

## รายงานการวิจัย

เรื่อง การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยว  
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

( Increasing The Potential of Rural Communities to Support  
Tourism Business in Northeast, Thailand. )

คณะผู้วิจัย

หัวหน้าโครงการ

รองศาสตราจารย์ ดร. ขวัญกมล ดอนขวา

สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ

สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปีงบประมาณ พ.ศ. 2552

ผลงานวิจัยเป็นความรับผิดชอบของหัวหน้าโครงการวิจัยแต่เพียงผู้เดียว

ตุลาคม 2552

## บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย คือ เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาศักยภาพปัจจุบันของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มชาวบ้านที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มผู้นำชุมชน โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากจำนวน 400 ตัวอย่างในท่องเที่ยวทางธรรมชาติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 แห่ง คือ (1) อุทยานสวนหินผางาม (คุนหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย (2) น้ำพุค้ำพลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ (3) บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น และ (4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยการแจกแจงความถี่เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติเพื่อหาความสัมพันธ์ด้วย Pearson Chi-Square และวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย F-test

ผลการศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นำมาสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำนั้นเกิดจากความสวยงาม และความหลากหลายทางธรรมชาติของทิวทัศน์ สภาพแวดล้อม สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมเสริม การประชาสัมพันธ์ทุกช่องทาง สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ มีระบบการรับฟังความคิดเห็น และมีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง เมื่อวิเคราะห์ขนาดผลกระทบของปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า ค่าใช้จ่ายทางการตลาด (5.93) มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด

ปัจจัยศักยภาพ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจ้างงานและการให้บริการ ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์และสินค้าหัตถกรรม ด้านรายได้ของชุมชนพบว่ายังคงคนในชุมชนมีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนยาวนานขึ้นจะทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาทั้ง 4 ด้านดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่าการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

## Abstract

The objectives of this research were to study the process of community management or administration, and to study the potential of rural communities in promoting tourism business. Three target groups were identified: tourists, local workers and enterprises, and community leaders. Questionnaires and interview forms were distributed to 400 samples at selected four target areas in Northeastern Thailand : (1) Rock Garden Cliff (Kun Ming) in Nong Hin district, Loey ; (2) Nampudtamlao in Khonsan district,Chaiyapum ; (3) Bang Sean Song in Ubonrat district, Khon Kaen ; and (4) Ecotourism in Wangnamkheo district, Nakhon Ratchasima. The descriptive method was used to analyse the data based on the frequency, percentage, mean, and standard deviation. Besides, Pearson Chi- Square and F- test were used in the analytical framework of this study.

The results showed that the marketing factors were related to the tourists' satisfaction and their return to visit again. These factors included the beauty of places, variety of sceneries and views for sight-seeing, surroundings, good weather, supplementary activities, public relations on multiple marketing channels, car parks, plenty of restaurants, recommendation and suggestion system, and satisfaction evaluation by tourists for further improvement. Besides, the price factor (5.93) has the most influence on the tourists' return visits again.

The professional tourism management, services and employment, handicraft and agricultural products, and community incomes were the potential factors which were related to the duration of living of community people: the longer they stay, the higher the potential for community development. Moreover, tourism business played an important part in community development, marketing of community products, and increased of the community incomes.

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเชิงวิชาการเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ( INCREASING THE POTENTIAL OF RURAL COMMUNITIES TO SUPPORT TOURISM BUSINESS IN NORTHEAST, THAILAND ) เสร็จสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์ได้นั้น เพราะได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี จึงใคร่ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มชาวบ้านที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มผู้นำชุมชน ในพื้นที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 4 แห่ง คือ (1) อุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย (2) น้ำผุดทัพลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ (3) บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น และ (4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้

ผลการศึกษาของงานวิจัยฉบับนี้ได้นำไปปรับปรุงความคิดเห็นจากประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ( คุณ กงกฤษ หิรัญกิจ ) และกลุ่มเป้าหมายทั้งสามกลุ่มในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงมา ณ. โอกาสนี้อีกครั้งหนึ่ง

สุดท้ายขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัย ที่ช่วยเก็บข้อมูลจากการสำรวจภาคสนาม ในพื้นที่ทำการศึกษา ตลอดจนขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขวัญกมล คอนขวา

ตุลาคม 2552

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ (ภาษาไทย).....	ก
บทคัดย่อ (ภาษาอังกฤษ).....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญรูป.....	ฉ
<b>บทที่</b>	
<b>1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
1.3 สมมุติฐานการวิจัย.....	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
1.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา.....	8
1.7 คำนิยามศัพท์.....	8
<b>2 ปรัชญาวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>11</b>
2.1 ปรัชญาวรรณกรรม.....	11
2.1.1 สภาพการท่องเที่ยวในปัจจุบัน.....	11
2.1.2 ประเภทของการท่องเที่ยว.....	14
2.2 แนวคิดและทฤษฎี.....	15
2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดบริการ.....	15
2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	20
2.2.3 ส่วนประสมทางการตลาดการบริการ.....	22
2.3 แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน.....	23
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	28

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	55
3.1 วิธีการวิจัย.....	55
3.2 ประชากรในการวิจัยและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง.....	55
3.2.1 ประชากรในการวิจัย.....	55
3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	56
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	57
3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ.....	59
3.5 ผลการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	59
3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	65
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
3.8 การทดสอบสมมติฐาน.....	66
4 การวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล (กลุ่มนักท่องเที่ยว).....	67
4.1 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย.....	68
4.2 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวน้ำผุดที่พลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ.....	78
4.3 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น....	88
4.4 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	98
4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมแหล่งท่องเที่ยวใน 4 พื้นที่เป้าหมาย.....	108
4.6 การทดสอบสมมติฐาน.....	119
4.6.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อม ทางกายภาพ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ นำไปสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว.....	119
4.6.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อม ทางกายภาพ ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน.....	130

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
4.6.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อม ทางกายภาพ มีผลกระทบต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว.....	140
<b>5 การวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล (กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือ ที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มผู้นำชุมชน).....</b>	<b>144</b>
5.1 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองจังหวัดเลย.....	145
5.1.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของ แหล่งท่องเที่ยว.....	145
5.1.2 กลุ่มผู้นำชุมชน.....	151
5.2 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวน้ำผุดทัพลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ.....	158
5.2.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้ง ของแหล่งท่องเที่ยว.....	158
5.2.2 กลุ่มผู้นำชุมชน.....	164
5.3 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น....	169
5.3.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้ง ของแหล่งท่องเที่ยว.....	169
5.3.2 กลุ่มผู้นำชุมชน.....	175
5.4 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	181
5.4.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้ง ของแหล่งท่องเที่ยว.....	181
5.4.2 กลุ่มผู้นำชุมชน.....	187
5.5 สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือ ที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวใน 4 พื้นที่เป้าหมาย.....	193

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
5.6 การทดสอบสมมุติฐาน.....	200
5.6.1 ปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านท่องเที่ยว ด้านการจ้างงาน และการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร และด้านรายได้ ของชุมชน มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน.....	200
5.6.2 ปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านท่องเที่ยว ด้านการจ้างงาน และการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร และด้านรายได้ ของชุมชน ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน.....	211
6 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	217
6.1 สรุปผลการศึกษา.....	217
6.1.1 กระบวนการบริหารจัดการของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว.....	218
6.1.2 ศักยภาพชุมชนชนบทในการรองรับการท่องเที่ยว.....	219
6.2 ข้อเสนอแนะ.....	233
6.2.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย.....	233
6.2.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย.....	235
รายการอ้างอิง.....	241
ภาคผนวก ก.....	226
ภาคผนวก ข.....	263
ประวัติผู้เขียน.....	270

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1	ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 60
3.2	ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกลุ่มกลุ่มคนในชุมชนบริเวณที่ตั้งของ แหล่งท่องเที่ยว..... 63
4.1.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 68
4.1.2	พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 70
4.1.3	ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.... 74
4.2.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 78
4.2.2	พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 80
4.2.3	ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.... 84
4.3.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 88
4.3.2	พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 90
4.3.3	ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.... 94
4.4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 98
4.4.2	พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว..... 100
4.4.3	ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.... 104
4.5.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย..... 108
4.5.2	พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย..... 110
4.5.3	ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย..... 115
4.6.1.1	ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม(อุ้มผาง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย..... 119
4.6.1.2	ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว น้ำมุดทัพลาว อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ..... 122

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.6.1.3 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว บางแสนสอง อำเภอชลบุรี จังหวัดชลบุรี.....	125
4.6.1.4 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	127
4.6.2.1 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว.....	130
4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คูเหมิง น้ำผุด บางแสนสอง และวังน้ำเขียว).....	132
4.6.3.1 ตารางแสดงสัดส่วนความผันแปรของ Discriminant score.....	140
4.6.3.2 ขนาดผลกระทบของปัจจัยการตลาดที่มีต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว.....	141
4.6.3.3 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์ในรูปมาตรฐาน.....	142
5.1.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน.....	145
5.1.1.2 สัมภาษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน.....	147
5.1.2.1 สัมภาษณ์และแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว.....	152
5.2.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน.....	158
5.2.1.2 สัมภาษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน.....	160
5.2.2.1 สัมภาษณ์และแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว.....	164
5.3.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน.....	169
5.3.1.2 สัมภาษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน.....	171
5.3.2.1 สัมภาษณ์และแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว.....	181
5.4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน.....	182
5.4.1.2 สัมภาษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน.....	183
5.4.2.1 สัมภาษณ์และแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว.....	187

## สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย.....	193
5.5.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย.....	195
5.6.1.1 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชนอุทยานสวนหินผางาม(คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย.....	200
5.6.1.2 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน น้ำผุดทัพลาว อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ.....	203
5.6.1.3 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น.....	205
5.6.1.4 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	208
5.6.2.1 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว.....	211
5.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของคนในชุมชนจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คุณหมิง น้ำผุด บางแสนสอง และวังน้ำเขียว).....	213
6.1 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม(คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย.....	220
6.2 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวน้ำผุดทัพลาว อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ.....	223
6.3 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น.....	226
6.4 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา.....	229

## สารบัญรูปภาพ

รูปภาพที่	หน้า
1.1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย.....	8
2.1 แสดงคุณลักษณะ 4 ประการของการบริการ.....	17

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ระบุถึงการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลกในระยะยาวโดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2563 ว่าจะมีการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเฉลี่ยประมาณร้อยละ 4.1 ต่อปี โดยในปีพ.ศ. 2553 จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวน 1 พันล้านคน และปี พ.ศ. 2563 จะมีจำนวน 1.6 พันล้านคน ส่วนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับภูมิภาคปรากฏว่า ภูมิภาคที่ได้รับความนิยมสูงสุดจากนักท่องเที่ยว คือภูมิภาคยุโรปรองลงมาคือ ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแอฟริกา ซึ่งประเทศไทยอยู่ในภูมิภาคนี้ เมื่อพิจารณาเป็นอัตราร้อยละการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่าง พ.ศ. 2542 - 2552 แล้ว ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงและแอฟริกา มีอัตราการขยายตัวสูงสุดและภูมิภาคยุโรปมีอัตราการขยายตัวต่ำสุด โดยเอเชียแปซิฟิก มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี จนถึงปี พ.ศ. 2563 มากกว่าทวีปอเมริกา และยุโรป ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละ 2 ถึงแม้ว่าในปี พ.ศ. 2550 ประเทศไทยเผชิญปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมือง ปัญหา 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ ปัญหาการเมืองโลก ปัญหาราคาน้ำมัน และค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นอย่างมาก แต่รายได้จากนักท่องเที่ยวสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ คือจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าประเทศ 14.46 ล้านครั้ง ซึ่งนำรายได้ถึง 5.47 แสนล้านบาท เนื่องจากมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอโดยมีนโยบายอนุรักษ์สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้คงที่ตลอดไป และปรับเปลี่ยนสินค้าให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดโลก ตลาดภูมิภาคและตลาดภายในประเทศ (นุชนารถ รัตนสูงศรีชัย, ออนไลน์, 2552)

เมื่อเปรียบเทียบธุรกิจท่องเที่ยวกับภาคบริการอื่นๆ แล้ว พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ 1 มาโดยตลอดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา โดยมีประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ ฮองกง และมาเลเซีย ในปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยจำนวน 11.52 ล้านคน สร้างรายได้แก่ประเทศ 368,000 ล้านบาท หรือประมาณร้อยละ 5.20 ของมูลค่าของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.60 ในขณะที่คนไทยเที่ยวไทยกลับเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 61.82 ล้านคน-ครั้ง ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 79.29 ล้านคน-ครั้ง ในปี พ.ศ. 2548 สร้างกระแสรายได้หมุนเวียนภายในประเทศ 334,140 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 5.33 ซึ่งในปี พ.ศ.2549 เป้าหมายคือนักท่องเที่ยวต่างชาติ 13.80 ล้านคน รายได้ 486,000 ล้านบาท

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2549) นอกจากนี้ประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบทางด้านภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน โดยเฉพาะทางด้านคุณภาพของการให้บริการ จึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจากตลาดระยะไกลและในภูมิภาคได้อย่างต่อเนื่อง กอปรกับลักษณะนิสัยและวิถีชีวิตของคนไทยที่แสดง ถึงความเป็นมิตรไมตรีกับนักท่องเที่ยว ยังสามารถสร้างความประทับใจ และยังคงเป็นจุดแข็ง ในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ได้เป็นอย่างดี ดังจะเห็นได้จาก ในช่วงปี พ.ศ. 2541-2542 ซึ่งภาคการผลิตต่างๆ อยู่ในภาวะซบเซา แต่ธุรกิจท่องเที่ยวกลับมีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่สำคัญ ที่ทำให้มีการนำเข้รายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ และช่วยกระตุ้นการผลิตในสาขาอื่นๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม ตลอดจนมีบทบาทในการเพิ่มการจ้างงานและการลงทุน

จากการที่รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายปรับเปลี่ยนโครงสร้างของหน่วยราชการครั้งใหญ่เมื่อปี พ.ศ. 2546 ซึ่งในส่วนของการท่องเที่ยวได้มีการจัดตั้งเป็นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวทำหน้าที่รับผิดชอบในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว ขณะเดียวกันในฐานะที่เป็นรัฐวิสาหกิจ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการดำเนินงานที่เน้นด้านการตลาดท่องเที่ยว โดยขึ้นอยู่กับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา นอกจากนี้ยังมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารจัดการท่องเที่ยวในด้านพื้นที่ ภูมิภาค และจังหวัด โดยเพิ่มบทบาทการบริหารจัดการให้กับองค์กรท้องถิ่นเพื่อให้มีอำนาจการตัดสินใจและการดูแลทรัพยากรท่องเที่ยวของท้องถิ่นมากขึ้น ส่วนกลางจะเป็นเพียงผู้กำหนดยุทธศาสตร์ ปัจจุบันมีการนำแนวคิดการจัดการพื้นที่เป็นกลุ่มพื้นที่ (Clusters) เข้ามาประยุกต์ใช้กับการบริหาร โดยมีการรวมกลุ่มจังหวัดที่อยู่ติดกันในทางภูมิศาสตร์ มีทรัพยากรและสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่คล้ายคลึงกัน เพื่อรวมเป็นกลุ่มจังหวัดบูรณาการ โดยแบ่งออกเป็น 9 กลุ่มจังหวัด คือ กลุ่มภาคเหนือตอนบน กลุ่มภาคเหนือตอนล่าง กลุ่มภาคกลางตอนบน กลุ่มภาคกลางตอนล่าง กลุ่มภาคตะวันออก กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง กลุ่มภาคใต้ กลุ่มภาคใต้ชายแดน ซึ่งทำให้ส่วนบริหารท้องถิ่นได้มีวิสัยทัศน์ให้ความสำคัญและจัดสรรงบประมาณในการดูแลการท่องเที่ยว นับเป็นการช่วยส่งเสริมศักยภาพของการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์, 2549)

นอกจากนั้นยังมุ่งเน้นการแก้ปัญหาความยากจนอย่างเป็นองค์รวมเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบเน้นที่ตัวคนจนและสภาพแวดล้อมที่เป็นปัญหาเชิงระบบและ โครงสร้าง โดยการพัฒนาเศรษฐกิจรากฐานให้เข้มแข็งเพื่อสร้างศักยภาพและขีดความสามารถให้คนจนสามารถก่อร่างสร้างตัวและพึ่งตนเองได้มากขึ้น โดยส่งเสริมการรวมกลุ่มเป็นองค์กรชุมชนเครือข่ายที่เข้มแข็งผ่านกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดการร่วมคิดร่วมทำ ร่วมแก้ไขปัญหาของตนควบคู่ไปกับการสร้างความมั่นคงด้านอาชีพและเพิ่มรายได้ด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างครบวงจร โดยการสนับสนุนการ

รวมกลุ่มอาชีพ ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสม สร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเชื่อมโยงสู่ตลาดภายในและต่างประเทศ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ออนไลน์, 2549)

สำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยที่สำคัญ 5 ยุทธศาสตร์จาก 17 ยุทธศาสตร์ได้แก่

1. ทำการตลาดเชิงรุกต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เยือนอีสานมากขึ้น โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ว่าเป็นดินแดนท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่มีความคุ้มค่าด้านราคาเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ

2. ส่งเสริมการผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภาคอีสานอย่างจริงจังในทุกระดับ โดยมีกลยุทธ์ดังนี้

2.1 ให้ความรู้ด้านภาษาต่างประเทศของประเทศที่เป็นตลาดสำคัญ

2.2 ให้ความรู้ในด้านบริหารจัดการสถานที่พักแรม

2.3 ส่งเสริมการผลิตมัคคุเทศก์ท้องถิ่นในหลาย ๆ ภาษาดำเนินข้อ 2.1

2.4 ให้ความรู้ในด้านการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.5 ฝึกอบรมบุคลากรที่มีคุณภาพหรือความรู้ได้ทำงานในภาคอีสานโดยอาจ

บรรจุเป็นเจ้าหน้าที่พิเศษในด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสม

3. ส่งเสริมให้มีการสาธิตสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสานในทั้งอีสานเหนือ อีสานใต้ และอีสานกลาง เช่น การทำแคน การทอผ้าไหม การทำปลาร้า การทำอาหารอีสาน การพัฒนาสินค้าและของที่ระลึก

4. ส่งเสริมให้ภาคอีสานมีผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมากขึ้น โดยให้สิทธิประโยชน์ในด้านภาษีอากร เช่นเดียวกับการส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน การให้เงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ ส่งเสริมให้กองทุนหมู่บ้านในภาคอีสานสนับสนุนการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นพิเศษ

5. สร้างศูนย์ของที่ระลึก สินค้าและบันเทิงที่เป็นเอกลักษณ์ของภาคอีสาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2549)

สำหรับแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2552 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือเน้นการชูภาพลักษณ์ “แหล่งเรียนรู้ อู่อารยธรรม” นำเสนอความลึกซึ้งของอารยธรรมอีสาน ที่สืบสาวย้อนไปได้ถึงยุคดึกดำบรรพ์

และตลาดในประเทศ นอกเหนือจากการดำเนินงานในกลยุทธ์ปีท่องเที่ยวไทยแล้ว จะยังคงดำเนินการสานต่อกลยุทธ์ของปี 2551 เพื่อให้เกิดประสิทธิผลต่อเนื่องในอีก 5 กลยุทธ์ คือ

1. กลยุทธ์สร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต จะใช้แนวคิดในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เช่นเดียวกับกลยุทธ์ปีท่องเที่ยวไทย ในการสร้างกระแสให้การท่องเที่ยวเป็นส่วน

หนึ่งของชีวิต คือ “เที่ยวไทยครีกรีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก” และเพื่อรองรับการสร้างสรรค์ให้มีการเดินทางท่องเที่ยว จะนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปและกิจกรรมท่องเที่ยวแปลกใหม่ในหลากหลายมิติ ตามความชอบและความสนใจของนักท่องเที่ยว อาทิ การจัดงานเทศกาลท่องเที่ยวภาคใต้ เพื่อส่งเสริมให้มีการเดินทางไปยังภาคใต้มากขึ้น การจัดงาน Northern Eco & Adventure Mart ภาคเหนือ สำหรับกลุ่มผู้รักการผจญภัย การส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบประหยัดพลังงาน โดยการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถคู่ (พลังงานหาร 10) รถบัส (พลังงานหาร 30) และรถไฟ (พลังงานหาร 100) รวมถึงการใช้จักรยานและสามล้อถีบในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

นอกจากนั้น ได้จัดตั้งสำนักงาน ททท. ในประเทศ เพิ่มขึ้นอีก 13 แห่ง พร้อมทั้งปรับปรุงพื้นที่รับผิดชอบ เพื่อเพิ่มศักยภาพการทำงานและการดูแลรับผิดชอบให้ครอบคลุมทุกพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้อย่างใกล้ชิดและสามารถรองรับการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

2. กลยุทธ์ส่งเสริมการเดินทางเชื่อมโยง จะเน้นการส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวระยะใกล้และภายในภูมิภาค โดยจะจัดทำเส้นทางและคู่มือท่องเที่ยว รวมทั้งเสนอขายแพคเกจภายใต้โครงการขับรถสุขใจเที่ยวเมืองไทยใกล้กรุงเทพฯ (ท่องเที่ยวภายในภาคกลาง) โครงการร้อยเรื่องเมืองใต้ (ท่องเที่ยวภายในภาคใต้) และมีการนำนวัตกรรมทางการตลาดมาใช้ในส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยว เช่น โครงการขับรถสุขใจไปกับ Mobile Phone โครงการขับรถสุขใจไปภาคกลางกับ GPS

ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยวข้ามภูมิภาค โดยการจัดงาน Road Show ข้ามภูมิภาค และกิจกรรมกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวทั่วไทย เช่น โครงการบินไปบินกลับ ขับรถเที่ยว เป็นต้น

3. กลยุทธ์สร้างการรับรู้ความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ จะนำเสนอจุดต่างภาพลักษณ์ของพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ โดยโฆษณาประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมที่สะท้อนภาพลักษณ์ของพื้นที่ที่แตกต่างตามแนวคิดที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

4. กลยุทธ์ธรรมาภิบาลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรู้ค่า รักษาแหล่งท่องเที่ยว จะธรรมาภิบาลให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทั้งในมุมของการเป็นนักท่องเที่ยวที่ดีและการเป็นเจ้าบ้านที่ดีต่อเนื่องจากปี 2551 ภายใต้อาณัติ “เก็บเมืองไทยให้สวยงาม” ผ่านสื่อต่างๆ และจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่ปลูกจิตสำนึกและสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น โครงการรู้รักษ์สิ่งแวดล้อม โครงการเที่ยวอีสานสุขใจตระหนักภัยโลกร้อน โครงการตามรอยกินรี (การส่งเสริมการท่องเที่ยว

โดยใช้แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ที่พัก ชุมชน และรายการนำเที่ยวที่ได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยว) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระยะยาว

นอกจากนั้น ททท. ได้จัดทำโครงการปฏิญญารักษาสีงามสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างกระแสการรับรู้เรื่องผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยณรงค์และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนให้เกิดการตระหนักและเห็นความสำคัญในการร่วมมือดำเนินการเพื่อลดภาวะโลกร้อนที่เกิดขึ้น

5. กลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในมิติของการเรียนรู้ จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวจากการเดินทางท่องเที่ยว เช่น จัดค่ายเยาวชนให้ความรู้ด้านต่างๆ ระบบนิเวศทางทะเล ระบบนิเวศทางบก จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ออนไลน์, 2552)

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่นนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยว ดังนั้นการส่งเสริมและขยายการท่องเที่ยวไปยังชุมชนต่างๆ ที่มีศักยภาพเป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าการเพิ่มทางด้านอุปสงค์ (Demand) ที่มีต่อการท่องเที่ยวขึ้น เป็นสิ่งที่รัฐบาลให้ความสำคัญและดำเนินการมาแล้วอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม แต่ความพยายามเพิ่มศักยภาพในการให้บริการจากแหล่งท่องเที่ยวเอง ซึ่งเป็นทางด้านอุปทาน (Supply) โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นนั้น ยังไม่มีรูปแบบและแนวทางในการพัฒนาที่ชัดเจน นอกจากนี้บางแห่งยังมีปัญหาต่างๆ ที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย แนวทางหนึ่งที่จะเป็นการเพิ่มศักยภาพในการให้บริการแหล่งท่องเที่ยว คือ การให้ชุมชนเข้าไปมีส่วนร่วม ดังนั้นจึงเป็นการสมควรอย่างยิ่งที่จะได้มีการศึกษา เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่สำคัญดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาศักยภาพปัจจุบันของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

### 1.3 สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำผุดทัพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

2. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำผุดทัพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความแตกต่างกัน

3. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำผุดทัพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีผลกระทบต่อ การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

4. ปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านท่องเที่ยว ด้านการจ้างงานและการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร และด้านรายได้ของชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำผุดทัพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน

5. ปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านท่องเที่ยว ด้านการจ้างงานและการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร และด้านรายได้ของชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำผุดทัพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความแตกต่างกัน

### 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงได้มีการกำหนดขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว ในการศึกษานี้จะครอบคลุมศักยภาพของชุมชนใน 4 ด้าน คือ

1.1 ศักยภาพในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

1.2 ศักยภาพในด้านการจ้างงานและการให้บริการเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

1.3 ศักยภาพในด้านการผลิตผลผลิตทางการเกษตรและสินค้าหัตถกรรมสำหรับรองรับการท่องเที่ยว

1.4 ศักยภาพในด้านรายได้ของชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

2. แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมาและยังไม่มีที่รู้จักแพร่หลายมากนัก โดยจะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการบริหารจัดการโดยองค์กรของชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนจังหวัด หรือ องค์กรบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาลตำบล หรือเทศบาลเมือง เป็นต้น ซึ่งในการศึกษานี้ได้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายที่สำคัญ 4 แห่ง คือ

2.1 อุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย

2.2 น้ำผุดทัพลาว อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

2.3 บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

2.4 แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

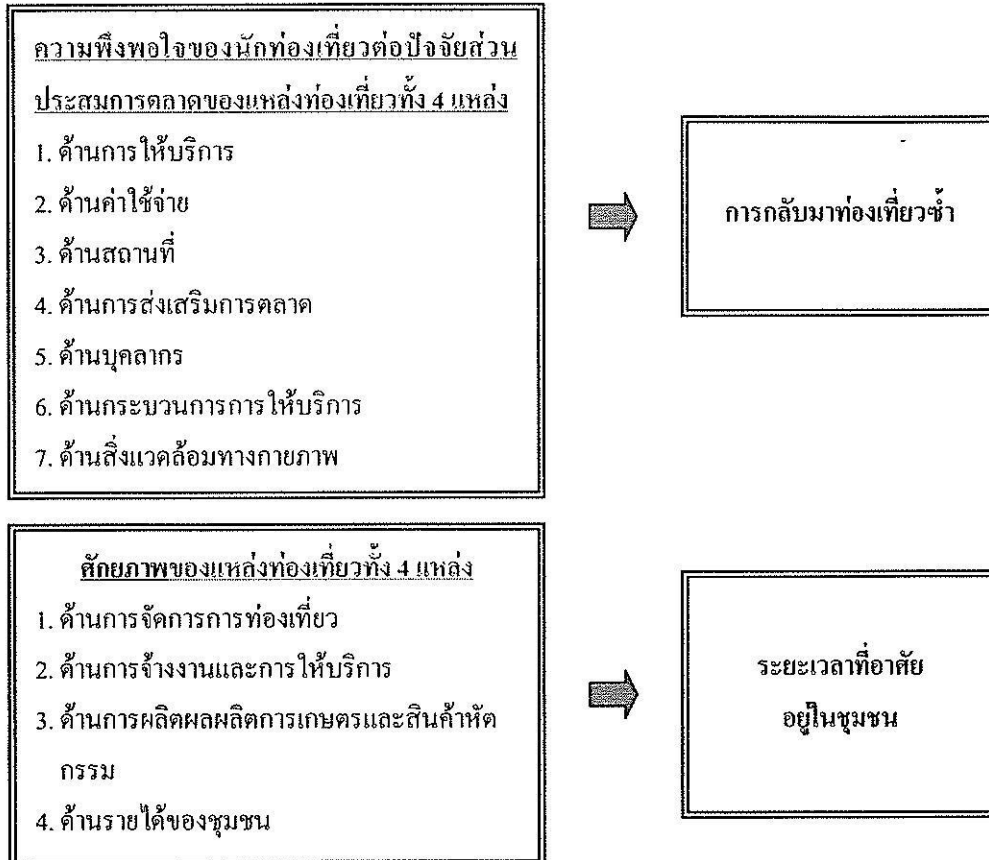
การวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือสามารถนำผลของการศึกษาไปใช้ประโยชน์ได้ดังต่อไปนี้

1. ชุมชนจะมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งตนเองได้ และมีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวและศักยภาพด้านอื่นๆ เพิ่มสูงขึ้น

2. ได้รูปแบบในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการรองรับการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่นๆ ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภูมิภาคอื่นๆ ของประเทศไทย

## 1.6 กรอบแนวคิดในการศึกษา

จากขอบเขตของการวิจัยนำมาสู่การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งแสดงได้ดังต่อไปนี้



### รูปภาพที่ 1.1 แสดงกรอบแนวคิดของการวิจัย

หมายเหตุ แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำพุคัพทลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว)

## 1.7 คำนิยามศัพท์

การพัฒนาชุมชน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงชุมชนไปในทิศทางที่ดีขึ้นไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยองค์ประกอบที่สำคัญของชุมชนนั้น สรุปได้ว่ามี 3 มิติ ได้แก่ (การสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาชุมชนกับการศึกษาตลอดชีวิต, ออนไลน์, 2551)

1. มิติด้านภูมิศาสตร์ (กายภาพ) หมายถึง สภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ ป่า แม่น้ำ ฯลฯ
2. มิติด้านสังคม (ปฏิสัมพันธ์ของคน) หมายถึง การอยู่ร่วมกัน การติดต่อสื่อสาร การขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิต

3. มิติด้านจิตวิทยา (ความรู้สึก) หมายถึง ความเป็นพวกพ้องเดียวกัน ความสามัคคี ความรู้สึกผูกพัน และเอื้ออาทรต่อกัน

ในองค์ประกอบทั้งสามมิติ มีองค์ประกอบร่วมตัวหนึ่งที่สำคัญ คือ “คน” ดังนั้นความหมายของการพัฒนาชุมชน คือการมุ่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ ทั้ง 3 ด้านให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น เป็นทิศทางที่พึงปรารถนา จะเห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งให้เกิดขึ้นนั้น เป็นการเปลี่ยนแปลงทางความคิด ความสามารถของคน โดยสามารถที่จะให้นัยความหมายที่สำคัญของการพัฒนาชุมชนได้อีกความหมาย คือ “การพัฒนาคน”

**ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว** หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางหรือท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนานและเพิ่มพูนความรู้ตลอดจนทัศนคติที่กว้างขวางในแง่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวเปรียบเสมือน “สินค้า” และเป็นสินค้าที่สามารถดึงดูด “ลูกค้า” หรือนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาซื้อถึงที่ตั้งของสินค้าได้อีกด้วย

ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ตามลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประการดังนี้ (ความหมายของการท่องเที่ยว, ออนไลน์, 2551)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงามหรือน่าสนใจต่อการเดินทางไปชม

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่าที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นตามวัตถุประสงค์ และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกทางอดีต และที่ได้สร้างขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งมักมีลักษณะเป็นวัตถุ พื้นที่ หรือสิ่งก่อสร้าง แต่มีผลดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อาทิ อนุสรณ์สถาน เมืองโบราณ ปราสาทหิน พระราชวัง ถ้ำมือแดง อุทยาน ประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ฯลฯ

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประพฤติปฏิบัติที่ยึดถือสืบทอดกันต่อมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

**ชุมชน** หมายถึง ถิ่นฐานที่อยู่ของกลุ่มคน ถิ่นฐานนี้มีพื้นที่อ้างอิงได้ และกลุ่มคน นี้มีการอยู่อาศัยร่วมกัน มีการทำกิจกรรม เรียนรู้ ติดต่อกสื่อสาร ร่วมมือและพึ่งพา อาศัยกัน มีวัฒนธรรม และภูมิปัญญาประจำถิ่น มีจิตวิญญาณ และความผูกพันอยู่กับพื้นที่แห่งนั้น อยู่ภายใต้การปกครองเดียวกัน

**สิ่งแวดล้อมชุมชน** หมายถึง สรรพสิ่งและสภาพต่างๆ ทั้งที่มีชีวิตและไม่มีชีวิต จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ ที่มีอิทธิพลต่อการอยู่ดีมีสุขของประชาชนในชุมชน และสามารถแยกพิจารณาได้เป็น 4 มิติดังนี้ (นิยามศัพท์, ออนไลน์, 2551)

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกายภาพ เช่น แหล่งน้ำธรรมชาติ ป่า ดิน อากาศ แหล่งพลังงาน มลพิษ ภาวะน้ำท่วม เป็นต้น
2. ด้านเศรษฐกิจ หมายรวมถึง การจัดสรรทรัพยากร การทำมาหากิน การประกอบอาชีพ ของประชาชน การมีงานทำ การมีรายได้ การกระจายรายได้ ภาวะหนี้สิน และรายได้ขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น เป็นต้น
3. ด้านสังคมและวัฒนธรรม หมายรวมถึง ที่อยู่อาศัย บริการสาธารณสุขและ สาธารณูปการขั้นพื้นฐาน การศึกษา การสาธารณสุขชุมชน สุขภาพอนามัย ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน การติดต่อสื่อสารคมนาคมทั้งภายใน และภายนอกชุมชน วัฒนธรรม ศิลปกรรม ภูมิ ปัญญาท้องถิ่นเป็นมรดกแก่ลูกหลาน และความรู้สึกเป็นชุมชนร่วมกัน เป็นต้น
4. ด้านการบริหารจัดการสาธารณะและการมีส่วนร่วมของประชาชน การบริหารจัดการมี ความโปร่งใส (transparency) มีประสิทธิภาพ (efficiency) มีความรับผิดชอบ (accountability) คำนึงถึงอนาคต และมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นต้น

## บทที่ 2

### ปฏิทัศน์วรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ปฏิทัศน์วรรณกรรม

##### 2.1.1 สภาพการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

สภาพทั่วไปของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างมาก เป็นโอกาสในการสร้างรายได้และการจ้างงาน ในปี พ.ศ. 2548 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยลดลงจากปี พ.ศ. 2547 ประมาณร้อยละ 1.8 หรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 11.44 ล้านคน คิดเป็นรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 400,000 ล้านบาท ในขณะที่เกิดสถานการณ์ด้านลบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลายประการ อาทิ สถานการณ์ความไม่สงบใน 4 จังหวัดภาคใต้ การระบาดของไข้หวัดนก ผลกระทบจากการเกิดคลื่นยักษ์สึนามิใน 6 จังหวัดชายฝั่งทะเลอันดามันเมื่อปลายปี พ.ศ. 2547 และราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ ซึ่งในปี พ.ศ. 2549 คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น

การเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัจจัยภายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกก็เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากจากการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมมาเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญเฉพาะด้านการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน Sustainable tourism ด้วยการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและธรรมชาติซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวชุมชน Community Based Tourism โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ การเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ๆ มีจำนวนน้อยลง และนักเดินทางรุ่นใหม่จะเดินทางเป็นกลุ่มเล็กหรือเดินทางตามลำพังมากขึ้น กิจกรรมท่องเที่ยวสมัยใหม่จำเป็นต้องออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะราย เฉพาะกลุ่ม โดยเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่อบอุ่นประทับใจน่าจดจำ ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำอีก การเปลี่ยนแปลงไปของโครงสร้างและรูปแบบส่วนหนึ่งได้รับอิทธิพลจากการแพร่กระจายของข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีการสื่อสาร (ICT-Information and Communication) ในธุรกิจท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อกับธุรกิจท่องเที่ยวได้โดยตรงลดต้นทุนทาง

ธุรกิจและคนกลาง แต่สาเหตุหลักที่สำคัญมากต่อการเปลี่ยนแปลง คือ ตัวนักท่องเที่ยวเองที่มีความต้องการท่องเที่ยวแบบ Tailor-made ตามรสนิยม รูปแบบการดำเนินชีวิตส่วนบุคคล ซึ่งมีรายละเอียดความแตกต่างและซับซ้อนมากขึ้น ลักษณะประชากรที่เปลี่ยนไปเป็นอิทธิพลที่มีนัยสำคัญต่ออุตสาหกรรมอย่างมาก อาทิ อายุของประชากร นักท่องเที่ยวสูงอายุเข้ามามีบทบาทในกิจกรรมการท่องเที่ยว และเป็นผู้มีอำนาจในการใช้จ่าย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของลูกค้ายุคใหม่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะใช้เวลาในช่วงวันหยุดที่ติดต่อกันหลายวัน เดินทางท่องเที่ยวไปต่างจังหวัดโดยจะเดินทางไปเที่ยวกันเองเพราะค่าใช้จ่ายถูกกว่าซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์ และมีอิสระในการแวะเที่ยวแต่ละแห่งได้ตามต้องการ ส่วนผู้ที่ซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์มักต้องการไปร่วมงานประเพณีต่าง ๆ หรือเดินทางไปเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่เป็นที่นิยมเพราะผู้เดินทางจะประสบปัญหาด้านการจองพาหนะการเดินทางและห้องพัก การซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์ให้ความสะดวกมากกว่า และได้ท่องเที่ยวในเวลาตามที่วางแผนไว้ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย คือ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดภาคเหนือ ตอนบน ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์ เลย จังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น หนองคาย ขอนแก่น อุบลราชธานี นครราชสีมา รวมทั้งแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลภาคตะวันออก อาทิ พัทยา ระยอง จันทบุรี เกาะช้าง ตรวด ชายทะเลด้านตะวันตก เช่น ชะอำ หัวหิน ปราณบุรี และสมุย ชายทะเลฝั่งอันดามัน เช่น ภูเก็ต กระบี่ พังงา และตรัง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้แบบไม่ค้างคืนส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลางที่ได้รับความนิยม ได้แก่ กาญจนบุรี นครปฐม พระนครศรีอยุธยา สระบุรี และลพบุรี นอกจากการท่องเที่ยวพักผ่อนชายทะเล และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแล้ว การท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม ผู้คนส่วนใหญ่หันมาท่องเที่ยวประเภทนี้กันมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสหรือ มีประสบการณ์กับสภาพแวดล้อมธรรมชาติโดยตรง

ส่วนพฤติกรรมลูกค้าของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวเอเชียในแต่ละประเทศนิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างประเทศในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับเทศกาลวันหยุดประจำปีของประเทศนั้น ๆ และเทศกาลวันหยุดประจำปีที่สำคัญของชาวเอเชีย นักท่องเที่ยวเอเชียมีรสนิยมการพักผ่อน ท่องเที่ยว ที่แตกต่างกับชาวตะวันตก เช่น ชาวเอเชียจะนิยมธรรมชาติและชายทะเล ขณะที่นักท่องเที่ยวตะวันตก มีทั้งกลุ่มที่สนใจธรรมชาติและชายทะเลมาก เช่น นักท่องเที่ยวเยอรมัน และสแกนดิเนเวีย จะสนใจการพักผ่อนชายทะเลมาก ส่วนนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส สเปน และยุโรปตอนใต้ สนใจในเรื่องวัฒนธรรมและประเพณี

ของไทยมากกว่า โดยรวมอาจกล่าวได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติมีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว เพื่อการแสวงหาประสบการณ์จากความแตกต่างทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม การพบปะผู้คน แลกเปลี่ยนประสบการณ์ นักท่องเที่ยวจึงมักสนใจกิจกรรมที่เกี่ยวกับศิลปะ วรรณกรรมและประเพณีไทยต่าง ๆ ก่อนเข้ามา

การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง (Sufficiency tourism) นั้นยังไม่มีนิยามหรือ คำจำกัดความ โดยเฉพาะ แต่จะนำแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy) ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมาประยุกต์กับความหมาย คือ การทำงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้มีรายได้พอกินพออยู่ ไม่ทำให้ใหญ่โตเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ยังสัมพันธ์กับการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน Sustainable Tourism และการจัดการท่องเที่ยวชุมชน Community Based Tourism การจัดการท่องเที่ยวทั้ง 3 อย่างมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดกันเพราะการจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียงนั้น ไม่ได้มุ่งหมายสร้างความร่ำรวย แต่เป็นการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนที่สามารถอาศัยประโยชน์จากการที่มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในชุมชนนั้น ปัจจัยสำคัญ คือ การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียงต้องเป็นกิจกรรมที่จัดขึ้นโดยชุมชนเห็นด้วย เพื่อสร้างรายได้สำหรับเลี้ยงครอบครัวและเป็นประโยชน์ต่อชุมชน การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียงไม่ได้จำกัดเฉพาะในการสร้างรายได้อย่างพอเพียง แต่ยังหมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่เติบโตมากจนไปทำลายสิ่งแวดล้อมหรือสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หรือวิถีชีวิตของชุมชน การจัดการท่องเที่ยวชุมชนจึงเป็นธุรกิจระดับส่วนตัว ครอบครัว และอยู่ภายในชุมชน มุ่งเน้นการพัฒนาความรู้และทักษะของประชากรในพื้นที่ให้มีความรู้ความเข้าใจ ในการให้ความรู้ที่ถูกต้องและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มาเยือนในแต่ละท้องถิ่น การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง คือการประกอบอาชีพเสริมด้านการท่องเที่ยวจากอาชีพหลัก และทำให้ชุมชนสามารถประกอบอาชีพได้อย่างอิสระ เกิดความรักท้องถิ่น โดยไม่ต้องมุ่งไปขายแรงงานในจังหวัดใหญ่ การจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง ไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างบุคลากรออกไปทำงานในธุรกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในสังคมเมือง เหมาะสำหรับการทำเป็นอาชีพอิสระเพราะไม่ต้องลงทุนมากแต่ต้องเรียนรู้ให้มาก จึงเป็นลักษณะการประกอบการธุรกิจขนาดเล็กโดยสมาชิกในครอบครัว หรือกลุ่มบุคคลร่วมกันทำ และธุรกิจระดับจิ๋ว (micro enterprise) โดยส่วนตัวหรือกลุ่มบุคคล 2-3 คน อาชีพที่เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง (การจัดการการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง, ออนไลน์, 2549) เช่น

1. การจัดการที่พักแบบโฮมสเตย์ (Homestay)
2. การจัดการที่พักแบบบ้านสวน (Farmstay/Orchardlodge)
3. ผู้ประกอบการนำเที่ยวท้องถิ่น (Domestic Handling Agent)

4. ผู้ผลิตสินค้าที่ระลึกสำหรับการท่องเที่ยว (Souvenirs for tourists)
5. มัคคุเทศก์ท้องถิ่น (Domestic Tourist Guide)

กรอบแนวคิดของแผนการตลาดการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในปี 2551 ดำเนินการภายใต้กรอบนโยบายและแผนยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. กรอบนโยบายรัฐบาล ซึ่งต้องการขับเคลื่อนเศรษฐกิจตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ มุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ
2. กรอบนโยบายของคณะกรรมการ ททท. ซึ่งได้ให้ความสำคัญต่อบทบาทของการท่องเที่ยวเพื่อช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาค เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเติบโตอย่างยั่งยืนภายใต้ความเข้มแข็งของ Brand ประเทศไทย และจะต้องสร้างสมดุลทั้งด้านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ประโยชน์ต่อสังคม ภายใต้จิตสำนึกของการรักษาสิ่งแวดล้อม และความภูมิใจในชาติ
3. กรอบยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ของ ททท. คือ มุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ เน้นการนำเสนอเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย ควบคู่ไปกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และธรรมชาติ เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้ในตลาดโลก (สรุปแผนการตลาดท่องเที่ยวปี 2551, ออนไลน์, 2552)

### 2.1.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Ecotourism) เป็นการนำเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซาบซึ้งกับความงาม ความยิ่งใหญ่หรือความพิสดารของธรรมชาติ เช่น การชมนก การเดินป่า เป็นต้น
2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) เป็นการนำเที่ยวเชิงเกษตร อาทิ สวนผลไม้ ไร่ร่องุ่น ฟาร์มโคนม ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ การทำนาทุ่ง การเลี้ยงปลา เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการศึกษาเรียนรู้ในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง เช่น การเยี่ยมชมศูนย์ทดลองด้านการเกษตร โครงการในพระราชดำริ หรือฝึกทักษะอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่น การเรียนภาษา หรือการเรียนศิลปหัตถกรรม เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา (Health and Sport Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่มุ่งเสริมสร้างความสมบูรณ์ทางร่างกายและจิตใจของนักท่องเที่ยวด้วยกิจกรรมต่างๆ เช่น การเล่นกีฬา การบำรุ้งผิว การนวดตัว การฝึกสมาธิ การอาบน้ำแร่ การอบสมุนไพร เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม (Religious and Cultural Tourism) เป็นการนำเที่ยวที่มีจุดประสงค์ให้นักท่องเที่ยวได้ทำบุญไหว้พระได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจากการชมและสัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น ศิลปะหรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

6. การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น (Ethnic Tourism) การนำเที่ยวประเภทนี้มุ่งตอบสนองนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มคนที่มีวัฒนธรรมแตกต่างกันอย่างใกล้ชิด เช่น การไปท่องเที่ยวโดยอาศัยอยู่กับคนต่างวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่ง (Home stay)

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการวิจัยในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ คือ อุทยานสวนหินผางาม (ภูผามิ่ง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย น้ำพุคัพถลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้สามารถทำได้โดยการพัฒนาให้เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และชีวิตวัฒนธรรมพื้นถิ่น ซึ่งไม่เป็นการทำลายแหล่งธรรมชาติแต่เป็นการเพิ่มศักยภาพของแหล่งชุมชนโดยทำให้มีการจัดการท่องเที่ยว การจ้างงานและการให้บริการ การพัฒนาผลผลิตทางการเกษตร และการเพิ่มรายได้ของชุมชนมีมากขึ้น

## 2.2 แนวคิดและทฤษฎี

### 2.2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดบริการ

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (ออนไลน์, 2548) ได้ให้ความหมายของการบริการไว้ว่าเป็นกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible good) ของธุรกิจให้กับผู้รับบริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการจนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

ในการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการบริการนั้น จากความหมายของคำว่า “การบริการ” ประกอบไปด้วยบุคคลทั้งหมดสองฝ่ายซึ่งฝ่ายหนึ่งเรียกว่าผู้ให้บริการ อีกฝ่ายหนึ่งคือผู้รับบริการ ซึ่งความสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่าย สามารถที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่ยังมิได้มีการใช้บริการ ขณะใช้บริการ และหลังจากที่ได้ใช้บริการแล้ว

**ผู้ให้บริการ** คือ ผู้ที่ประกอบกิจการเกี่ยวกับการให้บริการ ในที่นี้มีหน้าที่หลักๆ คือการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้แก่ผู้รับบริการ โดยที่ผู้รับบริการนั้นจะต้องได้รับความพึงพอใจมากที่สุดด้วยเช่นกัน ในการให้บริการนี้เองผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวกับการบริการสามารถที่จะส่งมอบการบริการต่างๆ ไปยังผู้รับบริการได้หลายวิธี โดยให้บริการด้วยตนเอง ให้บริการผ่านพนักงาน หรือการให้บริการผ่านเครื่องอัตโนมัติ ไม่ว่าจะเป็นการส่งมอบการบริการด้วยวิธีใดก็ตาม การบริการนั้นจะต้องระวังเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะเกิดขึ้น ณ เวลาที่ผู้รับบริการใช้บริการนั่นเอง ดังนั้นการบริการที่ส่งมอบไปยังผู้รับบริการจึงจำเป็นที่จะต้องดีที่สุดเท่าที่จะทำได้

**ผู้รับบริการ** คือ ผู้บริโภคที่ได้เข้ามาใช้บริการต่างๆ ที่ผู้ให้บริการจัดให้มีไว้ ณ จุดที่บริการ ถือได้ว่าผู้รับบริการเป็นผู้ที่สร้างรายได้ และกำหนดทิศทางอนาคตของธุรกิจบริการนั้นๆ ผู้รับบริการสามารถบอกได้ว่า ธุรกิจจะสามารถอยู่รอดได้มากน้อยเพียงใด สังเกตได้จากความสัมพันธ์อันดีระหว่างผู้ให้บริการ กับผู้รับบริการ และความสามารถของผู้ให้บริการในการตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้มากน้อยเพียงใด การที่ผู้รับบริการเป็นผู้ที่กำหนดทิศทางในการดำเนินธุรกิจบริการว่าจะสามารถดำเนินกิจการไปได้อีกนานหรือไม่ ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงปัจจัยหลายๆ ด้าน และคอยปรับปรุงให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการมากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการส่งมอบ สินค้าที่ดีหรือการบริการที่ดี ความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการ การคาดหวังจากการใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการ

### 2.2.1.1 ลักษณะและคุณสมบัติของบริการ

ธุรกิจการบริการเป็นธุรกิจที่ค่อนข้างเปราะบางมากกว่าธุรกิจอื่นที่เน้นการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เนื่องจากไม่สามารถวัดได้ว่าการบริการนั้นดีแค่ไหน นอกจากการวัดโดยความพึงพอใจของผู้รับบริการ โดยลักษณะเฉพาะของการบริการมีอยู่ 4 ลักษณะดังนี้ (วารุณี ดันตวิงศ์วานิช และคณะ (เรียบเรียง), 2545)

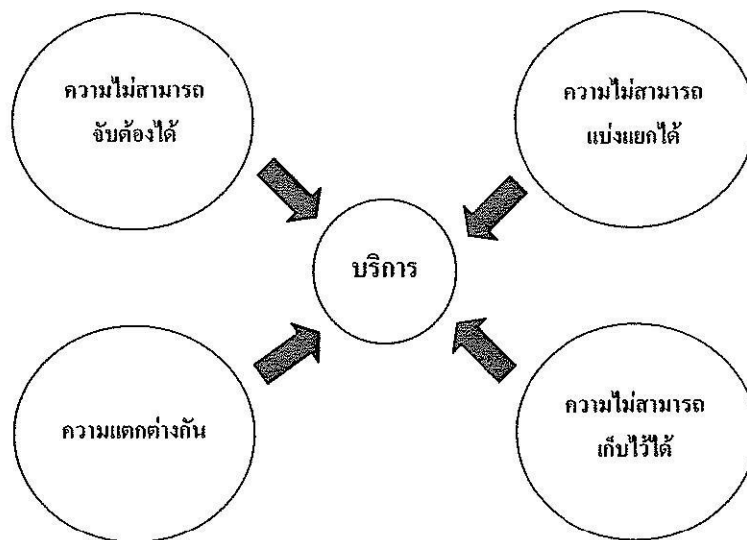
1. ความไม่มีตัวตน (Service Intangibility) หมายถึง การบริการต่างๆ ที่ส่งมอบจากผู้ให้บริการ ไปยังผู้รับบริการ โดยที่การบริการนั้นผู้รับบริการไม่สามารถที่จะจับต้องมองเห็น และสัมผัสได้จากการใช้ประสาทรับรู้อย่างปกติทั่วไป การบริการยังไม่สามารถที่จะแยกส่วนจากกันได้ว่าส่วนไหนดี ส่วนไหนไม่ดี เพราะความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจะวัดจากการบริการโดยรวม

2. ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้บริการและลูกค้าผู้รับบริการ (Service Inseparability) หมายถึง การบริการจะเกิดขึ้นได้เมื่อทั้งสองฝ่ายอยู่ด้วยกัน ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ที่สามารถสร้างความสัมพันธ์ของการบริการนั้นได้ คือหากไม่มีผู้ให้บริการ การ

บริการจะไม่เกิดขึ้น เช่นกันหากไม่มีผู้รับบริการ การบริการก็จะไม่เกิด ดังนั้นผู้ให้บริการที่ดีจึงควรที่จะมีช่องทางที่จะสามารถให้บริการแก่ผู้รับบริการให้ได้มากที่สุด เพื่อสร้างสถานที่ที่จะเกิดความสัมพันธ์ของการบริการนั้นๆ ได้

3. การเก็บรักษาไม่ได้ (Service perish ability) หมายถึง การสูญเสียดำใช้จ่ายต่างๆ ไปโดยเปล่าประโยชน์ โดยมีได้กำไรได้จากกิจการที่จัดให้มีการบริการนั้นขึ้น ส่วนใหญ่การบริการจะเน้นคน และเครื่องอัตโนมัติในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นผู้ให้บริการควรที่จะต้องจ้างพนักงาน ลงทุนในเครื่องอัตโนมัติให้เหมาะสม ไม่มากหรือน้อยจนเกินไป และต้องเพียงพอที่จะสามารถตอบสนองความต้องการแก่ผู้รับบริการได้อย่างทั่วถึง

4. ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Service Variability) หมายถึง ความแตกต่างในการบริการ ไม่ว่าจะเป็น คุณภาพ การเอาใจใส่ ความสะอาด ความรวดเร็ว ความน่าเชื่อถือ และความปลอดภัย เป็นต้น จากที่กล่าวข้างต้นความแตกต่างนี้ส่วนใหญ่จะเกิดขึ้นจากการบริการที่ใช้พนักงานเป็นผู้ส่งมอบบริการ ซึ่งพนักงานแต่ละคน แต่ละวัน การบริการย่อมแตกต่างกันไปตามความพร้อมในการบริการของผู้ให้บริการผู้นั้น ซึ่งความไม่พร้อมของผู้ให้บริการส่งผลกระทบต่อบริการอย่างแน่นอน และอาจทำให้ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการได้



รูปภาพที่ 2.1 แสดงคุณลักษณะ 4 ประการของการบริการ

ที่มา : วารุณี ดันติวงศ์วณิช และคณะ (เรียบเรียง), 2545

### 2.2.1.2 การวัดคุณภาพในการบริการ

การวัดคุณภาพในการบริการนั้นแบ่งองค์ประกอบที่ผู้รับบริการจะใช้วัดคุณภาพการส่งมอบบริการของผู้ให้บริการไว้ทั้งหมด 5 ข้อ ดังนี้

1. สิ่งสัมผัสได้ (Tangibles) หมายถึง สภาพแวดล้อมทั่วไป ณ บริเวณสถานที่ที่การส่งมอบบริการนั้นๆ เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็น การตกแต่ง บรรยากาศ ที่จอดรถ ของสถานที่นั้นๆ ยังรวมไปถึงการแต่งกาย และบุคลิกภาพของพนักงานที่ทำการส่งมอบบริการนั้นด้วย

2. ความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ผู้รับบริการมีความเชื่อถือและไว้วางใจผู้ให้บริการ ว่าสามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้ ซึ่งความน่าเชื่อถือและไว้วางใจของผู้ให้บริการแต่ละคนย่อมไม่เท่ากัน ซึ่งวัดได้จากประสบการณ์ที่เคยลองใช้บริการ หรืออาจวัดจากความรู้สึกที่สัมผัสได้ครั้งแรกของผู้รับบริการ

3. ความรวดเร็ว (Responsiveness) หมายถึง ช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ความรวดเร็วคือความตั้งใจที่จะบริการ โดยที่ผู้ให้บริการบริการอย่างกระตือรือร้น ซึ่งส่วนใหญ่การบริการที่รวดเร็วมาจากความพร้อมของพนักงาน และกระบวนการบริหารการบริการจากภายในองค์กร

4. การรับประกัน (Assurance) หมายถึง การที่สถานบริการนั้นมีหลักประกันว่าสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพแก่ผู้รับบริการได้ โดยพนักงานมีความรู้ ความสามารถ ไม่ก้าวร้าว และยังรวมไปถึงมาตรฐานต่างๆ ของสถานที่บริการ การรับประกันผู้รับบริการอาจจะวัดคุณภาพจากรางวัลต่างๆ ที่ทางผู้ให้บริการเคยได้รับ

5. การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) หมายถึง การที่ผู้รับบริการต้องการได้รับความรู้สึก ว่า ตนนั้นมีความสำคัญในสถานบริการ และผู้ให้บริการดูแลเอาใจใส่ผู้รับบริการอย่างตั้งอกตั้งใจ สามารถบริการ แก้ปัญหาต่างๆ ให้แก่ผู้รับบริการได้เป็นรายบุคคล และมีการสื่อสารกับลูกค้าได้เป็นอย่างดี ที่สำคัญควรเอาใจใส่ต่อผู้รับบริการแต่ละคนเท่าๆ กัน

ในการวัดคุณภาพการบริการนั้น Berry, Parasuraman และ Zeithaml (อ้างใน ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, ออนไลน์, 2548) ได้ศึกษาเกี่ยวกับลำดับความสำคัญของคุณภาพในการบริการในประเทศอเมริกา โดยลูกค้าจะให้ความสำคัญกับความเชื่อถือและไว้วางใจได้ (Reliability) ถึงร้อยละ 32 ความรวดเร็ว (Responsiveness) ร้อยละ 22 การรับประกัน (Assurance) ร้อยละ 19 การเอาใจใส่ลูกค้าเป็นรายบุคคล (Empathy) ร้อยละ 16 และอันดับสุดท้ายสิ่งที่สัมผัสได้ (Tangibles) ร้อยละ 11

จะเห็นได้ว่าคุณภาพของการบริการส่วนใหญ่มาจากความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้มากที่สุด ซึ่งความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจได้เหล่านี้จะต้องเกิดจากผู้ให้บริการเป็นหลัก คือ ต้องมี

ความน่าเชื่อถือ และได้รับการไว้วางใจว่าจะสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการได้ หากการบริการใดๆ ของผู้ให้บริการ ที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้รับบริการได้ จะต้องปรับปรุงการบริการ รูปแบบการบริการ หรือเครื่องมือในการส่งมอบบริการ หากต้องการที่จะอยู่รอดในธุรกิจต่อไป

ช่วงเวลาที่ผู้รับบริการสามารถรับรู้และสัมผัสถึงคุณภาพของการบริการที่ผู้ให้บริการส่งมอบให้ นั้น เป็นช่วงเวลาที่ผู้ให้บริการจะต้องสร้างคุณภาพต่างๆ ของการบริการ ให้เป็นที่ประจักษ์แก่ผู้รับบริการว่า สามารถที่จะแก้ปัญหา และสนองตอบความต้องการของผู้รับบริการได้อย่างแท้จริง ซึ่งช่วงเวลาดังกล่าว สามารถแบ่งได้ออกเป็น 3 ช่วง คือ

1. ก่อนการให้บริการ หมายถึง ช่วงเวลาก่อนที่ลูกค้าจะเข้ามาใช้บริการเป็นครั้งแรก ถือได้ว่าเป็นช่วงเวลาแห่งการดึงดูดใจ สร้างความเชื่อมั่นว่าสามารถตอบสนองความต้องการได้ ผู้ให้บริการต่างๆ จึงเน้นที่จะนำเอาส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) เข้ามาใช้ในการดึงดูดใจ ให้ลูกค้าที่จะเข้ามาใช้บริการเป็นครั้งแรก จึงควรมีการสื่อสาร ไปยังผู้รับบริการที่มีประสิทธิภาพ ช่วงเวลานี้จะก่อให้เกิดความคาดหวังในใจของผู้รับบริการ

2. ขณะให้บริการ หมายถึง ช่วงเวลาที่สำคัญที่สุดที่จะก่อให้เกิดคุณภาพของการบริการ จนสามารถทำให้ผู้รับบริการมีความรู้สึก ว่า ผู้ให้บริการสามารถตอบสนองความต้องการได้ คຸ້มค่าเงินที่เสียไป และคຸ້มค่าที่ตัดสินใจใช้บริการ ในทางกลับกันอาจเป็นช่วงเวลาที่ผู้รับบริการผิดหวัง ถึงขั้นเลิกใช้บริการเลยก็ได้ ช่วงเวลาขณะให้บริการส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และความจงรักภักดีของลูกค้าต่อผู้ให้บริการ ซึ่งเป็นช่วงแห่งการสร้างความประทับใจ (Moment of Truth, MOT) โดยการสร้างความประทับใจแก่ผู้รับบริการจะต้องเกิดจากการร่วมมือของทุกฝ่ายภายในสถานที่ที่มีการส่งมอบบริการนั้น

3. หลังบริการ หมายถึง ช่วงเวลาที่ติดตามผลความพึงพอใจ และปัญหาต่างๆ ของผู้รับบริการที่เกิดขึ้น ว่าเหตุใดผู้รับบริการจึงเกิดความพึงพอใจ หรือไม่พอใจอย่างไรกับการบริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้รูปแบบของการบริการนั้นสามารถสนองความต้องการของผู้รับบริการได้มากขึ้นต่อไป ให้ผู้รับบริการอยากที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง และใช้บริการต่อไปเรื่อยๆ เป็นช่วงเวลาที่น่า้นำส่วนผสมทางการตลาด (Marketing mix) มาใช้อีกครั้ง และจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หากเสนอรูปแบบของส่วนผสมทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของผู้รับบริการ (ชัยสมพล ชาวประเสริฐ, ออนไลน์, 2548)

### 2.2.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (อ้างใน กฤตนัน มาย อาริย์วัฒน์, ออนไลน์, 2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ

อุทัยพรรณ สุดใจ (อ้างใน กฤตนัน มาย อาริย์วัฒน์, ออนไลน์, 2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง โดยอาจจะเป็นไปในเชิงประเมินค่า ว่าความรู้สึกหรือทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นเป็นไปในทางบวกหรือทางลบ

สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์ (อ้างใน กฤตนัน มาย อาริย์วัฒน์, ออนไลน์, 2551) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไป หรือสิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใดๆ นั้น

Morse (อ้างใน กฤตนัน มาย อาริย์วัฒน์, ออนไลน์, 2551) กล่าวว่า ความพึงพอใจหรือความพอใจ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการลดความตึงเครียดทางด้านร่างกายและจิตใจ หรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความชื่นใจ ตลอดจนสามารถสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งหนึ่งซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น

Shell (อ้างใน กฤตนัน มาย อาริย์วัฒน์, ออนไลน์, 2551) ได้กล่าวถึงทฤษฎีของความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่นๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่ระบบย้อนกลับ ความสุขที่สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อนและมีความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่นๆ

จึงสรุปได้ว่าความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือทัศนคติที่ดีของบุคคลซึ่งมักเกิดจากการได้รับการตอบสนองตามที่ตนต้องการ ก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีในสิ่งนั้น ตรงกันข้ามหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนอง ความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น ความพึงพอใจที่มีต่อการใช้บริการจะเกิดขึ้นหรือไม่นั้น จะต้องพิจารณาถึงลักษณะของการให้บริการขององค์กร ประกอบกับระดับความรู้สึกของผู้มารับบริการในมิติต่างๆ ของแต่ละบุคคล ดังนั้นการวัดความพึงพอใจในการใช้บริการอาจจะกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1. การใช้แบบสอบถาม ซึ่งเป็นวิธีการที่นิยมใช้กันแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการร้องขอหรือขอความร่วมมือ จากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ บุคลากรที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะจูงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้โดยวิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการและหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง (กฤตพันธ์ มาย อาริย์วัฒน์, ออนไลน์, 2551)

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยการท่องเที่ยว โดยกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มคนในชุมชนและผู้นำชุมชนซึ่งถือได้ว่าเป็นการให้บริการ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นผู้รับบริการ ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องศึกษาสภาพการท่องเที่ยวในปัจจุบันของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งและกลุ่มเป้าหมาย เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งชุมชนนั้นเพื่อรองรับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยกลุ่มคนในชุมชนและกลุ่มผู้นำชุมชนนั้นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริการและให้บริการที่ดีทั้งก่อนให้บริการ ขณะให้บริการ และหลังรับบริการ ตลอดจนจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทำให้มีการกลับมาเที่ยวซ้ำและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

### 2.2.3 ส่วนประสมทางการตลาดการบริการ

ส่วนประสมการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ มีองค์ประกอบทั้ง 7 ของสินค้าบริการ หรือ 7 P'S ที่ต้องทำงานประสานกันเพื่อให้เกิดประสิทธิผลที่ดี ดังนี้ (สุเจน หลิมศิริไล, 2546)

2.2.3.1 Product Elements สินค้าบริการจะต้องตัดสินใจเลือกบริการหลัก (Care Service) และองค์ประกอบเสริม (Supplementary Service) ที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

2.2.3.2 Place Cyberspace and Time การตัดสินใจเกี่ยวกับการส่งมอบบริการ ต้องคำนึงถึงสถานที่และเวลาในสินค้าบริการบางประเภท เพื่อแข่งขันเสนอบริการที่สะดวกรวดเร็วให้กับลูกค้า ให้ดีที่สุด

2.2.3.3 Process เป็นกระบวนการออกแบบการส่งมอบบริการให้ลูกค้า ถ้าการออกแบบทำได้ดี การส่งมอบบริการก็จะมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตรงเวลา มีคุณภาพสม่ำเสมอ

2.2.3.4 Personal พนักงานผู้ให้บริการและลูกค้า มีบริการหลายชนิดที่เจาะจงให้ลูกค้า และพนักงานต้องมีส่วนร่วมในการผลิตและส่งมอบบริการพร้อมกัน จึงทุ่มเทงบประมาณไปกับการให้รวบรวมพนักงานบริการ และ คัดเลือกพนักงานที่มีคุณภาพ

2.2.3.5 Promotion and Education การมีโปรแกรมการสื่อสารการตลาดที่ดี ซึ่งเข้ามามีบทบาทในการให้ข้อมูลที่จำเป็นกับลูกค้า ชักชวนให้เห็นประโยชน์ที่ได้รับและกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อบริการเร็วขึ้น

2.2.3.6 Physical Evidence องค์ประกอบด้านสถานที่ เครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ การแต่งกายของพนักงาน เครื่องหมายการค้า สิ่งพิมพ์ต่างๆ จะต้องมีคุณภาพดูแล้วเหมาะสม กลมกลืนกับภาพที่ลูกค้าคาดหวังไว้

2.2.3.7 Price ราคาและค่าใช้จ่ายส่วนที่ลูกค้าต้องจ่าย ต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ใช่ตัวเงินเวลาที่ลูกค้าต้องเสียไป ตลอดจนความรู้สึกทางด้านร่างกายและจิตใจที่ลูกค้าได้รับว่าเป็นไปตามที่คาดหวังไว้หรือไม่

จากการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นั่นทำให้ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว จึงใช้ส่วนประสมทางการตลาดการบริการที่มีองค์ประกอบทั้ง 7 ของการบริการเป็นแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของตลาดบริการให้มีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล

## 2.3 แนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

### 2.3.1 ปัจจัยผลักดันเศรษฐกิจชุมชน (Input)

#### 2.3.1.1 การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

1. การพัฒนาผู้นำเศรษฐกิจชุมชนในพื้นที่ เพื่อให้มีความรู้ความสามารถในการวิเคราะห์ความจำเป็นในการผลิต การแปรรูป การค้าและความสามารถในการติดต่อกับภายนอกชุมชน ในการระดมเงินทุน บุคคล และการบริหารจัดการ

2. การพัฒนาชาวบ้าน โดยพัฒนาชาวบ้านที่อยู่ในชุมชนที่สนใจ ให้มีความรู้ความสามารถ ทางด้านเทคนิคการผลิต และการแปรรูป

3. การพัฒนาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง คือ พัฒนาเจ้าหน้าที่ของชุมชน ที่ปฏิบัติงานด้านต่างๆ ให้มีความรู้ความสามารถอย่างลึกซึ้ง ในด้านอุดมการณ์เศรษฐกิจชุมชน เทคนิคการกระตุ้นความสนใจ และการเชื่อมประสานความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นๆ

#### 2.3.1.2 การพัฒนากลุ่ม/องค์กรชุมชน

การพัฒนากลุ่มหรือองค์กรชุมชนต้องเริ่มจากการสร้างความเข้าใจถึงการสร้างกลุ่มที่มีผู้นำและชาวบ้านร่วมกันทำงานเป็นหัวใจของเศรษฐกิจชุมชน โดยการร่วมกันทำงานนี้จะสอดคล้องกับวัฒนธรรมไทยที่ชาวชนบทจะมีการเกื้อหนุนจุนเจือซึ่งกันและกัน นอกจากนี้จะสอดคล้องกับสภาพชนบทที่แต่ละคนจะมีทุนทรัพย์ และเครื่องมือในการทำมาหากินจำกัด

#### 2.3.1.3 การพัฒนาพื้นฐานเศรษฐกิจ (ชุมชน)

การหาเงินทุนอาจมาจากกิจกรรมการออมทรัพย์ การระดมหุ้น การระดมทุน การตั้งธนาคารหมู่บ้าน การรับทุนช่วยเหลือจากภายนอกสมทบกับทุนภายในชุมชน โดยผลการศึกษจากพื้นที่ พบว่า เงินทุนที่มาจากภายในหมู่บ้านจะถูกนำมาใช้อย่างระมัดระวัง สมเหตุสมผล มีความต่อเนื่อง และไม่ค่อยมีความเสียหาย แต่ถ้าเป็นทุนที่มาจากทางราชการหรือภาคเอกชน มักจะถูกใช้อย่างไม่ค่อยระมัดระวัง เพราะคิดว่าไม่ใช่เงินของเขา

#### 2.3.1.4 การพัฒนาพื้นฐาน

การพัฒนาพื้นฐานการขายนั้น โดยเฉพาะเรื่องแหล่งน้ำเพราะชาวบ้านต้องใช้ความพยายามอย่างมากในการหาน้ำมาใช้ในการผลิตทำให้ชาวบ้านบางส่วน โดยเฉพาะคนหนุ่มสาว ซึ่งเป็นกำลังหลักของชุมชนอพยพไปหางานทำนอกพื้นที่ ดังนั้นความพยายามดำเนินกิจกรรมเศรษฐกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นเรื่องที่ทำได้ยากดังนั้นในการพัฒนาพื้นฐานทางเศรษฐกิจ (Infrastructure) ที่จำเป็นต่างๆ จึงเป็นเรื่องจำเป็น

### 2.3.2 กระบวนการเศรษฐกิจชุมชน (Process)

กระบวนการเศรษฐกิจชุมชน ทั้ง 4 รูปแบบ คือการผลิต การบริโภค การแปรรูป และการขาย โดยมีกิจกรรมหลักดังต่อไปนี้

#### 2.3.2.1 การเกษตร ต่อเนื่องการเกษตร และนอกการเกษตร

การเกษตร ต่อเนื่องการเกษตร และนอกการเกษตร เช่น ผลิตภัณฑ์จากผ้า ดัดเย็บเสื้อผ้า จักรสาน ดอกไม้ประดิษฐ์ ผักผลไม้ น้ำผลไม้พร้อมดื่ม ชาผง ไวน์ สมุนไพร และเกษตรผสมผสาน เป็นต้น

#### 2.3.2.2 กิจกรรมลานค้าชุมชน

กิจกรรมลานค้าชุมชน คือ การจัดหาพื้นที่ให้ชาวบ้านนำผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายให้กับลูกค้าหรือผู้สนใจต่างๆ เช่น ชาวบ้านด้วยกัน นักท่องเที่ยว ชาวเมือง และบุคคลอื่นๆ โดยสถานที่นี้อาจจะอยู่ในชุมชน ในเมือง หรือบริเวณที่มีการสัญจรไปมา ก็ได้

#### 2.3.2.3 กิจการร้านค้าชุมชน

กิจการร้านค้าชุมชน ได้แก่ การสนับสนุนให้ชุมชนรวมกลุ่มกันตั้งร้านค้าขึ้นมาเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของตนเอง กิจการนี้สามารถเชื่อมโยงกับกิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ การออมทรัพย์ กระทบทุน การแปรรูปผลผลิต เป็นต้น

#### 2.3.2.4 การท่องเที่ยว

จากสภาพความจริงประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่มากมาย ชุมชนต่างๆ จึงมีการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นมาในหลายรูปแบบทั้งโบราณสถาน น้ำตก แหล่งน้ำ และทิวทัศน์ธรรมชาติ

### 2.3.3 ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-Stop-Service)

เป็นศูนย์ที่ให้บริการทางด้านข้อมูล ความรู้ คำแนะนำ และตัวอย่างของกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ ทุกด้าน อย่างครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวก และประหยัดเวลาให้กับประชาชนในการแสวงหาความรู้ ตัวอย่างเช่น ความรู้เกี่ยวกับการปลูกพืช การเลี้ยงสัตว์ปีก สัตว์น้ำ การใช้น้ำ การบำรุงดิน การปราบศัตรูพืช การแปรรูปผลผลิต และช่องทางการตลาด เป็นต้น

ทั้งนี้ กรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดกิจกรรมโครงการในงานพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนไว้ 4 ประการ คือ

## 1. การพัฒนาเงินทุน

เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้มีทุนในการประกอบอาชีพ โดยเน้นการพัฒนา กลุ่ม ออมทรัพย์ฯ กิจกรรมเครือข่าย กลุ่มอาชีพ และ ครัวเรือนยากจน ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชน ได้กำหนด “กลยุทธ์ในการพัฒนาเงินทุน” ไว้ดังนี้

1.1 จัดทำข้อมูลแหล่งเงินที่สามารถสนับสนุนทุนในการประกอบอาชีพแก่กลุ่ม กิจกรรม

1.2 ระดมเงินออมของประชาชน โดยการรณรงค์จัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์ เพื่อการ ผลิตให้ครบทุกตำบล

1.3 รณรงค์การเพิ่มเงินออมและสมาชิกกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต

1.4 สนับสนุนเงินทุนแก่กลุ่มกิจกรรมและชุมชนเพื่อพัฒนาอาชีพ และ/หรือ เพื่อ ขยายการดำเนินงานในเชิงธุรกิจทั้งจากแหล่งทุนภายใน และภายนอก

1.5 เพิ่มพูนประสิทธิภาพการบริหารจัดการของกลุ่มกิจกรรมด้านเงินทุน

1.6 แก้ไขกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เป็นอุปสรรคต่อการระดมและพัฒนาเงินทุน

1.7 จัดทำสื่อ คู่มือ/แนวทาง และ หลักสูตรการพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพใน การพัฒนาเงินทุน

1.8 จัดตั้งและพัฒนาชมรมกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตทุกระดับ ให้เข้มแข็ง

## 2. การพัฒนาการผลิต

เพื่อให้ประชาชนในชนบทสามารถพัฒนาคุณภาพการผลิต และ การเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ให้ได้คุณภาพ และมาตรฐาน ทั้งด้านวัตถุดิบ การแปรรูปและการบรรจุภัณฑ์ ซึ่งกรมการ พัฒนาชุมชน ได้กำหนด “กลยุทธ์ในการพัฒนาการผลิต” ไว้ดังนี้

2.1 ปรับปรุงคุณภาพและเพิ่มปริมาณการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการ ของตลาด

2.2 พัฒนารูปแบบและการบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ โดยการส่งเสริม และสนับสนุน กลุ่มที่ทำธุรกิจอยู่แล้วให้ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เพื่อให้ได้ผลผลิตทั้งปริมาณและคุณภาพตรงกับ ความต้องการของตลาด

2.3 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีการผลิต โดยการสนับสนุนให้มีการนำเทคโนโลยี การผลิตมาใช้ในการผลิต

2.4 จัดทำเอกสารข้อมูลเผยแพร่ด้านแหล่งทุน การพัฒนาการผลิต เผยแพร่ สนับสนุนแก่กลุ่มอาชีพผู้ประกอบการ

2.5 สนับสนุนข่าวสารการผลิตเพื่อนำไปสู่การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการพัฒนาการผลิต

### 3. การพัฒนาการตลาด

เพื่อให้ประชาชนในชนบท สามารถจำหน่ายสินค้าจากชุมชนได้มากขึ้นและซื้อสินค้าได้ในราคาถูกลง รวมทั้งสามารถประกอบการทางด้านธุรกิจชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนด “กลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาด” ไว้ดังนี้

3.1 ส่งเสริมตลาดในชุมชน โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการสร้างเครือข่ายด้านการตลาดระหว่างชุมชนกับชุมชน และชุมชนกับภาคธุรกิจ

3.2 พัฒนาธุรกิจชุมชนโดยส่งเสริมและสนับสนุนให้จัดตั้งศูนย์สาธิต การตลาดร้านค้าชุมชน โดยการนำสินค้าจากภายนอกมาจำหน่ายในราคาถูกลงให้แก่ประชาชนในชนบท และนำผลผลิตของกลุ่มอาชีพมาจำหน่ายในศูนย์ฯ และร้านค้าชุมชน

3.3 จัดตั้งศูนย์ส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนบริการข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดแก่บุคคลภายนอก

3.4 พัฒนาเชื่อมโยงธุรกิจภายนอก โดยการส่งเสริมและสนับสนุนให้กลุ่มออมทรัพย์ฯ และกลุ่มอาชีพ ได้ติดต่อกับบริษัท ห้างร้าน เพื่อเชื่อมโยงธุรกิจ

3.5 พัฒนาผู้ประกอบการ โดยการให้ความรู้ในการประกอบการ โดยเฉพาะความสัมพันธ์ของทุน ตลาด การผลิตและการบริหาร/จัดการ

3.6 สนับสนุนสื่อ ข่าวสาร ข้อมูล แนวทางการพัฒนาการตลาด

### 4. การพัฒนาการบริหารและการจัดการ

เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้สามารถบริหาร/จัดการ โครงการ/กิจกรรมของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งกรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนด “กลยุทธ์ในการพัฒนาการบริหารและการจัดการ” ไว้ 6 ด้าน ดังนี้

4.1 พัฒนาความเป็นผู้ประกอบการให้แก่สมาชิก คณะกรรมการบริหารกลุ่มได้ทราบในเรื่องที่เกี่ยวกับทุน การผลิต การตลาด และตระหนักในบทบาทหน้าที่และสิทธิประโยชน์ของผู้ประกอบการ

4.2 พัฒนาโครงสร้างองค์กร มุ่งพัฒนาโครงสร้างภายใน เพื่อให้มีคุณภาพในการบริหารงานของกลุ่ม/องค์กร และโครงสร้างภายนอก เพื่อให้มีความเข้มแข็ง สามารถดำเนินงานธุรกิจกับ กลุ่ม/องค์กรภายนอกได้

4.3 พัฒนากิจกรรม โดยการพัฒนาโครงการ/กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กรมการพัฒนาชุมชนส่งเสริมและสนับสนุน เช่น กลุ่มอาชีพ กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิต กลุ่มผู้ใช้

ประโยชน์จากแหล่งน้ำ โครงการแก้ไขปัญหาคความยากจน (กข.คจ.) ให้มีการดำเนินงานที่เข้มแข็ง พร้อมทั้งจะทำธุรกิจชุมชน

4.4 พัฒนาทรัพยากรวัสดุ ให้มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการกลุ่มและองค์กร เช่น การใช้วัตถุดิบที่มีประสิทธิภาพ การใช้วัสดุในสำนักงานที่มีประสิทธิภาพ

4.5 พัฒนาทรัพยากรบุคคล โดยการพัฒนาให้คณะกรรมการบริหารกลุ่ม มีความรู้เรื่องการบริหาร/จัดการการผลิต การตลาด และการบริหารทุนให้บริหารกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อนำกลุ่มไปสู่ระบบธุรกิจในอนาคตต่อไป

4.6 พัฒนาเครือข่าย มุ่งพัฒนาให้มีเครือข่ายในการดำเนินงานของกลุ่มองค์กรเพื่อสนับสนุนทุนการผลิตและการตลาด

#### 2.3.4 ผลผลิต / ผลลัพธ์ (Output)

กิจกรรมเศรษฐกิจชุมชนที่ดำเนินการได้ผลดีหลังจากขายผลผลิตแล้วมักจะมีกำไรส่วนเกิน (Excess Profit) โดยความหมายของ “กำไรส่วนเกิน” ก็คือรายรับหลังจากหักต้นทุนและค่าใช้จ่ายทั้งหมดออกไปหมดแล้ว คณะกรรมการก็มักจะแบ่งกำไรส่วนเกินจำนวนหนึ่งไปเพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในชุมชน ที่ผ่านมามักจะสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ดังเช่น (มงคล ด้านธานินทร์, 2541)

##### 2.3.4.1 การให้การศึกษา ได้แก่

การสนับสนุนในรูปแบบของ หนังสือเรียน อาหารกลางวัน อุปกรณ์กีฬา สนับสนุน การศึกษาดูงานการพัฒนาของเยาวชน และชาวบ้าน

##### 2.3.4.2 การให้ความอนุเคราะห์ในชุมชน ได้แก่

การให้ความช่วยเหลือในรูปแบบเงินทุนประกอบอาชีพแก่ชุมชน การรักษาพยาบาลแก่ ผู้สูงอายุ การสนับสนุนผู้พิการในรูปแบบของกิจกรรมต่างๆ

##### 2.3.4.3 การสร้างสาธารณูปโภค ได้แก่

การสร้างประปาหมู่บ้าน การสร้างถนนคอนกรีตขนาดเล็กในชุมชน การขุดสระ เป็นต้น

##### 2.3.4.4 การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่

การทำให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการอยู่ร่วมกันระหว่าง คนในชุมชน ทรัพยากรดิน น้ำ และป่าไม้

การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาถึง กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มผู้นำการพัฒนา/องค์กรชุมชน ศึกษาด้านการจัดหาแหล่งเงินทุนเพื่อดำเนินเศรษฐกิจพื้นฐานและการนำสินค้าชุมชนมาขายของคนในชุมชน โดยปัจจัยทั้งสี่นี้เป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานในการผลักดันเศรษฐกิจชุมชน (Input) ซึ่งแนวทางที่สามารถพัฒนาปัจจัยเหล่านี้จำเป็นต้องทำการศึกษาถึงกระบวนการเศรษฐกิจชุมชน (Process) ทั้ง 4 รูปแบบ โดยในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษา คือการผลิต การบริโภค การแปรรูป และการขาย และการวิจัยนี้ได้ศึกษาด้านการเกษตร ต่อเนื่องการเกษตรและนอกรการเกษตร กิจกรรมลานค้าชุมชน กิจกรรมร้านค้าชุมชน การท่องเที่ยว ศูนย์บริการจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-Stop-Service) ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน หลังจากนั้นได้ทำการศึกษาถึงผลผลิต/ผลลัพธ์ (Output) ของชุมชนในด้านการสนับสนุนและความอนุเคราะห์จากหน่วยงานต่างๆ ของชุมชน การสร้างสาธารณูปโภค การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการหาแนวทางในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน

## 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Costa J. and Ferrone L. (1995) ได้ทำการศึกษาเรื่อง มุมมองเกี่ยวกับสังคมและวัฒนธรรมในการวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสำคัญของประเด็นที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยการศึกษาครั้งนี้ระบุถึง 4 ประเด็นที่สำคัญที่มีผลต่อการวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว ได้แก่ มุมมองส่วนบุคคล วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ของที่ระลึกและหัตถกรรมพื้นบ้าน และการวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลมาจากอิทธิพลพื้นฐานทางวัฒนธรรมและสังคมที่ต่างกัน สิ่งที่สำคัญในการวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยวคือการรับรู้ของผู้อยู่อาศัยซึ่งมีผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบต่อการวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามผลการวิจัยได้แสดงว่า ผลที่ได้รับจากการท่องเที่ยวของบุคคลมีปัจจัยสำคัญมาจากทัศนคติด้านลบที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นๆ

ทางด้านวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นการตัดสินใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยว และความรู้ทางกระบวนการประกอบด้วย ปัญหาพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง โดยองค์กรที่เกี่ยวข้องจะต้องมีความเข้าใจในวิธีการทำงานและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

ในส่วนของที่ระลึกต้องเป็นสิ่งที่สามารถทำให้ระลึกถึงสถานที่นั้นๆ ได้ เป็นสัญลักษณ์ของวัฒนธรรมและวิถีในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนนั้น และต้องเป็นสิ่งที่น่าสนใจและมีอำนาจในการสร้างความสัมพันธ์ ความสำคัญของของที่ระลึกนั้น ไม่เพียงเป็นหัตถกรรมของคนในชุมชน แต่

เป็นเครื่องมือที่ทำให้เกิดความเข้าใจในกระบวนการทางสังคมที่มีความซับซ้อนของแหล่งท่องเที่ยว  
นั้นๆ ทั้งนี้สังคมมีความต้องการที่จะป้องกันภูมิปัญญาพื้นบ้าน โดยการใช้อนุสัญญาทรัพย์สินทาง  
ปัญญาเข้ามาช่วยแก้ปัญหา

ประเด็นสุดท้ายการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลนั้นเป็นเรื่องที่ทำได้  
ยาก ซึ่งความร่วมมือในการวางแผนและพัฒนาจะต้องคำนึงถึงทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่นั้นๆ ในบาง  
ประเทศมีความพร้อมที่จะพัฒนาเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ขณะที่อีกหลายประเทศยังขาดแคลน  
ทรัพยากร ซึ่งปัจจัยที่สำคัญในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวคือ การรับรู้ของผู้อยู่อาศัยใน  
พื้นที่ การมีส่วนร่วม และการมีวัตถุประสงค์เดียวกัน จะนำมาซึ่งความสำเร็จในการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยว

**Gilson A., Dodds R., Joppe M. and Jamieson B. (2003)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความ  
ร่วมมือในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ กรณีศึกษาในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่โตรอนโต  
ผลการวิจัยพบว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์นั้นเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเมืองอื่นๆ และเป็น  
สิ่งสำคัญทั้งสำหรับรัฐบาล อุตสาหกรรม ชุมชน และตัวบุคคล การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์  
จะนำมาซึ่งประโยชน์เนื่องจากเป็นแนวโน้มที่กำลังนิยมของผู้บริโภค โดยการจัดการเพื่อให้เกิด  
ประสิทธิภาพนั้น ควรตั้งเป้าหมายในการพัฒนาอย่างยั่งยืน ตลอดจนสนับสนุนและยกระดับ  
คุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และเศรษฐกิจชุมชนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนนั้น

จากความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ทำให้ความต้องการของ  
นักท่องเที่ยวมีเพิ่มมากขึ้น เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ๆ และมอบประสบการณ์แก่  
นักท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่แตกต่างตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทำให้  
เกิดความประทับใจนำมาสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำ และการบอกต่อแก่ผู้อื่น

**Baglieri D. and Consoli R. (2009)** ได้ทำการศึกษาเรื่อง นวัตกรรมความร่วมมือในธุรกิจ  
ท่องเที่ยว: การจัดการชุมชนเสมือน งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาถึงบทบาทของชุมชนเสมือน ที่ส่งเสริม  
ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว โดยได้รับอิทธิพลการเรียนรู้จากการมีความสัมพันธ์กับลูกค้าซึ่ง  
เป็นนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ตัวบุคคลจะได้รับการเรียนรู้ในการหาข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน  
ร่วมงาน และทีมจะมีการเรียนรู้ผ่านการกระทำเมื่อสมาชิกภายในทีมมีการปฏิบัติงานร่วมกัน โดย  
การให้คำแนะนำเพื่อช่วยเหลือกัน หรือการหาข้อมูลเพื่อขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้แนวคิด  
ชุมชนเสมือนเป็นนวัตกรรมความร่วมมือที่มีประโยชน์ต่อธุรกิจโดยการใช้อนุสัญญาทาง  
อินเทอร์เน็ต และความรู้ของลูกค้า ซึ่งแสดงถึงโอกาสและความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจ

ท่องเที่ยว เช่น ชุมชนสามารถดึงดูคความสนใจของบุคคล สามารถคงไว้ซึ่งการติดต่อ รักษาความสัมพันธ์อันดี และแสดงถึงความจริงใจต่อกัน

ทั้งนี้เหตุผลหลักที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อสร้างการแข่งขันที่ยั่งยืนคือการรู้จักนำระบบชุมชนเสมือนมาใช้ โดยการที่จะดำเนินการให้ประสบความสำเร็จนั้นธุรกิจควรรู้จักนำกลยุทธมาใช้ที่เหมาะสม โดยกระทำควบคู่ไปกับลูกค้าเพื่อแลกเปลี่ยนความสนใจ และแนวทางต่างๆ ไปพร้อมกัน โดยให้ลูกค้าได้แสดงความคิดเห็นของตนเอง เน้นการปฏิบัติต่อกันอย่างเป็นกันเอง และสร้างความมั่นใจในธุรกิจให้แก่ลูกค้า รวมทั้งธุรกิจต้องมีการขยายและปรับตัว เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายที่ได้จากการเรียนรู้ในชุมชนเสมือนนั้น

ราณี อัมรินทร์รัตน์ (2542) ได้ให้หลักและวิธีการในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมประเภทนี้ที่สำคัญประการหนึ่งคือคุณภาพในด้านการบริการ โดยบุคลากรที่ทำหน้าที่ให้บริการทางด้านนี้จะต้องมีใจรักในการบริการ เข้าใจความสำคัญของการบริการอย่างลึกซึ้ง ตลอดจนต้องมีจิตสำนึกต่อการให้บริการที่ดี ดังนั้นวัตถุประสงค์ในการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือ การเพิ่มพูนศักยภาพของบุคลากรในด้านความรู้ ความสามารถ ความเข้าใจ ทักษะ และทัศนคติให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ อย่างรวดเร็วในยุคโลกาภิวัตน์ ส่วนสาเหตุที่สำคัญที่ทำให้การให้บริการของบุคลากรทางด้านนี้ขาดประสิทธิภาพ มักจะมาจากสาเหตุ 3 ด้านคือ (1) ความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ความไร้เดียงสา (Innocence) ของบุคลากร ซึ่งมีสาเหตุมาจากการขาดทักษะในการปฏิบัติงานที่เพียงพอ (2) ความมั่งง่าย ความละเลย (Ignorance) คือรู้ว่าบางสิ่งไม่ควรทำ แต่ความมั่งง่ายทำให้กระทำไปจึงเกิดปัญหาขึ้น และ (3) ความจงใจกระทำ การอันไม่สมควร (Intention) เป็นการกระทำโดยที่รู้และเข้าใจตั้งแต่แรกแล้วว่าไม่สมควร แต่ที่ทำได้เพื่อประโยชน์ส่วนตน

จริยา เปรมศิลป์ (2543) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่าจะเป็นกลไกที่จะนำไปสู่การฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจ โดยมีมูลค่าถึงหนึ่งในสามของการค้าบริการรวมของโลก และยังเป็นตัวกลางที่ก่อให้เกิดการแพร่สะพัดของรายได้ระหว่างประเทศ รวมทั้งก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมาย สำหรับประเทศไทยธุรกิจการท่องเที่ยวก็ได้เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ กล่าวคือในช่วง 10 ปี ก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เข้ามาขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี และมีรายได้

จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี อันเป็นผลมาจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจของโลกเป็นสำคัญ แต่ในปี พ.ศ. 2540 จำนวนนักท่องเที่ยวได้ชะลอตัวลง โดยเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.40 ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียเป็นสำคัญ เพราะได้รับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามในช่วงปี พ.ศ. 2541-2542 ซึ่งการผลิตต่างๆ อยู่ในภาวะซบเซา แต่ธุรกิจท่องเที่ยวกลับมีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี จึงเป็นธุรกิจสำคัญที่จะนำเงินตราต่างประเทศ และช่วยกระตุ้นการผลิตในสาขาที่เกี่ยวข้อง

ส่วนโครงสร้างทางการตลาดนักท่องเที่ยวของไทย ในปี พ.ศ. 2542 ปรากฏว่านักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก ซึ่งเป็นตลาดหลักของไทยมีส่วนแบ่งทางการตลาด ร้อยละ 58.30 รองลงมาคือยุโรปและอเมริกา ซึ่งส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 24.70 และ 6.90 ตามลำดับ โดยที่ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเหล่านี้จะประมาณ 3,704.54 บาท/คน/วัน ซึ่งค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเป็นค่าซื้อสินค้าที่ระลึก คือร้อยละ 34.70 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง และค่าเดินทางในประเทศ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 24.50 15.50 10.60 และ 6.50 ตามลำดับ

สำหรับแนวโน้มธุรกิจท่องเที่ยวไทยในระยะยาว (ปีพ.ศ. 2543-2553) สภาการค้าและการท่องเที่ยวแห่งโลก (World Travel and Tourism Council : WTTC) คาดการณ์ว่าประเทศไทยจะสามารถขยายจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นได้เฉลี่ยร้อยละ 7.50 ต่อปี และการขยายตัวของรายได้ จากการท่องเที่ยวเฉลี่ย ร้อยละ 7.20 ต่อปี เนื่องจากประเทศไทยมีความได้เปรียบตลาดท่องเที่ยวโลกหลายประการ เช่น

1. สินค้าทางการท่องเที่ยว ที่สอดคล้องกับกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ความสำเร็จของโครงการ Amazing Thailand ซึ่งจัดเป็นหนึ่งในโครงการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว ที่ประสบความสำเร็จสูงสุดของโลก
3. ชีตความสามารถในการรองรับการเจริญเติบโตทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในทุกๆ ด้าน ทั้งด้านที่พักและความเชื่อมโยงทางการบิน
4. ประเทศไทยเป็นตัวแทนของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่าทางการเงินอย่างแท้จริง ในสายตาของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าแนวโน้มธุรกิจการท่องเที่ยวจะยังคงแจ่มใสต่อไปในระยะยาว แต่ยังมีปัจจัยที่อาจเป็นตัวแปรสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อในอนาคต โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวของไทยเริ่มอยู่ในสถานะแหล่งท่องเที่ยวเก่าสำหรับนักท่องเที่ยวหลัก โอกาสการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวจึงขึ้นอยู่กับ การแสวงหาตลาดใหม่และการเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในตลาดดั้งเดิม

ปิยพร ทาวีกุล (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้านไหล่หิน ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความต้องการและรูปแบบในการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการให้วัดไหล่หินเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งวิธีการศึกษาใช้การสังเกตและการสัมภาษณ์ โดยเข้าไปมีส่วนร่วมในการสนทนากลุ่มในเขตพื้นที่หมู่บ้านไหล่หิน โดยกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มชาวบ้าน กลุ่มที่เป็นทางการ และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผลการศึกษา พบว่า

1. ความต้องการของประชาชนในการมีส่วนร่วมในการจัดการวัดให้แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความถนัดของชาวบ้าน และขนาดของงานว่าทางวัดต้องการให้ชาวบ้านเข้าไปช่วยเหลือมากหรือน้อย

2. รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น มุ่งประเด็นเป็น 5 ด้านดังนี้

- การพัฒนาเส้นทาง ควรจะมีการปรับปรุงถนนโดยการขยายตัวถนน เนื่องจากถนนที่ใช้ในการสัญจรนั้นแคบ เกรงว่าจะเป็นอันตราย และควรจะมีการจัดทำป้ายบอกทางเป็นระยะๆ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความสับสน

- ร้านค้า และของที่ระลึก ควรจะมีการจัดร้านค้าในรูปแบบของสหกรณ์ และควรจะต้องอยู่บริเวณวัด เพราะไม่เป็นการสร้างปัญหาให้กับทางวัด ส่วนของที่ระลึกนั้นก็จะเป็นงานฝีมือพื้นบ้านที่ทำกันอยู่เป็นประจำอยู่แล้วมาดัดแปลงเป็นของที่ระลึก เช่น ผ้าทอ ทอตุ้ง ขนมะขบเคี้ยว เป็นต้น

- ประชาสัมพันธ์ ควรจะเกิดจากความร่วมมือจากทางภาครัฐ เอกชน และชุมชน โดยการจัดให้มีงานประเพณีสำคัญๆ ขึ้นที่วัด แจกจุลสาร มีการท่องเที่ยวเชิงสัญจร เป็นต้น สำหรับการประชาสัมพันธ์ของชาวบ้านก็จะใช้รูปแบบของการบอกปากต่อปาก

- ความปลอดภัย ควรจะให้มีคนดูแลอยู่ประจำที่วัด และจัดทำกล่องสายตรวจ เพื่อให้ตำรวจแวะเวียนมาดูแลความปลอดภัยสม่ำเสมอ

- การอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ควรจะมีการอบรมให้ความรู้ความเข้าใจแก่ชุมชนโดยอาจจะเชิญเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องมาบรรยาย หรือส่งตัวแทนไปอบรมเพื่อกลับมาให้ความรู้แก่ชาวบ้านอีกต่อหนึ่ง

คมสัน วาฤทธิ (2545) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ชุมชนลำน้ำว้า อำเภอแม่จรม จังหวัดน่าน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

ศึกษาศักยภาพของชุมชนลำน้าว้าในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเพื่อศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรค และเสนอแนะแนวทางพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนลำน้าว้า อันประกอบไปด้วยหมู่บ้านน้ำว้า หมู่บ้านน้ำปู้ และหมู่บ้านห้วยทรายมูล อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน วิธีการศึกษาจะใช้วิธีการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนาตามเหตุผลและข้อเท็จจริง เพื่อให้ตรงกับแนวคิดทฤษฎีและวัตถุประสงค์การวิจัย

ผลการศึกษาด้านกายภาพพบว่าสถานะแวดล้อมทางธรรมชาติของชุมชนลำน้าว้า ยังอยู่ในสภาพที่มีความสมบูรณ์ เนื่องจากในบริเวณพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนแห่งนี้ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ส่งผลให้เอื้อต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทั้งทางด้านการได้ศึกษาหาความรู้ ความเพลิดเพลิน และความสนุกตื่นเต้น ทำทนายต่อนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในหลากหลายกลุ่มด้วยกัน

ผลการศึกษาด้านศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่ามีองค์ประกอบสำคัญของศักยภาพ 4 ด้านที่มีความเกี่ยวข้องและมีสัมพันธ์ภาพในมิติต่างๆ กันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ 1) ศักยภาพชุมชนของท้องถิ่นในการรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ 2) ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วม 3) ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และ 4) ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดสรรผลประโยชน์และรายได้จากการท่องเที่ยว โดยผลของการศึกษาศักยภาพดังกล่าวกับชุมชนลำน้าว้าพบว่า ศักยภาพของชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ ซึ่งสามารถจำแนกได้ดังนี้

1. ศักยภาพชุมชนของท้องถิ่นในการรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ พบว่ามีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมอยู่ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติอันเนื่องมาจากวิถีชีวิต และความตระหนักที่จะหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติของตนเอง รวมถึงจิตสำนึกในการทดแทนคุณต่อธรรมชาติเหล่านั้น โดยการไม่ทำลาย และกฎระเบียบของชุมชน มากกว่าที่จะถูกบังคับด้วยกฎหมายหรือข้อบังคับของราชการ

2. ศักยภาพชุมชนของท้องถิ่นในการบริหารจัดการอย่างมีส่วนร่วม พบว่า มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างต่ำ เนื่องจากเป็นการมีส่วนร่วมแบบได้รับความช่วยเหลือส่วนหนึ่งเพราะชุมชนยังไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับการทำงานที่มีระบบการให้เข้าไปมีส่วนร่วมของชุมชนและกลุ่มหรือองค์กรที่จัดตั้งขึ้นไม่ใช่เป็นของชุมชนอย่างแท้จริง จึงขาดความรู้สึกของการมีส่วนร่วมได้ส่วนเสีย และอีกส่วนที่สามารถปรับตัวได้ เป็นการมีส่วนร่วมแบบความร่วมมือ มีลักษณะเป็นหุ้นส่วน

3. ศักยภาพชุมชนของท้องถิ่นในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว พบว่า มีศักยภาพปานกลางค่อนข้างต่ำ เนื่องจากชุมชนยังมีส่วนร่วมในด้านการให้บริการน้อย และจากการผูกขาดการค้าเนิน

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวของกลุ่มทุนภายนอก รวมถึงการที่ชุมชนขาดความรู้ความสามารถและงบประมาณสำหรับการดำเนินกิจการด้วยตนเองได้

4. ศักยภาพชุมชนของท้องถิ่นในการจัดสรรผลประโยชน์และรายได้จากการท่องเที่ยวพบว่า มีศักยภาพต่ำ เนื่องจากชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในระดับต่ำส่งผลให้รายได้ส่วนนี้น้อยและไม่แน่นอน โดยชุมชนให้บริการนักท่องเที่ยวแลกกับรายได้ที่เป็นเพียงค่าจ้างเท่านั้น และขาดการจัดสรรผลประโยชน์กลับสู่ชุมชนเพื่อใช้ในการพัฒนาโครงการหรือกิจกรรมส่วนร่วมต่างๆ

สำหรับแนวทางแก้ไขที่ต้องกระทำโดยเร็วคือการระดมความคิดเห็นจากคนในชุมชน แล้วจัดตั้งคณะกรรมการเพื่อดูแลแก้ไขปัญหาต่างๆ รวมถึงการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการยกระดับศักยภาพของชุมชนเพื่อให้มีความสามารถในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต่อไป

รามเมตร์ พรหมชาติ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาย่านบ้านโป่ง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยทำการศึกษาในประเด็น การมีส่วนร่วมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการบริการการท่องเที่ยว และด้านการตลาดการท่องเที่ยว รวมถึงความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลที่มีต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือประชาชนหมู่บ้านโป่ง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ ที่สุ่มมาด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 180 คน ข้อมูลที่จำเป็นสำหรับการศึกษารวบรวมโดยใช้แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยการกระจายความถี่ การกระจายร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติวิเคราะห์ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนบ้านโป่งที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการบริการการท่องเที่ยว และด้านการตลาดการท่องเที่ยวในระดับน้อย ในทุกขั้นตอน และการศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร พบว่า ประชาชนที่มีอายุ และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ที่แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ระดับการศึกษา และความแตกต่างในภูมิภานา มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สุจิตราภา พันธวิไล (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม: กรณีศึกษา บ้านห่อซา (อาซา) ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบและวิธีการในการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม ซึ่งมีการดำเนินงานอยู่ในปัจจุบันและวิเคราะห์พร้อมเสนอแนะรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมในอนาคต ซึ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษามี 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 46 คน กลุ่มผู้ให้ข้อมูลซึ่งได้เข้าร่วมการอภิปรายกลุ่ม จำนวน 41 คน และกลุ่มตัวแทนของนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 100 คน โดยวิธีการศึกษาแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และแบบสอบถาม การวิเคราะห์แบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มด้วยวิธีวิเคราะห์เนื้อหา การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การกระจายร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ด้านรูปแบบและวิธีการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมบ้านห่อซา ซึ่งมีการดำเนินงานอยู่ในปัจจุบัน เป็นการทำงานร่วมกันของชุมชนกับสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน-เชียงราย โดยแต่ละฝ่ายมีโครงสร้างองค์กรเพื่อการดำเนินงานอย่างชัดเจน คือ ชุมชนเป็นผู้รับผิดชอบการปฏิบัติงานในพื้นที่หมู่บ้านตามโครงสร้างองค์กรที่จัดไว้ ทั้งในด้านการจัดการพื้นที่หมู่บ้าน รูปแบบการนำเที่ยว บุคลากร การเงินและบัญชีของโครงการ ส่วนสมาคมพัฒนาประชากรและชุมชน-เชียงรายเป็นที่เล็งในด้านการลงทุนด้วยการให้กู้ยืมกองทุนหมุนเวียน โดยปลอดดอกเบี้ย ด้านนโยบาย และด้านการตลาด อย่างไรก็ตามจากการตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีความพอใจในการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมในระดับมาก ทั้งด้านสิ่งดึงดูดใจ ความพร้อมของบุคลากรและการจัดการหมู่บ้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และสิ่งอำนวยความสะดวก ยกเว้นเพียงด้านการเข้าถึงซึ่งพอใจในระดับปานกลาง

ด้านรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมในอนาคต พบว่า องค์กรเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนจะต้องเป็นเอกเทศ แบ่งหน้าที่รับผิดชอบกันอย่างชัดเจน ที่สำคัญจะต้องมีฝ่ายพัฒนาจิตสำนึกในการอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น และฝ่ายพัฒนาบุคลากร โดยคัดเลือกจากเยาวชนและชาวบ้านผู้สนใจในการทำงานอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น นอกจากนี้ ชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมอย่างจริงจังมากขึ้น ผู้นำและคณะกรรมการดำเนินงานจะต้องมีความเข้มแข็ง มีการจัดการด้านการเงินและบัญชีอย่างรอบคอบ โปร่งใส ทั้งต้องช่วยกันคิดรูปแบบการนำเที่ยวที่แสดงถึงลักษณะเด่นทางด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว โดยต้องคำนึงถึงการจัดการด้านขีดความสามารถในการรองรับของ

พื้นที่อย่างเป็นทางการ และต่อไปควรมีการพัฒนาทักษะในการจัดการด้านการตลาดด้วยตนเอง และในการศึกษารั้งนี้ พบอีกว่า สมาชิกส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมโครงการต้องการรายได้จากนักท่องเที่ยวเพื่อยังชีพมากกว่าที่จะอนุรักษ์วัฒนธรรมของชนเผ่า การมีส่วนร่วมของชุมชนที่เป็นอยู่ยังไม่ใช่การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงและไม่ได้มีการประเมินผลอย่างจริงจัง แม้ว่าชาวบ้านจะมีส่วนร่วมคิดรูปแบบใหม่ในการปันผลและแบ่งผลประโยชน์ แต่การมีส่วนร่วมของชุมชนยังไม่เข้มแข็งพอ เนื่องจากขาดผู้นำที่มีทักษะด้านการจัดการและการท่องเที่ยว สภาพความเป็นอยู่ที่บีบคั้นทำให้ชาวบ้านต้องหาเงินเพื่อยังชีพ ส่งผลให้วัฒนธรรมเปลี่ยนไปเป็นวัฒนธรรมเพื่อการค้า นอกจากนี้ยังพบว่ามิแนวนุ่มในเรื่องการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นที่กำลังจะขาดหายไปในอนาคต เพราะเยาวชนรุ่นใหม่ในหมู่บ้านไม่ยอมรับ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความเข้มแข็งของเศรษฐกิจไทย: จากวิกฤตสู่โอกาส โดยในส่วนของการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้น ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวยังคงเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักให้ประเทศ โดยเฉพาะเป็นแหล่งสร้างรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ นักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงนิยมเดินทางมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มจำนวนสูงขึ้น แต่การเติบโตเริ่มมีอัตราชะลอตัวลงทั้งจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศนั้น คนไทยเริ่มหันมานิยมท่องเที่ยวตามภูมิภาคต่างๆ ภายในประเทศมากขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวในประเทศมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น และมีแนวโน้มในอนาคตที่ดี อย่างไรก็ตามถึงแม้ประเทศไทยจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและกระจายอยู่ทั่วไปเกือบทุกภูมิภาคของประเทศ แต่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมยังคงกระจุกตัวอยู่ตามเมืองท่องเที่ยวหลัก โดยที่ประเทศไทยยังมีประเด็นที่ท้าทายการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายด้าน โดยเฉพาะทางด้านกลไกการบริหารจัดการ การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศยังคงรวมศูนย์อยู่ที่หน่วยงานส่วนกลาง ซึ่งมีบทบาทครอบคลุมทั้งการกำหนดนโยบาย การวางแผนพัฒนา การงบประมาณ และการดำเนินงานตามแผนงาน/โครงการ ในขณะที่ภาคเอกชน องค์กรส่วนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการน้อยมาก สำหรับข้อเสนอแนะคือ ในการพิจารณาโครงการลงทุนพัฒนาทางการท่องเที่ยว ควรคำนึงถึงประโยชน์ที่ชุมชนในพื้นที่จะได้รับเป็นสำคัญด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถเชื่อมโยงและเกื้อหนุนกับทรัพยากรและการประกอบอาชีพของชุมชน ทั้งนี้เพื่อเป็นแหล่งจ้างงานและกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ควรยึดหลักการมีส่วนร่วมรับผิดชอบแลร์รักษาจากผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจใช้มาตรการจัดเก็บภาษีท้องถิ่นมาใช้ เพื่อการพัฒนาและบำรุง ดูแล รักษา สิ่งแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยว โดยให้

ท้องถิ่นเป็นผู้รับผิดชอบดูแล ป้องกัน แก้ไข ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาขยะมูลฝอย และน้ำเสียในพื้นที่ เป็นต้น

สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ และภัทรพร สร้อยทอง (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบ จัดระดับการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและทดสอบแบบจำลองการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการบริหารและการจัดการเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษา คือ อุทยานแห่งชาติ 7 แห่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ อุทยานแห่งชาติห้วยเกาช้าง เขาแหลมหญ้าและห้วยเกาช้าง น้ำตกพลิว เขาคิชฌกูฏ เขาชะเมา-เขาวง ทับลาน และปางสีดา เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบจำลองการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยปรับแต่งเป็นแบบสำรวจเพื่อใช้เก็บข้อมูลภาคสนามและแบบสอบถามที่นำไปเก็บข้อมูลจากหัวหน้าอุทยานแห่งชาติ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในอุทยานแห่งชาติ นักท่องเที่ยว ประชาชนชุมชนท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่า อุทยานแห่งชาติทั้ง 7 แห่ง มีความสามารถในการบริหารและการจัดการที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน ระดับความสามารถในการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติแต่ละแห่งมีความใกล้เคียงกันมากตามลำดับดังนี้ อุทยานแห่งชาติเขาชะเมา-เขาวง ได้ระดับคะแนน 43 รองลงมาคือ อุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว 42 คะแนน อุทยานแห่งชาติ ห้วยเกาช้าง อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ อุทยานแห่งชาติทับลาน ได้ 41 คะแนน อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้าและห้วยเกาช้าง ได้ 40 คะแนน และอุทยานแห่งชาติปางสีดาได้ 38 คะแนน และเมื่อเฉลี่ยเปรียบเทียบระหว่างอุทยานแห่งชาติทางบกกับอุทยานแห่งชาติทางทะเลพบว่า อุทยานแห่งชาติทางบกมีระดับความสามารถสูงกว่าอุทยานแห่งชาติทางทะเลเพียงเล็กน้อยที่ระดับ 41:40.50 คะแนน และแบบจำลองการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถปฏิบัติได้กับกิจกรรมที่อุทยานแห่งชาติทั้ง 7 แห่ง โดยมีการดำเนินการในระดับสูงตั้งแต่ร้อยละ 79.18 ถึง 89.58 ทำให้เชื่อมั่นได้ว่าแบบจำลองการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะสามารถเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานการบริหารและการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอื่นๆ ได้

สุรศักดิ์ พิมพ์เสน (2545) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไท บ้าน โพน โดยการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไทบ้าน โพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่มีชื่อเสียงด้านขนบธรรมเนียม

ประเพณี วัฒนธรรมและการผลิตผ้าไหมแพรวาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน อย่างเป็นธรรม โดยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและเก็บข้อมูล ทัศนคติด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและแบบไม่มีส่วนร่วม และสัมภาษณ์ประชากรจากกลุ่ม ประชากรภายในชุมชนบ้านโพน นอกจากนี้ยังได้เก็บข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อ ศึกษาถึงความสัมพันธ์ที่มีต่อศักยภาพ ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไทบ้านโพน และคณะผู้วิจัยยังได้ศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเสริม จำนวน 2 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ที่อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัด กาฬสินธุ์ คือ หลุมขุดค้นศูนย์วิจัยและพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูภู่แกวอีกแห่งหนึ่งได้แก่วัดพุทธนิมิต ภูภู่แกว ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอข้อมูลโดยวิธีพรรณนาวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนผู้ไทบ้านโพนยังมีขนบธรรมเนียมประเพณีที่เหนียวแน่น มีการนับ ถือนพุทธศาสนาอย่างเข้มแข็ง มีการทำบุญตามจารีตประเพณี 12 เดือน สำหรับบุญประเพณีที่ ชาวบ้านโพนให้ความสำคัญ และจัดได้ยิ่งใหญ่ที่สุด คือ บุญบั้งไฟซึ่งใช้เวลา 2 วันจัดขึ้นในเดือน พฤษภาคมของทุกปี ด้านวัฒนธรรมการผลิตผ้าไหมแพรวา พบว่าสตรีชาวผู้ไท บ้านโพนมี ความสามารถทอผ้าไหมแพรวาได้ตั้งแต่อายุ ประมาณ 8 ขวบ ปัจจุบันประมาณร้อยละ 90 ของ ครอบครัวชาวบ้านโพนยังทอผ้าไหมแพรวา และความงดงามของผ้าไหมแพรวาทำให้เกิดการ ท่องเที่ยวในชุมชนผู้ไท บ้านโพน ด้านการต้อนรับนักท่องเที่ยว ชาวบ้านโพนมีอุปนิสัยใจคอใน การต้อนรับนักท่องเที่ยวดีมาก การต้อนรับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะกลุ่มแม่บ้านจะเป็นกำลังที่ เข้มแข็ง แบ่งหน้าที่รับผิดชอบกันตามความเหมาะสม บางโอกาสมีการแสดงดนตรีและการฟ้อนรำ ให้นักท่องเที่ยวได้ชมด้วย ด้านรูปแบบการท่องเที่ยว สามารถจัดการท่องเที่ยวได้ 2 รูปแบบ รูปแบบที่ 1 คือ การท่องเที่ยวแบบไป-กลับ ภายใน 1 วัน โดยเริ่มเดินทางจากตัวเมืองกาฬสินธุ์เข้าสู่ แหล่งท่องเที่ยวเสริมที่อำเภอสหัสขันธ์ และเข้าสู่ชุมชนบ้านโพนในช่วงบ่ายขึ้นชมวัฒนธรรมบุญ ประเพณี ประเพณีการทอผ้าไหมแพรวาเลือกซื้อผ้าไหมแพรวา และเดินทางกลับในตอนเย็น รูปแบบที่ 2 การท่องเที่ยวแบบค้างคืน ซึ่งปัจจุบันยังไม่เป็นรูปธรรมชัดเจน ด้านที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกจากชุมชนบ้านโพน 932 ครอบครัวมีความพร้อมในการรับนักท่องเที่ยวให้เข้าพักอาศัย ด้วยประมาณ 200 หลังคาเรือน นอกจากนี้มีความร่วมมือต่อการพัฒนาไปสู่การรองรับ นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 50 ของจำนวนครอบครัวทั้งหมด และในส่วนที่เหลือมีความยินดีต่อการ เกิดการท่องเที่ยวและสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในหมู่บ้านทุกๆ วิธี สำหรับองค์กรต่างๆ ที่ เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือกับกิจกรรมทางวัฒนธรรมและกิจกรรมอื่นๆ ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวใน ระดับตำบลปานกลาง และควรศึกษาความต้องการที่แท้จริงในระดับลึกและความเป็นไปได้ของ ต่อเนื่องและยั่งยืนก่อนดำเนินการส่งเสริมในแต่ละกิจกรรมของชาวบ้าน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในหมู่บ้านในเรื่องน้ำดื่ม น้ำใช้ ไฟฟ้า ห้องน้ำ สถานีอนามัย ถนนในหมู่บ้านและการ

รักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับดีปานกลางเพียงพอต่อนักท่องเที่ยวประมาณ 200 คนต่อครั้ง สำหรับร้านอาหารไม่เพียงพอเนื่องจากชาวบ้านประกอบอาหารรับประทานเองแต่หากชาวบ้านทราบล่วงหน้าว่า จะมีนักท่องเที่ยวต้องการรับประทานอาหารร่วมด้วย ก็สามารถจัดเตรียมอาหารให้ได้ตามความต้องการ และด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเสริม จุดแรก คือ หลุมขุดค้นศูนย์วิจัยและพิพิธภัณฑ์ไดโนเสาร์ภูกุ่มข้าว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีจุดแสดงนิทรรศการ ไดโนเสาร์ที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวเข้าเที่ยวชมทุกวัน จุดท่องเที่ยวเสริมที่ 2 คือ วัดพุทธนิมิตภูค่าว เป็นแหล่งโบราณสถานและโบราณวัตถุที่สำคัญ อยู่ห่างจากอำเภอสหัสขันธ์ประมาณ 7 กิโลเมตร ท่องเที่ยวที่แวะชม ไดโนเสาร์ภูกุ่มข้าว มักจะเดินทางมาท่องเที่ยวที่วัดพุทธนิมิต ภูค่าวเป็นส่วนใหญ่ และนักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวเสริม 2 แห่งดังกล่าวมีส่วนน้อยที่เดินทางท่องเที่ยวต่อไปถึงชุมชนผู้ไทบ้าน โพน เนื่องจากขาดการประชาสัมพันธ์เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้งสาม นับว่าชุมชนผู้ไทบ้าน โพนมีความเข้มแข็ง ในด้านขนบธรรมเนียมประเพณีในรอบ 1 ปี ด้านวัฒนธรรมการผลิตผ้าไหมแพรวา ด้านการต้อนรับและรูปแบบการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวอื่น มีที่พักและสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย สำหรับปัญหาที่ชาวบ้านโพนควรต้องปรับปรุงและพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้นั้น คือ ความเข้าใจต่อการรักษาวัฒนธรรมดั้งเดิมของความเป็นชาวผู้ไท และบทบาทของตนเองที่จะต้องกระทำต่อนักท่องเที่ยว

**ศิรินพรรณ ชุ่มอินทจักร (2545)** ได้ศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรเอกชนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสมาคมและชมรมที่ส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ตลอดจนเพื่อแสวงหาแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการดำเนินงานให้ดีขึ้นและมีประสิทธิภาพมากขึ้น การนำเสนอผลการศึกษาใช้แบบพรรณนา ผลการศึกษามีดังนี้

การดำเนินงานของสมาคมและชมรม ทั้ง 6 แห่ง ของจังหวัดเชียงราย มีวัตถุประสงค์ในการดำเนินงานร่วมกันคือ ต้องการที่จะเผยแพร่และพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนส่งเสริมและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามของจังหวัดเชียงราย นอกจากนี้การดำเนินงานของสมาคมและชมรมยังจะเป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างสมาชิกอีกด้วย การดำเนินงานของสมาคมและชมรมส่วนใหญ่ ยังมีการดำเนินงานมาไม่ถึง 10 ปี และสมาชิกของสมาคมและชมรมยังมีไม่มากนัก แต่ก็มีชมรมที่มีการดำเนินงานมากกว่า 30 ปี และมีจำนวนสมาชิกกว่า 80 คน ได้แก่ ชมรมภัตตาคารและร้านอาหาร กิจกรรมของสมาคมและชมรมที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น งานคอกบัวตองบานที่ดอยหัวแม่คำ จังหวัดเชียงราย งานมหรหรรรร้านอาหาร เป็นต้น

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของสมาคมและชมรมส่วนใหญ่พบว่า การดำเนินงานยังขาดการสนับสนุนในเรื่องงบประมาณจากหน่วยงานของรัฐ (ททท.) การดำเนินงานยังไม่สอดคล้องหรือเป็นไปตามวัตถุประสงค์ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ไม่ทราบหรือขาดความเข้าใจในวัตถุประสงค์ในด้านการบริหารงาน คณะกรรมการของสมาคมและชมรมก็ไม่ได้เข้ามาทำหน้าที่ของตนเองได้อย่างเต็มที่ และสมาชิกของสมาคมและชมรมยังไม่มีมากนัก ประกอบกับต้องดูแลกิจกรรมของตนเอง จึงทำให้เกิดปัญหาในเรื่องของความร่วมมือในการทำงาน ซึ่งจากปัญหาและอุปสรรคดังกล่าว ทำให้บทบาทในการส่งเสริมเผยแพร่และพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายยังไม่ดีเท่าที่ควร

ธนศ วงศ์ภาพสินธุ์ และคณะ (2546) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการจัดการท่องเที่ยวในการส่งเสริมการตลาด หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดสกลนคร โดยการวิจัยนี้ต้องการศึกษาแนวคิดประชากรเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในการส่งเสริมการตลาดส่งเสริมสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดสกลนครซึ่งมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ (1.) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร (2.) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมนโยบายรัฐบาลตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (3.) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ว่าเป็นโครงการที่สร้างขึ้นเพื่อแก้ปัญหาความยากจนอย่างแท้จริงหรือไม่อย่างไร (4.) เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 900 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 59.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดสกลนคร คิดเป็นร้อยละ 91.00 มีอายุส่วนใหญ่ระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 26.30 และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 63.20 เกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นในจังหวัดสกลนคร เพื่อส่งเสริมการตลาดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสกลนคร มีระดับการศึกษา ส่วนใหญ่อยู่ในระดับมัธยมศึกษา ร้อยละ 37.20 ประกอบอาชีพรับราชการ ร้อยละ 33.30 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท ร้อยละ 58.70 เกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นในจังหวัดสกลนคร เพื่อส่งเสริมการตลาดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสกลนคร ร้อยละ 87.80 ใช้วิธีการท่องเที่ยวแบบครอบครัว ร้อยละ 64.10 ใช้วิธีการเดินทางด้วยรถยนต์ ร้อยละ 81.30 ระยะเวลาในการท่องเที่ยวภายใน 1 วัน ร้อยละ 38.30 เห็นว่ามีสถานที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพียงพอ ร้อยละ 66.80 และเห็นว่าควรจัดให้มีสถานที่จำหน่ายของที่ระลึก ร้อยละ 98.00

สำหรับความคิดเห็นในแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการส่งเสริมด้านการตลาดที่เกี่ยวกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่เห็นว่าควรมี ร้อยละ 98.80 เห็นด้วยกับการให้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มาจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวร้อยละ 98.30 และเห็นว่ามีการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสกลนครให้กับนักท่องเที่ยวไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 58.80 เห็นว่าสถานที่ควรจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยว โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดอันดับที่ 1 คือ พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ อันดับ 2 คือ พระธาตุเชิงชุม อันดับ 3 คือ วัดป่าอุดมสมพร แหล่งท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีการวางขายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามต้องการมากที่สุดอันดับ 1 คือ พระธาตุเชิงชุม อันดับ 2 คือ พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ อันดับ 3 คือ วัดป่าสุทธาวาส และสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามรู้จักมากที่สุด อันดับ 1 คือ เนื้อโคขุนโพนยางคำ อันดับ 2 คือ ไร่ห่มแม่และน้ำผลไม้ อันดับ 3 คือ สุราแซ่ สำหรับภาพรวมของการส่งเสริมอาชีพในชุมชนจังหวัดสกลนครอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจกับอาชีพที่เกิดจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากที่สุด การส่งเสริมนโยบายรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลางผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่า โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ทำให้ชุมชนมีความสามัคคี เป็นโครงการที่ทำขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาความยากจน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่พอใจกับรายได้ที่เกิดจากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาดของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนใหญ่ต้องการให้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดอย่างกว้างขวางมากที่สุด การศึกษาผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความสนใจจากตลาดและมีศักยภาพสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อการส่งออกของจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่ามีการนำเอาวัตถุดิบในท้องถิ่นมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

**พระ พิพัฒน์ โยธะพงส์ (2547)** ได้ศึกษาการจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาวิธีการจัดการแหล่งพักอาศัยที่เหมาะสมสำหรับแหล่งท่องเที่ยวที่มีที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และศึกษาสภาพทั่วไปในปัจจุบันของแหล่งที่พักอาศัยที่มีวัฒนธรรมเฉพาะของชุมชนที่เป็นที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกำหนดขอบเขตของพื้นที่ศึกษาในหมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโค้ง อำเภอภูพานารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และได้กำหนดกรอบในการวิจัยเกี่ยวกับการจัดการกระบวนการ และรูปแบบการบริหารจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยว รวม 6 ด้าน ได้แก่ การ

จัดการองค์การ การจัดการด้านกายภาพ การจัดการด้านการตลาด การจัดการด้านการเงิน การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม กลุ่มประชากรในการวิจัยนี้แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มคือ (1) กลุ่มเจ้าของแหล่งพักอาศัยที่เป็นโฮมสเตย์ในปัจจุบัน จำนวน 33 หลัง (2) กลุ่มเจ้าของแหล่งพักอาศัยที่เคยเป็นโฮมสเตย์ จำนวน 2 หลัง (3) กลุ่มเจ้าของแหล่งพักอาศัยที่ไม่ได้เป็นโฮมสเตย์ จำนวน 95 หลัง (4) กลุ่มผู้นำชุมชน และ (5) กลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งใช้กลุ่มตัวอย่างของกลุ่มประชากรที่ (1) ถึง (4) นับเป็นจำนวนร้อยละ 100 และในกลุ่มตัวอย่างที่ (5) ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2547 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 65 คน แต่ตอบแบบสอบถามเพียง 51 คน คิดเป็นร้อยละ 78.5 ในการศึกษาได้ออกแบบสอบถามจำนวน 4 แบบ โดยแบบสอบถามที่ 1 มีเนื้อหาเกี่ยวกับการจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ของเจ้าของบ้าน ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ (1) แบบสอบถามที่ 2 มีเนื้อหาเกี่ยวกับความคิดเห็นของชุมชนในการจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ (1) (2) และ (3) และแบบสอบถามที่ 3 เกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์ในหมู่บ้านโคกโก่ง ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ (5) และแบบสอบถามที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน ใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ (4) นอกจากนี้ ยังมีการเก็บข้อมูลโดยใช้การสังเกต และการบันทึกภาพร่วมด้วย

ผลการศึกษาพบว่า สภาพทั่วไปในหมู่บ้านโคกโก่ง ได้เปิดโฮมสเตย์มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 จนถึงปัจจุบัน (พ.ศ.2547) นับเป็นเวลา 6 ปี มีรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีที่พักแบบโฮมสเตย์ มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทางและการปฏิบัติสภาพทั่วไปในหมู่บ้าน เป็นหมู่บ้านชนบท ที่มีวิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณี เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทย และดำรงอยู่จนถึงปัจจุบัน ประชากรส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร พื้นที่ในหมู่บ้านร้อยละ 90 ใช้ทำนา แหล่งพักอาศัยส่วนใหญ่เป็นอาคารครึ่งอิฐครึ่งไม้ชั้นเดียว ใต้ถุนสูง เช่นเดียวกับบ้านโดยทั่วไปในภาคอีสาน ในหมู่บ้านมีวัดเป็นศูนย์กลางในการทำกิจกรรมต่างๆ และชาวบ้านมีชีวิตผูกพันกับป่าและภูเขา ซึ่งเป็นแหล่งอาหาร แหล่งน้ำ การจัดการการท่องเที่ยวในหมู่บ้านโคกโก่งพบว่า (1) มีการจัดการองค์การแบบที่ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างเป็นรูปธรรม ชุมชนให้ความร่วมมือและพอใจในกระบวนการที่ทำอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แต่มีจุดอ่อน คือ ไม่มีการแบ่งงานให้มีผู้รับผิดชอบด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และการให้คำปรึกษาของที่ปรึกษาไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง (2) การจัดการด้านกายภาพพบว่าหมู่บ้านโคกโก่งไม่มีเอกลักษณ์ทางด้านกายภาพที่ชัดเจนของสถาปัตยกรรมชาวไทย จึงไม่นำเสนอลักษณะทางกายภาพของหมู่บ้านเป็นจุดเด่นในการท่องเที่ยว มีการจัดการเพียงบำรุงรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบของบ้านพักโฮมสเตย์โดยเจ้าของบ้านเป็นผู้ดำเนินการ ส่วนใหญ่สามารถทำได้

เรียบร้อย และนักท่องเที่ยวพอใจ (3) การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการเองโดยชุมชนในปัจจุบัน ยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวน้อย จึงต้องการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว (4) ชุมชนมีความต้องการเงินทุนสำหรับบำรุงรักษาบ้านพักที่เป็นโฮมสเตย์ และแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้าน จึงควรให้การสนับสนุนเงินกองทุนเพิ่มเติม สำหรับใช้จ่ายในการบำรุงรักษาบ้านพักและแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว จากเดิมที่มีการจัดการจัดสรรสำหรับกิจกรรมการต้อนรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น (5) การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเน้นการนำเสนอด้านวัฒนธรรมความเป็นอยู่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและวิถีชีวิตของชาวผู้ไทที่สัมพันธ์กับป่าและภูเขา และควรส่งเสริมให้จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตเช่น ในช่วงฤดูเกี่ยวข้าวให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมด้วยเพื่อเพิ่มจุดเด่นในกิจกรรมการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน (6) จัดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชนขึ้นอยู่กับจำนวนที่พักที่ชุมชนสามารถจัดให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้ แต่จะต้องคำนึงถึงความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และมีการจัดการขยะและน้ำเสียในหมู่บ้านเพิ่มเติม เพื่อให้รองรับนักท่องเที่ยวได้ตามจำนวนที่พักที่มีอยู่ ข้อเสนอแนะอื่นๆ ที่ควรเร่งดำเนินการได้แก่ การจัดให้มีการรวมกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ใกล้เคียง และจัดกิจกรรมร่วมกันเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชน

