 3) การวัดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรม ความแตกต่างที่สำคัญที่สุดคือการเปลี่ยนจากการบรรยายเชิงคุณภาพเพียงอย่างเดียว ไปสู่การวิเคราะห์ผลตอบแทนเชิงประจักษ์ ผ่านค่า SROI ที่ 2.61 ซึ่งเป็นการพิสูจน์ให้เห็นว่าความสำเร็จของการจัดการทุนวัฒนธรรมในตำบลทุ่งยั้ง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคมกลับคืนสู่ท้องถิ่นในระดับที่คุ้มค่ากับการลงทุนอย่างชัดเจน

จากผลการวิจัยทั้งหมด ผู้วิจัยเห็นว่าการจัดการทุนวัฒนธรรมควบคู่กับการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมของชุมชน เนื่องจากสามารถสร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมกับการใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ อีกทั้งยังส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและสร้างความยั่งยืนให้กับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่อื่นที่มีทุนวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับพื้นที่ต่อไป



## สรุปผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ

พื้นที่ตำบลทุ่งยั้งมีทุนวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชาที่หลากหลาย ทั้งด้านศาสนา ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นทรัพยากรสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ได้ การจัดการทุนวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบช่วยให้เกิดการรวบรวมองค์ความรู้ การเชื่อมโยงทรัพยากรทางวัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์จากมรดกทางวัฒนธรรมของพื้นที่ นอกจากนี้ การพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวบนฐานพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชาสามารถสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในพื้นที่ให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่มีความต่อเนื่อง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนผ่านกิจกรรมเชิงประสบการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ผลการประเมินกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมและประสบการณ์การท่องเที่ยวในระดับสูง โดยเฉพาะด้านการเรียนรู้วัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน อีกทั้งการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังช่วยสร้างรายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมในพื้นที่

จากผลการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การจัดการทุนวัฒนธรรมร่วมกับการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชา สามารถยกระดับพื้นที่ตำบลทุ่งยั้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และช่วยสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจวัฒนธรรมของชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ตั้งไว้

### ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

จากผลการวิจัยพบว่าการจัดการทุนวัฒนธรรมและการพัฒนากิจกรรมรวมถึงเส้นทางท่องเที่ยวสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเศรษฐกิจวัฒนธรรมของพื้นที่ได้ ดังนั้น

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการจัดการทุนวัฒนธรรม สนับสนุนให้ชุมชนมีบทบาทหลักในการบริหารจัดการทุนวัฒนธรรม
2. เชื่อมโยงเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวในระดับพื้นที่และภูมิภาคควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว และยกระดับศักยภาพของพื้นที่ให้เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination) ที่มีความครบวงจร
3. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัล ควรใช้สื่อดิจิทัล เช่น Social media, Website, และแพลตฟอร์มการท่องเที่ยว ในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มการรับรู้ และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างกว้างขวาง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนากิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบนฐานพุทธประเพณีอัฐมิมิบูชาในพื้นที่ตำบลทุ่งยั้ง จังหวัดอุดรดิต ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระยะยาว เพื่อประเมินความยั่งยืนของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่
2. ควรมีการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน รวมทั้งศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่อื่นที่มีทุนวัฒนธรรมคล้ายคลึงกัน เพื่อพัฒนาเป็นแนวทางในการขยายผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในระดับพื้นที่ต่อไปในอนาคต



### กิตติกรรมประกาศ

ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจาก กองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) และหน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิต ผู้วิจัยขอขอบพระคุณภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนในพื้นที่ย่านเมืองเก่าทุ่งยั้ง ตลอดจนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยจนสำเร็จลุล่วงด้วยดี



## เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย พ.ศ. 2565. กระทรวง.
- กฤษณะ เนียมหอม และกัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์. (2564). การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(11), 350–363. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/250384>
- กุลวดี ละม้ายเงิน, เนียนนิภา สำเนียงเสนาะ, และภูวดล งามมาก. (2564). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรองชุมชนชะอ้อม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 12(1), 76–86. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/245204>
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). *วิถีไทย: การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- นภาพร จันทน์ฉาย และอัจฉราวรรณ เพ็ญวันศุกร์. (2563). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากฐานวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น: กรณีศึกษาเมืองหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, 11(1), 176–189. [https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human\\_ubu/article/view/229051](https://so02.tci-thaijo.org/index.php/human_ubu/article/view/229051)
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา และเพ็ญศิริ ศรีคำภา. (2557). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. ธรรมสาร.
- พระปลัดประพจน์ อยู่สำราญ, พระมหาประกาศิต ฐิตปิลิทธิกร, พระครูปฐมธีร์วัฒน์ (บัญชา ฐิตธมโม), และพระปลัดสมชาย ดำเนิน. (2565). การอนุรักษ์และสืบสานประเพณีวันอัฐมีบูชา เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 11(4), R214-R227. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/254719>
- พระสุขุม สุขขุทตโก, พระมหาอรรักษ์ ฐิตปัญโญ, พระสุวรรณ สุเมธปัญโญ, ชนมกร ประไกร, บัญชา ธรรมบุตร, ณทิพรดา ไชยศิลป์, และมงคล สารินทร์. (2565). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลางปริมณฑล. *วารสารพุทธมอค์*, 7(1), 80–95. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/bdm/article/view/246505>
- ฟองจันทร์ หลวงจันทร์ดวง, สุรัชย์ กังวล, และวราภรณ์ นันทะเสน. (2561). ศักยภาพชุมชนต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*, 8(2), 52–63. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/e-jodi/article/view/212074>
- สุภางค์ จันทวานิช. (2559). *วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 24). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อรทัย ก๊กผล. (2561). *การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและการจัดการ*. สถาบันพระปกเกล้า.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Comunian, R., & England, L. (2020). Creative and cultural work without filters: Covid-19 and exposed precarity in the creative economy. *Cultural Trends*, 29(2), 112-128. <https://doi.org/10.1080/09548963.2020.1770577>
- Duxbury, N., & Richards, G. (2019). Chapter 1: Towards a research agenda for creative tourism: developments, diversity, and dynamics. In G. Richards & N. Duxbury (Eds.), *A Research Agenda for Creative Tourism* (pp.1-14). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788110723.00008>



Richards, G. (2021). *Rethinking cultural tourism*. Edward Elgar Publishing.

Tan, S.-K., Luh, D.-B., & Kung, S.-F. (2014). A taxonomy of creative tourists in creative tourism. *Tourism Management*, 42, 248–259. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.11.008>

Throsby, D. (2021). *Economics and culture* (2nd ed.). Cambridge University Press.

UNWTO. (2021). *Tourism and cultural heritage: A review of development strategies*. World Tourism Organization.

UNESCO. (2022). *Re/Shaping policies for creativity: Addressing culture as a global public good*. UNESCO Publishing.