รติกา อังกูร และคณะ (2549) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ในปัจจุบันรวมทั้งศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อให้เป็นสื่อกลางในการถ่ายทอดความเป็นชนชาติไทย และศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ โดยทำการศึกษาจากกลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิในท้องถิ่น กลุ่มผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ประกอบการ ภาคเอกชน กลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณใกล้เคียง และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่ 7 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต และจังหวัดนนทบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและแบบสอบถามจำนวน 6 ชุด ได้แก่แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหาร และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิในท้องถิ่น แบบสอบถามผู้นำชุมชน แบบสัมภาษณ์ผู้ประกอบการภาคเอกชน แบบสอบถามประชาชน และแบบสอบถามนักท่องเที่ยวการวิเคราะห์

ข้อมูลสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ส่วนข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ และหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก สำหรับคำถามแบบจัดลำดับ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สถานการณ์และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในปัจจุบัน จากการศึกษาสถานการณ์และรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัดต่างๆ พบว่าการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวิถีชีวิต และความงดงามในศิลปวัฒนธรรมไทยที่มีความวิจิตรอลังการ และแตกต่างจากชาติอื่นๆ สำหรับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น และการเที่ยวชมความงดงามของศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างไรก็ตามแม้ว่าการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญด้านบวกต่อเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม แต่การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมายังพบว่าแต่ละจังหวัดมีปัญหาสำคัญซึ่งเป็นผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่ต้องได้รับการแก้ไขโดยด่วนที่คล้ายคลึงกัน หากแต่มีความละเอียดอ่อนที่แตกต่างกันออกไป ทั้งนี้เพราะแต่ละท้องถิ่นต่างก็มีลักษณะเฉพาะทั้งในวิถีการดำเนินชีวิต และลักษณะทางสังคมที่ต่างกันปัญหาหรือผลกระทบที่เกิดขึ้น ได้แก่ปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ปัญหาโครงสร้างพื้นฐาน ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ปัญหาการขาดแคลนงบประมาณในการปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด ปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง ปัญหาด้านบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการด้านการท่องเที่ยว ปัญหาด้านการบริหารจัดการในชุมชน ปัญหาการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณีและการลดคุณค่าดั้งเดิมของศิลปวัฒนธรรม

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่เอื้อกลางในการถ่ายทอดความเป็นชนชาติไทย จากการศึกษาพบว่าแต่ละจังหวัดต่างก็มีศักยภาพและความโดดเด่นในลักษณะที่ใกล้เคียงกันทั้งในเรื่องความเป็นมา และความเก่าแก่ของประวัติศาสตร์โบราณสถานความมีเอกลักษณ์ในวัฒนธรรมและวิถีชีวิตและความงดงามในศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเป็นที่สนใจและนิยมมาเที่ยวชมทั้งในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และนักท่องเที่ยวชาวไทยขณะเดียวกันยังมีความหลากหลายในเรื่องชาติพันธุ์และมีการรวมกลุ่มของวัฒนธรรมชุมชนที่เข้มแข็งจากศักยภาพดังกล่าวซึ่งถือเป็นจุดแข็งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของจังหวัด อย่างไรก็ตามจากการศึกษาได้เสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยภาพรวมไว้หลายประเด็น ได้แก่ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและ

ความหลากหลายทางวัฒนธรรมมาเป็นแกนหลักในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว การกระจายอำนาจการบริหารจัดการแก่ชุมชน และการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ในฐานะเจ้าของวัฒนธรรมความชัดเจนของนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่นการทบทวนศักยภาพขีดความสามารถและข้อจำกัดของการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การกำหนดมาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สำหรับการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชน ในฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่ยังไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนขององค์กรบริหารส่วนตำบล (อบต.) อย่างไรก็ตาม ในส่วนขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวนั้น พบว่าส่วนใหญ่มักมีการบริหารจัดการโดยอาศัยการมีส่วนร่วม ในขั้นตอนต่างๆ ของการดำเนินงานในหลายลักษณะ ตั้งแต่ร่วมคิดกิจกรรม ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมสนับสนุนทุนและแรงงาน และร่วมติดตามประเมินผล

พรพรรณ เปล่งปลั่ง (2550) ได้ศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการของการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน และศึกษารูปแบบในการจัดการการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน การศึกษารั้ครั้งนี้ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีพื้นที่ในการศึกษาคือ ตลาดน้ำตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร กลุ่มคนที่ศึกษาคือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำตลิ่งชัน ได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่สำนักงานเขตตลิ่งชัน กลุ่มประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชัน ทั้งคณะกรรมการบริหารประชาคมและสมาชิกประชาคม กลุ่มพันธมิตรของประชาคม กลุ่มชาวบ้านที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับตลาดน้ำ และกลุ่มนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า พัฒนาการของการท่องเที่ยวที่ตลาดน้ำตลิ่งชัน แบ่งออกได้เป็น 3 ช่วงใหญ่ๆ คือ 1) ตลาดน้ำตลิ่งชันในอดีต (ก่อน พ.ศ. 2530) 2) ตลาดน้ำตลิ่งชันยุคตลาดสินค้าเกษตร (พ.ศ. 2530–2540) และ 3) ตลาดน้ำตลิ่งชันยุคทัวร์กลอง (พ.ศ. 2540-2548) พัฒนาการดังกล่าวเป็นการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางกายภาพและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การเกิดน้ำท่วมใหญ่ การตัดถนน การประกาศใช้พระราชบัญญัติการจราจรทางน้ำ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของระดับประเทศและกรุงเทพมหานคร รวมไปถึงการผลักดันแนวคิดการมีส่วนร่วม และการท่องเที่ยว

เชิงอนุรักษ์ รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวในช่วงตลาดสินค้าเกษตร (พ.ศ. 2530-2540) เน้นที่การขายสินค้าเกษตรซึ่งเป็นผลผลิตจากสวนของชาวบ้านในพื้นที่เขตตลิ่งชัน การจัดการตลาดน้ำดำเนินการโดยสำนักงานเขตตลิ่งชัน ต่อมาเมื่อเข้าสู่ช่วงที่ 3 คือ ยุคทัวร์คลอง (พ.ศ. 2540-2548) ได้มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำโดยมีกิจกรรมเพิ่มเติมขึ้นมาคือการจัดแสดงดนตรี และการท่องเที่ยวทัวร์คลอง จากเดิมที่มีเพียงการขายสินค้าการเกษตร การจัดการท่องเที่ยวตลาดน้ำในช่วงที่ 3 นี้ เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยมีการจัดตั้งประชาคมตลาดน้ำตลิ่งชันขึ้น และขยายขอบเขตการมีส่วนร่วมโดยมีกลุ่มพันธมิตรที่หลากหลายมากขึ้น เช่น กลุ่มโรงเรียน กลุ่มวัด กลุ่มเจ้าของสวน เป็นต้น พัฒนาการที่สำคัญอีกประการหนึ่งของตลาดน้ำตลิ่งชันคือ เมื่อมีกระแสตื่นตัวเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในช่วงปี พ.ศ. 2545 ตลาดน้ำตลิ่งชันก็ได้นำเอาแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ในการจัดการท่องเที่ยวทัวร์คลองที่ตลาดน้ำตลิ่งชันด้วย

ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ซึ่งวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาใช้บริการโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานไทยในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างเป็นครั้งแรก จำนวน 260 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการของโฮมสเตย์

จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโฮมสเตย์ในมุมมองของนักท่องเที่ยวสูงสุด ในปัจจัยด้านผู้บริโภค คือ ความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์ สภาพแวดล้อม ปัจจัยด้านต้นทุน คือ ความเหมาะสมของราคาที่พัก ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย คือ ความสามารถเดินทางไป-มาสะดวก และปัจจัยด้านการติดต่อสื่อสาร คือ การติดต่อขอข้อมูลเกี่ยวกับโฮมสเตย์และการท่องเที่ยวทางโทรศัพท์ ส่วนการศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการบริการโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์บริการด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ส่วนด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด แต่มีความคาดหวังไว้ก่อนไปท่องเที่ยวเพียงระดับมาก อย่างไรก็ตามด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง

และความพึงพอใจในระดับปานกลาง การบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง จึงควรเน้นให้ความสำคัญกับด้านการส่งเสริมการตลาดมากที่สุด เพราะเป็นจุดอ่อนของการบริการโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง เนื่องจากพบว่าเกิดช่องว่างระหว่างระดับความคาดหวังและความพึงพอใจในปัจจัยดังกล่าวมากที่สุด จึงควรปรับปรุงในประเด็นการมีเว็บไซต์แนะนำที่พักและบริการ รวมถึงการติดต่อของห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตได้ เป็นลำดับสำคัญ

ชลธิณี อยู่คง (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อศึกษาแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2551-2554 เพื่อศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยว และเพื่อนำเสนอการวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร โดยทำการศึกษาในเขตพื้นที่อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร มีกลุ่มตัวอย่างคือหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 30 คน หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 30 คน ประชาชนจำนวน 215 คน นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 185 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอก จากผลการวิจัยวิเคราะห์จากการรวบรวมลักษณะการเดินทาง และวัตถุประสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารมาจากเพื่อน/ญาติ โดยส่วนมากมาเพื่อล่องแพ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางคือการมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว ซึ่งใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และการเดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่จะไม่พักค้างคืน ส่วนที่พักค้างคืนจะเลือกพักรีสอร์ทเป็นจำนวน 1 คืน โดยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่อครั้งประมาณ 1,000-3,000 บาท จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำมาวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร ได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ คือ อำเภอพะโต๊ะจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในระดับภาคใต้ที่มีคุณภาพสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี พัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสังคมและชุมชนอย่างยั่งยืนควบคู่ไปกับการฟื้นฟูมรดกด้านวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ภารกิจ คือ 1.ส่งเสริม สนับสนุนการบริหารจัดการตลาดและการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสร้างรายได้แก่ประชาชนในท้องถิ่น 2.สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของอำเภอพะโต๊ะให้เกิดความสมดุล ยั่งยืน 3.บูรณาการประสานงาน การขับเคลื่อนนโยบายและการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้มีเอกภาพเชื่อมโยงกับทุกภาคส่วน และ 4.พัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน

เป้าหมาย คือ 1.รายได้จากการท่องเที่ยวของอำเภอพะโต๊ะเพิ่มมากขึ้น 2.จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น 3.อำเภอพะโต๊ะได้รับการยอมรับว่ามีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามและบริการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพได้มาตรฐานปลอดภัยและยั่งยืน 4.ส่งเสริมให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับท่องเที่ยวมากขึ้น 5.ประชาชนเกิดความสำนึกรักบ้านเกิดและช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติของอำเภอพะโต๊ะต่อไป

**วิชัญษา ปานศิริ (2552)** ได้ทำการวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา เขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเข้าไปมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประชาชน และเพื่อสร้างแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดราชบุรี โดยทำการศึกษาพื้นที่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดราชบุรี มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 394 คน จากประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดราชบุรีทั้งสิ้น 25,683 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถาม มีการรายงานผลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ จำนวน ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าร้อยละ และรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่าง t-test จากผลการวิจัย พบว่า ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 77.40 มีอายุระหว่าง 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 52.30 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้วคิดเป็นร้อยละ 63.70 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 86.50 และประกอบอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจคิดเป็นร้อยละ 80.70 ซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.60 ส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่คิดเป็นร้อยละ 85.30 และไม่ได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกขององค์กรท้องถิ่น คิดเป็นร้อยละ 89.80

ผลการวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ด้านลักษณะการมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (2.32) ด้านการค้นหาและการวิเคราะห์ปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (2.45) ด้านการวางแผนในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (2.44) ด้านการปฏิบัติกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (2.44) ด้านการติดตามประเมินผลในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย (2.15) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า ด้านปัจจัยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.42) ด้านทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.61) ด้านประโยชน์จากการพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.95) ด้านปัญหาความเสื่อมโทรม

ของแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.31) ด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.29) ด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อเศรษฐกิจในท้องถิ่นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.70) ด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อสังคมและวัฒนธรรมในท้องถิ่นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.60) ด้านการท่องเที่ยวส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.82) ด้านการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวจากภาครัฐในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (2.92) ด้านการชักชวนจากบุคคลหรือหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้นำหมู่บ้าน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.42) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดเพชรบุรี พบว่า ด้านสภาพปัญหาในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.42) ด้านปัญหาเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (3.40) ด้านปัญหาเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.20) ด้านปัญหาเกี่ยวกับการบริการในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.24) ด้านปัญหาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.13) ด้านปัญหาเกี่ยวกับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.07) ด้านปัญหาเกี่ยวกับนโยบายจากองค์กร/หน่วยงานของรัฐในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (3.34)

และจากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ต่างกัน ได้แก่ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรีต่างกัน พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันจะมีการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรี ทั้งในภาพรวมและรายด้านต่างกัน ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันจะมีการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรี ทั้งในภาพรวมและรายด้านต่างกัน ยกเว้นด้านการค้นหาและวิเคราะห์ปัญหาด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประชาชนที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันจะมีการมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรี ทั้งในภาพรวมและรายด้านต่างกัน

**นัยนา คำกันตศิลป์ (2552)** ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะมุกด์ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลที่เหมาะสมบนพื้นที่เกาะมุกด์ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง โดยมีการกำหนดประชากรกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มาเที่ยวในเกาะมุกด์ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบ

บังเอิญ จำนวน 200 คน ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ SPSS For Window เพื่อหาค่าร้อยละ และการแจกแจงความถี่ และค่าความสัมพันธ์ของตัวแปร จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวสัญชาติไทย เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายและอยู่ในช่วงอายุ 21-40 ปี มากที่สุด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 6,000-20,000 บาท ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวที่เกาะมุกด์เป็นครั้งแรก เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์โดยซื้อทัวร์แบบเข้าไปเย็นกลับ (One day Tour) ชำระค่าบริการนำเที่ยวต่อคนเป็นเงินไม่เกิน 3,520 บาท ส่วนใหญ่เลือกกิจกรรมการดำน้ำ ดูนกปะการัง เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความเข้าใจในแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดีและมีความต้องการรูปแบบกิจกรรมการอนุรักษ์แนวปะการังเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนมากมีแนวคิดด้านการสร้างสรรค์รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีความหลากหลายและเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวทุกวัย

และจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเข้าใจในแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดีไม่แตกต่างกัน และพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกันว่าแนวคิดรูปแบบกิจกรรมที่มีความหลากหลายและเหมาะสมกับคนทุกวัยนั้นเหมาะสมกับเกาะมุกด์มากที่สุด

**ยุทธพงษ์ เมสพันธ์ (2552)** ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการเทศกาลและงานประเพณีให้ยั่งยืน กรณีศึกษา: เทศกาลแข่งขันเรือยาวประเพณี ณ วัดศิริเจริญเนินหม้อ ตำบลโคกหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการแข่งขันเรือยาวประเพณี เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นที่มีต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการแข่งขันเรือยาวประเพณี และเพื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งเสริมในการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการจัดการแข่งขันเรือยาวประเพณี โดยทำการศึกษาในเขตพื้นที่ชุมชนวัดศิริเจริญเนินหม้อ ตำบลโคกหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ในการศึกษาในครั้งนี้มีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน จากจำนวนประชากรทั้งหมด 8,902 คน ซึ่งทำการสุ่มตัวอย่างโดยความบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ได้แก่ การหาค่าแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทำการเปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้การวิเคราะห์ F-test และหาค่าความสัมพันธ์โดยใช้การวิเคราะห์ Pearson Correlation

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้มีส่วนร่วมในงานประเพณีการแข่งขันเรือยาวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 60.30 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 39.80 ซึ่งมีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 72.00 โดยส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 53.30 มีการศึกษาอยู่ในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง คิดเป็นร้อยละ 31.50 โดยส่วนใหญ่ทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ

44.80 มีรายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 9,001-11,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.80 และเมื่อวิเคราะห์ถึงระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเทศบาลและงานประเพณีท้องถิ่นให้ยั่งยืน พบว่าระดับปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเทศบาลและงานประเพณีท้องถิ่นโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (4.26) โดยมีปัจจัยส่งเสริมด้านความร่วมมือและประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับมากที่สุด (4.40) ด้านกิจกรรมและกระบวนการอยู่ในระดับมากที่สุด (4.39) ด้านพื้นที่อยู่ในระดับมากที่สุด (4.26) รองลงมาอยู่ในด้านการจัดการอยู่ในระดับปานกลาง (3.97) และการวิเคราะห์ถึงระดับการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเทศบาลและงานประเพณีให้ยั่งยืน พบว่าการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเทศบาลและงานประเพณีให้ยั่งยืนโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง (2.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเสียสละแรงงานในการลงปฏิบัติภาคสนามอยู่ในระดับมาก (3.55) ด้านชักชวนเพื่อนให้มามีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง (3.28) ด้านการมีส่วนร่วมในการบำรุงรักษาอยู่ในระดับปานกลาง (3.02) ด้านความถี่ในการประชุมอยู่ในระดับปานกลาง (2.36) ด้านการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับวิธีการแก้ไขปัญหามีอยู่ในระดับน้อย (2.58) ด้านการเสนอปัญหาเกี่ยวกับการแข่งขันอยู่ในระดับน้อย (2.57) ด้านการเสนอแนะแนวทางป้องกันอยู่ในระดับน้อย (2.55) ด้านการมีส่วนร่วมในการศึกษาผลกระทบอยู่ในระดับน้อย (2.54) ด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนอยู่ในระดับน้อย (2.40) ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย (2.36) ด้านการมีส่วนร่วมในการตรวจสอบติดตามอยู่ในระดับน้อย (2.36) ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลอยู่ในระดับน้อย (2.36) ด้านการทำหน้าที่ประสานงานอยู่ในระดับน้อย (2.35) และด้านการมีส่วนร่วมในการควบคุมการดำเนินงานอยู่ในระดับน้อย (2.35) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน พบว่า การวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านต่างๆ ตามช่วงอายุที่แตกต่างกัน ผลการศึกษา ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมด้านต่างๆ สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่งเสริมการมีส่วนร่วมในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ และด้านความร่วมมือและประโยชน์ที่ได้รับแตกต่างกันตามช่วงอายุ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 และการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมด้านต่างๆ พบว่า ตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนี้ ปัจจัยด้านพื้นที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านการจัดการร้อยละ 40.40 ด้านกิจกรรมและกระบวนการร้อยละ 55.80 และด้านความร่วมมือและประโยชน์ที่ได้รับร้อยละ 53.10 ปัจจัยด้านการจัดการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับ ปัจจัยด้านพื้นที่ร้อยละ 40.40 ด้านกิจกรรมและกระบวนการร้อยละ 28.40 และด้านความร่วมมือและประโยชน์ที่ได้รับร้อยละ 33.50 ปัจจัยด้านกิจกรรมและกระบวนการมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้าน

พื้นที่ร้อยละ 55.80 ด้านการจัดการร้อยละ 28.40 และด้านความร่วมมือและประโยชน์ที่ได้รับร้อยละ 67.00 ปัจจัยด้านความร่วมมือและประโยชน์ที่ได้รับมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปัจจัยด้านพื้นที่ร้อยละ 53.10 ด้านการจัดการร้อยละ 33.50 และด้านกิจกรรมและกระบวนการร้อยละ 67.00 ตามลำดับ

สิทธิกร โนรินทร์ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องพฤติกรรมและทัศนคติต่อการจัดการและอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติแม่ยม จังหวัดแพร่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอุทยานแห่งชาติแม่ยมในปัจจุบัน และเพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการจัดการและอนุรักษ์ธรรมชาติของอุทยานแห่งชาติแม่ยม มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 370 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย มีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้สถิติทดสอบ Chi-Square และ F-test จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 53.50 ซึ่งมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 22.50 ที่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52.50 ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 24.25 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 25.75 ส่วนข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นยานพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติแม่ยม ร้อยละ 81.25 โดยมีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่าง 5-7 คน ร้อยละ 35.00 ซึ่งมาท่องเที่ยวในลักษณะครอบครัว ร้อยละ 51.25 มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ร้อยละ 70.00 ส่วนใหญ่ทราบข่าวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวของอุทยานจากสื่อคนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 39.33 ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวอุทยานโดยเฉลี่ย 1 วัน ร้อยละ 73.25 ส่วนใหญ่กำหนดงบประมาณค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอุทยานต่ำกว่า 2,500 บาท ร้อยละ 72.00 เลือกเดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานช่วงประมาณเดือนมกราคม-มีนาคม ร้อยละ 42.00 กลุ่มหรือบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอุทยาน คือ ครอบครัว ร้อยละ 45.50 ต้องการนอนที่อุทยานจะเลือกใช้สถานที่พักรูปแบบเต็นท์มากที่สุดร้อยละ 55.75 และคิดว่าความไม่สะดวกในการเดินทางเป็นอุปสรรคของการท่องเที่ยวอุทยานมากที่สุด ร้อยละ 52.00

ด้านทัศนคติที่มีต่อการจัดการและการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติแม่ยม จังหวัดแพร่ พบว่าทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการและการอนุรักษ์อุทยานนั้น โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ ด้านการแบ่งพื้นที่การจัดการและด้านการประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนท้องถิ่นอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดเองลงมา คือ ด้านการจัดการผู้มาเยือน/นักท่องเที่ยวอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด และด้านการวาง

ฝั่งบริเวณ และด้านพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการวางแผนการจัดการและอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

อรรถัย มูลคำ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่:กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ และมีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมากับครอบครัว พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการไปส่วนใหญ่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาล และใช้บ้านพักเป็นสถานที่พักแรม ด้านความพึงพอใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องด้านกระบวนการให้บริการ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวโดยภาพรวมผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากผลการวิจัยพบอีกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศและอายุต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้านวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และกระบวนการให้บริการมีความสัมพันธ์มากที่สุดกับการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว ด้านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 โดยมีความสัมพันธ์ 79.5 เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ด้านหนังสือพิมพ์ นิตยสาร/วารสาร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข้อมูลผ่านทางสื่อต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในอุทยานมากขึ้น

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ได้ข้อสรุปเพื่อนำไปศึกษางานวิจัยนี้ คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ ดังนั้นการพัฒนานุเคราะห์และแหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของอุตสาหกรรมประเภทนี้ ดังนั้นจึงได้ทำการศึกษาคุณภาพในด้านการบริการ

และคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ได้ศึกษาถึงส่วนประสมทางการตลาดและศักยภาพของชุมชนของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

ส่วนแนวทางการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น ขึ้นอยู่กับการบริหารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชน ในฐานะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการบริหารจัดการนั้นอาศัยการมีส่วนร่วม จะมีขั้นตอนต่างๆ ของการดำเนินงานในหลายลักษณะคือ ตั้งแต่ร่วมคิดกิจกรรม ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมสนับสนุนทุนและแรงงาน และร่วมติดตามประเมินผล โดยการศึกษาในครั้งนั้นได้ทำการสัมภาษณ์กลุ่มผู้นำชุมชนเพื่อศึกษาถึงสภาพปัจจุบันและแนวทางการพัฒนาในอนาคตของชุมชน ซึ่งรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มศักยภาพของชุมชนส่วนใหญ่จะเน้นด้านการพัฒนาเส้นทาง ความสะดวกและความสะอาด ร้านค้าและของที่ระลึก ประชาสัมพันธ์ ความปลอดภัย และการอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 3.1 วิธีการวิจัย
- 3.2 ประชากรในการวิจัยและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ
- 3.5 ผลการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 วิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) และการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) จากนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ชาวบ้านที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นแหล่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยววันนั้น และผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงาน และหัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย

#### 3.2 ประชากรในการวิจัยและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.2.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษานี้แบ่งเป็น 3 กลุ่มคือ

1. นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยววันนั้นในวันที่เก็บรวบรวมข้อมูล
2. ชาวบ้านที่มาทำงาน หรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นแหล่งที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย
3. ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงานและหัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย

### 3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาโดยไม่ทราบประชากรที่แน่นอนได้ทั้งสิ้น 3 กลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สูตรคำนวณดังนี้ (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540)

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

โดยที่	n	=	จำนวนตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา
	p	=	ค่าความน่าจะเป็นของประชากรในที่นี้กำหนดให้เท่ากับ 0.8
	q	=	1 - p
	e	=	ค่าความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้ซึ่งจะคลาดเคลื่อนสูงสุดได้ไม่เกินร้อยละ 5 ในที่นี้จึงเท่ากับ 0.05
	Z	=	ค่ามาตรฐานเมื่อมีการกระจายแบบโค้งปกติ ในที่นี้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ดังนั้นค่า Z จึงเท่ากับ 1.96

แทนค่าแต่ละตัวแปรในสูตรดังกล่าวจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ขนาดตัวอย่าง}(n) &= \frac{(1.96)^2 (0.8)(0.2)}{(0.05)^2} \\ n &= 245.86 \quad \text{ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

ในการศึกษาได้รวบรวมข้อมูลจาก 3 กลุ่มเป้าหมายโดยกำหนดการเก็บตัวอย่างจำนวนอย่างน้อย 246 ตัวอย่างซึ่งเป็นไปตามระเบียบวิธีวิจัย และสำหรับการวิจัยในครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมจำนวน 340 ตัวอย่าง โดยมีการแยกจำนวนตัวอย่างตามกลุ่มเป้าหมายดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ในวันที่เก็บรวบรวมข้อมูล จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยให้ทุกๆ หน่วยในกลุ่มของประชากรที่ต้องการศึกษามีโอกาสในการถูกเลือกเท่าๆกัน เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างใน 4 พื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 50 คน รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 200 คน (นราศรี ไวนิชกุล และ ชุติศักดิ์ อุดมศรี, 2545)

2. ชาวบ้านที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว นั้นจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างใน 4 พื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 25 คน รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 100 คน

3. ผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงาน และหัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Random Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างใน 4 พื้นที่ศึกษา พื้นที่ละ 10 คน รวมเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 40 คน

### 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยมี 2 เครื่องมือ คือ

1. แบบสอบถาม จะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ

1.1 นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวในวันที่ได้รับรวบรวมข้อมูล ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

1.2 ชาวบ้านที่มาทำงาน หรือที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งเที่ยวนั้น ซึ่งแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ศักยภาพและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

2. แบบสัมภาษณ์จะใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงาน และหัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ซึ่งแบบสัมภาษณ์แบ่งเป็น 4 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์และแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนา

ส่วนที่ 3 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

โดยแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ใช้มาตราประมาณค่า 5 ระดับจากน้อยที่สุดถึงมากที่สุด และคำถามปลายเปิดเพื่อให้ข้อเสนอแนะ

การกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน

ระดับความคิดเห็น	ระดับคะแนน
เห็นด้วยมากที่สุด หรือเหมาะสมมากที่สุด	5
เห็นด้วยมาก หรือเหมาะสมมาก	4
เห็นด้วยปานกลาง หรือเหมาะสมปานกลาง	3
เห็นด้วยน้อย หรือเหมาะสมน้อย	2
เห็นด้วยน้อยมาก หรือเหมาะสมน้อยมาก	1

การแปลผลแบบสอบถามความคิดเห็น ได้แบ่งเป็น 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด หรือเหมาะสมมากที่สุด เห็นด้วยมาก หรือเหมาะสมมาก เห็นด้วยปานกลาง หรือเหมาะสมปานกลาง เห็นด้วยน้อย หรือเหมาะสมน้อย และเห็นด้วยน้อยมาก หรือเหมาะสมน้อยมาก โดยมีเกณฑ์การพิจารณาความคิดเห็นจากการคำนวณอันตรภาค ดังนี้

สูตรการคำนวณอันตรภาคชั้น

คะแนนสูงสุด	5	คะแนน
คะแนนต่ำสุด	1	คะแนน
พิสัย (Range)	$\frac{5-1}{5} = 0.80$	
อันตรภาคชั้น	$= 0.80$	

จากเกณฑ์การพิจารณาดังกล่าวสามารถกำหนดระดับความคิดเห็นได้ดังนี้

1.00 – 1.80	หมายถึง เห็นด้วยน้อยมาก หรือเหมาะสมน้อยมาก
1.81 – 2.60	หมายถึง เห็นด้วยน้อย หรือเหมาะสมน้อย
2.61 – 3.40	หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง หรือเหมาะสมปานกลาง
3.41 – 4.20	หมายถึง เห็นด้วยมาก หรือเหมาะสมมาก
4.21 – 5.00	หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด หรือเหมาะสมมากที่สุด

สำหรับการแปลความหมายค่าร้อยละ จากแบบสอบถามใช้เกณฑ์ดังนี้คือไปนี้

น้อยกว่า ร้อยละ 20	หมายถึง น้อยที่สุด
ร้อยละ 40	หมายถึง น้อย
ร้อยละ 60	หมายถึง ปานกลาง
ร้อยละ 80	หมายถึง มาก
ตั้งแต่ ร้อยละ 80 ขึ้นไป	หมายถึง มากที่สุด

### 3.4 การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ โดยการนำแบบสอบถามไปทดสอบหาความเที่ยงตรง และทดสอบความเชื่อมั่น ดังนี้

1. การทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยหรือไม่ แล้วจึงนำมาปรับปรุงแก้ไขเพื่อดำเนินการในขั้นต่อไป

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ได้อาศัยวิธีการทดสอบก่อน (Pre-Test) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน 1 ครั้ง โดยทำการทดสอบกับกลุ่มประชากรทั่วไปที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างแล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยวิธีการหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) ของครอนบาค (Cronbach Method) (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545)

### 3.5 ผลการสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้สำหรับรวบรวมข้อมูลที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) เพื่อพิจารณาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้วิธีของ Cronbach ซึ่งเสนอวิธีหาความค่าเชื่อมั่นที่สามารถใช้กับเครื่องมือที่ไม่ได้ตรวจให้คะแนนเป็น 0 และ 1 เป็นการตัดแปลงจากสูตร KR<sub>20</sub> ของ Kuder-Richardson ซึ่งใช้กับแบบทดสอบแบบเลือกตอบที่ให้คะแนน 1 สำหรับคำตอบที่ถูก และ 0 สำหรับคำตอบที่ผิด เงื่อนไขดังกล่าวทำให้สูตรนี้ไม่เหมาะสำหรับใช้กับเครื่องมือที่ไม่ได้ตรวจให้คะแนนเป็น 1 กับ 0 ดังนั้นในการศึกษาจึงใช้ค่าความเชื่อมั่นที่หาด้วยวิธีของ Cronbach เรียกว่า สัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ซึ่งเหมาะสำหรับเครื่องมือที่เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า มีสูตรดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[ \frac{1 - \sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ $\alpha$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
K	แทน	จำนวนข้อของเครื่องมือวัด
$\sum S_i^2$	แทน	ผลรวมของความแปรปรวนของแต่ละข้อ
$S_i^2$	แทน	ความแปรปรวนของคะแนนรวม

การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้นำเครื่องมือแบบสอบถามซึ่งประกอบด้วยคำถามที่ต้องการคำตอบแบบมาตราส่วนนั้น จำเป็นต้องนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น จำนวน 30 ข้อ จำนวน 1 ครั้ง และมีการหาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีของ Cronbach ที่เรียกว่า สัมประสิทธิ์แอลฟา ( $\alpha$ -Coefficient) ซึ่งสรุปผลค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้ ดังแสดงในตารางที่ 3.1 และตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าความสัมพัทธ์ ของแบบสอบถาม (รายข้อ)	$\alpha$ -Coefficient (แบ่งตามกลุ่ม)
ด้านการให้บริการ		
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของ ทิวทัศน์สภาพแวดล้อม	.565	.914
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	.516	
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	.705	
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	.803	
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	.858	
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	.555	
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	.721	
ที่พักปลอดภัยโปร่งและสวยงาม	.839	
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	.818	
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	.810	
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน	.582	

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าความสัมพันธ์ ของแบบสอบถาม (รายข้อ)	$\alpha$ -Coefficient (แบ่งตามกลุ่ม)
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>		
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	.390	.878
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	.166	
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	.788	
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	.693	
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	.705	
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	.449	
<b>ด้านสถานที่</b>		
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	.532	.849
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี	.677	
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	.606	
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	.380	
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยว แบบ เหมาจ่าย (Package)	.739	.875
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย	.779	
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	.370	
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่	.743	
การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	.461	
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	.615	
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว	.595	
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	.392	

ตารางที่ 3.1 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าความสัมพันธ์ ของแบบสอบถาม (รายชื่อ)	$\alpha$ -Coefficient (แบ่งตามกลุ่ม)
<b>ด้านบุคลากร</b>		
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	.568	.935
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	.614	
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	.892	
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	.722	
<b>ด้านกระบวนการการให้บริการ</b>		
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	.774	.804
มีเอกสารแนะนำ	.544	
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	.856	
มีผู้รับความคิดเห็น	.470	
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	.724	
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	.427	.884
อากาศสดชื่น และ ไม่มีมลพิษ	.584	
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	.812	
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	.537	

ที่มา : จากการสำรวจ พ.ศ. 2552 และจากการคำนวณ

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกลุ่มกลุ่มคนในชุมชนบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อคิดเห็น	ค่าความสัมพัทธ์ ของแบบสอบถาม (รายข้อ)	$\alpha$ -Coefficient (แบ่งตามกลุ่ม)
<b>งานการจัดการท่องเที่ยว</b>		
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	.359	.857
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	.279	
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น	.441	
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	.334	
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	.575	
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	.502	
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	.576	
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	.485	
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	.608	
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	.583	
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	.520	
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	.665	
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะกับนโยบายท้องถิ่น	.449	
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	.338	

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกลุ่มกลุ่มคนในชุมชนบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ข้อคิดเห็น	ค่าความสัมพันธ์ ของแบบสอบถาม (รายข้อ)	$\alpha$ -Coefficient (แบ่งตามกลุ่ม)
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	.568	
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้ง คณะกรรมการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรม การท่องเที่ยว	.291	
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์ หรือ ผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	.492	
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	.523	.918
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น	.589	
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น	.535	
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์	.354	
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มา จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	.298	.901
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิง การค้ามากขึ้น	.393	
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิตทางการเกษตรเพื่อ จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	.508	
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยว	.481	
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามามีใช้ในการผลิตทางการเกษตร	.541	
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร	.472	

ตารางที่ 3.2 ค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถามกลุ่มกลุ่มคนในชุมชนบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อคิดเห็น	ค่าความสัมพัทธ์ ของแบบสอบถาม (รายข้อ)	$\alpha$ -Coefficient (แบ่งตามกลุ่ม)
<b>ด้านรายได้ของชุมชน</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	.495	.698
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	.344	
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงาน หัตถกรรมของคนภายในชุมชน	.417	

ที่มา : จากการสำรวจ พ.ศ. 2552 และจากการคำนวณ

### 3.6 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative data) และเชิงคุณภาพ (qualitative data) สำหรับการทำวิจัยนั้นได้ทำการรวบรวมจากแหล่งข้อมูลดังต่อไปนี้

**3.6.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data)** เก็บรวบรวมจากเอกสารอ้างอิง ของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น ที่ว่าการอำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ยังเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานวิจัยและบทความทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

**3.6.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (primary data)** เป็นข้อมูลที่ได้ออกเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายโดยใช้แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์รวม 340 คนจาก 3 กลุ่มเป้าหมายดังเสนอรายละเอียดในหัวข้อ 3.2.2

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ จะนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis method) โดยการแจกแจงความถี่ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้ข้อสรุปตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยโดยแยกตามแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

### 3.8 การทดสอบสมมติฐาน

1. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำพุคัพพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ด้วยการหาความสัมพันธ์แบบ Peason Chi-Square

2. วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำพุคัพพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) โดยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย F-test ซึ่งกรณีที่แตกต่างกันทำการทดสอบรายคู่โดยใช้ Scheffe Analysis

3. วิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมของท่องเที่ยว 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำพุคัพพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีผลกระทบต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ด้วยการวิเคราะห์ Discriminant Analysis

4. วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านท่องเที่ยว ด้านการจ้างงานและการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร และด้านรายได้ของชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำพุคัพพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน ด้วยการหาความสัมพันธ์แบบ Peason Chi-Square

5. วิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านท่องเที่ยว ด้านการจ้างงานและการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร และด้านรายได้ของชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำพุคัพพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) โดยทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย F-test ซึ่งกรณีที่แตกต่างกันทำการทดสอบรายคู่โดยใช้ Scheffe Analysis

## บทที่ 4

### การวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล (กลุ่มนักท่องเที่ยว)

การวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือขึ้นเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวโดยเน้นการวิเคราะห์กลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ส่วนตามลำดับ ดังต่อไปนี้

- 4.1 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย
- 4.2 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวน้ำผุดทัพลาว อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ
- 4.3 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น
- 4.4 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา
- 4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมแหล่งท่องเที่ยวใน 4 พื้นที่เป้าหมาย
- 4.6 การทดสอบสมมติฐาน

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 50 คน สรุปได้ดังนี้  
 ตารางที่ 4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	23	46
หญิง	27	54
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	7	14
20-24 ปี	13	26
25-29 ปี	21	42
30-34 ปี	4	8
35-39 ปี	4	8
40-44 ปี	1	2
45 ปี ขึ้นไป	0	18
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	39	78
สมรส	11	22
หม้าย	0	0
หย่า	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	15	30
พนักงานบริษัท	13	26
ทำธุรกิจส่วนตัว	6	12
นักเรียน/นักศึกษา	15	30
รับจ้างทั่วไป	1	2
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	6	12
5,000–10,000 บาท	12	24
10,001–15,000 บาท	6	12
15,001–20,000 บาท	8	16
20,001–25,000 บาท	8	16
มากกว่า 25,000 บาท	10	20
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	16
ปริญญาตรี	35	64
สูงกว่าปริญญาตรี	3	20
อื่นๆ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ภูมิลำเนา</b>		
ภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	26	52
ภายนอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	24	48
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1.1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 27 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 มีอายุระหว่าง 25-29 ปี จำนวน 21 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 มีสถานภาพโสดจำนวน 39 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78 โดยส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจและเป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 15 รายเท่ากัน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000–10,000 บาท จำนวน 12 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 35 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 และมีภูมิลำเนาภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 26 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52

ตารางที่ 4.1.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการมาท่องเที่ยว</b>		
1 ครั้ง	20	40
2 ครั้ง	22	44
3 ครั้ง	4	8
มากกว่า 3 ครั้ง	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว</b>		
เพื่อน/ญาติ	33	66
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว	1	2
โทรทัศน์/วิทยุ/Internet	9	18
บริษัททัวร์	0	0
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	7	14
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>พาหนะในการเดินทาง</b>		
รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า	50	100
รถประจำทาง	0	0
เครื่องบิน	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>		
น้อยกว่า 1,000 บาท	5	10
1,000-2,000 บาท	17	34
2,001-3,000 บาท	10	20
มากกว่า 3,000 บาท	18	36
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>จุดประสงค์หลัก</b>		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	48	96
เพื่อศึกษารวมชาติ	2	4
เพื่อประชุม/สัมมนา	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เหตุผลในการมาท่องเที่ยว</b>		
ใกล้ที่พัก	14	28
ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว	19	38
เดินทางสะดวก	7	14
เพื่อนชักชวน	4	8
การประชาสัมพันธ์ และข่าวสาร	0	0
เป็นคนในพื้นที่ที่อุทยานแห่งชาติตั้งอยู่	2	4
อยู่ในเส้นทางผ่าน	4	8
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
คนเดียว	2	4
ครอบครัว	16	32
เพื่อน	26	52
กลุ่มเพื่อนและครอบครัว	4	8
บริษัททัวร์	2	4
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ช่วงเวลา</b>		
เช้า	32	64
บ่าย	17	34
เย็น	1	2
กลางคืน	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง</b>		
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	44	88
5-8 ชั่วโมง	2	4
1 วัน	0	0
2 วัน	0	0
มากกว่า 2 วัน	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>กิจกรรม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
ชมทิวทัศน์	46	52
รับประทานอาหาร	2	2
ถ่ายภาพ	40	46
เล่นน้ำ	0	0
ตั้งแคมป์	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>88</b>	<b>100</b>
<b>การพักค้างคืนในการมาท่องเที่ยว</b>		
ไม่พักค้างคืน	41	82
พักค้างคืน		
บ้านพักของอุทยาน	1	2
กางเต็นท์	1	2
ที่พักแบบโฮมสเตย์	4	8
ที่พักของเอกชนรอบๆแหล่งท่องเที่ยว	0	0
ที่พักในเขตตัวเมืองภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	2	4
อื่นๆ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>พฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำ</b>		
ต้องการ	49	98
ไม่ต้องการ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.1.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประเด็นความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครอง อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	15	17
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้ และ พักผ่อนหย่อนใจ	39	46
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาวิจัย ด้าน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้	15	17
เป็นแหล่งทรัพยากรป่าไม้ แหล่งหาของป่าที่ ชุมชนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้	5	6
เป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างประเทศ	11	13
อื่นๆ	1	1
<b>รวม</b>	<b>86</b>	<b>100</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1.2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้แล้ว 2 ครั้ง จำนวน 22 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44 โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้จากเพื่อน/ญาติ จำนวน 33 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66 และใช้รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่าเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 50 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 100 มีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไว้ต่อครั้ง (ยกเว้นค่าเดินทาง) เป็นจำนวนเงินมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 ซึ่งมีจุดประสงค์หลักของการเดินทางครั้งนี้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 48 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96 และมีเหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้เพราะความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 19 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 26 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52 โดยมาเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ในช่วงเช้า จำนวน 32 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้เป็นเวลาน้อยกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 44 ราย โดยมีกิจกรรมคือการชมทิวทัศน์ จำนวน 46 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวแบบไม่พักค้างคืน จำนวน 41 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 82 โดยต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้อีกจำนวน 49

รายเท่ากัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 98 และต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้และพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 39 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46

ตารางที่ 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>			
ที่พักปลอดภัยและสวยงาม	4.38	.602	มากที่สุด
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	4.32	.713	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อม	4.30	.580	มากที่สุด
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน	4.29	.736	มากที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	4.22	.648	มากที่สุด
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.18	.720	มาก
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	4.14	.736	มาก
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	4.12	.824	มาก
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	4.10	.684	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	4.08	.724	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	4.02	.654	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.20</b>	<b>.397</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>			
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	4.15	.714	มาก
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	4.14	.783	มาก
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	4.12	.799	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	4.08	.566	มาก
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	4.00	.645	มาก
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	3.96	.743	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.09</b>	<b>.443</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสถานที่</b>			
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้าย สัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	4.18	.565	มาก
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว	4.16	.657	มาก
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การ ได้ดี	4.12	.807	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	3.96	.651	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.10</b>	<b>.500</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
มีการจัด โปรแกรม โดยกำหนดค่าบริการการ ท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย (Package)	4.10	.743	มาก
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	4.04	.735	มาก
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและ ผู้ใหญ่	4.04	.789	มาก
การประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์/วิทยุ	3.98	.803	มาก
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว	3.98	.829	มาก
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	3.94	.876	มาก
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่าง ชาวต่างชาติและคนไทย	3.92	.767	มาก
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว	3.90	.981	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.01</b>	<b>.548</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านบุคลากร</b>			
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระจื่อหรือร้อนและ เต็มใจให้บริการ	4.18	.808	มาก
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็น มิตร	4.12	.666	มาก
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	4.12	.726	มาก
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถาม อย่างชัดเจน	4.02	.777	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.11</b>	<b>.597</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>			
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่ นักท่องเที่ยว	4.08	.759	มาก
มีเอกสารแนะนำ	4.08	.812	มาก
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่าง ชัดเจน	3.98	.692	มาก
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	3.92	.778	มาก
มีผู้รับความคิดเห็น	3.90	.743	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.99</b>	<b>.540</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>			
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพ รวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	4.36	.631	มากที่สุด
อากาศสดชื่น และไม่มีมลพิษ	4.30	.707	มากที่สุด
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	4.20	.639	มาก
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับ สถานที่ท่องเที่ยว	4.02	.937	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.22</b>	<b>.486</b>	<b>มากที่สุด</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.1.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

ด้านสินค้าบริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.20 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ที่พักปลอดโปร่งและสวยงาม สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 4.32 และ 4.30 ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่าย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.09 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ราคาที่พักมีความเหมาะสม ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม และไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 4.14 และ 4.12 ตามลำดับ

ด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.10 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และสาธารณูปโภคพื้นฐานมีคุณภาพและใช้การได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.16 และ 4.12 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.01 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package) การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ และมีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 4.04 และ 4.04 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.11 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร และคนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 4.12 และ 4.12 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.99 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว มีเอกสารแนะนำ และมีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 4.08 และ 3.98 ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.22 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี อากาศสดชื่นและไม่มียุง และมีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 4.30 และ 4.20 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบอีกว่า นักท่องเที่ยวได้เสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ น่าสนใจมากขึ้น โดยควรมีการปรับปรุงถนนและมีป้ายบอกเส้นทางให้ชัดเจน ควรมีการจัดการ ขยะและสิ่งแวดล้อม ควรมีการปรับปรุงลานจอดรถให้เพียงพอ และควรมีการกำหนดราคา มาตรฐานของอาหารเพื่อความเป็นธรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว

## 4.2 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวน้ำมุดที่พลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 50 คน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	16	32
หญิง	34	68
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	13	26
20-24 ปี	23	46
25-29 ปี	6	12
30-34 ปี	2	4
35-39 ปี	2	4
40-44 ปี	2	4
45 ปี ขึ้นไป	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	40	80
สมรส	10	20
หม้าย	0	0
หย่า	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	8	16
พนักงานบริษัท	6	12
ทำธุรกิจส่วนตัว	4	8
นักเรียน/นักศึกษา	28	56
รับจ้างทั่วไป	3	6
อื่นๆ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	20	40
5,000–10,000 บาท	15	30
10,001–15,000 บาท	6	12
15,001–20,000 บาท	0	0
20,001–25,000 บาท	2	4
มากกว่า 25,000 บาท	7	14
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	17	34
กำลังศึกษาปริญญาตรี	27	54
สูงกว่าปริญญาตรี	4	8
อื่นๆ	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ภูมิลำเนา</b>		
ภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	21	42
ภายนอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	29	58
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2.1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 34 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68 ซึ่งมีอายุระหว่าง 20-24 ปี จำนวน 23 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 46 โดยมีสถานภาพโสดจำนวน 40 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็น

นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 28 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 20 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ซึ่งกำลังศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 27 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่นอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 29 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58

#### ตารางที่ 4.2.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการมาท่องเที่ยว</b>		
1 ครั้ง	16	32
2 ครั้ง	13	26
3 ครั้ง	0	0
มากกว่า 3 ครั้ง	21	42
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว</b>		
เพื่อน/ญาติ	40	80
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว	4	8
โทรทัศน์/วิทยุ/Internet	1	2
บริษัททัวร์	0	0
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1	2
อื่นๆ	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>พาหนะในการเดินทาง</b>		
รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า	48	96
รถประจำทาง	1	2
เครื่องบิน	1	2
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>		
น้อยกว่า 1,000 บาท	25	50
1,000-2,000 บาท	15	30
2,001-3,000 บาท	5	10
มากกว่า 3,000 บาท	5	10
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.2.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>จุดประสงค์หลัก</b>		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	41	82
เพื่อศึกษารวมชาติ	7	14
เพื่อประชุม/สัมมนา	1	2
อื่นๆ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>เหตุผลในการมาท่องเที่ยว</b>		
ใกล้ที่พัก	5	10
ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว	10	20
เดินทางสะดวก	7	14
เพื่อนชักชวน	14	28
การประชาสัมพันธ์ และข่าวสาร	1	2
เป็นคนในพื้นที่ที่อุทยานแห่งชาติตั้งอยู่	4	8
อยู่ในเส้นทางผ่าน	9	18
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
คนเดียว	1	2
ครอบครัว	12	24
เพื่อน	29	58
กลุ่มเพื่อนและครอบครัว	8	16
บริษัททัวร์	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ช่วงเวลา</b>		
เช้า	15	30
บ่าย	32	64
เย็น	0	0
กลางคืน	0	0
อื่นๆ	3	6
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.2.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง</b>		
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	40	80
5-8 ชั่วโมง	9	18
1 วัน	0	0
2 วัน	1	2
มากกว่า 2 วัน	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>กิจกรรม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
ชมทิวทัศน์	30	27
รับประทานอาหาร	32	29
ถ่ายภาพ	25	22
เล่นน้ำ	21	19
ตั้งแคมป์	1	1
อื่นๆ	2	2
<b>รวม</b>	<b>111</b>	<b>100</b>
<b>การพักค้างคืนในการมาท่องเที่ยว</b>		
ไม่พักค้างคืน	47	94
พักค้างคืน		
บ้านพักของอุทยาน	1	2
กางเต็นท์	0	0
ที่พักแบบโฮมสเตย์	0	0
ที่พักของเอกชนรอบๆแหล่งท่องเที่ยว	0	0
ที่พักในเขตตัวเมืองภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	1	2
อื่นๆ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>พฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำ</b>		
ต้องการ	48	96
ไม่ต้องการ	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.2.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประเด็นความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครอง อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	35	26
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้ และ พักผ่อนหย่อนใจ	33	25
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาวิจัย ด้าน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้	18	14
เป็นแหล่งทรัพยากรป่าไม้ แหล่งหาของป่าที่ ชุมชนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้	20	15
เป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างประเทศ	23	18
อื่นๆ	2	2
<b>รวม</b>	<b>131</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2.2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้แล้วมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 21 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 ซึ่งได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้จากเพื่อน/ญาติ จำนวน 40 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 โดยใช้รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่าเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 48 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96 และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไว้ต่อครั้ง (ยกเว้นค่าเดินทาง) เป็นจำนวนเงินน้อยกว่า 1,000 บาท จำนวน 25 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางครั้งนี้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 41 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 82 ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่ของ อรทัย มุลคำ (2552) โดยส่วนใหญ่จะเดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน และมีเหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยว แห่งนี้เพราะเพื่อนชักชวน จำนวน 14 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 โดยส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 29 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58 ซึ่งจะมาเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ในช่วงบ่าย จำนวน 32 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 โดยใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้น้อยกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 40 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และมีกิจกรรมร่วมด้วยคือการรับประทานอาหาร

จำนวน 32 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวแบบไม่พักค้างคืน จำนวน 47 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94 โดยต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้ อีกจำนวน 48 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96 และต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครองอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 35 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วน ร้อยละ 26

#### ตารางที่ 4.2.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>			
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	4.02	.769	มาก
ที่พักปลอดภัยโปร่งและสวยงาม	3.98	.863	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	3.84	.943	มาก
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวน เพียงพอ	3.82	.941	มาก
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	3.75	.975	มาก
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.74	.944	มาก
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	3.72	1.089	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.71	.898	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความ หลากหลายของทัศนียภาพแวดล้อม	3.62	.923	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.46	.952	มาก
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	3.26	1.224	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.81</b>	<b>.607</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>			
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	4.14	1.061	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	3.81	.790	มาก
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	3.78	.795	มาก
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	3.63	1.024	มาก
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	3.56	.967	มาก

ตารางที่ 4.2.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.47	1.080	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.73</b>	<b>.669</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านสถานที่</b>			
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	3.89	.875	มาก
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว	3.85	.816	มาก
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้าย สัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.76	.970	มาก
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การ ได้ดี	3.61	.741	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.78</b>	<b>.657</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	3.60	1.170	มาก
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและ ผู้ใหญ่	3.49	1.162	มาก
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการ ท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย (Package)	3.43	.991	มาก
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่าง ชาวต่างชาติและคนไทย	3.39	1.046	มาก
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว	3.16	1.233	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	3.12	1.214	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	3.05	1.327	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว	2.84	1.344	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.28</b>	<b>.988</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตารางที่ 4.2.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านบุคลากร</b>			
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.93	.728	มาก
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	3.89	.895	มาก
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	3.88	.762	มาก
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	3.81	.852	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.89</b>	<b>.653</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการกรให้บริการ</b>			
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	3.50	1.045	มาก
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.47	1.198	มาก
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	3.44	1.198	มาก
มีเอกสารแนะนำ	3.14	1.250	ปานกลาง
มีผู้รับความคิดเห็น	2.93	1.273	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.35</b>	<b>.951</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>			
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.43	.688	มากที่สุด
อากาศสดชื่น และไม่มีมลพิษ	4.22	.814	มากที่สุด
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	4.02	.906	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	3.96	.815	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.16</b>	<b>.583</b>	<b>มาก</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.2.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

ด้านสินค้าบริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.81 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว ที่พักปลอดภัย และสวยงาม และสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.02 3.98 และ 3.84 ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่าย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.73 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม และราคาที่พักมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 3.81 และ 3.78 ตามลำดับ

ด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.78 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 3.85 และ 3.76 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.28 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่ และมีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package) โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.60 3.49 และ 3.43 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.89 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร และคนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระจือร้อนและเต็มใจให้บริการ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.93 3.89 และ 3.88 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการให้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.35 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และมีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.50 3.47 และ 3.44 ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.16 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว อากาศสดชื่นและไม่มียุง และมีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 4.22 และ 4.02 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบอีกว่า นักท่องเที่ยวได้เสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้น โดยควรมีการปรับปรุงห้องน้ำให้สะอาดและเพียงพอ ควรปรับปรุงและเพิ่มลานจอดรถให้เพียงพอ ควรจัดให้ร้านค้าอยู่ในโซนเดียวกันและเพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น ควรมีการจัดการขยะและสิ่งแวดลอม ควรเพิ่มที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และควรมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

#### 4.3 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 50 คน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	23	46
	หญิง	27	54
	<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	5	10
	20-24 ปี	17	34
	25-29 ปี	9	18
	30-34 ปี	8	16
	35-39 ปี	8	16
	40-44 ปี	1	2
	45 ปี ขึ้นไป	2	4
	<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
สถานภาพ	โสด	32	64
	สมรส	14	28
	หม้าย	1	2
	หย่า	1	2
	อื่นๆ	2	4
	<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.3.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5	10
พนักงานบริษัท	18	36
ทำธุรกิจส่วนตัว	7	14
นักเรียน/นักศึกษา	15	30
รับจ้างทั่วไป	2	4
อื่นๆ	3	6
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	14	28
5,000–10,000 บาท	16	32
10,001–15,000 บาท	7	14
15,001–20,000 บาท	5	10
20,001–25,000 บาท	8	16
มากกว่า 25,000 บาท	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	16	32
ปริญญาตรี	25	50
สูงกว่าปริญญาตรี	7	14
อื่นๆ	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ภูมิลำเนา</b>		
ภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	32	64
ภายนอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	18	36
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.3.1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 27 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 โดยมีอายุระหว่าง 20-24 ปี จำนวน 17 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34 ซึ่งส่วนใหญ่มีสถานภาพโสดจำนวน 32 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 และส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงาน

บริษัท จำนวน 18 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000–10,000 บาท จำนวน 16 รายคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 25 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50 และมีภูมิลำเนาภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 32 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64

ตารางที่ 4.3.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการมาท่องเที่ยว</b>		
1 ครั้ง	9	18
2 ครั้ง	12	24
3 ครั้ง	7	14
มากกว่า 3 ครั้ง	22	44
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว</b>		
เพื่อน/ญาติ	43	86
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว	2	4
โทรทัศน์/วิทยุ/Internet	1	2
บริษัททัวร์	0	0
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	1	2
อื่นๆ	3	6
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>พาหนะในการเดินทาง</b>		
รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า	49	98
รถประจำทาง	0	0
เครื่องบิน	0	0
อื่นๆ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>		
น้อยกว่า 1,000 บาท	17	34
1,000–2,000 บาท	18	36
2,001–3,000 บาท	7	14
มากกว่า 3,000 บาท	8	16
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.3.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>จุดประสงค์หลัก</b>		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	49	98
เพื่อศึกษารวมชาติ	1	2
เพื่อประชุม/สัมมนา	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>เหตุผลในการมาท่องเที่ยว</b>		
ใกล้ที่พัก	14	28
ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว	8	16
เดินทางสะดวก	10	20
เพื่อนชักชวน	11	22
การประชาสัมพันธ์ และข่าวสาร	1	2
เป็นคนในพื้นที่ที่อุทยานแห่งชาติตั้งอยู่	4	8
อยู่ในเส้นทางผ่าน	2	4
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
คนเดียว	0	0
ครอบครัว	7	14
เพื่อน	28	56
กลุ่มเพื่อนและครอบครัว	14	28
บริษัททัวร์	0	0
อื่นๆ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ช่วงเวลา</b>		
เช้า	12	24
บ่าย	33	66
เย็น	1	2
กลางคืน	1	2
อื่นๆ	3	6
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.3.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง</b>		
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	26	52
5-8 ชั่วโมง	13	26
1 วัน	9	18
2 วัน	0	0
มากกว่า 2 วัน	2	4
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>กิจกรรม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
ชมทิวทัศน์	26	23
รับประทานอาหาร	43	38
ถ่ายภาพ	22	20
เล่นน้ำ	18	16
ตั้งแคมป์	1	1
อื่นๆ	2	2
<b>รวม</b>	<b>112</b>	<b>100</b>
<b>การพักค้างคืนในการมาท่องเที่ยว</b>		
ไม่พักค้างคืน	45	90
พักค้างคืน		
บ้านพักของอุทยาน	0	0
กางเต็นท์	1	2
ที่พักแบบโฮมสเตย์	2	4
ที่พักของเอกชนรอบๆแหล่งท่องเที่ยว	1	2
ที่พักในเขตตัวเมืองภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	1	2
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>พฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำ</b>		
ต้องการ	49	98
ไม่ต้องการ	1	2
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.3.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประเด็นความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครอง อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	32	27
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้ และ พักผ่อนหย่อนใจ	22	19
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาวิจัย ด้าน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้	14	12
เป็นแหล่งทรัพยากรป่าไม้ แหล่งหาของป่าที่ ชุมชนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้	16	13
เป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างประเทศ	29	24
อื่นๆ	6	5
<b>รวม</b>	<b>119</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.3.2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้แล้วมากกว่า 3 ครั้ง จำนวน 22 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44 โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้จากเพื่อน/ญาติ จำนวน 43 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 86 ซึ่งส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่าเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 49 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 98 และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไว้ต่อครั้ง (ยกเว้นค่าเดินทาง) เป็นจำนวนเงิน 1,000–2,000 บาท จำนวน 18 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางครั้งนี้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 49 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 98 และมีเหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้เพราะใกล้ที่พัก จำนวน 14 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 โดยส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 28 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56 ซึ่งจะมาเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ในช่วงบ่าย จำนวน 33 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66 และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้น้อยกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 26 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52 โดยมีกิจกรรมคือการมารับประทานอาหาร จำนวน 43 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวแบบไม่พักค้างคืน จำนวน 45 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 90 โดยต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้อีกจำนวน 49 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 98 และ

ต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครองอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 32 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27

ตารางที่ 4.3.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>			
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	3.94	.818	มาก
ที่พักปลอดภัยโปร่งและสวยงาม	3.72	.852	มาก
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	3.67	.944	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อม	3.59	.840	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.55	.914	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.55	.867	มาก
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.51	.869	มาก
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	3.46	.808	มาก
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	3.30	.995	ปานกลาง
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน	3.20	1.080	ปานกลาง
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.08	.862	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.51</b>	<b>.663</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>			
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	4.04	1.079	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	3.66	1.042	มาก
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	3.56	.867	มาก
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	3.30	1.059	ปานกลาง
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.28	.981	ปานกลาง
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	3.00	1.107	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.55</b>	<b>.726</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.3.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสถานที่</b>			
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	3.90	.872	มาก
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้าย สัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.90	.848	มาก
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การ ได้ดี	3.58	.942	มาก
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว	3.56	.812	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.73</b>	<b>.694</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	3.42	1.158	มาก
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่าง ชาวต่างชาติและคนไทย	3.34	.990	ปานกลาง
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและ ผู้ใหญ่	3.27	.837	ปานกลาง
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว	3.04	.928	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	3.00	1.169	ปานกลาง
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการ ท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย (Package)	3.00	1.066	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	2.93	1.068	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ โบปลิ้ว	2.78	1.107	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.21</b>	<b>.747</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตารางที่ 4.3.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านบุคลากร</b>			
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	3.71	.890	มาก
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	3.46	.952	มาก
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.40	1.086	ปานกลาง
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	3.37	1.112	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>.886</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>			
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	3.32	1.105	ปานกลาง
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	3.27	1.067	ปานกลาง
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.20	1.161	ปานกลาง
มีผู้รับความคิดเห็น	2.98	1.138	ปานกลาง
มีเอกสารแนะนำ	2.81	1.161	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.16</b>	<b>.930</b>	<b>ปานกลาง</b>
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>			
อากาศสดชื่น และ ไม่มีมลพิษ	3.94	.935	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	3.56	.907	มาก
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	3.54	.908	มาก
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	3.53	1.243	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.65</b>	<b>.852</b>	<b>มาก</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.3.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

ด้านสินค้าบริการโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.51 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว ที่พักปลอดภัย โปร่งและสวยงาม และร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 3.72 และ 3.67 ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.55 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม และราคาที่พักมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 3.66 และ 3.56 ตามลำดับ

ด้านสถานที่โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.73 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน และสาธารณูปโภคพื้นฐานมีคุณภาพและใช้การได้ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.90 3.90 และ 3.58 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาดโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.21 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย และมีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.42 3.34 และ 3.27 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.50 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน และคนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 3.46 และ 3.40 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการการให้บริการโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.16 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว และมีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 3.27 และ 3.20 ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.65 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ อากาศสดชื่นและไม่มียุงลาย สถานที่

ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี และมีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 3.56 และ 3.54 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบอีกว่า นักท่องเที่ยวได้เสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากขึ้น โดยควรมีการจัดให้ร้านอาหารอยู่ในโซนเดียวกันและมีการกำหนดมาตรฐานของราคาอาหาร ควรมีป้ายสัญลักษณ์บอกเส้นทางให้ชัดเจน และควรมีการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อมให้สะอาดมากขึ้น

#### 4.4 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 50 คน สรุปได้ดังนี้  
ตารางที่ 4.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	22	44
หญิง	28	56
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	1	2
20-24 ปี	5	10
25-29 ปี	10	20
30-34 ปี	15	30
35-39 ปี	6	12
40-44 ปี	4	8
45 ปี ขึ้นไป	9	18
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	35	70
สมรส	15	30
หม้าย	0	0
หย่า	0	0
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	20	40
พนักงานบริษัท	21	42
ทำธุรกิจส่วนตัว	4	8
นักเรียน/นักศึกษา	4	8
รับจ้างทั่วไป	1	2
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	1	2
5,000–10,000 บาท	5	10
10,001–15,000 บาท	7	14
15,001–20,000 บาท	8	16
20,001–25,000 บาท	11	22
มากกว่า 25,000 บาท	18	36
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	8	16
กำลังศึกษาปริญญาตรี	32	64
สูงกว่าปริญญาตรี	10	20
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ภูมิลำเนา</b>		
ภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	10	20
ภายนอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	40	80
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 28 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56 ซึ่งมีอายุระหว่าง 30–34 ปี จำนวน 15 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 35 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 70 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพเป็น

พนักงานบริษัท จำนวน 21 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 42 โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 18 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36 ซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 32 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 และมีภูมิลำเนาภายนอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 40 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80

#### ตารางที่ 4.4.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการมาท่องเที่ยว</b>		
1 ครั้ง	31	62
2 ครั้ง	10	20
3 ครั้ง	5	10
มากกว่า 3 ครั้ง	4	8
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว</b>		
เพื่อน/ญาติ	20	40
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว	9	18
โทรทัศน์/วิทยุ/Internet	15	30
บริษัททัวร์	1	2
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	2	4
อื่นๆ	3	6
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>พาหนะในการเดินทาง</b>		
รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า	47	94
รถประจำทาง	2	4
เครื่องบิน	1	2
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ค่าใช้จ่าย</b>		
น้อยกว่า 1,000 บาท	2	4
1,000-2,000 บาท	10	20
2,001-3,000 บาท	19	38
มากกว่า 3,000 บาท	19	38
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.4.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>จุดประสงค์หลัก</b>		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	46	92
เพื่อศึกษาธรรมชาติ	3	6
เพื่อประชุม/สัมมนา	1	2
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>เหตุผลในการมาท่องเที่ยว</b>		
ใกล้ที่พัก	3	6
ความตั้งใจของสถานที่ท่องเที่ยว	24	48
เดินทางสะดวก	9	18
เพื่อนชักชวน	8	16
การประชาสัมพันธ์ และข่าวสาร	1	2
เป็นคนในพื้นที่ที่อุทยานแห่งชาติตั้งอยู่	2	4
อยู่ในเส้นทางผ่าน	3	6
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
คนเดียว	0	0
ครอบครัว	18	36
เพื่อน	26	52
กลุ่มเพื่อนและครอบครัว	4	8
บริษัททัวร์	2	4
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>ช่วงเวลา</b>		
เช้า	27	54
บ่าย	20	40
เย็น	2	4
กลางคืน	1	2
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.4.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง</b>		
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	22	44
5-8 ชั่วโมง	5	10
1 วัน	9	18
2 วัน	11	22
มากกว่า 2 วัน	3	6
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>กิจกรรม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
ชมทิวทัศน์	45	45
รับประทานอาหาร	16	16
ถ่ายภาพ	30	30
เล่นน้ำ	0	0
ตั้งแคมป์	7	7
อื่นๆ	2	2
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>การพักค้างคืนในการมาท่องเที่ยว</b>		
ไม่พักค้างคืน	9	15
พักค้างคืน		
บ้านพักของอุทยาน	4	7
กางเต็นท์	4	7
ที่พักแบบ โฮมสเตย์	16	27
ที่พักของเอกชนรอบๆแหล่งท่องเที่ยว	18	30
ที่พักในเขตตัวเมืองภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	1	2
อื่นๆ	7	12
<b>รวม</b>	<b>59</b>	<b>100</b>
<b>พฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำ</b>		
ต้องการ	47	94
ไม่ต้องการ	3	6
<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.4.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ประเด็นความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)		
เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครอง อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	35	34
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้ และ พักผ่อนหย่อนใจ	27	26
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาวิจัย ด้าน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้	18	18
เป็นแหล่งทรัพยากรป่าไม้ แหล่งหาของป่าที่ ชุมชนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้	0	0
เป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างประเทศ	18	18
อื่นๆ	4	4
<b>รวม</b>	<b>102</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้แล้ว 1 ครั้ง จำนวน 31 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 62 โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสถานที่แห่งนี้จากเพื่อน/ญาติ จำนวน 20 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ซึ่งส่วนใหญ่ใช้รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่าเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 47 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94 และมีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไว้ต่อครั้ง (ยกเว้นค่าเดินทาง) เป็นจำนวนเงิน 2,001-3,000 บาท และมากกว่า 3,000 บาท จำนวน 19 รายเท่ากัน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักของการเดินทางครั้งนี้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 46 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92 และมีเหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้เพราะความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 24 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48 โดยเดินทางมากับเพื่อน จำนวน 26 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52 ซึ่งจะมาเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ในช่วงเช้า จำนวน 27 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54 และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้น้อยกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 22 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44 โดยมีกิจกรรมคือการชมทิวทัศน์ จำนวน 45 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนที่พักของเอกชนรอบๆ แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 18 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30 ซึ่งต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้อีกจำนวน 47 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 94 และต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่ง

นี้เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครอง อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม จำนวน 35 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 34

ตารางที่ 4.4.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>			
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	4.24	.591	มากที่สุด
ที่พักปลอดภัย โปร่งและสวยงาม	4.02	.714	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.92	.778	มาก
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	3.92	.640	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความ หลากหลายของทัศนียภาพแวดล้อม	3.75	.764	มาก
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.72	.536	มาก
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	3.62	.753	มาก
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวน เพียงพอ	3.60	.947	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.60	.857	มาก
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก	3.59	.888	มาก
ต่อการใช้งาน			
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.52	.789	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.79</b>	<b>.522</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>			
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	4.26	.723	มากที่สุด
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	3.86	.783	มาก
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	3.72	.834	มาก
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.71	.645	มาก
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	3.70	.678	มาก
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	3.43	1.047	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.81</b>	<b>.572</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.4.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสถานที่</b>			
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	3.88	.659	มาก
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่ง ท่องเที่ยว	3.78	.764	มาก
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้าย สัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.62	.854	มาก
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การ ได้ดี	3.54	.762	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.71</b>	<b>.584</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	3.77	.928	มาก
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	3.52	.875	มาก
การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	3.35	1.120	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว	3.35	.934	ปานกลาง
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว	3.24	1.099	ปานกลาง
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและ ผู้ใหญ่	3.02	1.588	ปานกลาง
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่าง ชาวต่างชาติและคนไทย	3.00	1.558	ปานกลาง
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการ ท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย (Package)	3.00	1.367	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.25</b>	<b>.889</b>	<b>ปานกลาง</b>

ตารางที่ 4.4.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
(ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านบุคลากร</b>			
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	3.94	.767	มาก
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระจื่อหรือร้อนและเต็มใจให้บริการ	3.78	.764	มาก
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	3.76	.716	มาก
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.70	.735	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.80</b>	<b>.648</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>			
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.66	.895	มาก
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	3.63	.672	มาก
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	3.47	.726	มาก
มีเอกสารแนะนำ	3.46	.743	มาก
มีผู้รับความคิดเห็น	3.09	.952	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.48</b>	<b>.586</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>			
อากาศสดชื่น และ ไม่มีมลพิษ	4.42	.662	มากที่สุด
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.24	.625	มากที่สุด
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	4.02	.654	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	3.98	.692	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.13</b>	<b>.536</b>	<b>มาก</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.4.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

ด้านสินค้าบริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.79 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว ที่พักผ่อนโปร่งและสวยงาม และสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 4.02 และ 3.92 ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่าย โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.81 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม และราคาที่พักมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 3.86 และ 3.72 ตามลำดับ

ด้านสถานที่ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.71 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว และการเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 3.78 และ 3.62 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.25 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ และการประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 3.52 และ 3.35 ตามลำดับ

ด้านบุคลากร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.80 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ คนในพื้นที่ให้บริการด้วยคุณภาพและเป็นมิตร คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ และคนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.94 3.78 และ 3.76 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการการให้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.48 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว และมีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 3.63 และ 3.47 ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.13 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ อากาศสดชื่นและไม่มียุง ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว และมีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.42 4.24 และ 4.02 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ

อรรถัย มูลคำ (2552) โดยพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง กระบวนการให้บริการ และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับข้อมูลการท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

จากผลการศึกษา พบอีกว่า นักท่องเที่ยวได้เสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้น่าสนใจมากขึ้น โดยควรมีการปรับปรุงถนนให้กว้างและสวยงาม ควรมีการปรับปรุงห้องน้ำให้สะอาดและเพียงพอ ควรมีการจัดการขยะและสิ่งแฉะ และควรมีการปลูกต้นไม้เพื่อตกแต่งทิวทัศน์ให้สวยงามอีกด้วย

#### 4.5 สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมแหล่งท่องเที่ยวใน 4 พื้นที่เป้าหมาย

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 200 คน สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	84	42.0
หญิง	116	58.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	26	13.0
20-24 ปี	58	29.0
25-29 ปี	46	23.0
30-34 ปี	29	14.5
35-39 ปี	20	10.0
40-44 ปี	8	4.0
45 ปี ขึ้นไป	13	6.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	146	73.0
สมรส	50	25.0
หม้าย	1	0.5
หย่า	1	0.5
อื่นๆ	2	1.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>อาชีพ</b>		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	48	24.0
พนักงานบริษัท	58	29.0
ทำธุรกิจส่วนตัว	21	10.5
นักเรียน/นักศึกษา	62	31.0
รับจ้างทั่วไป	5	2.5
อื่นๆ	6	3.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 5,000 บาท	41	20.5
5,000–10,000 บาท	48	24.0
10,001–15,000 บาท	26	13.0
15,001–20,000 บาท	21	10.5
20,001–25,000 บาท	21	10.5
มากกว่า 25,000 บาท	43	22.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	52	26.0
ปริญญาตรี	119	59.5
สูงกว่าปริญญาตรี	24	12.0
อื่นๆ	5	2.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>ภูมิลำเนา</b>		
ภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	89	44.5
ภายนอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่ง	111	55.5
<b>ท่องเที่ยว</b>		
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5.1 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 116 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58.0 มีอายุระหว่าง 20-24 ปี จำนวน 58 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.0 มี

สถานภาพโสดจำนวน 146 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 73.0 โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 62 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31.0 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 5,000–10,000 บาท จำนวน 48 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24.0 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 119 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 59.5 และมีภูมิลำเนาภายนอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 111 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.5

ตารางที่ 4.5.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ความถี่ในการมาท่องเที่ยว</b>		
1 ครั้ง	76	38.0
2 ครั้ง	57	28.5
3 ครั้ง	16	8.0
มากกว่า 3 ครั้ง	51	25.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>แหล่งข้อมูลด้านการท่องเที่ยว</b>		
เพื่อน/ญาติ	136	68.0
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว	16	8.0
โทรทัศน์/วิทยุ/Internet	26	13.0
บริษัททัวร์	1	0.5
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	11	5.5
อื่นๆ	10	5.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>พาหนะในการเดินทาง</b>		
รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า	194	97.0
รถประจำทาง	3	1.5
เครื่องบิน	0	0.0
อื่นๆ	3	1.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.5.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ค่าใช้จ่าย</b>		
น้อยกว่า 1,000 บาท	49	24.5
1,000–2,000 บาท	60	30.0
2,001–3,000 บาท	41	20.5
มากกว่า 3,000 บาท	50	25.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>จุดประสงค์หลัก</b>		
เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	184	92.0
เพื่อศึกษาธรรมชาติ	13	6.5
เพื่อประชุม/สัมมนา	1	0.5
อื่นๆ	2	1.0
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>เหตุผลในการมาท่องเที่ยว</b>		
ใกล้ที่พัก	36	18.0
ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว	61	30.5
เดินทางสะดวก	33	16.5
เพื่อนชักชวน	37	18.5
การประชาสัมพันธ์ และข่าวสาร	3	1.5
เป็นคนในพื้นที่ที่อุทยานแห่งชาติตั้งอยู่	10	5.0
อยู่ในเส้นทางผ่าน	15	7.5
อื่นๆ	5	2.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว</b>		
คนเดียว	3	1.5
ครอบครัว	53	26.5
เพื่อน	109	54.5
กลุ่มเพื่อนและครอบครัว	30	15.0
บริษัททัวร์	4	2.0
อื่นๆ	1	0.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>

ตารางที่ 4.5.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>ช่วงเวลา</b>		
เช้า	86	43.0
บ่าย	102	51.0
เย็น	4	2.0
กลางคืน	1	0.5
อื่นๆ	7	3.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>ระยะเวลาในการท่องเที่ยวต่อครั้ง</b>		
น้อยกว่า 5 ชั่วโมง	132	66.0
5-8 ชั่วโมง	29	14.5
1 วัน	18	9.0
2 วัน	12	6.0
มากกว่า 2 วัน	9	4.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100.0</b>
<b>กิจกรรม (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
ชมทิวทัศน์	147	35.8
รับประทานอาหาร	93	22.6
ถ่ายภาพ	117	28.5
เล่นน้ำ	39	9.5
ตั้งแคมป์	9	2.2
อื่นๆ	6	1.4
<b>รวม</b>	<b>411</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 4.5.2 พฤติกรรมด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

พฤติกรรม	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>การพักค้างคืนในการมาท่องเที่ยว</b>		
ไม่พักค้างคืน	144	69.2
พักค้างคืน		
บ้านพักของอุทยาน	6	2.9
กางเต็นท์	6	2.9
ที่พักแบบโฮมสเตย์	22	10.6
ที่พักของเอกชนรอบๆแหล่งท่องเที่ยว	19	9.1
ที่พักในเขตตัวเมืองภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว	6	2.9
อื่นๆ	5	2.4
<b>รวม</b>	<b>208</b>	<b>100</b>
<b>พฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำ</b>		
ต้องการ	193	96.5
ไม่ต้องการ	7	3.5
<b>รวม</b>	<b>200</b>	<b>100</b>
<b>ประเด็นความต้องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</b>		
<b>(เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)</b>		
เป็นพื้นที่ที่ได้รับการคุ้มครอง อนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	117	24.9
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้ และ พักผ่อนหย่อนใจ	125	26.7
เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาวิจัย ด้าน ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้	74	15.8
เป็นแหล่งทรัพยากรป่าไม้ แหล่งหาของป่าที่ ชุมชนสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้	59	12.6
เป็นพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ ต่างประเทศ	81	17.3
อื่นๆ	13	2.7
<b>รวม</b>	<b>469</b>	<b>100</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5.2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้แล้ว 1 ครั้ง จำนวน 76 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38.0 โดยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ จากเพื่อน/ญาติ จำนวน 136 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68.0 และใช้รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่าเป็นพาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน 194 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 97.0 มีการวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไว้ต่อครั้ง (ยกเว้นค่าเดินทาง) เป็นจำนวน 1,000-2,000 บาท จำนวน 60 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.0 ซึ่งมีจุดประสงค์หลักของการเดินทางครั้งนี้เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 184 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 92.0 และมีเหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้ เพราะความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 61 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.5 ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อน จำนวน 109 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.5 โดยมาเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ในช่วงบ่าย จำนวน 102 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 51.0 และใช้ระยะเวลาในการท่องเที่ยวในสถานที่แห่งนี้เป็นเวลาน้อยกว่า 5 ชั่วโมง จำนวน 132 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 66.0 โดยมีกิจกรรมคือการชมทิวทัศน์ จำนวน 147 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35.8 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวแบบไม่พักค้างคืน จำนวน 144 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 69.2 โดยต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้อีกจำนวน 193 รายเท่ากัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 96.5 และต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นพื้นที่ที่สามารถเข้ามาศึกษาหาความรู้และพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 125 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 26.7

ตารางที่ 4.5.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
รวม 4 พื้นที่เป้าหมาย

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>			
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	4.13	.739	มาก
ที่พักปลอดภัยและสวยงาม	4.03	.792	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	3.85	.847	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความ หลากหลายของทัศนียภาพแวดล้อม	3.82	.831	มาก
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	3.82	.844	มาก
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	3.81	.914	มาก
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	3.79	.814	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	3.75	.852	มาก
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	3.68	.935	มาก
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อ การใช้งาน	3.59	1.080	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.54	.903	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.83</b>	<b>.600</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>			
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	4.14	.924	มาก
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	3.85	.821	มาก
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	3.80	.826	มาก
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	3.62	.891	มาก
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	3.62	1.011	มาก
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	3.57	.966	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.81</b>	<b>.629</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.5.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านสถานที่</b>			
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	3.91	.765	มาก
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	3.87	.841	มาก
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.84	.789	มาก
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี	3.72	.840	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.83</b>	<b>.627</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>			
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	3.65	1.013	มาก
การประชาสัมพันธ์ทางอินเตอร์เน็ต	3.49	1.114	มาก
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่	3.47	1.194	มาก
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย	3.43	1.162	มาก
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย (Package)	3.39	1.152	ปานกลาง
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.37	1.086	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	3.35	1.155	ปานกลาง
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว	3.25	1.164	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.47</b>	<b>.865</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 4.5.3 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านบุคลากร</b>			
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	3.92	.814	มาก
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระจือหรือร้อนและเต็มใจ ให้บริการ	3.80	.919	มาก
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	3.79	.871	มาก
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่าง ชัดเจน	3.76	.847	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.82</b>	<b>.734</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>			
มีผู้รับผิดชอบ คอยให้ ข้อมูลข่าวสารแก่ นักท่องเที่ยว	3.62	.941	มาก
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.58	1.036	มาก
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	3.55	.990	มาก
มีเอกสารแนะนำ	3.38	1.107	ปานกลาง
มีผู้รับความคิดเห็น	3.24	1.101	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.51</b>	<b>.820</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>			
อากาศสดชื่น และไม่มีมลพิษ	4.17	.793	มาก
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ ท่องเที่ยว	4.05	.962	มาก
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ ในเกณฑ์ที่ดี	3.96	.815	มาก
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	3.94	.818	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.03</b>	<b>.666</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.5.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

ด้านสินค้าบริการโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว ที่พักปลอดภัย และสวยงาม และสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 4.03 และ 3.85 ตามลำดับ

ด้านค่าใช้จ่ายโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.81 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม และราคาที่พักมีความเหมาะสม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.14 3.85 และ 3.80 ตามลำดับ

ด้านสถานที่โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน และมีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 3.87 และ 3.84 ตามลำดับ

ด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.47 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต และมีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 3.49 และ 3.47 ตามลำดับ

ด้านบุคลากรที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.82 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ และคนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 3.80 และ 3.79 ตามลำดับ

ด้านกระบวนการการให้บริการที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.51 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และมีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 3.58 และ 3.55 ตามลำดับ

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.03 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ อากาศสดชื่น และไม่มีมลพิษ ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17 4.05 และ 3.96 ตามลำดับ

จากผลการศึกษา พบอีกว่า นักท่องเที่ยวได้เสนอแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้นำสนใจมากขึ้น โดยควรมีการปรับปรุงถนนและมีป้ายบอกเส้นทางให้ชัดเจน มีการปรับปรุง

ห้องน้ำให้สะอาดและเพียงพอ ควรจัดให้ร้านค้าอยู่ในโซนเดียวกันและเพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น มีการจัดการขยะและสิ่งแวดล้อม มีการปรับปรุงลานจอดรถให้เพียงพอ มีการกำหนดราคารมาตรฐานของอาหารเพื่อความเป็นธรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยว เพิ่มที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น ควรมีการปลูกต้นไม้เพื่อตกแต่งทิวทัศน์ให้สวยงามอีกด้วย และมีการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

#### 4.6 การทดสอบสมมุติฐาน

4.6.1 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำผุดทัพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว

$H_0$  : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ไม่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำ

$H_1$  : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตารางที่ 4.6.1.1 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหญิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
ด้านสินค้าบริการ		
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์	15.968	.000*
สภาพแวดล้อม		
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	6.268	.044*
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.198	.549
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	1.105	.575
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	.739	.691
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	.903	.637
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	1.299	.729
ที่พักปลอดภัย โปร่งและสวยงาม	1.020	.600
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	.869	.648
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	.980	.806
มีห้องน้ำ-ห้องสุขาที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	1.253	.740

ตารางที่ 4.6.1.1 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมา  
เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน  
จังหวัดเลย (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>		
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	.480	.787
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	2.904	.234
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	.570	.637
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	1.904	.144
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	.704	.703
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	.869	.833
<b>ด้านสถานที่</b>		
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	.542	.762
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี	1.922	.383
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	.832	.660
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	.729	.694
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย	.980	.806
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย	.932	.690
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	49.000	.000*
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่	1.253	.740
การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	49.000	.000*
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	15.653	.001*
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว	49.000	.000*
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	3.148	.207
<b>ด้านบุคลากร</b>		
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	.647	.886
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	.704	.872
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	1.253	.740
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	.903	.825

ตารางที่ 4.6.1.1 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมา  
เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน  
จังหวัดเลย (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	1.063	.786
มีเอกสารแนะนำ	49.000	.000*
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	4.537	.209
มีผู้รับความคิดเห็น	23.990	.000*
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	24.490	.000*
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	1.105	.575
อากาศสดชื่น และ ไม่มีมลพิษ	1.409	.494
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	.802	.670
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	1.814	.770

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6.1.1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าบริการในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 15.968 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 5.991 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_1$  หรือปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมนั้นมีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีความเห็นด้วยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 59 แต่นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีความเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

ส่วนส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าบริการในประเด็นความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 1.198 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 5.991 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_0$  หรือปฏิเสธ  $H_1$  แสดงว่า ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวนี้ไม่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งจากตารางที่ 4.6.1.1 พบว่า มีเพียงส่วนประสมทางการตลาดในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อม สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับใบปลิว มีเอกสารแนะนำ มีผู้รับความคิดเห็น และมีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุงนั้นที่มีความสัมพันธ์กับกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.6.1.2 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว น้ำพุคัทพลา อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อม	1.316	.815
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	1.316	.506
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	4.537	.209
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	5.232	.264
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	8.783	.032*
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	2.552	.466
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	1.506	.861
ที่พักปลอดภัยและสวยงาม	3.344	.342
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	5.430	.194
ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	5.320	.246
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	4.856	.302
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>		
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	3.344	.342
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	15.319	.004*
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	2.440	.486
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	2.980	.561
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	2.113	.715
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	2.193	.700

ตารางที่ 4.6.1.2 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมา  
เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว น้ำพุคัทพลาวัน อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านสถานที่</b>		
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	1.684	.794
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี	1.684	.640
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.517	.472
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	3.161	.367
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย (Package)	2.477	.649
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย	2.704	.609
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	1.506	.825
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่	2.887	.577
การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	3.756	.440
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	2.795	.593
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ โบปลิวิ	4.354	.360
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	4.979	.290
<b>ด้านบุคลากร</b>		
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	1.177	.758
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	.494	.920
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระจือหรือร้อนและเต็มใจให้บริการ	1.127	.771
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	2.049	.562
<b>ด้านกระบวนการการให้บริการ</b>		
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	2.121	.714
มีเอกสารแนะนำ	2.645	.619
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	2.440	.655
มีผู้รับความคิดเห็น	1.905	.763
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	2.193	.700

ตารางที่ 4.6.1.2 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว น้ำพุคัทพลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ		
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	2.813	.421
อากาศสดชื่น และ ไม่มีมลพิษ	3.161	.206
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	1.278	.865
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เดียวกับสถานที่ท่องเที่ยว	1.854	.396

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6.1.2 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าบริการในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 8.783 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 7.815 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_1$  หรือปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกนั้นมีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีความเห็นด้วยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 43 แต่นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีความเห็นด้วยในระดับน้อยทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100

ส่วนส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าบริการในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 1.316 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 7.815 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_0$  หรือปฏิเสธ  $H_1$  แสดงว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งจากตารางที่ 4.6.1.2 พบว่ามีเพียงส่วนประสมทางการตลาดในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกและไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.6.1.3 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมา  
เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของ ทิวทัศน์สภาพแวดล้อม	2.105	.716
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	.739	.864
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.361	.851
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	1.253	.869
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	1.361	.715
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	2.381	.497
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	.856	.760
ที่พักปลอดภัยโปร่งและสวยงาม	2.672	.445
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	1.758	.624
ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	1.612	.657
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>		
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	1.105	.893
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	2.314	.678
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	1.400	.844
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	5.357	.253
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	1.916	.597
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	1.298	.799
<b>ด้านสถานที่</b>		
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทาง ชัดเจน	2.552	.466
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี	1.862	.601
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	1.981	.576
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	1.154	.886

ตารางที่ 4.6.1.3 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมา  
เที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
มีการจัด โปรแกรม โดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยว แบบ เหมาจ่าย (Package)	2.265	.687
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย	1.945	.701
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	2.517	.642
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่	1.187	.756
การประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์/วิทยุ	1.967	.801
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	1.276	.799
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ โบปลิว	1.834	.654
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	2.265	.687
<b>ด้านบุคลากร</b>		
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	2.105	.551
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	2.043	.728
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	1.361	.851
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	1.981	.739
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	2.247	.690
มีเอกสารแนะนำ	2.750	.601
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	2.381	.666
มีผู้รับความคิดเห็น	2.517	.642
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมา ปรับปรุง	2.089	.578
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อม โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	1.418	.770
อากาศสดชื่น และไม่มีมลพิษ	1.814	.770
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	1.299	.862
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	2.054	.723

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6.1.3 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกประเด็นไม่มีความสัมพันธ์กับกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.6.1.4 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของ ทัศนียภาพแวดล้อม	.827	.843
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	6.782	.034*
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	1.795	.408
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	.992	.991
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	3.732	.292
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	9.473	.024*
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	6.104	.047*
ที่พักปลอดภัย โปร่งและสวยงาม	3.352	.340
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	1.148	.765
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	16.509	.002*
มีห้องน้ำ/ห้องสุขาที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	5.504	.138
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>		
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	1.389	.846
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	4.407	.110
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	1.290	.863
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	2.022	.568
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	1.896	.388
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	1.673	.796
<b>ด้านสถานที่</b>		
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทาง ชัดเจน	6.151	.188
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี	4.460	.347
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	8.599	.035*
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	16.827	.001*

ตารางที่ 4.6.1.4 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
มีการจัด โปรแกรม โดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยว แบบ เหม่าจ่าย (Package)	2.374	.667
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย	2.332	.506
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.235	.519
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่	7.500	.112
การประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์/วิทยุ	32.152	.000*
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	16.835	.002*
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว	16.711	.002*
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	15.541	.004*
<b>ด้านบุคลากร</b>		
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	.389	.943
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	9.672	.022*
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	8.599	.035*
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	7.573	.056
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	1.472	.689
มีเอกสารแนะนำ	.563	.905
มีป้ายบอกทาง ในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	4.797	.309
มีผู้รับความคิดเห็น	3.344	.502
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมา ปรับปรุง	.366	.953
<b>ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อม โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	1.077	.783
อากาศสดชื่น และ ไม่มีมลพิษ	6.698	.082
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	5.029	.081
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.526	.104

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6.1.4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าบริการในประเด็นสภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยวนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 6.782 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 5.991 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_1$  หรือปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีความเห็นด้วยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 66 แต่นักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำ มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67

ส่วนส่วนประสมทางการตลาดด้านสินค้าบริการในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ .827 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 5.991 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_0$  หรือปฏิเสธ  $H_1$  แสดงว่า สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมนั้น ไม่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งจากตารางที่ 4.6.1.4 พบว่า มีเพียงส่วนประสมทางการตลาดในประเด็นสภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม ที่พักเพียงพอและเหมาะสม ร้านอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับใบปลิว การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระจือหรือร้านและเต็มใจให้บริการ และคนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจนเท่าที่ที่มีความสัมพันธ์กับการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.6.2 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำพุคัทพลาบ บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความแตกต่างกัน

$H_0$  : กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.6.2.1 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว

ส่วนประสมทางการตลาด	F จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านสินค้าบริการ</b>		
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์	8.696	.000*
สภาพแวดล้อม		
สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว	3.034	.030*
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	6.434	.000*
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	12.028	.000*
สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก	3.370	.020*
สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม	6.716	.000*
ที่พักเพียงพอและเหมาะสม	5.672	.001*
ที่พักปลอดภัยและสวยงาม	6.113	.001*
สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	6.234	.000*
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ	3.541	.016*
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อการใช้งาน	12.174	.000*
<b>ด้านค่าใช้จ่าย</b>		
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม	2.279	.081
ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม	.474	.701
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	4.522	.004*
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	9.933	.000*
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	6.291	.000*
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	7.028	.000*

ตารางที่ 4.6.2.1 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	F จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านสถานที่</b>		
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	11.445	.000*
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี	5.220	.002*
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	8.080	.000*
สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน	6.854	.000*
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>		
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย	8.687	.000*
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย	8.990	.000*
มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	10.710	.000*
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่	3.642	.014*
การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ	2.122	.099
การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	6.787	.000*
การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ โบปลิ้ว	7.245	.000*
การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ	3.860	.010*
<b>ด้านบุคลากร</b>		
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร	6.986	.000*
คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว	13.930	.000*
คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ	5.275	.002*
คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน	9.203	.000*
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>		
มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	6.986	.000*
มีเอกสารแนะนำ	13.930	.000*
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	5.275	.002*
มีผู้รับความคิดเห็น	9.203	.000*
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	3.599	.015*

ตารางที่ 4.6.2.1 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ จำแนกตามแหล่ง  
ท่องเที่ยว (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาด	F จากการคำนวณ	P-Value
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ		
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	9.045	.000*
อากาศสดชื่น และ ไม่มีมลพิษ	2.081	.104
มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม	6.490	.000*
ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว	8.838	.000*

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ของนัก  
ท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คู่มือ หิม น้ำผุด บางแสนสอง  
และวังน้ำเขียว)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คู่มือหิม	น้ำผุด	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	4.30	3.62	3.59	3.78
สถานที่ท่องเที่ยวมี	คู่มือหิม	4.30	-	.680*	.708*	.520*
ความสวยงามและ	น้ำผุด	3.62		-	.028	.028
ความหลากหลาย	บางแสนสอง	3.59			-	.188
ของทิวทัศน์	วังน้ำเขียว	3.78				-
สภาพแวดล้อม						
		ค่าเฉลี่ย	4.18	3.74	3.51	3.72
ความน่าสนใจของ	คู่มือหิม	4.18	-	.440	.670*	.460*
แหล่งท่องเที่ยว	น้ำผุด	3.74		-	.230	.020
	บางแสนสอง	3.51			-	.210
	วังน้ำเขียว	3.72				-
		ค่าเฉลี่ย	4.08	3.46	3.08	3.52
สถานที่ท่องเที่ยวมี	คู่มือหิม	4.08	-	.620*	.998*	.560*
ความสะอาด	น้ำผุด	3.46		-	.378	.060
	บางแสนสอง	3.08			-	.438
	วังน้ำเขียว	3.52				-

ตารางที่ 4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจําแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คู่มือหิมิง น้ำผุด บางแสนสอง และวังน้ำเขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คู่มือหิมิง	น้ำผุด	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	4.10	3.72	3.30	3.62
สถานที่จอดรถ	คู่มือหิมิง	4.10	-	.382	.802*	.482
เพียงพอและ	น้ำผุด	3.72		-	.420	.100
เหมาะสม	บางแสนสอง	3.30			-	.320
	วังน้ำเขียว	3.62				-
		ค่าเฉลี่ย	4.12	3.75	3.46	3.92
ที่พักเพียงพอและ	คู่มือหิมิง	4.12	-	.370	.663*	.202
เหมาะสม	น้ำผุด	3.75		-	.293	.168
	บางแสนสอง	3.46			-	.462
	วังน้ำเขียว	3.92				-
		ค่าเฉลี่ย	4.38	3.98	3.72	4.02
ที่พักปลอดภัย	คู่มือหิมิง	4.38	-	.401	.657*	.360
และสวยงาม	น้ำผุด	3.98		-	.256	.041
	บางแสนสอง	3.72			-	.297
	วังน้ำเขียว	4.02				-
		ค่าเฉลี่ย	4.22	3.71	3.55	3.92
สถานที่ท่องเที่ยวมี	คู่มือหิมิง	4.22	-	.512*	.669*	.300
ความปลอดภัย	น้ำผุด	3.71		-	.157	.212
	บางแสนสอง	3.55			-	.369
	วังน้ำเขียว	3.92				-
		ค่าเฉลี่ย	4.14	3.82	3.67	3.60
ร้านจำหน่าย	คู่มือหิมิง	4.14	-	.323	.469	.543*
อาหารและ	น้ำผุด	3.82		-	.147	.220
เครื่องดื่มมีจำนวน	บางแสนสอง	3.67			-	.073
เพียงพอ	วังน้ำเขียว	3.60				-

ตารางที่ 4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คู่มือ หิม น้ำผุด บางแสนสอง และวังน้ำเขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คู่มือหิม	น้ำผุด	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	4.29	3.26	3.20	3.59
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา	คู่มือหิม	4.29	-	1.030*	1.082*	.694*
ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน	น้ำผุด	3.26	-	-	.051	.337
	บางแสนสอง	3.20	-	-	-	.388
	วังน้ำเขียว	3.59	-	-	-	-
		ค่าเฉลี่ย	4.15	3.78	3.56	3.72
ราคาที่พัก มีความเหมาะสม	คู่มือหิม	4.15	-	.368	.590*	.426
	น้ำผุด	3.78	-	-	.222	.058
	บางแสนสอง	3.56	-	-	-	.164
	วังน้ำเขียว	3.72	-	-	-	-
		ค่าเฉลี่ย	3.96	3.63	3.00	3.70
ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม	คู่มือหิม	3.96	-	.333	.958*	.258
	น้ำผุด	3.63	-	-	.625*	.075
	บางแสนสอง	3.00	-	-	-	.700*
	วังน้ำเขียว	3.70	-	-	-	-
		ค่าเฉลี่ย	4.00	3.47	3.28	3.71
ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม	คู่มือหิม	4.00	-	.532*	.717*	.286
	น้ำผุด	3.47	-	-	.185	.246
	บางแสนสอง	3.28	-	-	-	.432
	วังน้ำเขียว	3.71	-	-	-	-
		ค่าเฉลี่ย	4.14	3.56	3.30	3.43
ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม	คู่มือหิม	4.14	-	.584*	.838*	.705*
	น้ำผุด	3.56	-	-	.253	.121
	บางแสนสอง	3.30	-	-	-	.132
	วังน้ำเขียว	3.43	-	-	-	-

ตารางที่ 4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของนักท่องเที่ยว  
เที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คุณหมิง น้ำมุด บางแสนสอง และวังน้ำ  
เขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คุณหมิง	น้ำมุด	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	4.18	3.76	3.90	3.62
การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	คุณหมิง	4.18	-	.423	.286	.564
	น้ำมุด	3.76		-	.137	.141
	บางแสนสอง	3.90			-	.278
	วังน้ำเขียว	3.62				-
		ค่าเฉลี่ย	4.12	3.61	3.58	3.54
สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี	คุณหมิง	4.12	-	.514	.539	.582
	น้ำมุด	3.61		-	.025	.069
	บางแสนสอง	3.58			-	.043
	วังน้ำเขียว	3.54				-
		ค่าเฉลี่ย	4.16	3.85	3.56	3.78
มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	คุณหมิง	4.16	-	.315	.603	.383
	น้ำมุด	3.85		-	.288	.068
	บางแสนสอง	3.56			-	.220
	วังน้ำเขียว	3.78				-
		ค่าเฉลี่ย	4.10	3.43	3.00	3.00
มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยวแบบเหม่าจ่าย	คุณหมิง	4.10	-	.673	1.102	1.102
	น้ำมุด	3.43		-	.429	.429
	บางแสนสอง	3.00			-	.000
	วังน้ำเขียว	3.00				-
		ค่าเฉลี่ย	3.92	3.39	3.34	3.00
มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย	คุณหมิง	3.92	-	.526	.575	.917
	น้ำมุด	3.39		-	.049	.390
	บางแสนสอง	3.34			-	.341
	วังน้ำเขียว	3.00				-

ตารางที่ 4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจําแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คูณหมิง น้ำพุค บางแสนสอง และวังน้ำเขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คูณหมิง	น้ำพุค	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	3.98	3.16	3.04	3.24
มีกิจกรรมเสริม	คูณหมิง	3.98	-	.817*	.935*	.740*
อื่นๆ ที่น่าสนใจใน	น้ำพุค	3.16		-	.118	.076
จุดที่เป็นแหล่ง	บางแสนสอง	3.04			-	.195
ท่องเที่ยว	วังน้ำเขียว	3.24				-
		ค่าเฉลี่ย	4.04	3.49	3.27	3.02
มีอัตราค่าบริการ	คูณหมิง	4.04	-	.552	.773*	1.019*
แตกต่างกัน	น้ำพุค	3.49		-	.220	.466
ระหว่างเด็กและ	บางแสนสอง	3.27			-	.246
ผู้ใหญ่	วังน้ำเขียว	3.02				-
		ค่าเฉลี่ย	3.98	3.05	2.93	3.35
การ	คูณหมิง	3.98	-	.933*	1.051*	.625*
ประชาสัมพันธ์	น้ำพุค	3.05		-	.118	.308
ทางโทรทัศน์/วิทยุ	บางแสนสอง	2.93			-	.426
	วังน้ำเขียว	3.35				-
		ค่าเฉลี่ย	3.94	3.12	3.00	3.77
การ	คูณหมิง	3.94	-	.820*	.939*	.168
ประชาสัมพันธ์	น้ำพุค	3.12		-	.119	.652*
ทางอินเตอร์เน็ต	บางแสนสอง	3.00			-	.771*
	วังน้ำเขียว	3.77				-
		ค่าเฉลี่ย	3.90	2.84	2.78	3.35
การ	คูณหมิง	3.90	-	1.061*	1.117*	.544
ประชาสัมพันธ์	น้ำพุค	2.84		-	.057	.517
ทางแผ่นพับ	บางแสนสอง	2.78			-	.574
ใบปลิว	วังน้ำเขียว	3.35				-

ตารางที่ 4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คูณหมิง น้ำมุด บางแสนสอง และวังน้ำเขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คูณหมิง	น้ำมุด	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	4.04	3.60	3.42	3.52
การ	คูณหมิง	4.04	-	.446	.619*	.520
ประชาสัมพันธ์	น้ำมุด	3.60		-	.173	.074
แบบบอกต่อ	บางแสนสอง	3.42			-	.099
	วังน้ำเขียว	3.52				-
		ค่าเฉลี่ย	4.12	3.93	3.40	3.70
คนในพื้นที่	คูณหมิง	4.12	-	.191	.727*	.422
ให้บริการด้วย	น้ำมุด	3.93		-	.536*	.232
ความรวดเร็ว	บางแสนสอง	3.40			-	.304
	วังน้ำเขียว	3.70				-
		ค่าเฉลี่ย	4.18	3.88	3.37	3.78
คนในพื้นที่ดูแล	คูณหมิง	4.18	-	.300	.816*	.404
เอาใจใส่	น้ำมุด	3.88		-	.516	.104
กระตือรือร้นและ	บางแสนสอง	3.37			-	.413
เต็มใจให้บริการ	วังน้ำเขียว	3.78				-
		ค่าเฉลี่ย	4.02	3.81	3.46	3.76
คนในพื้นที่ให้	คูณหมิง	4.02	-	.206	.560*	.260
คำแนะนำ หรือ	น้ำมุด	3.81		-	.354	.054
ตอบข้อซักถาม	บางแสนสอง	3.46			-	.300
อย่างชัดเจน	วังน้ำเขียว	3.76				-
		ค่าเฉลี่ย	4.08	3.50	3.27	3.63
มีผู้รับผิดชอบคอย	คูณหมิง	4.08	-	.582*	.811*	.457
ให้ข้อมูลข่าวสาร	น้ำมุด	3.50		-	.229	.125
แก่นักท่องเที่ยว	บางแสนสอง	3.27			-	.354
	วังน้ำเขียว	3.63				-

ตารางที่ 4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คูณหมิง น้ำพุค บางแสนสอง และวังน้ำเขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คูณหมิง	น้ำพุค	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	4.08	3.14	2.81	3.46
มีเอกสารแนะนำ	คูณหมิง	4.08	-	.945*	1.269*	.623*
	น้ำพุค	3.14		-	.324	.322
	บางแสนสอง	2.81			-	.646*
	วังน้ำเขียว	3.46				-
		ค่าเฉลี่ย	3.98	3.47	3.20	3.66
มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	คูณหมิง	3.98	-	.513	.780*	.320
	น้ำพุค	3.47		-	.267	.193
	บางแสนสอง	3.20			-	.460
	วังน้ำเขียว	3.66				-
		ค่าเฉลี่ย	3.90	2.93	2.98	3.09
มีผู้รับความคิดเห็น	คูณหมิง	3.90	-	.971*	.920*	.813*
	น้ำพุค	2.93		-	.051	.158
	บางแสนสอง	2.98			-	.107
	วังน้ำเขียว	3.09				-
		ค่าเฉลี่ย	3.92	3.44	3.32	3.47
มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง	คูณหมิง	3.92	-	.476	.601*	.453
	น้ำพุค	3.44		-	.125	.022
	บางแสนสอง	3.32			-	.148
	วังน้ำเขียว	3.47				-
		ค่าเฉลี่ย	4.36	3.96	3.56	3.98
สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี	คูณหมิง	4.36	-	.403	.800*	.380
	น้ำพุค	3.96		-	.397	.023
	บางแสนสอง	3.56			-	.420
	วังน้ำเขียว	3.98				-

ตารางที่ 4.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ ของนักท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คูณหมิง น้ำพุค บางแสนสอง และวังน้ำเขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คูณหมิง	น้ำพุค	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	4.20	4.02	3.54	4.02
มีการจัดสถานที่	คูณหมิง	4.20	-	.178	.660*	.180
สอดคล้องกับ	น้ำพุค	4.02		-	.482*	.002
สภาพแวดล้อม	บางแสนสอง	3.54			-	.480*
	วังน้ำเขียว	4.02				-
		ค่าเฉลี่ย	4.02	4.43	3.53	4.24
ไม่มีโรงงาน	คูณหมิง	4.02	-	.415	.489	.220
อุตสาหกรรมอยู่	น้ำพุค	4.43		-	.904*	.195
ใกล้เคียงกับ	บางแสนสอง	3.53			-	.709*
สถานที่ท่องเที่ยว	วังน้ำเขียว	4.24				-

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีความแตกต่างกันรายคู่ อย่างมีนัยสำคัญที่ทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6.2.1 และตารางที่ 4.6.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมนั้น มีค่า F จากการคำนวณเท่ากับ 8.696 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 2.60 ซึ่งเป็นเขตที่ยอมรับ  $H_1$  หรือปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า นักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อจำแนกเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันจำนวน 3 คู่ ได้แก่ นักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวคูณหมิงมีความคิดเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมมีค่าเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว น้ำพุค บางแสนสอง และวังน้ำเขียว

ส่วนเมื่อพิจารณาในประเด็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมนั้น มีค่า F จากการคำนวณเท่ากับ 2.279 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 2.60 ซึ่งเป็นเขตที่ยอมรับ  $H_0$  หรือปฏิเสธ  $H_1$  แสดงว่านักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในประเด็นสถานที่ท่องเที่ยวมีความ

สวยงามและความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อมไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.6.2.1 และตารางที่ 4.6.2.2 พบว่า นักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดในประเด็นต่างๆ นั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ประเด็น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสมและไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม ที่นักท่องเที่ยวความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**4.6.3 ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ การบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำมุดทัพลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีผลกระทบต่อ การกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว**

$H_0$  : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ไม่มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ

$H_1$  : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตารางที่ 4.6.3.1 ตารางแสดงสัดส่วนความผันแปรของ Discriminant score

Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig
0.894	14.684	7	0.040

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6.3.1 พบว่าค่า Sig. มีค่าเท่ากับ 0.040 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า .05 จึงอธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัว ได้แก่ สิ้นค้าบริการ ค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สามารถใช้ในการแบ่งกลุ่มความพึงพอใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวได้

ตารางที่ 4.6.3.2 แสดงขนาดผลกระทบของปัจจัยการตลาดที่มีต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ท่านคิดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งนี้อีกหรือไม่	
	ต้องการ	ไม่ต้องการ
ด้านสินค้าบริการ	2.070	2.089
ด้านค่าใช้จ่าย	5.930	11.948
ด้านสถานที่	3.040	3.100
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.001	-4.659
ด้านบุคลากร	.009	.053
ด้านกระบวนการให้บริการ	-.384	1.629
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	5.818	2.186
Constant	-32.575	-38.135

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6.3.2 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในทุกๆ ด้าน ได้แก่ ด้านสินค้าบริการ (2.07) ด้านค่าใช้จ่าย (5.93) ด้านสถานที่ (3.04) ด้านการส่งเสริมการตลาด (0.001) ด้านบุคลากร (0.009) และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (5.818) มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยว ยกเว้นปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการ (-0.384) ที่ไม่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากกระบวนการให้บริการของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การขาดผู้รับผิดชอบในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทางบริเวณจุดท่องเที่ยว ไม่ชัดเจน ไม่มีผู้รับฟังความคิดเห็น และขาดการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้เมื่อคำนึงถึงขนาดผลกระทบของปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ มีปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย (5.93) เนื่องจากไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม รวมทั้งสถานที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (5.818) เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นธรรมชาติ อากาศสดชื่น ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว

จากการคำนวณสามารถแสดงสมการ ได้ดังนี้

สมการความต้องการการกลับมาเที่ยวซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยว

$$-32.575 + (2.07*3.83) + (5.93*3.81) + (3.04*3.83) + (0.001*3.47) + (0.009*3.82) + (-0.384*3.51) + (5.818*4.03) = 31.73 \quad \dots\dots\dots(1)$$

สมการความไม่ต้องการการกลับมาเที่ยวซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยว

$$-38.135 + (2.089*3.83) + (11.948*3.81) + (3.1*3.83) + (-4.659*3.47) + (0.053*3.82) + (1.629*3.51) + (2.186*4.03) = 25.38 \quad \dots\dots\dots(2)$$

จากสมการทั้ง 2 สมการ พบว่า ผลลัพธ์ของสมการที่ 1 มีค่า 31.73 ซึ่งมากกว่าผลลัพธ์ของสมการที่ 2 มีค่า 25.38 จึงสรุปได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการกลับมาเที่ยวที่แหล่งท่องเที่ยวซ้ำ

#### ตารางที่ 4.6.3.3 ตารางแสดงค่าสัมประสิทธิ์ในรูปมาตรฐาน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Standardization coefficients
ด้านสินค้าบริการ	0.212
ด้านค่าใช้จ่าย	-1.130
ด้านสถานที่	-0.150
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.890
ด้านบุคลากร	0.214
ด้านกระบวนการให้บริการ	-0.571
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	0.776

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 4.6.3.3 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ที่อยู่ในรูปมาตรฐาน Standardized ซึ่งไม่มีหน่วยของตัวแปรอิสระทั้ง 7 มาพิจารณา จะพบว่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรด้านค่าใช้จ่ายมีอิทธิพลต่อการแบ่งกลุ่มความพึงพอใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ซึ่งผลที่ได้สอดคล้องกับตารางที่ 4.6.3.2 ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ คือ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายเนื่องจากผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับการจัดการที่ไม่มี

การเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม รวมทั้งสถานที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม

## บทที่ 5

### การวิเคราะห์ข้อมูลและการอภิปรายผล

(กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่  
หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มผู้นำชุมชน)

การวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือขึ้นเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว โดยเน้นวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และกลุ่มผู้นำชุมชน ซึ่งได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 6 ส่วนตามลำดับ ดังต่อไปนี้

5.1 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองจังหวัด  
เลย

5.2 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวน้ำผุดทัพลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

5.3 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

5.4 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว  
จังหวัดนครราชสีมา

5.5 สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจ  
บริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวใน 4 พื้นที่เป้าหมาย

5.6 การทดสอบสมมุติฐาน

## 5.1 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย

### 5.1.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

#### 1. ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 25 คน ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

#### ตารางที่ 5.1.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>			
	ชาย	17	68
	หญิง	8	32
	<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>			
	ต่ำกว่า 20 ปี	4	16
	20-24 ปี	1	4
	25-29 ปี	4	16
	30-34 ปี	2	8
	35-39 ปี	3	12
	40-44 ปี	4	16
	45 ปี ขึ้นไป	7	28
	<b>รวม</b>	<b>50</b>	<b>100</b>
<b>สถานภาพ</b>			
	โสด	6	24
	สมรส	17	68
	หม้าย	0	0
	หย่าร้าง	1	4
	อื่นๆ	1	4
	<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 5.1.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	10	40
3,000-5,000 บาท	5	20
5,001-7,000 บาท	1	4
7,001-9,000 บาท	5	20
มากกว่า 9,000 บาท	4	16
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	1	4
ประถมศึกษา (ป. 6)	2	8
มัธยมศึกษาต้น (ม. 3)	5	20
มัธยมศึกษาปลาย (ม. 6)	7	28
ปริญญาตรี	10	40
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้</b>		
น้อยกว่า 5 ปี	4	16
5 - 9 ปี	6	24
10 - 14 ปี	2	8
มากกว่า 14 ปี	12	48
อื่น ๆ	1	4
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.1.1.1 พบว่า กลุ่มคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 17 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68 ซึ่งมีอายุ 45 ปีขึ้นไป จำนวน 7 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 โดยมีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 17 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68 กลุ่มคนในชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 10 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ซึ่งมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 10 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และอาศัยอยู่ชุมชนแห่งนี้มาแล้วมากกว่า 14 ปี จำนวน 12 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 48

ตารางที่ 5.1.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านการจัดการท่องเที่ยว</b>			
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	3.76	.970	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	3.68	.802	มาก
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาฟื้นฟูและอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.67	.963	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.60	.913	มาก
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนโยบายท้องถิ่น	3.56	.821	มาก
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น	3.56	.870	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	3.56	1.193	มาก
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	3.52	.963	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์ หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	3.48	1.085	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3.48	1.159	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	3.48	1.194	มาก
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	3.44	.870	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	3.42	1.412	มาก

ตารางที่ 5.1.1.2 สักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	3.33	1.049	ปานกลาง
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการ ปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	3.25	1.032	ปานกลาง
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้ง คณะกรรมการวางแผนและดำเนินงาน เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.12	1.201	ปานกลาง
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและ วัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.04	.889	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.46</b>	<b>.717</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	4.36	.757	มากที่สุด
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยว มากขึ้น	4.08	.640	มาก
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่ เกิดขึ้น	3.96	.841	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พัก แบบโฮมสเตย์	3.20	1.155	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.90</b>	<b>.554</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิต ภายในพื้นที่จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	4.20	.816	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทาง การเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	3.76	.723	มาก
การท่องเที่ยวให้เกิดการปรับปรุงการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	3.72	.843	มาก
การท่องเที่ยวให้เกิดการแปรรูปผลิต ทางการเกษตรจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	3.68	.852	มาก
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการ พัฒนาการเกษตร	3.56	.961	มาก

ตารางที่ 5.1.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร	3.52	.770	มาก
รวม	3.74	.624	มาก
<b>ด้านรายได้ของชุมชน</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.16	.746	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	4.04	.735	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	4.04	.978	มาก
รวม	4.08	.669	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.1.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน สรุปได้ดังนี้

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.46 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 3.68 และ 3.67 ตามลำดับ

ด้านการจ้างงานและการให้บริการโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.90 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น และการท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 4.08 และ 3.96 ตามลำดับ

ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.74 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น และการ

ท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 3.76 และ 3.72 ตามลำดับ

ด้านรายได้ของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.08 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 4.04 และ 4.04 ตามลำดับ

## 2. ศักยภาพของชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนไม่ดี หมายถึง ฐานะทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ มาตรฐานการครองชีพที่เกิดจากรายได้ แต่คนในชุมชนส่วนใหญ่อยากให้มีการพัฒนาเพื่อให้เศรษฐกิจดีขึ้น โดยคนในชุมชนได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้นตามกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มมัคคุเทศก์ กลุ่มร้านค้า กลุ่มแม่บ้านทำสินค้าที่ระลึก (จักสาน, ทอผ้าไหม, หัตถกรรม) เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนในด้านการให้คำแนะนำและเป็นพี่เลี้ยงจากหน่วยงานของทางราชการ เช่น อำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และมีหน่วยงานของกลุ่มธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) กลุ่มพัฒนาชุมชนมาให้คำแนะนำ แต่บางกลุ่มอาชีพยังไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง มีการรวมกลุ่มเพื่อให้คนในชุมชนนำสินค้าที่ผลิตขึ้นนั้นมาขายให้นักท่องเที่ยว มีการจัดประชุมประชาคมเป็นประจำทุกเดือนเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือเมื่อมีข่าวสารแจ้งให้คนในชุมชนทราบ

คนในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นในการหาแนวทางสำหรับการพัฒนาศักยภาพของชุมชน คือ ควรให้ทางราชการทั้งองค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบลให้การสนับสนุนในการปรับปรุงถนน มีป้ายสัญลักษณ์บอกตลอดเส้นทาง มีลานจอดรถและห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว มีการจัดการด้านขยะและสิ่งแวดล้อม มีการจัดระเบียบเรื่องการค้าสินค้าชุมชน ในช่วงเทศกาลควรมีการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และควรมีการจัดการทางด้านตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยหาแนวทางในการให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการพัฒนาชุมชนและควรมีการกระจายอำนาจในการพัฒนาชุมชนแก่คนในชุมชนให้มากกว่านี้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยพร ทาวีกุล (2544) โดยประชาชนต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่าง

ยั่งยืน โดยเน้นการพัฒนาเส้นทาง ร้านค้า การประชาสัมพันธ์ ความปลอดภัย และการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเช่นกัน

### 5.1.2 กลุ่มผู้นำชุมชน

อุทยานสวนหินผางาม หรือรู้จักในนามคุมหิมเมืองไทย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตั้งอยู่ในหมู่ 10 บ้านผางาม ตำบลปวนผุ อำเภอนองหิน จังหวัดเลย จัดเป็นแหล่งเที่ยวแห่งเดียวในประเทศไทยที่มีภูเขาและผาต่างๆที่เดินและปีนป่ายถึงกันได้ ผจญภัยอย่างสนุกสนานบนภูเขา หรือที่เรียกว่าฟอสซิล (Fossil) เช่น ปะการัง เปลือกหอย ซึ่งเกิดจากทะเลก่อนมนุษย์จะเกิดมาในโลกนี้ หรือประมาณ 250-280 ล้านปีที่เรียกว่า ยุคเพอร์เมียน (Permian) โดยบางส่วนเป็นเทือกเขาหินปูนขนาดเล็กความสูงเหนือระดับน้ำทะเล 500-750 เมตร เนื้อที่ทั้งหมดของอุทยานของสวนหินผางาม 9,000 ไร่ นับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังมีหลายหน่วยงานทั้งภายในพื้นที่และนอกพื้นที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา ได้แก่ จังหวัดเลย กรมพัฒนาชุมชน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ยังได้รับความร่วมมือจากชุมชนและองค์การบริหารส่วนตำบลปวนผุ จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงานและหัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว สรุปได้ดังต่อไปนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

กลุ่มผู้บริหารหรือผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางาม ส่วนใหญ่ร้อยละ 90 มีประสบการณ์ในการดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนามากกว่า 9 ปี โดยงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร้อยละ 70 มาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยผ่านทางองค์การบริหารส่วนตำบลปวนผุ ส่วนงบประมาณในการพัฒนาร้อยละ 20 มาจากจังหวัดเลย และร้อยละ 10 มาจากงบประมาณจากส่วนกลางซึ่งเป็นขุดหนุนคณะกรรมการในการกำกับดูแลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว คือ คณะกรรมการบริหาร อบต.ปวนผุ นั่นเอง ซึ่งประกอบด้วยบุคคลมากกว่า 10 ท่าน ซึ่งจะมีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง แต่ประเด็นการประชุมเกี่ยวกับอุทยานแห่งชาติสวนหินผางามนั้นประมาณ 3-4 ครั้งต่อปี

## 2. ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติสวนหินผางาม

### 2.1 ด้านการจัดการการท่องเที่ยว

#### ตารางที่ 5.1.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.1 ด้านการให้บริการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเชิงนิเวศ</li> <li>- ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ธรรมชาติ</li> <li>- อากาศและสภาพแวดล้อมดี</li> <li>- สะดวกและปลอดภัย</li> <li>- ความสะอาดบริเวณแหล่งท่องเที่ยวพอใช้</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาจุดท่องเที่ยวให้สะอาดยิ่งขึ้นพร้อมๆ กับรักษาความเป็นธรรมชาติ</li> <li>- พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวด้วยการทำป้ายบอกเส้นทางธรรมชาติให้ชัดเจน</li> <li>- วางแผนและปรับปรุงจุดชมวิว</li> </ul>
<b>2.1.2 ด้านค่าใช้จ่าย</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและที่พักตลอดจนของที่ระลึกที่เพิ่มขึ้นในชุมชนไม่สูงนัก</li> <li>- คิดค่ามัคคุเทศก์ 100 บาทต่อคน โดยแต่ละคณะไม่เกิน 10 คน</li> <li>- ค่ารถโดยสารเข้าถึงจุดแหล่งท่องเที่ยว ไป-กลับ คนละ 15 บาท แต่ถ้าไปหรือกลับอย่างเดียว 10 บาทเด็กไม่เสียค่าโดยสาร</li> <li>- ในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เช่น ช่วงฤดูหนาว ราคาอาหาร และที่จอดรถจะแพง (เดิมไม่เก็บเงินค่าจอดรถ)</li> <li>- ไม่มีการเก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การตั้งราคาที่พัก อาหาร ของที่ระลึก และที่จอดรถ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน</li> <li>- ปรับปรุงการเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวตรงทางแยกก่อนเข้าสู่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</li> <li>- เก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว 5-10 บาทต่อคน</li> </ul>
<b>2.1.3 ด้านสถานที่</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวจากถนนสายหลักระยะ 19 กิโลเมตร ยังไม่ดีพอ</li> <li>- ป้ายบอกทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ชัดเจน</li> <li>- ที่จอดรถเพียงพอ ยกเว้นช่วงเทศกาล (เริ่มตั้งแต่เข้าพรรษาถึงเดือนเมษายนในปีถัดไป)</li> <li>- สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน</li> <li>- น้ำและไฟฟ้าสะดวก</li> <li>- มีจุดให้นักท่องเที่ยวพักระหว่างเดินชมธรรมชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงถนนและป้ายบอกทางให้ชัดเจน</li> <li>- ปรับปรุงคลองระบายน้ำ ป้องกันช่วงฝนตกระบายน้ำไม่ทัน</li> <li>- จัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม พร้อมๆ กับการดำรงความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว</li> </ul>

### ตารางที่ 5.1.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว (ต่อ)

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีประชาสัมพันธ์โดยสื่อต่างๆ เช่น แผ่นพับ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต และ CD</li> <li>- มีการบอกต่อนักท่องเที่ยว</li> <li>- มีศูนย์ข้อมูลบริการนักท่องเที่ยว พร้อมเจ้าหน้าที่ให้บริการทุกๆ วัน</li> <li>- จัดกิจกรรมทุกปีตรงกับ 4 ธันวาคม พร้อมๆกับ วันพ่อ โดยจัดมินิมาราธอนจักรยานเสือภูเขาซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมาก</li> <li>- มีของที่ระลึกจากคนในชุมชนไว้จำหน่ายให้นักท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านทุกสื่อให้มากขึ้น และต่อเนื่อง</li> <li>- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิถีพิถันแบบโฮมสเตย์ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนพร้อมกับการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติสวนหินงาม</li> <li>- เพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้น เช่น การปีนหน้าผา แต่ต้องจ้างทหารช่างมากำกับดูแลเรื่องความปลอดภัย</li> <li>- ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Package ระหว่างอุทยานแห่งชาติสวนหินผางามกับจุดท่องเที่ยวใกล้เคียง</li> </ul>
<b>2.1.5 ด้านบุคลากร</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- คนในชุมชนเป็นมิตร และคอยให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว</li> <li>- คนในชุมชนให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวอย่างถูกต้องและชัดเจน</li> <li>- มีการให้บริการการท่องเที่ยวด้วยระบบมัคคุเทศก์โดยเดิมจัดอบรมโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปัจจุบันใช้วิทยากรที่มีประสบการณ์ภายในพื้นที่</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มัคคุเทศก์ควรได้รับการอบรมและให้บริการนักท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยข้อมูลข่าวสารที่ให้บริการควรเป็นมาตรฐานเดียวกันด้วย</li> <li>- อบรมภาษาอังกฤษให้กับมัคคุเทศก์เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น</li> </ul>

### ตารางที่ 5.1.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว (ต่อ)

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีระบบการให้บริการนักท่องเที่ยวดำเนินงานโดยศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</li> <li>- มีบริการเสริมกับการท่องเที่ยว ได้แก่ รถบริการเข้าสู่จุดท่องเที่ยว ของที่ระลึกจากคนในชุมชน</li> <li>- มีร้านอาหาร ที่พัก และที่จอดรถเพียงพอในระดับหนึ่ง</li> <li>- มีการรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวโดยมีการตั้งจุดของตำรวจชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- จัดทำคู่มือรับฟังความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ จากนักท่องเที่ยว</li> <li>- ควรมีการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ</li> <li>- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนการท่องเที่ยวมากขึ้น</li> </ul>
<b>2.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามตามธรรมชาติ โดยไม่มีการตกแต่งให้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม</li> <li>- ไม่มีมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม</li> <li>- จัดบริเวณสถานที่สอดคล้องกับความเป็นธรรมชาติ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- รักษาและคงความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- ปรับสวนห่อมสำหรับให้นักท่องเที่ยวนั่งพักผ่อนระหว่างทางให้สอดคล้องกับความเป็นธรรมชาติ</li> </ul>

ที่มา : จากการสำรวจ

## 2.2 การจ้างงานและการให้บริการ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสวนหินผางาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติในตำบลปวนคู่อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย ทำให้เกิดการจ้างงานแก่คนในชุมชนซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ย 160-180 บาทต่อคนต่อวัน โดยการจ้างงานดังกล่าวมาจากกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว ได้แก่ (1) กลุ่มรถไถนาเดินตามที่ปรับแต่งเป็นรถรับ-ส่งบริการนักท่องเที่ยว มีรายได้จากนักท่องเที่ยว 10-15 บาทต่อคน (2) กลุ่มมัคคุเทศก์ซึ่งเป็นคนในพื้นที่มีรายได้ร้อยละ 70 จากค่าบริการนักท่องเที่ยวชมธรรมชาติต่อกลุ่มๆละไม่เกิน 10 คน อัตราบริการ 100 บาทต่อกลุ่ม (3) กลุ่มผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ และกะลา ซึ่งเป็นของที่ระลึกจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว (4) หัตถกรรมจากไหมพรม (5) ร้านอาหาร และ (6) บริการด้านที่พักและที่จอดรถ

จากกิจกรรมที่เกี่ยวกับการให้บริการนักท่องเที่ยวดังกล่าว ทำให้เกิดการจ้างงานที่มาจากการบริการที่ครบวงจรและครอบคลุมตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว สำหรับแนวทางในการพัฒนาด้านการจ้างงานและการให้บริการ โดยการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบไม่บริหารแยกส่วน เช่น มัคคุเทศก์ ผู้ให้บริการรับ-ส่งนักท่องเที่ยว และศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร นอกจากนี้ควรส่งเสริมการจัดจำหน่ายของที่ระลึกโดยให้ไปจำหน่ายบริเวณที่ อบต. จัดไว้ วางแผนอบรมมััคคุเทศก์เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนไม่เพียงพอ โดยเฉพาะช่วงเทศกาลเข้าพรรษา จนกระทั่งถึงเดือนเมษายนของปีถัดไป และวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ เป็นต้น เพราะจะช่วยส่งเสริมให้มีการจ้างงานและการให้บริการ จนคนในชุมชนมีความเป็นอยู่ดีขึ้น

## 2.2 ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรและสินค้าหัตถกรรม

อาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศสวนหินผางาม ตำบลปวนผู อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย ได้แก่การทำไร่ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อ้อยและมีไม้ผล เช่น ลำไย และลิ้นจี่ แต่ไม่มากนัก ปัจจุบันคนในชุมชนก็ยังยึดอาชีพด้านการเกษตรดังกล่าวอยู่ แต่จะเพิ่มพื้นที่การปลูกยางพาราโดยปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์และอ้อยลดลง แนวทางการพัฒนาการผลิตผลผลิตการเกษตรในอนาคตนั้นจะมีการพัฒนาควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เพราะทำให้คนในชุมชนมีรายได้ อย่างไรก็ตามคนในชุมชนส่วนใหญ่ยังคงยึดอาชีพทางการเกษตรเป็นอาชีพหลัก

สำหรับสินค้าหัตถกรรมของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว นั้นในอดีตมีการจักสานผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในครัวเรือนเท่านั้น แต่เมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวสวนหินผางามทำให้ชาวบ้านผลิตเครื่องสานไว้สำหรับขายเป็นของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว โดยใช้วัตถุดิบภายในพื้นที่ ได้แก่ ไม้ไผ่ นอกจากนี้ยังมีการนำกะลามะพร้าวจากจังหวัดเลย มาทำเป็นผลิตภัณฑ์จำหน่ายเป็นของที่ระลึก ตลอดจนการถักไหมพรมเป็นหมวก ผ้าพันคอ และเสื่อคลุมไหล่ เพื่อจำหน่ายเป็นของที่ระลึก แก่นักท่องเที่ยวจนเกิดการรวมกลุ่มต่างๆ ได้แก่ กลุ่มหัตถกรรมจากไม้ไผ่ กลุ่มถักทอไหมพรม กลุ่มไม้เนื้อแข็ง และกลุ่มสมุนไพร เป็นต้น สำหรับแนวทางพัฒนาด้านสินค้าหัตถกรรมในอนาคต จากสัมภาษณ์พบว่าคนในชุมชนควรพัฒนาของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และควรเพิ่มความหลากหลายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ ไม้เนื้อแข็ง กะลา และไหมพรม นอกจากนี้หน่วยงานจากภาครัฐควรเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

## 2.3 ด้านรายได้ของชุมชน

อาชีพและรายได้ของคนในชุมชนก่อนมีการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ อาชีพ เกษตรกรรม ได้แก่ การปลูกข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อ้อย และข้าวไร่ โดยมีรายเฉลี่ยต่อครอบครัว 30,000-50,000 บาท/ปี แต่เมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว คนในชุมชนก็ยังยึดอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพหลักอยู่ ในขณะที่เดียวกันเกษตรกรบางส่วนได้หันมาประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการ

ท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ที่พัก ขยายของที่ระลึก รถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยวที่ดัดแปลงมาจากรถไฟ  
เดินตาม นอกจากนี้เยาวชนในชุมชนยังมีรายได้จากการเป็นมัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวชมธรรมชาติ  
ในอุทยานสวนหินผางาม นอกจากนี้คนในชุมชนยังมีอาชีพรับจ้างทั่วไปในพื้นที่ที่เป็นแหล่งที่ตั้ง  
ของแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย โดยรายได้จากการรับจ้างประมาณเฉลี่ยวันละ 150-200 บาท ทำให้  
ครอบครัวของคนในชุมชนมีรายได้มากกว่า 40,000 บาทต่อครอบครัวต่อปี

สำหรับแนวทางการพัฒนารายได้ของคนในชุมชนในอนาคตนั้น พบว่า ถ้าหากมีการใช้กล  
ยุทธ์ต่างๆ ในด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ ด้าน  
การส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อย่างเป็นระบบ  
จะทำให้นักท่องเที่ยวทั้งในและนอกพื้นที่จังหวัดเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้คนในชุมชนมี  
รายได้เพิ่มขึ้น ตลอดจนพัฒนาคุณภาพสินค้าที่เป็นของที่ระลึกสำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวซึ่ง  
เป็นช่องทางเพิ่มรายได้แก่คนในชุมชนอีกด้วย

### 3. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น

#### 3.1 ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจเป็นทุนทางสังคม

อุทยานสวนหินผางาม หรือคุณหญิงเมืองไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่คงความเป็น  
ธรรมชาติ มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพภูมิประเทศที่สวยงาม มีการ  
พัฒนาความรู้ให้กับคนในชุมชน โดยเน้นให้มีการฝึกอบรมจากคนภายในและนอกพื้นที่ เช่น การ  
อบรมมัคคุเทศก์จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น จึงทำให้คนในชุมชนมีความเข้มแข็งทาง  
เศรษฐกิจที่เป็นทุนสังคม นอกจากนี้คนในชุมชนยังมีรายได้จากการเกษตรกรรมซึ่งเป็นอาชีพหลัก  
และอาชีพเสริมที่เป็นการบริการจากกิจกรรมต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวอีกด้วย

#### 3.2 การรวมกลุ่ม

ตำบลปวนผุซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางามนั้นมีการรวมกลุ่มต่างๆ ภายใน  
ชุมชนเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ กลุ่มมัคคุเทศก์ กลุ่มหัตถกรรม กลุ่มค้าขาย กลุ่มรถไฟ  
เดินตามที่ปรับปรุงสำหรับรับ-ส่งนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มที่เพิ่มเติมจากกลุ่มอ้อมทรัพย์ของคนใน  
ชุมชนที่มีอยู่เดิม นอกจากนี้ยังมีกลุ่มต่างๆ อีกหลายกลุ่ม ปัจจุบันวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้  
เปลี่ยนแปลงไปมากจนทำให้ฐานะเศรษฐกิจของคนในชุมชนดีขึ้น นอกจากนี้ยังได้รับความ  
ช่วยเหลือจากหน่วยงานของรัฐ ได้แก่ พัฒนาชุมชน หรือองค์การบริหารส่วนตำบล

#### 3.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม

องค์การบริหารส่วนตำบลปวนผุได้รับการสนับสนุนจากพัฒนาชุมชนทางด้านงบประมาณ  
สนับสนุนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม โดยเฉพาะด้านการส่งเสริมอาชีพ จนเกิดการ

รวมกลุ่มอาชีพต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วข้างต้น นอกจากนี้ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรยังให้ความช่วยเหลือทางด้านการประกอบอาชีพด้วย

### 3.4 การจัดการด้านการตลาด

ชุมชนบ้านผางาม ซึ่งเป็นบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางามนั้นไม่มีตลาดชุมชน มีแต่ร้านค้าชุมชน ที่ประกอบด้วยร้านอาหารและร้านจำหน่ายของที่ระลึกเท่านั้น ร้านค้าชุมชนดังกล่าวจะเปิดให้บริการทุกวัน ซึ่งผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นคนภายในพื้นที่ ได้แก่ หมู่ 4 (สวนห้อม) หมู่ 3 (ผาห้วย) หมู่ 10 (ผางาม) และหมู่ 11 (ผาฝ้าย)

### 3.5 การจัดประชุมประชาคม

คนในชุมชนซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี จนเกิดกลุ่มอาชีพต่างๆ ตามปกติการจัดประชุมประชาคมทุกกลุ่มอาชีพดังกล่าวปีละไม่เกิน 2 ครั้ง โดยมีผู้นำการจัดประชาคม คือ องค์การบริหารส่วนตำบล และพัฒนาชุมชน ในช่วงเวลาก่อนเทศกาล ได้แก่ ก่อนปีใหม่และก่อนสงกรานต์ เป็นต้น

## 4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

4.1 องค์การบริหารส่วนตำบลปวนผุ ควรมีการวางแผนการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบที่ชัดเจน โดยให้คนในชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมพัฒนามากยิ่งขึ้น

4.2 ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิถีพิถัน โสมสแดย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกทางหนึ่งด้วย

4.3 การพัฒนาความหลากหลายของที่ระลึก ควรเน้นแสดง Image ของแหล่งท่องเที่ยว

4.4 ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานสวนหินผางามควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมคิด และร่วมทำ โดยเฉพาะเส้นทางเดินเที่ยวภายในอุทยานสวนหินผางาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ รสีกา อังกฤษ และคณะ (2549) ได้เสนอแนวทางในการพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้านการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวสำหรับการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนนั้นควรมีส่วนร่วมในขั้นตอนต่างๆ ของการดำเนินงานในหลายลักษณะ ตั้งแต่ร่วมคิดกิจกรรม ร่วมวางแผน ร่วมดำเนินการ ร่วมสนับสนุนทุนและแรงงาน และร่วมติดตามประเมินผล

## 5.2 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวน้ำผุดที่พลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

### 5.2.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

#### 1. ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 25 คน ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.2.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>			
	ชาย	9	36
	หญิง	16	64
	<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>			
	ต่ำกว่า 20 ปี	1	4
	20-24 ปี	2	8
	25-29 ปี	2	8
	30-34 ปี	3	12
	35-39 ปี	5	20
	40-44 ปี	8	32
	45 ปี ขึ้นไป	4	16
	<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>สถานภาพ</b>			
	โสด	5	20
	สมรส	19	76
	หม้าย	0	0
	หย่าร้าง	1	4
	อื่นๆ	0	0
	<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 5.2.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	4	16
3,000-5,000 บาท	8	32
5,001-7,000 บาท	2	8
7,001-9,000 บาท	6	24
มากกว่า 9,000 บาท	5	20
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	3	12
ประถมศึกษา (ป. 6)	4	16
มัธยมตอนต้น (ม. 3)	11	44
มัธยมตอนปลาย (ม. 6)	7	28
ปริญญาตรี	0	0
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้</b>		
น้อยกว่า 5 ปี	0	0
5 - 9 ปี	5	20
10 - 14 ปี	2	8
มากกว่า 14 ปี	11	44
อื่น ๆ	7	28
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.2.1.1 พบว่า กลุ่มคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 16 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64 ซึ่งมีอายุระหว่าง 40-44 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 19 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 76 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000-5,000 บาท จำนวน 8 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 คนในชุมชนส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมตอนต้น (ม.3) จำนวน 11 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44 และอาศัยอยู่ชุมชนแห่งนี้มาแล้วมากกว่า 14 ปี จำนวน 11 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 44

ตารางที่ 5.2.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านการจัดการท่องเที่ยว</b>			
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	4.36	.638	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	4.24	.663	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	4.20	.577	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	4.13	.680	มาก
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	4.13	.741	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	4.08	.640	มาก
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	4.08	.702	มาก
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	4.08	.702	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	4.04	.751	มาก
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	4.00	.933	มาก
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนโยบายท้องถิ่น	3.91	.793	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3.84	.850	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์ หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	3.76	.597	มาก

ตารางที่ 5.2.1.2 สัถยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน (ต่อ)

สัถยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ ข่าวสารเพิ่มขึ้น	3.76	.831	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิ ทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.72	.678	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้ง คณะกรรมการวางแผนและดำเนินงาน เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.72	.843	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและ วัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.57	1.037	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.97</b>	<b>.399</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่ เกิดขึ้น	3.80	.913	มาก
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยว มากขึ้น	3.76	.663	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พัก แบบโฮมสเตย์	3.52	.963	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พัก แบบโฮมสเตย์	3.04	.825	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>.665</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิต ภายในพื้นที่จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	3.64	.907	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทาง การเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	3.60	.913	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิต ทางการเกษตรจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	3.52	1.122	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	3.64	.952	มาก

ตารางที่ 5.2.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร	3.96	.676	มาก
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร	3.88	.781	มาก
รวม	3.71	.670	มาก
ด้านรายได้ของชุมชน			
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.13	.537	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	3.25	1.327	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	3.09	1.276	มาก
รวม	3.52	.815	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.2.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน สรุปได้ดังนี้

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.97 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย และการท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 4.24 และ 4.20 ตามลำดับ

ด้านการจ้างงานและการให้บริการโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.50 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ และเพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 3.76 และ 3.52 ตามลำดับ

ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.71 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำ

ผลผลิตภายในพื้นที่จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 3.60 และ 3.52 ตามลำดับ

ด้านรายได้ของชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.52 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13 3.25 และ 3.09 ตามลำดับ

## 2. ศักยภาพของชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนไม่ดี หมายถึง ฐานะทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ มาตรฐานการครองชีพที่เกิดจากรายได้ แต่คนในชุมชนส่วนใหญ่อยากให้มีการพัฒนาเพื่อให้เศรษฐกิจดีขึ้น โดยคนในชุมชนได้มีการรวมกลุ่มกันเพื่อทำกิจกรรมต่างๆ และมีการรวมกลุ่มกันของแม่ค้า ซึ่งการค้าเน้นกิจกรรมต่างๆ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของทางราชการ เช่น อำเภอและ อบต. เป็นต้น และมีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและคนในชุมชนนำเพื่อนำสินค้าที่ผลิตขึ้นนั้นมาขายให้แก่นักท่องเที่ยว มีการจัดประชุมประชาคมเป็นประจำทุกเดือนเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือเมื่อมีข่าวสารแจ้งให้คนชุมชนทราบ

คนในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นในการหาแนวทางสำหรับการพัฒนาศักยภาพของชุมชน คือ ควรให้ทางราชการทั้งองค์กรบริหารส่วนจังหวัดและองค์กรบริหารส่วนตำบลให้การสนับสนุนในการปรับปรุงถนน มีลานจอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว มีการจัดการด้านขยะและสิ่งแวดล้อม มีการจัดให้ร้านค้าและร้านอาหารให้อยู่ในโซนเดียวกัน ด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา (2551) จุดอ่อนของการบริการโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างนั้นควรปรับปรุงในประเด็น การมีเว็บไซต์แนะนำที่พักและบริการ รวมถึงการติดต่อของห้องพักผ่านอินเทอร์เน็ตได้ และควรมีการจัดการทางด้านตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยหาแนวทางในการให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการพัฒนาชุมชนและควรมีการกระจายอำนาจในการพัฒนาชุมชนแก่คนในชุมชนให้มากกว่านี้

## 5.2.2 กลุ่มผู้นำชุมชน

น้ำผุดที่พลาว ตั้งอยู่บ้านผาเมียด หมู่ที่ 2 ตำบลห้วยยาง อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ ภายในเขตป่าสงวนแห่งชาติโดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำหรับพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนทั่วไปและชาวอำเภอคอนสาร มีต้นกำเนิดจากภูเขาหินปูนด้านทิศตะวันตกของสวนรุกขชาติน้ำผุดที่พลาว ซึ่งภูเขาหินปูนมีลักษณะพิเศษคือ มีโพรงถ้ำและแอ่งจำนวนมาก เมื่อฝนตกน้ำฝนจะไหลซึมผ่านรอยแตกของหินปูนลงไปรวมตัวกันเป็นลำธารใต้ภูเขาแล้วผุดออกมาเป็นน้ำผุด จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและผู้นำชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ นายกองดีการบริหารส่วนตำบลห้วยยาง กำนัน สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล ผู้ใหญ่บ้าน ผู้อำนวยการโรงเรียนประธานสภาองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าหน้าที่แผนขององค์การบริหารส่วนตำบล และผู้รับผิดชอบสวนรุกขชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สรุปลงได้ดังนี้

### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มผู้บริหารหรือผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำผุดที่พลาวส่วนใหญ่ ร้อยละ 80 มีประสบการณ์ในการดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนามากกว่า 9 ปี โดยงบประมาณในการพัฒนานั้นร้อยละ 90 มาจากกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืชและองค์การบริหารส่วนตำบลห้วยยาง ซึ่งงบประมาณจาก อบต. เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวต้องขออนุญาตจากกรมอุทยานฯ ก่อน คณะกรรมการในการกำกับดูแลและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีมากกว่า 10 คน โดยอยู่ในรูปของสมาชิก อบต. นั้นเอง ซึ่งประเด็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะมีการนำมาประชุมกันปีละประมาณ 3 ครั้ง

## 2. ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำผุดที่พลาว

### 2.1 ด้านการจัดการการท่องเที่ยว

#### ตารางที่ 5.2.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.1 ด้านการให้บริการ</b>	
- มีความสวยงามตามธรรมชาติ/อากาศดี	- ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัย
- มีร้านอาหารให้บริการ	- จัดระบบร้านจำหน่ายอาหารและดูแลด้าน
- มีความสะอาดและปลอดภัย	สาธารณสุข
- การบริการของร้านอาหารยังไม่เป็นระเบียบ	- ให้ความสำคัญด้านความสะอาด
เนื่องจากมีการรับประทานอาหารใกล้	- ดูแลและพัฒนาให้คงความเป็นธรรมชาติ
แหล่งน้ำมากเกินไป	- ดูแลและพัฒนาด้านการบริการอาหารอย่าง
- โต๊ะและเก้าอี้บริการนักท่องเที่ยวมีน้อยเกินไป	เป็นระบบและระเบียบ

ตารางที่ 5.2.2.1 สักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว (ต่อ)

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.2 ด้านค่าใช้จ่าย</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายในการมาท่องเที่ยวไม่สูง เพราะไม่มีการเก็บค่าเข้าชมและพักผ่อน</li> <li>- มีการเก็บค่าจอดรถ คันละ 20 บาท/วัน เฉพาะเทศกาลสงกรานต์เท่านั้น</li> <li>- ราคาอาหารค่อนข้างสูง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เก็บค่าเข้าชมธรรมชาติและพักผ่อน เพื่อเป็นรายได้บางส่วนนำมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</li> </ul>
<b>2.1.3 ด้านสถานที่</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- รถยนต์สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- ป้ายบอกทางเข้าไม่เพียงพอ</li> <li>- มีปัญหาเรื่องที่จอดรถยนต์ โดยเฉพาะช่วงเทศกาลสงกรานต์</li> <li>- ห้องน้ำมีไม่เพียงพอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ขยายพื้นที่ที่จอดรถ</li> <li>- ทำป้ายบอกทางเพิ่มและควรชัดเจน</li> <li>- พัฒนาเส้นทางเข้าชมธรรมชาติที่เป็นพันธุ์ไม้ต่างๆ</li> <li>- ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม</li> </ul>
<b>2.1.4 ด้านส่งเสริมการตลาด</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มี Website ซึ่งจัดทำโดย อบต. แต่ไม่มีการปรับปรุง</li> <li>- มีการโฆษณาโดยผู้นำชุมชนและส่วนราชการ แต่ไม่ต่อเนื่อง เช่น การทำแผ่นพับ และโฆษณาทางวิทยุชุมชนบ้างเป็นบางครั้ง</li> <li>- ไม่มีจุดบริการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่แพกแบบโฮมสเตย์</li> <li>- ส่วนกลางสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบ Package ระหว่างน้ำพุคัพพลา-ถ้ำสิงโค-เขื่อนจุฬาภรณ์</li> <li>- สร้างศูนย์สินค้า OTOP เพื่อเพิ่มรายได้ให้ชุมชน</li> <li>- ทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และควรปรับปรุง Website</li> </ul>
<b>2.1.5 ด้านบุคลากร</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาชนในพื้นที่สามารถให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้</li> <li>- ไม่มีผู้รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยตรง</li> <li>- ไม่มีการอบรมด้านการให้บริการนักท่องเที่ยว เช่น การอบรมมัคคุเทศก์</li> <li>- คนในชุมชนมีอาชีพหลัก คือ การเกษตรกรรม เพราะที่ดินสมบูรณ์จึงไม่ให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมมัคคุเทศก์ร่วมมือกัน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และโรงเรียนในพื้นที่</li> <li>- ส่วนกลางควรให้การสนับสนุนอบรมให้ประชาชนในพื้นที่มีความรู้และความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยาและการท่องเที่ยวที่แพกแบบโฮมสเตย์ เพื่อเตรียมความพร้อมในอนาคต ซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้อีกช่องทางหนึ่ง</li> </ul>

### ตารางที่ 5.2.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว (ต่อ)

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาอาหารแพงในสายตานักท่องเที่ยว</li> <li>- คนในชุมชนให้ข้อมูลข่าวสารยังไม่ครบถ้วน</li> <li>- ขาดเอกสารแนะนำแหล่งท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ควบคุมราคาอาหาร</li> <li>- ควบคุมเวทีชาวบ้านเพื่อการประชาสัมพันธ์</li> <li>- ภายในหมู่บ้านให้มีความรู้และความเข้าใจ ตลอดจนให้ความสำคัญการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน</li> </ul>
<b>2.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติสมบูรณ์</li> <li>- มีปัญหาความสะอาดและที่จอดรถในช่วงเทศกาลสงกรานต์</li> <li>- กรณีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทำให้ป่าลดน้อยลง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงภูมิทัศน์ และปลูกป่าเพิ่ม</li> <li>- จัดระบบการรักษาความสะอาด</li> </ul>

ที่มา : จากการสำรวจ

## 2.2 ด้านการจ้างงานและให้บริการ

การท่องเที่ยวบริเวณน้ำพุคัทพลาวทำให้มีการจ้างงานไม่มากนัก เนื่องจากผู้ให้บริการ เช่น ร้านอาหารจะใช้แรงงานภายในครอบครัว ยกเว้นช่วงเทศกาลสงกรานต์ หรือวันเสาร์-อาทิตย์ เท่านั้น แต่ก็จ้างแรงงานไม่มากนัก เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวจากภายในพื้นที่และพื้นที่ข้างเคียงเท่านั้น ยังไม่มีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ ดังนั้น การบริการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวจึงเกิดขึ้นเพียงขนาดเล็ก 2 แห่งเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีการเข้ามาใช้บริการจากนักท่องเที่ยวไม่มากนัก

แนวทางการพัฒนาด้านการจ้างงานและการให้บริการจะดีขึ้น หากมีการบริหารจัดการด้านการให้บริการ ด้านค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด พัฒนาการในชุมชน มีกระบวนการให้บริการด้านข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยว โดยคงความเป็นธรรมชาติ จะทำให้เกิดการจ้างงานและการให้บริการมากยิ่งขึ้น จัดการท่องเที่ยวแบบ Package โดยเชื่อมกับการท่องเที่ยวที่พักแบบโฮมสเตย์และระบบการให้บริการจากมัคคุเทศก์ภายในพื้นที่ ดังนั้นควรมีการวางแผนและเตรียมการล่วงหน้า

## 2.3 ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรและสินค้าหัตถกรรม

ตั้งแต่ในอดีตจนกระทั่งถึงปัจจุบัน ประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว น้ำพุคัทพลาวมีอาชีพหลักคือเกษตรกรรม โดยพืชเศรษฐกิจหลักคือ การทำไร่อ้อยส่งโรงงานน้ำตาล ณ อำเภอภูเขียว จังหวัดชัยภูมิ นอกจากนี้ยังทำสวนหมากและพลูซึ่งปลูกตามบ้านทั่วไป เนื่องจากภายในชุมชนมี

แหล่งน้ำและดินที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งหมากในพื้นที่ที่สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศ คือ ประเทศไต้หวัน นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการปลูกยางพาราภายในพื้นที่อีกด้วย

สำหรับด้านสินค้าหัตถกรรมนั้นจะอยู่ในลักษณะหัตถกรรมจักสาน ได้แก่ สานตะกร้า ไซค่อง กระจับขี้ว แต่เป็นการหัตถกรรมสำหรับใช้ภายในครัวเรือนเท่านั้น

แนวทางการพัฒนาด้านการผลิตทางการเกษตรนั้นมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นในอาชีพเกษตรกรรมและพืชเศรษฐกิจหลักเดิม ดังนั้นอาจทำให้การให้บริการด้านการท่องเที่ยวโฮมสเตย์มีความเป็นไปได้ในการชมวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ตลอดจนได้ชมธรรมชาติจากน้ำมุดที่พลาว นอกจากนี้การพัฒนาหัตถกรรมในเชิงการค้าสามารถเกิดขึ้นได้จริง หากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างจริงจังและต่อเนื่อง โดยมีงานหัตถกรรมเป็นของที่ระลึกสำหรับจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ณ ศูนย์จำหน่ายสินค้า OTOP ภายในชุมชน

## 2.4 ด้านรายได้ของชุมชน

อาชีพและรายได้ของคนในชุมชนก่อนมีแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำมุดที่พลาวนั้น คือ อาชีพเกษตรกรรม ได้แก่ การปลูกอ้อย หมากและพลู มีรายได้แต่ไม่สูงมากนัก แต่เมื่อมีแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำมุดที่พลาวทำให้มีอาชีพการให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว แต่ก็มีจำนวนไม่มากนักเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีจำนวนจำกัด อยู่ภายในพื้นที่หรือพื้นที่ใกล้เคียงเท่านั้น ดังนั้นถึงแม้จะมีการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แต่คนในชุมชนก็ยังยึดอาชีพหลักคืออาชีพทางการเกษตรกรรมอยู่

แนวทางการพัฒนารายได้ของชุมชนในอนาคตนั้น ควรพัฒนาคนในชุมชนให้เข้าใจธรรมชาติโดยเริ่มจากเยาวชนก่อน และเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายในพื้นที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณน้ำมุดที่พลาว ตลอดจนการยังคงอยู่กับอาชีพเกษตรกรรมดังกล่าวและยังสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวที่พักแบบโฮมสเตย์ ซึ่งทำให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากอาชีพดังกล่าว

## 3. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น

### 3.1 ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจเป็นทุนทางสังคม

ประชาชนที่อยู่อาศัยบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำมุดที่พลาว มีความพร้อมในการร่วมคิดและร่วมทำในการพัฒนาธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ได้แก่ แหล่งน้ำและดินที่อุดมสมบูรณ์

### 3.2 การรวมกลุ่ม

ปัจจุบันประชาชนในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวที่น้ำมุดที่พลาว มีการรวมกลุ่มกันแต่น้อยมาก เช่น กลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตทางการเกษตร เป็นต้น แต่เมื่อรวมกันแล้วจะเข้มแข็ง ยกเว้นการ

รวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนน้ำผุดที่พลาวนั้นยังมีข้อจำกัดอยู่เนื่องจากชุมชนมีความต้องการพัฒนาในหลายๆ ด้าน มิใช่เพื่อการท่องเที่ยวอย่างเดียว

### 3.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม

หน่วยงานภาครัฐบาลควรให้การสนับสนุนในการจัดตั้งกลุ่มเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น โดยองค์การบริหารส่วนตำบลรับผิดชอบทางด้านแนะนำการท่องเที่ยว และการสร้างสื่อโฆษณา ซึ่งต้องใช้งบประมาณและต้องขออนุญาตจากกรมอุทยานฯ ก่อน นอกจากนี้หากจะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการร่วมคิดและร่วมทำเพิ่มขึ้น จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อกับภายในชุมชน

### 3.4 การจัดการทางด้านการตลาด

ปัจจุบันภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวบนน้ำผุดที่พลาวยังไม่มีตลาดนัดชุมชน หรือลานค้าชุมชนอย่างเป็นทางการ มีเพียงตลาดเล็กๆ ภายในพื้นที่เท่านั้น

### 3.5 การจัดประชุมประชาคม

การจัดประชุมประชาคมในพื้นที่ซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวบนน้ำผุดที่พลาวนั้น ดำเนินการเดือนละ 1 ครั้ง ในรูปของคณะกรรมการของ อบต. แต่จะมีประเด็นด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพียง 3 ครั้ง ต่อปีเท่านั้น เนื่องจาก อบต. ต้องพัฒนาในภาพรวม มิใช่แต่เฉพาะทางด้านการท่องเที่ยว

## 4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

### 4.1 ด้านการจัดการการท่องเที่ยว

ปัจจุบันยังไม่มีกลุ่มบุคคล หรือหน่วยงานรับผิดชอบในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวบนน้ำผุดที่พลาวโดยตรงและเต็มที่ เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านงบประมาณ อบต. มีหน้าที่เพียงดูแลรักษาความสะอาด ไม่สามารถเข้าไปบริหารจัดการได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากต้องขออนุญาตจากสวนรุกขชาติฯ กรมอุทยานฯ ก่อน นอกจากนี้ควรได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากส่วนกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ และป้องกันการบุกรุกพื้นที่ป่าอีกด้วย

### 4.2 ด้านการจ้างงานและการให้บริการ

ถ้าหากมีการพัฒนาการท่องเที่ยว และจัดทำเอกสารทางการตลาดแหล่งท่องเที่ยวบนน้ำผุดที่พลาวเชื่อมโยงกับการบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ จะทำให้ประชาชนในพื้นที่มีรายได้และอาชีพที่หลากหลายเพิ่มขึ้น

### 4.3 ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรและสินค้าหัตถกรรม

ถ้าหากมีการพัฒนาการท่องเที่ยวและการจัดทำ การสื่อสารทางการตลาดแล้ว จะทำให้คน ในชุมชนนำสินค้าเกษตรและสินค้าหัตถกรรมมาขายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีการพัฒนา ผลิตภัณฑ์หรือแปรรูปสินค้าใหม่ๆ เกิดขึ้นในรูปแบบทางการค้า

### 4.4 ด้านรายได้ของชุมชน

เมื่อมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือเชิงนิเวศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุคัพทลาว การพัฒนาสินค้าเกษตรและแปรรูป ตลอดจนทำสินค้าหัตถกรรมจักสานเพิ่มขึ้นใน เชิงการค้าแล้ว จะทำให้เกิดการจ้างงานและการให้บริการด้านอาหารและที่พักแบบโฮมสเตย์ก็จะ ทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

## 5.3 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

### 5.3.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

#### 1. ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำ ธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 25 คน ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

#### ตารางที่ 5.3.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	8	32
หญิง	17	68
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	8	32
20-24 ปี	1	4
25-29 ปี	1	4
30-34 ปี	5	20
35-39 ปี	2	8
40-44 ปี	5	20
45 ปี ขึ้นไป	3	12
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 5.3.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	9	36
สมรส	15	60
หม้าย	0	0
หย่าร้าง	1	4
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	10	40
3,000-5,000 บาท	6	24
5,001-7,000 บาท	5	20
7,001-9,000 บาท	2	8
มากกว่า 9,000 บาท	2	8
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	2	8
ประถมศึกษา (ป. 6)	4	16
มัธยมศึกษาต้น (ม. 3)	7	28
มัธยมศึกษาปลาย (ม. 6)	10	40
ปริญญาตรี	2	8
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้</b>		
น้อยกว่า 5 ปี	6	24
5 - 9 ปี	6	24
10 - 14 ปี	5	20
มากกว่า 14 ปี	7	28
อื่นๆ	1	4
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.3.1.1 พบว่า กลุ่มคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 17 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68 ซึ่งมีอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 8 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 15 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท จำนวน 10 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 คนในชุมชนส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมตอนปลาย (ม.6) จำนวน 10 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 และอาศัยอยู่ชุมชนแห่งนี้มาแล้วมากกว่า 14 ปี จำนวน 7 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28

#### ตารางที่ 5.3.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านจัดการท่องเที่ยว</b>			
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.88	.947	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	3.76	.831	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3.72	.737	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์ หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	3.64	.810	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	3.60	1.041	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	3.60	.957	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	3.60	.913	มาก
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมนโยบายท้องถิ่น	3.58	.717	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.56	1.044	มาก

ตารางที่ 5.3.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา พื้นฟู และ อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.56	.870	มาก
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสาร เพิ่มขึ้น	3.52	1.229	มาก
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	3.52	.823	มาก
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการ ปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	3.40	1.155	ปานกลาง
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและ วัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่เป็น แหล่งท่องเที่ยว	3.40	.816	ปานกลาง
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ ธรรมชาติมากขึ้น	3.38	1.013	ปานกลาง
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	3.36	1.036	ปานกลาง
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการ ปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	3.32	1.249	ปานกลาง
<b>รวม</b>	<b>3.59</b>	<b>.625</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	4.24	.879	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่ เกิดขึ้น	3.84	1.068	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พัก แบบโฮมสเตย์	3.75	.794	มาก
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยว มากขึ้น	3.48	.653	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.86</b>	<b>.634</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 5.3.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิต ภายในพื้นที่มาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	3.80	.913	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทาง การเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	3.80	.913	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.52	.963	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิตทางการ เกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	3.40	.866	มาก
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการ พัฒนาการเกษตร	3.24	.970	มาก
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทาง การเกษตร	3.21	.833	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.49</b>	<b>.652</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านรายได้ของชุมชน</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้ เพิ่มขึ้น	4.38	.770	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จากชุมชน	3.28	1.061	ปานกลาง
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก จากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	2.54	1.215	น้อย
<b>รวม</b>	<b>3.43</b>	<b>.777</b>	<b>มาก</b>

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.3.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน สรุปได้ดังนี้

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.59 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 3.76 และ 3.72 ตามลำดับ

ด้านการจ้างงานและการให้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.86 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น และการท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 3.84 และ 3.75 ตามลำดับ

ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.49 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 3.80 และ 3.52 ตามลำดับ

ด้านรายได้ของชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.43 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 3.28 และ 2.54 ตามลำดับ

## 2. ศักยภาพของชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนไม่ค่อยดี หมายถึง ฐานะทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ มาตรฐานการครองชีพที่เกิดจากรายได้ แต่คนในชุมชนส่วนใหญ่อยากให้มีการพัฒนาเพื่อให้เศรษฐกิจดีขึ้น โดยคนในชุมชนได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้นตามกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มแม่ค้า กลุ่มร้านอาหาร กลุ่มแม่บ้าน (ปลาต้ม ปลาร้า ปลาน้ำจืด) เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนในด้านการให้คำแนะนำและเป็นที่ยอมรับจากหน่วยงานของทางราชการ เช่น อำเภอและอบต. เป็นต้น มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและคนในชุมชนเพื่อนำสินค้าที่ผลิตขึ้นนั้นมาขายให้แก่นักท่องเที่ยว และมีการจัดประชุมประชาคมเป็นประจำทุกเดือนเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือเมื่อมีข่าวสารแจ้งให้คนชุมชนทราบ

คนในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นในการหาแนวทางสำหรับการพัฒนาศักยภาพของชุมชน คือ ควรให้ทางราชการทั้งองค์กรบริหารส่วนจังหวัดและองค์กรบริหารส่วนตำบลให้การสนับสนุนในการปรับปรุงถนน มีป้ายสัญลักษณ์บอกตลอดเส้นทาง ปรับปรุงหาดทรายให้มีความสวยงามและสะอาด มีการจัดการด้านขยะและสิ่งแวดล้อม ให้มีการปรับปรุงด้านสิ่งก่อสร้างให้มีความถาวร ควรเพิ่มกิจกรรม เช่น บานานาโบ้ท เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และควรมีการจัดการทางด้านตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักท่องเที่ยว

### 5.3.2 กลุ่มผู้นำชุมชน

แหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสนสอง อยู่ในพื้นที่อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น เป็นหาดที่มีแนวหาดตามริมอ่างเก็บน้ำประมาณ 2,000 เมตร มีทั้งหาดทรายและหมู่หิน มีเนินหินเตี้ยๆ เป็นแหลมยื่นออกในอ่างเป็นบางส่วน สวยงามมาก ตั้งอยู่ติดกับหมู่บ้านท่าเรือ หมู่ 3 ประชาชนกำนันผู้ใหญ่บ้านและผู้นำชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาขึ้นเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวปีละหลายแสนคน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 พื้นที่ที่มีศักยภาพและทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่ในอำนาจการปกครองของ 2 องค์กร คือ จากหัวหาดบางแสน 2 ตอนบน ชุมชนแออัดท่าปลาของหน่วยงานอนุรักษ์การประมงน้ำจืดและริมอ่างเก็บน้ำตามริมถนนเรื่อยมาถึงแหลมเป็นหมู่หินกลางหาดบางแสนสอง 2 ระยะความยาวตามริมอ่างเก็บน้ำประมาณ 1,200 เมตร เป็นเขตการปกครองของเทศบาลตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ ส่วนคุ่มหินเพิง บ้านท่าเรือ หมู่ 3 ทั้งคุ่มและหาดบางแสน 2 ตอนกลางและตอนล่างเรื่อยไปสุดคุ่มจรคุ่มฝายหิน หมู่บ้านภูคำบัว มีระยะความยาวประมาณ 800 เมตร และท่องเที่ยวอื่นๆ ต่อเนื่องจากคุ่มหินเพิงบ้านท่าเรือเรื่อยไปตามริมอ่างตามถนน ร.พ.ช. ไปจนกระทั่งถึงหมู่บ้านภูเขาวง หมู่ 10 อยู่ในเขตการปกครองของ อบต. เขื่อนอุบลรัตน์ ประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในหมู่บ้านท่าเรือ ตอนล่างติดกับริมอ่างเก็บน้ำและตามริมถนนรวมทั้งประชาชนทุกหมู่บ้านริมอ่างเก็บน้ำล้วนอาศัยที่ดินของการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (โรงไฟฟ้าพลังน้ำภาคตะวันออกเฉียงเหนือเขื่อนอุบลรัตน์) จึงเกิดปัญหาการจัดการและการบริหารที่ดินตลอดแนวริมอ่างเก็บน้ำ จึงเป็นหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นทุกแห่งที่ต้องทำแผนและโครงการจัดการการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อเสนอขอใช้พื้นที่จากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและผู้นำชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ เจ้าพนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวประจำองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ กำนันตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ ประธานสภา อบต. เขื่อนอุบลรัตน์ นายก อบต. เขื่อนอุบลรัตน์ รองประธานสภา อบต. เขื่อนอุบลรัตน์ ดำรงชุมชนสัมพันธ์เขื่อนอุบลรัตน์และประธานชุมชนท่าเรือบน สรุปผลการสัมภาษณ์ได้ดังนี้

#### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

กลุ่มผู้บริหารหรือผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 มีประสบการณ์ในการดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องเป็นระยะเวลามากกว่า 9 ปี ร้อยละ 70 โดยงบประมาณในการบริหารและพัฒนาเริ่มแรกมาจากชมรมผู้ประกอบการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ถึง

ร้อยละ 60 ของงบประมาณในการบริหารและพัฒนาทั้งหมด ถึงแม้ว่าปัจจุบันจะได้รับงบประมาณสนับสนุนบ้างในบางส่วนจากไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย คือ เชื้อนอบลรัตน์ และองค์การบริหารส่วนตำบลเชื้อนอบลรัตน์ คณะกรรมการบริหารในอดีตจึงอยู่ในรูปของการรวมตัวของผู้ประกอบการ ซึ่งมีสมาชิกมากกว่า 10 คน ปัจจุบัน อบต. เชื้อนอบลรัตน์ได้จัดตั้งคณะกรรมการบริหารหาดบางแสนสองขึ้นในปี พ.ศ. 2552 จึงเกิดปัญหาการประสานเพื่อทำความเข้าใจกับชมรมผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มแรกในการบริหารและพัฒนาหาดบางแสนสองตั้งแต่เริ่มต้น ดังนั้นในอดีตจึงมีความดีในการจัดการประชุมเพื่อบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวไม่แน่นอน

## 2. ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาหาดบางแสนสอง

### 2.1 ด้านการจัดการการท่องเที่ยว

#### ตารางที่ 5.3.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.1 ด้านการให้บริการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความปลอดภัยเนื่องจากมีสายตรวจจากสถานีตำรวจคอยดูแล</li> <li>- ความสวยงามลดลงจากในอดีตและไม่มีชายหาดให้เดินเล่นชมธรรมชาติ</li> <li>- ขาดแคลนน้ำประปาหมู่บ้าน โดยเฉพาะฤดูร้อน</li> <li>- อยู่ใกล้แหล่งชุมชน แต่พื้นที่บริเวณชายหาดคับแคบ</li> <li>- ห้องน้ำมีไม่เพียงพอ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ต้องการให้ส่วนกลางเข้ามาให้ความรู้และความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- ให้ความสำคัญด้านความสะอาด และความปลอดภัย</li> <li>- มีการจัดทำระบบบำบัดน้ำเสีย</li> <li>- ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามตามธรรมชาติ</li> <li>- เพิ่มจำนวนห้องน้ำสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว</li> </ul>
<b>2.1.2 ด้านค่าใช้จ่าย</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- อาหารและเครื่องดื่มมีราคาแพง</li> <li>- มีการเก็บเงินที่จอดรถในช่วงเทศกาลสงกรานต์แต่ช่วงเวลาปกติจะมีปัญหาการบริหารจัดการด้านที่จอดรถ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ลดการจัดเก็บภาษีจาก อบต.</li> <li>- จัดทำระบบการจอดรถส่วนกลาง</li> </ul>

ตารางที่ 5.3.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว (ต่อ)

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.3 ด้านสถานที่</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีป้ายบอกทางชัดเจน / มีสิ่งอำนวยความสะดวก</li> <li>- การเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวสะดวก</li> <li>- ที่จอดรถไม่เพียงพอช่วงเทศกาลสงกรานต์</li> <li>- มีปัญหาน้ำท่วม 5 เดือน</li> <li>- อบต. ช่วยดูแลกำจัดขยะ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ป้ายบอกทางควรมีขนาดใหญ่ขึ้น</li> <li>- ขยายถนนและที่จอดรถเพิ่ม</li> </ul>
<b>2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- ในอดีตมีการจัดทำแผ่นพับประชาสัมพันธ์ แต่ปัจจุบันไม่มี</li> <li>- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะช่วงเทศกาลสงกรานต์เท่านั้น เช่น ทำการประชาสัมพันธ์โดยใช้ช่องทางวิทยุชุมชน</li> <li>- เน้นการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก</li> <li>- ไม่มีการจัดทำ Website ประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงและพัฒนา Website เพื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง</li> <li>- องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และส่วนกลางในระดับจังหวัดควรสนับสนุนการประชาสัมพันธ์</li> </ul>
<b>2.1.5 ด้านบุคลากร</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- คนในชุมชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารดีและถูกต้อง</li> <li>- คนในชุมชนเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และเต็มใจให้บริการ</li> <li>- เกิดความไม่เข้าใจกันระหว่างผู้ประกอบการกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมผู้ประกอบการให้มีใจการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น</li> <li>- เปิดโอกาสให้ผู้แทนของกลุ่มผู้ประกอบการเป็นคณะกรรมการบริหารหาดบางแสนสอง</li> </ul>
<b>2.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีป้ายบอกทางชัดเจนและมีจำนวนมากพอสมควร</li> <li>- มีผู้รับฟังความคิดเห็น แต่ไม่มีใครแสดงความคิดเห็น เพราะจุดที่ตั้งไม่เหมาะสม</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็น โดยมีวัตถุประสงค์ชัดเจน</li> <li>- อบต. ควรสำรวจระดับความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว</li> </ul>

### ตารางที่ 5.3.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว (ต่อ)

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<p>2.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมในบริเวณใกล้เคียง</li> <li>- ผู้ประกอบการจัดที่นั่งรับประทานอาหารลูกค้าไปในอ่างเก็บน้ำบริเวณหาดบางแสนสอง จึงไม่มีที่เดินเล่นบริเวณชายหาด</li> <li>- มีการทิ้งขยะลงในแหล่งน้ำ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อให้คงสภาพตามธรรมชาติ</li> <li>- ออกมาตรการรักษาความสะอาด</li> </ul>

ที่มา : จากการสำรวจ

## 2.2 ด้านการจ้างงานและให้บริการ

การท่องเที่ยวหาดบางแสนสองทำให้คนในชุมชนมีงานทำโดยเป็นทั้งรายได้เสริมและรายได้หลัก ได้แก่ผู้รับจ้างทำงานในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและผู้ประกอบการร้านอาหาร รีสอร์ท ตลอดจนการบริการให้เช่าอุปกรณ์สำหรับกีฬาทางน้ำบางชนิด นอกจากนี้ยังมีการให้บริการต่อเนื่องจากรุทกิงดังกล่าว ได้แก่ การซ่อมบำรุงดูแลรักษา และการก่อสร้างสถานที่สำหรับนักท่องเที่ยวรับประทานอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงเทศกาลสงกรานต์ และวันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์) จะมีการจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวโดยมีค่าจ้าง 300-400 บาทต่อวัน

สำหรับแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสนสองนั้นควรมีการส่งเสริมให้คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว จะช่วยทำให้นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวซ้ำอีก ตลอดจนเกิดการบอกต่อแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เพิ่มขึ้นด้วย เป็นการสร้างรายได้เพิ่มให้แก่คนในชุมชน

## 2.3 ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรและสินค้าหัตถกรรม

อาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชนซึ่งเน้นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวบางแสนสอง คือ อาชีพประมงน้ำจืด เช่น การเลี้ยงปลาในกระชัง เป็นต้น และเมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นคนทั้งในและนอกชุมชนก็มีรายได้จากรุทกิงบริการต่างๆ ได้แก่ ร้านอาหาร รีสอร์ท และการเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหาดบางแสนสอง หรือธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามคนในชุมชนก็ยังคงยึดอาชีพประมงเป็นอาชีพหลัก ส่วนการออกไปรับจ้างธุรกิจบริการต่างๆ ดังกล่าวข้างต้นเป็นเพียงอาชีพเสริมเท่านั้น นอกจากนี้คนในชุมชนยังมีการแปรรูปจากสินค้าสัตว์น้ำ ได้แก่ ปลาข้าว และปลาส้ม นำไปขายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสนสอง และขายส่ง

นอกพื้นที่ใกล้เคียงชุมชนอีกด้วย ส่งผลให้มีการขยายอาชีพทำประมงมากยิ่งขึ้นเพื่อเป็นวัตถุประสงค์ในการแปรรูปสินค้าดังกล่าว สำหรับสินค้าหัตถกรรมนั้นมีการผลิตตามบ้านเพื่อไว้ใช้เองแต่มีจำนวนไม่กี่ครัวเรือนเท่านั้น เช่น การทอเสื่อ เป็นต้น

ดังนั้นแนวทางการพัฒนาในอนาคต ควรมีการส่งเสริมสินค้าแปรรูปจากสินค้าสดวันน้ำเพิ่มเติม ในขณะเดียวกันควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของหาดบางแสนสองเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวอีกช่องทางหนึ่งด้วย

## 2.4 ด้านรายได้ของชุมชน

อาชีพก่อนและหลังจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสนสอง คือ อาชีพประมงน้ำจืดและการแปรรูปจากผลิตภัณฑ์จากสัตว์น้ำดังกล่าว และยังคงเป็นอาชีพหลักถึงแม้จะมีธุรกิจท่องเที่ยวด้วยก็ตาม เนื่องจากนักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และช่วงเทศกาลสงกรานต์เท่านั้น ส่วนผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวที่เป็นคนภายนอกชุมชนนั้นจะเป็นอาชีพหลักสำหรับคนกลุ่มนี้

แนวทางการพัฒนาด้านรายได้ของชุมชน นั้นสรุปได้ดังนี้

- พัฒนาสินค้าที่เป็นของที่ระลึกแทนสัญลักษณ์ของหาดบางแสนสอง
- ส่งเสริมอาชีพที่ต่อเนื่องจากการประมงที่สามารถนำไปขายให้นักท่องเที่ยวได้

## 3. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น

### 3.1 ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจเป็นทุนทางสังคม

เนื่องจากหาดบางแสนสองเป็นแหล่งท่องเที่ยวส่วนหนึ่งของอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ มีสภาพตามธรรมชาติที่สวยงาม เหมาะที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวและการประกอบอาชีพด้านประมงน้ำจืด ตลอดจนธุรกิจที่เกี่ยวข้องถือเป็นทุนทางสังคมของชุมชนท้องถิ่น การพัฒนาเริ่มต้นจากกลุ่มผู้ประกอบการและประชาชนร่วมแรงร่วมใจในการพัฒนาถือได้ว่าเป็นชุมชนเข้มแข็งและมีรายได้เพิ่มขึ้น

### 3.2 การรวมกลุ่ม

ผู้ประกอบการทั้งในและนอกชุมชนมีการรวมกลุ่มกันอย่างดี จนได้รับโอกาสในการคัดเลือกผู้แทนเข้าร่วมเป็นคณะกรรมการพัฒนาหาดบางแสนสองของ อบต. เขื่อนอุบลรัตน์ ถึงแม้รูปแบบของการรวมกลุ่มยังไม่มี ความชัดเจนเนื่องจากยังคงมีการแข่งขันกันระหว่างผู้ประกอบการก็ตาม

### 3.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม

ในปี พ.ศ. 2552 ได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาหาดบางแสนสองโดยมีผู้แทนจากภาครัฐและเอกชนในพื้นที่และนอกพื้นที่ ซึ่งเดิมผู้ประกอบการและคนในชุมชนได้มีการรวมกลุ่มก่อนล่วงหน้าแล้ว

### 3.4 ด้านการจัดการทางการตลาด

ตลาดนัดชุมชนหรือลานค้าชุมชนในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของหาดบางแสนสองยังไม่มี แต่ในอนาคตอาจมีการพัฒนาในรูปแบบของร้านจำหน่ายของที่ระลึกหรือศูนย์สินค้า OTOP ของชุมชน ซึ่งอาจนำสินค้าภายนอกชุมชนมาจำหน่ายได้ เพื่อเพิ่มการกระจายรายได้อีกช่องทางหนึ่ง

### 3.5 การจัดประชุมประชาคม

การจัดประชุมประชาคมคนในชุมชนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสนสองในอดีตไม่แน่นอน เนื่องจากเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นคนภายในและภายนอกชุมชน หาก อบต. เชื้อนอบลรัตน์มีการตั้งคณะกรรมการบริหารหาดบางแสนสองขึ้นในปี พ.ศ. 2552 จะทำให้มีการจัดประชุมประชาคมอย่างเต็มรูปแบบและมีความถี่มากขึ้น

## 4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

- 4.1 พัฒนาและจัดทำของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของหาดบางแสนสอง
- 4.2 สร้างร่องระบายน้ำชายหาด
- 4.3 ปรับปรุงให้มีความสว่างในตอนกลางคืน บริเวณชายหาดบางแสนสอง
- 4.4 หากมีการปรับปรุงและพัฒนาแล้วควร ได้รับความร่วมมือจากผู้ประกอบการที่เป็นคนภายในและภายนอกชุมชน แต่ถ้าไม่ได้รับความร่วมมือ ทางเลือกสุดท้ายคือ คั้นพื้นที่ให้การไฟฟ้าฝ่ายผลิตเชื้อนอบลรัตน์ซึ่งเป็นเจ้าของเดิม เพื่อเริ่มต้นพัฒนากันใหม่ในรูปแบบของคณะกรรมการ
- 4.5 ผู้ประกอบการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวควรรักษาระเบียบ กฎเกณฑ์ และข้อกำหนดต่างๆ ที่คนในชุมชนร่วมกันคิดร่วมกันทำ เช่น ไปก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างรुक้าไปชายหาด เป็นต้น
- 4.6 อบรรมคนในชุมชนให้มีความรู้และความเข้าใจในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมภายในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จนเกิดความรักและหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติ นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่พิคแบบโฮมสเตย์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ คมสัน วาฤทธิ์ (2545) พบว่า ศักยภาพชุมชนของท้องถิ่นในการรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติมีศักยภาพอยู่ใน

ระดับปานกลาง เนื่องจากชุมชนมีความพร้อมอยู่ในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติอันเนื่องมาจากวิถีชีวิต และความตระหนักที่จะหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติ

#### 5.4 ผลการวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

##### 5.4.1 กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

###### 1. ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 25 คน ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	8	32
หญิง	17	68
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	2	8
20-24 ปี	3	12
25-29 ปี	3	12
30-34 ปี	5	20
35-39 ปี	3	12
40-44 ปี	7	28
45 ปี ขึ้นไป	2	8
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	10	40
สมรส	14	56
หม้าย	0	0
หย่าร้าง	1	4
อื่นๆ	0	0
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 5.4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชน (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	3	12
3,000–5,000 บาท	8	32
5,001–7,000 บาท	6	24
7,001–9,000 บาท	3	12
มากกว่า 9,000 บาท	5	20
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	2	8
ประถมศึกษา (ป. 6)	7	25
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม. 3)	8	33
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 6)	5	21
ปริญญาตรี	3	13
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>
<b>ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้</b>		
น้อยกว่า 5 ปี	9	36
5–9 ปี	4	16
10–14 ปี	1	4
มากกว่า 14 ปี	8	32
อื่น ๆ	3	12
<b>รวม</b>	<b>25</b>	<b>100</b>

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.4.1.1 พบว่า กลุ่มคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 17 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 68 ซึ่งมีอายุระหว่าง 40–44 ปี จำนวน 7 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28 โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 14 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 56 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,000–5,000 บาท จำนวน 8 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32 คนในชุมชนส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม.3) จำนวน 8 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 33 และอาศัยอยู่ชุมชนแห่งนี้มาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 9 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36

ตารางที่ 5.4.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านการจัดการท่องเที่ยว</b>			
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	4.36	.810	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	4.20	.866	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	4.13	.797	มาก
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนโยบายท้องถิ่น	4.09	.921	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	4.08	.974	มาก
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น	4.08	.862	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	3.96	.908	มาก
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	3.95	.999	มาก
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	3.84	1.068	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	3.83	1.274	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3.83	1.154	มาก
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.83	.917	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์ หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	3.76	1.200	มาก

ตารางที่ 5.4.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	3.72	1.021	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้ง คณะกรรมการวางแผนและดำเนินงาน เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.61	.988	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและ วัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.48	1.201	มาก
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการ ปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	3.40	1.258	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>.653</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	4.64	.569	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พัก แบบโฮมสเตย์	4.60	.645	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่ เกิดขึ้น	4.52	.770	มากที่สุด
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยว มากขึ้น	4.36	.860	มากที่สุด
<b>รวม</b>	<b>4.53</b>	<b>.639</b>	<b>มากที่สุด</b>
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิต ภายในพื้นที่จำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	4.56	.712	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทาง การเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	4.52	.586	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิต ทางการเกษตรจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	4.44	.961	มากที่สุด
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการ พัฒนาการเกษตร	4.40	.816	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิต เพื่อตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยว	4.20	.913	มาก

ตารางที่ 5.4.1.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร	4.16	.800	มาก
รวม	4.38	.674	มากที่สุด
<b>ด้านรายได้</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.46	.658	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	4.17	1.204	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	3.96	1.268	มาก
รวม	4.19	.862	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.4.1.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน สรุปได้ดังนี้

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.91 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น และการท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 4.20 และ 4.13 ตามลำดับ

ด้านการจ้างงานและการให้บริการโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.53 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ และการท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.64 4.60 และ 4.52 ตามลำดับ

ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.38 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทาง

การเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 4.52 และ 4.44 ตามลำดับ

ค่านายได้โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 4.19 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ย คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.46 4.17 และ 3.96 ตามลำดับ

## 2. ศักยภาพของชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนค่อนข้างดี หมายถึง ฐานะทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ มาตรฐานการครองชีพที่เกิดจากรายได้ แต่คนในชุมชนส่วนใหญ่อยากให้มีการพัฒนาเพื่อให้เศรษฐกิจดีขึ้น โดยคนในชุมชนได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้นตามกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มด้านการเกษตร กลุ่มผู้ประกอบการแต่ละประเภท เป็นต้น ซึ่งได้รับการสนับสนุนในด้านการให้คำแนะนำและเป็นที่ปรึกษาจากหน่วยงานทั้งทางราชการและเอกชนแต่ไม่ค่อยได้รับการส่งเสริมมากเท่าที่ควร มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการและคนในชุมชนเพื่อนำสินค้าที่ผลิตขึ้นนั้นมาขายให้นักท่องเที่ยว มีการจัดประชุมประชาคมเป็นประจำทุกเดือนเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือเมื่อมีข่าวสารแจ้งให้คนชุมชนทราบ

คนในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นในการหาแนวทางสำหรับการพัฒนาศักยภาพของชุมชน คือ ควรให้ทางราชการทั้งองค์กรบริหารส่วนจังหวัดและองค์กรบริหารส่วนตำบลให้การสนับสนุนในการปรับปรุงถนน ไฟฟ้า มีการจัดการด้านขยะและสิ่งแวดล้อม มีการจัดระเบียบเรื่องการค้า กำหนดราคาสินค้าชุมชน ด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ และควรมีการจัดการทางด้านตลาดการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ และมีการจัดอบรมเรื่องการบริหาร เพื่อสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจัดให้มีแหล่งเงินทุนสำหรับกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อยด้วย ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ พระพิพัฒนโยธะพงศ์ (2547) ซึ่งได้ศึกษาการจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นพบว่า การประชาสัมพันธ์ที่ดำเนินการเองโดยชุมชนในปัจจุบัน ยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหลัก ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยววันน้อย จึงต้องการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

#### 5.4.2 กลุ่มผู้นำชุมชน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติใกล้เคียงกับกับอุทยานแห่งชาติทับลาน มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสภาพภูมิประเทศที่สวยงาม ประกอบด้วยกลุ่มต่างๆ ได้แก่ กลุ่มปลูกเห็ดหอม กลุ่มดอกเบญจมาศ กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ กลุ่มอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและกลุ่มอื่นๆ นอกจากนี้สภาพภูมิอากาศยังช่วยส่งเสริมให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในระดับชาติ และได้ชื่อว่าสวิสเซอร์แลนด์เมืองไทย

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและผู้นำชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ กำนันผู้ใหญ่บ้าน นายกองค้การบริหารส่วนตำบล สมาชิกสภา อบต. พัฒนาการประจำหมู่บ้าน ตำรวจประจำหมู่บ้าน และ อสม.ประจำหมู่บ้าน สรุปผลสัมภาษณ์ได้ดังนี้

##### 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

กลุ่มผู้บริหารหรือผู้นำชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีประสบการณ์ในการดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากกว่า 9 ปี ในสัดส่วนร้อยละ 60 ของผู้นำหรือผู้บริหารที่ให้สัมภาษณ์ โดยงบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากกองค้การบริหารส่วนตำบลร้อยละ 80 ของผู้ให้สัมภาษณ์ รองลงมาได้แก่ จังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งอื่นๆ ได้แก่ กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล เป็นต้น ซึ่งกำกับดูแลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในรูปของคณะกรรมการที่มีจำนวนมากกว่า 10 คน โดยมีการจัดประชุมเพื่อการบริหารพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดือนละ 1 ครั้ง

##### 2. สักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำ เขียว จังหวัดนครราชสีมา

###### 2.1 ด้านการจัดการการท่องเที่ยว

###### ตารางที่ 5.4.2.1 สักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.1 ด้านการให้บริการ</b>	
- เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามตามธรรมชาติ และไม่มีโรงงานอุตสาหกรรม	- ทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระยะ 5 ปี 10 ปี และ 20 ปี
- ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ธรรมชาติ และมีศูนย์เรียนรู้	- เน้นการให้บริการท่องเที่ยวที่พิถีพิถันแบบโฮมสเตย์ของชาวบ้านในชุมชนมากกว่ารีสอร์ท

### ตารางที่ 5.4.2.1 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว (ต่อ)

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<ul style="list-style-type: none"> <li>- สะดวกและปลอดภัย</li> <li>- ขาดแคลนสาธารณูปโภค คือ น้ำประปา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- พยายามพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น</li> </ul>
<p><b>2.1.2 ด้านค่าใช้จ่าย</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงเช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป เนื่องจากอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักแบบรีสอร์ทมีราคาสูง</li> <li>- ไม่มีข้อกำหนดราคาร่วมกันที่เป็นมาตรฐานเดียวกันจึงมีหลายระดับราคา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ราคาอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักแบบรีสอร์ทไม่ควรถูกแตกต่างกันมาก</li> </ul>
<p><b>2.1.3 ด้านสถานที่</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- มีความสะดวกในการเข้าถึง แต่เส้นทางมีพื้นผิวไม่เรียบ</li> <li>- มีไฟฟ้า และน้ำประปาเพียงพอ ยกเว้นช่วงเทศกาลปีใหม่นักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น</li> <li>- ป้ายบอกทางบางจุดไม่มี และไม่เป็นระเบียบ</li> <li>- สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงถนนและป้ายบอกทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยว</li> <li>- จัดทำผังเมืองรวม</li> <li>- จัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว</li> </ul>
<p><b>2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมและพัฒนาเกษตรเชิงนิเวศน์</li> <li>- มีกลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล</li> <li>- จัดทำ Website/ แผ่นพับ</li> <li>- กำหนดราคาค่าบริการเท่ากันทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ</li> <li>- มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักแบบโฮมสเตย์</li> <li>- มีศูนย์ข้อมูลแต่ไม่มีบุคลากรให้บริการ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากทำให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงสวยงามตามธรรมชาติ</li> <li>- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักแบบโฮมสเตย์ เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชน</li> <li>- ปรับปรุง website ให้เป็นปัจจุบัน</li> <li>- จัดทำแผ่นพับ</li> <li>- ปรับปรุงการให้บริการของศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว</li> </ul>

ตารางที่ 5.4.2.1 สักยภาพและแนวทางการพัฒนาด้านการจัดการการท่องเที่ยว (ต่อ)

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.5 ด้านบุคลากร</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- คนในชุมชนมีความรู้และความเข้าใจตลอดจนสามารถตอบข้อมูลนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง</li> <li>- คนในชุมชนได้รับการฝึกอบรมด้านการให้บริการจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย</li> <li>- คนในชุมชนสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว</li> <li>- มีข้อจำกัดทางด้านภาษาต่างประเทศ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมคนในชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว</li> <li>- อบรมมัคคุเทศก์ โดยชุมชนร่วมมือกับโรงเรียนและสมาคมมัคคุเทศก์</li> <li>- ส่งเสริมให้มีการประชุมเพื่อพัฒนาคนในชุมชนให้ปรับตัวกับการขยายตัวของการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว โดยผู้นำชุมชนในอำเภอวังน้ำเขียว</li> </ul>
<b>2.1.6 ด้านกระบวนการการให้บริการ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีบริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักอย่างเพียงพอ ยกเว้นช่วงเทศกาลปีใหม่ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก</li> <li>- มีผู้รับฟังความคิดเห็น แต่นักท่องเที่ยวไม่ให้ความสำคัญ</li> <li>- คนในชุมชนพร้อมและเต็มใจในการให้บริการ</li> <li>- ประเมินความพึงพอใจเฉพาะช่วงเทศกาลเท่านั้น แต่ไม่ได้นำไปปรับปรุง</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เพิ่มจุดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว</li> <li>- มีคณะกรรมการเฉพาะที่ประกอบด้วยคนในชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและภาคเอกชน เพื่อพัฒนากระบวนการการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ</li> <li>- ปรับปรุงร้านอาหาร และที่พักให้มีมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียง</li> </ul>
<b>2.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีทรัพยากรธรรมชาติหลากหลายและสวยงาม</li> <li>- มีปัญหาเสียงของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักในรีสอร์ท เพราะส่งเสียงร้องเพลงเกินกำหนดในช่วงค่ำยามวิกาล ก่อความรำคาญให้คนในชุมชน</li> <li>- ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรม</li> <li>- มีกลุ่มอนุรักษ์ที่เข้มแข็ง ส่งเสริมให้ธรรมชาติสวยงามตลอดเวลา</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์</li> <li>- ประชุมกันระหว่างคนในชุมชน ภาคเอกชนที่เข้ามาทำธุรกิจ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการป้องกันเสียงดังจากนักท่องเที่ยวในช่วงกลางคืน</li> <li>- หาแหล่งงบประมาณเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากร เพราะจะส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติและสวยงามอยู่ตลอดไปอย่างยั่งยืน</li> </ul>

ที่มา : จากการสำรวจ

## 2.2 ด้านการจ้างงานและการให้บริการ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทำให้เกิดการจ้างงานจากธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร รีสอร์ท ตลอดจนธุรกิจเกษตรที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยว แต่แรงงานส่วนใหญ่มาจากภายนอกพื้นที่ร้อยละ 60 ส่วนร้อยละ 40 เป็นแรงงานภายในชุมชนท้องถิ่น โดยลักษณะงานที่คนในท้องถิ่นออกไปรับจ้างนั้นเป็นแรงงานรับจ้างทำสวน ทำความสะอาด หรือรับจ้างทั่วไป โดยมีค่าจ้างเฉลี่ยวันละ 150-180 บาทต่อวัน ซึ่งเป็นค่าจ้างที่ค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 80 มาจากภายนอกชุมชนซึ่งมีการวางแผนการดำเนินงานมาก่อนล่วงหน้าแล้ว นอกจากนี้คนในชุมชนมีการประกอบธุรกิจที่พักแบบโฮมสเตย์ 2 แห่ง เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนซึ่งได้รับการรับรองมาตรฐานจากกรมพัฒนาชุมชนด้วย

สำหรับแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนหรือผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน พบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่พักแบบโฮมสเตย์น่าจะเป็นไปได้และได้รับการส่งเสริม พร้อมกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพัฒนาอาชีพทางด้านเกษตร ซึ่งได้เริ่มต้นที่ดีมาก่อน ได้แก่ การปลูกดอกเบญจมาศ ผักปลอดสารพิษและปลูกเห็ดชนิดต่างๆ ควรให้การพัฒนาและส่งเสริม เนื่องจากถือเป็นบริการเสริมสำหรับนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนมากขึ้น นอกจากนี้ควรปรับปรุงศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อรองรับการท่องเที่ยวด้วย

## 2.3 ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรและสินค้าหัตถกรรม

อาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชนซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา คืออาชีพเกษตรกรรมและเป็นการปลูกพืชเชิงเดี่ยว ได้แก่ มันสำปะหลัง ข้าวโพด และอ้อย ต่อมาได้เน้นการเกษตรที่ช่วยส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยว จนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวระดับประเทศ ได้แก่ การปลูกดอกเบญจมาศ ผักปลอดสารพิษและเห็ดหอม ซึ่งทำให้คนในชุมชนมีรายได้ดีขึ้น ปัจจุบันการทำเกษตรที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวมีเฉพาะกลุ่มผู้ที่มีทุนสูงเท่านั้น จึงทำให้คนในชุมชนส่วนใหญ่ที่ขาดแคลนเงินทุนหรือมีเงินทุนไม่เพียงพอ หันมาประกอบอาชีพด้วยการรับจ้าง ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาในอนาคตนั้น องค์การบริหารส่วนตำบลควรประชุมร่วมกับนักวิชาการเพื่อพัฒนาการเกษตรกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สำหรับสินค้าหัตถกรรมภายในชุมชนที่เป็นบริเวณท่องเที่ยวทางธรรมชาติของตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียวนั้นยังไม่มีมีการสร้างสรรค์ขึ้นภายในชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

เนื่องจากการทำการเกษตรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ ทางด้านการเพิ่มรายได้แก่คนในภายในชุมชนมากกว่านั่นเอง

## 2.4 ด้านรายได้ของชุมชน

อาชีพและรายได้ของคนในชุมชนก่อนมีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์จนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวในระดับประเทศ คือ อาชีพทางการเกษตรเป็นแบบเกษตรเชิงเดี่ยว ได้แก่ มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และอ้อย ทำให้คนในชุมชนมีรายได้ประมาณ 20,000 บาทต่อครอบครัว แต่เมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว คนในชุมชนก็ยังคงยึดอาชีพเกษตรกรรมอยู่ในขณะเดียวกันเกษตรกรบางส่วนได้หันมาประกอบอาชีพรับจ้างและค้าขายกับผู้ประกอบการรีสอร์ทและร้านอาหาร โดยที่มีการส่งเสริมการเกษตรที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่ การปลูกดอกเบญจมาศ ผักปลอดสารพิษและเห็ดชนิดต่างๆ จนทำให้มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 40,000-50,000 บาทต่อครอบครัว แต่ต่อมาการทำการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวอยู่ได้เฉพาะบางกลุ่มที่มีเงินทุนเท่านั้น องค์การบริหารส่วนตำบลจึงได้จัดสรรที่ดินในบริเวณที่ตั้งของ อบต. เพื่อส่งเสริมอาชีพเกษตรดังกล่าว

สำหรับแนวทางการพัฒนารายได้ของชุมชนในอนาคตนั้นควรมีทิศทางดังต่อไปนี้

- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามามีบทบาทในการอบรมเพื่อสร้างอาชีพให้คนในชุมชน โดยเน้นสินค้าทางการเกษตรที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในทุกๆ ด้านให้มีจุดเด่นในการดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ มีการเดินป่า หรือตั้งแคมป์ เป็นต้น
- ควรพัฒนาการท่องเที่ยวกับการมีสิทธิทำกิน เนื่องจากคนในชุมชนส่วนใหญ่ได้ขายที่ให้กับนายทุนนอกพื้นที่ซึ่งมาลงทุนด้านที่พัก และร้านอาหารเพื่อรองรับการท่องเที่ยว

## 3. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น

### 3.1 ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจเป็นทุนทางสังคม

เนื่องจากตำบลไทยสามัคคีเป็นบริเวณติดกับอุทยานแห่งชาติทับลาน มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ และสภาพภูมิประเทศที่สวยงาม นอกจากนี้ยังมีบรรยากาศโอโซนอันดับที่ 7 ของโลก มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์และคงความเป็นธรรมชาติสูง ที่ดินอุดมสมบูรณ์ จึงนับได้ว่าพื้นที่ดังกล่าวมีทุนทางสังคม นอกจากนี้คนในชุมชนยังได้รับการฝึกอบรมทางด้านวิชาการจากหน่วยงานต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาชุมชน การปีโตรเลียมแห่งประเทศไทยและมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานอื่นๆ อีกหลายหน่วยงานที่เข้ามา

ส่วนในการช่วยเหลือ ส่งเสริมและพัฒนา จึงทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจที่เป็นทุนทางสังคม

### 3.2 การรวมกลุ่ม

ตำบลไทยสามัคคีมีความหลากหลายของการรวมกลุ่มภายในชุมชน ได้แก่ กลุ่มอนุรักษ์ต้นน้ำมูล กลุ่มออมทรัพย์ กลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ กลุ่มผู้ผลิตเห็ดหอม กลุ่มที่ปักแบบโฮมสเตย์ กลุ่มผู้ปลูกดอกเบญจมาศ กลุ่มสปา กลุ่มผู้เลี้ยงไก่ กลุ่มผู้เลี้ยงปลา กลุ่มผู้เลี้ยงโคนม นอกจากนี้ยังมีกลุ่มต่างๆ อีกหลายกลุ่ม ปัจจุบันวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้เปลี่ยนแปลงไปมาก เริ่มจากขายที่ดินของตนเองให้กับนายทุนนอกพื้นที่ เพื่อทำรีสอร์ทและร้านอาหาร สำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว ส่งผลให้การรวมกลุ่มต่างๆดังกล่าว ไม่มีความเข้มแข็งเหมือนดังเช่นในอดีต

### 3.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม

พื้นฐานของคนในชุมชนส่วนใหญ่มีประสบการณ์และความรู้ในการพัฒนาชุมชน โดยมีหน่วยงานต่างๆ เข้ามามีส่วนพัฒนาชุมชน โดยการสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่มต่างๆดังกล่าวในหัวข้อ 3.2 ที่ผ่านมา โดยในปี พ.ศ. 2542 มีมูลนิธิคุ้มครองสัตว์ป่าและพันธุ์พืชในพระบรมราชูปถัมภ์ เข้ามาให้ความรู้และงบประมาณ 600,000 บาท จนกระทั่งเงินทุนเพิ่มพูนเป็น 2 ล้านบาท แสดงให้เห็นว่ามีกองทุนเพิ่ม มีป่าเพิ่มและมีคนในชุมชนเข้ามาเป็นสมาชิกเพิ่มขึ้น ส่งเสริมให้พื้นที่นำท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะการท่องเที่ยววนอุทยานแห่งชาติทับลาน นอกจากนี้ยังมีสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชนช่วยจัดทำสวัสดิการเกี่ยวกับชุมชน ทั้งนี้การปีโตรเลียมแห่งประเทศไทย เลือกทำวิถีพอเพียงตามแนวพระราชดำริของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงได้เลือกตำบลไทยสามัคคี เป็นพื้นที่ดำเนิน โครงการดังกล่าว

### 3.4 การจัดการทางด้านการตลาด

ชุมชนตำบลไทยสามัคคี เป็นแหล่งท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศน์ซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกับวนอุทยานแห่งชาติทับลาน โดยยังไม่มีตลาดนัดชุมชนหรือลานค้าชุมชนอย่างเป็นทางการ อย่างไรก็ตาม ในวันเสาร์-อาทิตย์ จะมีคนในชุมชนนำสินค้าเกษตรภายในชุมชนมาขายให้แก่นักท่องเที่ยว ณ หมู่บ้านสุขสมบูรณ์ หมู่ที่ 2 ห่างจากถนนใหญ่ประมาณ 9 กิโลเมตร แต่ตามปกติแล้วทุกวันก็จะมีคนในชุมชนนำสินค้ามาขาย ณ ปากทางเข้าตำบลไทยสามัคคี หมู่ที่ 5 บ้านบู่ไฟ

### 3.5 การจัดประชุมประชาคม

โดยปกติคนในชุมชนให้ความร่วมมือกันเป็นอย่างดี มีการประชุมอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกลุ่มปลูกผักปลอดสารพิษ กลุ่มปลูกเบญจมาศ หรือกลุ่มต่างๆมักนัดประชุมสมาชิกเป็นประจำ ส่วนองค์การบริหารส่วนตำบลไทยสามัคคีจะมีการประชุมเดือน 1 ครั้ง แต่จะมีวาระเรื่องการเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเป็นบางครั้งเท่านั้น โดยเฉพาะช่วงก่อนเทศกาลดอกเบญจมาศบาน

ซึ่งอยู่ในช่วงต้นปีที่ตรงกันฤดูหนาว นอกจากนี้ยังมีการจัดประชุมในรูปแบบเคลื่อนที่ทุกเดือนโดย สลับสถานที่ประชุมแต่ละหมู่บ้าน โดยการจัดประชาคมที่ให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในปัจจุบันนั้น ได้มีการดำเนินการดังกล่าวลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา

#### 4. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

4.1 ควรส่งเสริมให้คนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมและให้ความคิดเห็นต่างๆ ในการพัฒนาพื้นที่ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

4.2 ควรส่งเสริมที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากผลประโยชน์จะตกอยู่กับคนในชุมชนมากที่สุด โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาให้ความรู้ความเข้าใจถึงวิธีการบริหารจัดการ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตคนในชุมชน

4.3 องค์การบริหารส่วนตำบลควรมาจับบทบาทส่งเสริมอาชีพการเกษตรเพื่อส่งเสริมและรองรับการท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศน์ และสนับสนุนการอนุรักษ์ต้นน้ำมูลเพื่อดำรงความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติให้คงอยู่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

4.4 ควรมีการพัฒนาคนในชุมชนในภาพรวมโดยมีคนกลางเป็นผู้ประสานงาน เพื่อให้มีนโยบาย แผนงานและโครงการที่สอดคล้องกัน

4.5 สร้างศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวและมีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลตลอดเวลา นอกจากนี้ควรมีการผลิตแผ่นพับ หรือสื่อต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง

### 5.5 สรุปผลการวิเคราะห์ภาพรวมกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จากแหล่งท่องเที่ยวใน 4 พื้นที่เป้าหมาย

#### 1. ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 100 คน ผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	42	42
หญิง	58	58
รวม	100	100.0

ตารางที่ 5.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่า 20 ปี	15	15
20-24 ปี	7	7
25-29 ปี	10	10
30-34 ปี	15	15
35-39 ปี	13	13
40-44 ปี	24	24
45 ปี ขึ้นไป	16	16
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>
<b>สถานภาพ</b>		
โสด	30	30
สมรส	65	65
หม้าย	0	0
หย่าร้าง	4	4
อื่นๆ	1	1
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	27	27
3,000-5,000 บาท	27	27
5,001-7,000 บาท	14	14
7,001-9,000 บาท	16	16
มากกว่า 9,000 บาท	16	16
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	8	8.0
ประถมศึกษา (ป. 6)	17	17.0
มัธยมตอนต้น (ม. 3)	31	31.0
มัธยมตอนปลาย (ม. 6)	29	29.0
ปริญญาตรี	15	15.0
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
<b>รวม</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ตารางที่ 5.5.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้		
น้อยกว่า 5 ปี	19	19.0
5 - 9 ปี	21	21.0
10 - 14 ปี	10	10.0
มากกว่า 14 ปี	38	38.0
อื่น ๆ	12	12.0
รวม	100	100.0

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.5.1 พบว่า กลุ่มคนในชุมชนส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 58 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 58 ซึ่งมีอายุระหว่าง 40-44 ปี จำนวน 24 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 24 โดยมีสถานภาพสมรสแล้ว จำนวน 65 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 65 กลุ่มคนในชุมชนส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท และ 3,000-5,000 บาท จำนวน 27 ราย เท่ากัน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 27 ซึ่งมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น (ม. 3) จำนวน 31 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 31 และอาศัยอยู่ชุมชนแห่งนี้มาแล้วมากกว่า 14 ปี จำนวน 38 ราย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 38

ตารางที่ 5.5.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านการจัดการท่องเที่ยว			
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	3.97	.810	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	3.89	1.009	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและห่วงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	3.85	.973	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	3.82	.889	มาก

ตารางที่ 5.5.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็น เส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่ง นี้	3.82	1.004	มาก
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะกั นโยบายท้องถิ่น	3.78	.832	มาก
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และ อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	3.76	.922	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ ธรรมชาติมากขึ้น	3.76	1.064	มาก
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสาร เพิ่มขึ้น	3.73	.973	มาก
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	3.71	.962	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคม เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	3.71	.984	มาก
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการ ปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	3.68	1.038	มาก
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	3.67	.937	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึง ประโยชน์ หรือผลกระทบที่ได้รับจากการ จัดการท่องเที่ยว	3.66	.945	มาก
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการ ปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	3.58	1.093	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้ง คณะกรรมการวางแผนและดำเนินงาน เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.50	1.038	มาก
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและ วัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.36	.996	ปานกลาง
รวม	3.71	.638	มาก

ตารางที่ 5.5.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	4.25	.783	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่ เกิดขึ้น	4.03	.937	มาก
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมาก ขึ้น	3.86	.865	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พัก แบบโฮมสเตย์	3.66	1.060	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.95</b>	<b>.716</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>			
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายใน พื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	4.05	.903	มาก
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทาง การเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	3.92	.861	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลผลิตทางการ เกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	3.76	1.026	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.77	.941	มาก
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการ เกษตร	3.77	.973	มาก
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทาง การเกษตร	3.72	.846	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.83</b>	<b>.727</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 5.5.2 ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชนรวม 4 พื้นที่เป้าหมาย (ต่อ)

ศักยภาพ	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ระดับ ความพึงพอใจ
ด้านรายได้ของชุมชน			
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.28	.688	มากที่สุด
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	3.68	1.163	มาก
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	3.42	1.327	มาก
รวม	3.81	.840	มาก

ที่มา : จากการคำนวณ

จากตารางที่ 5.5.2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน สรุปได้ดังนี้

ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.71 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย และการท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 3.89 และ 3.85 ตามลำดับ

ด้านการจ้างงานและการให้บริการโดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.95 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น และเพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 4.03 และ 3.86 ตามลำดับ

ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.83 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 3.92 และ 3.76 ตามลำดับ

ด้านรายได้ของชุมชนของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นอยู่ที่ 3.81 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงตามลำดับแรก คือ การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 3.68 และ 3.42 ตามลำดับ

## 2. ศักยภาพของชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยว

จากผลการศึกษา พบว่า ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของชุมชนไม่ดี หมายถึง ฐานะทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ มาตรฐานการครองชีพที่เกิดจากรายได้ แต่คนในชุมชนส่วนใหญ่อยากให้มีการพัฒนาเพื่อให้เศรษฐกิจดีขึ้น โดยคนในชุมชนได้มีการรวมกลุ่มกันขึ้นตามกลุ่มอาชีพ เช่น กลุ่มมัคคุเทศก์ กลุ่มร้านค้า กลุ่มแม่บ้านทำสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ได้รับการสนับสนุนในด้านการให้คำแนะนำและเป็นพี่เลี้ยงจากหน่วยงานของทางราชการ เช่น อำเภอ องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และมีหน่วยงานของกลุ่มธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์ (ธกส.) กลุ่มพัฒนาชุมชนมาให้คำแนะนำปรึกษาบ้าง แต่บางกลุ่มอาชีพยังไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจัง มีการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการเปิดตลาดนัดชุมชนเพื่อให้คนในชุมชนนำสินค้าที่ผลิตขึ้นนั้นมาขายให้นักท่องเที่ยว มีการจัดประชุมประชาคมเป็นประจำเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนหรือเมื่อมีข่าวสารแจ้งให้คนในชุมชนทราบ

คนในชุมชนได้แสดงความคิดเห็นในการหาแนวทางสำหรับการพัฒนาศักยภาพของชุมชน คือ ควรให้ทางราชการทั้งองค์กรบริหารส่วนจังหวัดและองค์กรบริหารส่วนตำบลให้การสนับสนุนในการปรับปรุงถนน มีป้ายสัญลักษณ์บอกตลอดเส้นทาง มีลานจอดรถและห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยว มีการจัดการด้านขยะและสิ่งแวดล้อม มีการจัดระเบียบเรื่องการค้าสินค้าชุมชน มีการจัดให้ร้านค้าและร้านอาหารให้อยู่ในโซนเดียวกัน ด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ ในช่วงเทศกาลควรมีการจัดกิจกรรมเพิ่มเติมเพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และควรมีการจัดการทางด้านตลาดการท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ให้มากกว่านี้เพื่อให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยหาแนวทางในการให้คนในชุมชนเห็นความสำคัญของการพัฒนาชุมชนและควรมีการกระจายอำนาจในการพัฒนาชุมชนแก่คนในชุมชนให้มากกว่านี้

## 5.6 การทดสอบสมมติฐาน

5.6.1 ปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านท่องเที่ยว ด้านการจ้างงานและการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร และด้านรายได้ของชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำพุตกพิลาบ บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน

$H_0$  : ปัจจัยด้านศักยภาพ ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน

$H_1$  : ปัจจัยด้านศักยภาพ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน

ตารางที่ 5.6.1.1 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชนอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านการจัดการท่องเที่ยว</b>		
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	18.766	.281
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	15.355	.499
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น	9.976	.868
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	19.303	.253
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	18.924	.273
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	12.546	.403
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	23.402	.103
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	15.174	.232
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	22.569	.126
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	9.792	.634
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	10.164	.602
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	10.455	.576

ตารางที่ 5.6.1.1 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชนอุทยานสวนหินผางาม (คุณหญิง) กิ่งอำเภอวังหิน จังหวัดเลย (ต่อ)

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนโยบายท้องถิ่น	12.336	.419
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	7.063	.530
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	18.426	.300
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	13.504	.636
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	14.410	.568
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	8.293	.405
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น	5.174	.739
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น	10.469	.575
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์	27.312	.038*
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	7.229	.842
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	8.494	.387
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	10.606	.563
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	8.631	.734
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร	15.278	.227
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร	11.880	.752

ตารางที่ 5.6.1.1 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชนอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) กิ่งอำเภอวังหิน จังหวัดเลย (ต่อ)

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
ด้านรายได้ของชุมชน		
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	19.697	.012*
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	22.292	.034*
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงาน	20.853	.184
หัตถกรรมของคนภายในชุมชน		

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5.6.1.1 พบว่า ศักยภาพด้านการจ้างงานและการให้บริการในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์นั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 27.312 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 26.296 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_1$  หรือปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์นั้นมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้วน้อยกว่า 5 ปี มีความเห็นด้วยในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50 คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้ว 5-9 ปี มีความเห็นด้วยในระดับมากและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 33 เท่ากันตามลำดับ คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้ว 10-14 ปี มีความเห็นด้วยในระดับน้อยมากและปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 50 และคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้วมากกว่า 14 ปี มีความเห็นด้วยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 50

ส่วนศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้นนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 18.766 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 26.296 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_0$  หรือปฏิเสธ  $H_1$  แสดงว่า การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้นนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งจากตารางที่ 5.6.1.1 พบว่า มีเพียงศักยภาพในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชนเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5.6.1.2 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน น้ำมุกทิวลา อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านการจัดการท่องเที่ยว</b>		
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	10.190	.117
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	3.321	.768
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น	14.707	.099
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	6.635	.356
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	9.679	.139
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	9.667	.139
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	7.450	.281
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	9.835	.132
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	2.443	.875
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	6.628	.357
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	6.618	.677
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	11.971	.215
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะกับนโยบายท้องถิ่น	8.066	.527
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	7.923	.542
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	7.352	.601
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	7.003	.637
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	10.199	.335

ตารางที่ 5.6.1.2 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน นำผุดทัพลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ (ต่อ)

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	5.220	.516
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น	7.607	.574
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น	5.557	.783
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์	7.489	.586
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	3.896	.918
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	8.599	.475
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	11.556	.482
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	9.925	.375
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร	2.913	.820
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร	8.766	.459
<b>ด้านรายได้ของชุมชน</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	4.536	.605
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	19.435	.079
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	20.162	.064

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5.6.1.2 พบว่า ศักยภาพทุกประเด็น ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5.6.1.3 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านการจัดการท่องเที่ยว</b>		
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	17.534	.352
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	15.479	.490
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น	16.122	.186
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	18.453	.298
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	13.788	.314
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	12.987	.370
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	16.607	.165
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	21.960	.009*
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	14.998	.525
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	9.548	.656
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	15.875	.462
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	11.131	.518
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะกับนโยบายท้องถิ่น	8.647	.733
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	18.421	.103
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	11.816	.461
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	9.573	.653

ตารางที่ 5.6.1.3 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	10.010	.615
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	15.308	.225
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น	9.812	.632
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น	25.455	.062
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์	13.764	.316
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	14.641	.262
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	12.997	.369
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	14.965	.243
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	12.048	.439
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร	7.989	.435
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร	7.329	.835
<b>ด้านรายได้ของชุมชน</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	12.462	.133
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	14.636	.551
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	14.661	.550

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5.6.1.3 พบว่า สักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวในประเด็นคนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว นั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 21.960 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 16.919 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_1$  หรือปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว นั้นมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้วน้อยกว่า 5 ปี มีความเห็นด้วยในระดับปานกลางและมาก คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากันตามลำดับ คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้ว 5-9 ปี มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 83 ตามลำดับ คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้ว 10-14 ปี มีความเห็นด้วยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60 และคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้วมากกว่า 14 ปี มีความเห็นด้วยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57

ส่วนศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจนนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 15.479 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 16.919 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_0$  หรือปฏิเสธ  $H_1$  แสดงว่า การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจนนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งจากตารางที่ 5.6.1.3 พบว่า มีเพียงศักยภาพในประเด็นคนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5.6.1.4 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านการจัดการท่องเที่ยว</b>		
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	12.500	.709
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	8.218	.768
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น	12.948	.373
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	12.288	.423
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	8.606	.377
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	15.840	.045*
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	18.955	.090
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	11.986	.447
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	6.875	.866
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	12.801	.384
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	7.513	.822
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	9.312	.676
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะกับนโยบายท้องถิ่น	6.074	.912
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	13.806	.613
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	10.033	.613
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	16.744	.159

ตารางที่ 5.6.1.4 ค่าไคสแควร์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวกับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ของคนในชุมชน แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

ศักยภาพ	$\chi^2$ จากการคำนวณ	P-Value
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	15.336	.500
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	8.386	.397
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น	6.457	.881
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น	9.936	.622
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์	6.682	.571
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	16.699	.033*
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	3.199	.921
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	11.581	.480
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	6.171	.907
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร	4.340	.825
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร	14.199	.288
<b>ด้านรายได้ของชุมชน</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	3.325	.912
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	11.667	.473
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	16.614	.411

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5.6.1.4 พบว่า ศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ นั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 15.840 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 15.507 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_1$  หรือปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่นั้นมีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยคนในชุมชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้วน้อยกว่า 5 ปี มีความเห็นด้วยในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 56 คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้ว 5-9 ปี มีความเห็นด้วยในระดับปานกลางและมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50 เท่ากันตามลำดับ คนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้ว 10-14 ปี มีความเห็นด้วยในระดับปานกลางทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 และคนที่อาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนี้มาแล้วมากกว่า 14 ปี มีความเห็นด้วยในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 75

ส่วนศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้นนั้นมีค่า  $\chi^2$  ที่ได้จากการคำนวณมีค่าเท่ากับ 12.500 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 15.507 ดังนั้นค่า  $\chi^2$  ที่คำนวณได้จะอยู่ในเขตที่ยอมรับ  $H_0$  หรือปฏิเสธ  $H_1$  แสดงว่า การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้นนั้นไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งจากตารางที่ 5.6.1.4 พบว่า มีเพียงศักยภาพในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ และการท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว เท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5.6.2 ปัจจัยด้านศักยภาพ ได้แก่ ด้านการจัดการด้านท่องเที่ยว ด้านการจ้างงานและการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร และด้านรายได้ของชุมชน ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แหล่ง ได้แก่ อุทยานสวนหินผางาม น้ำผุดที่พลาว บางแสนสอง และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ (วังน้ำเขียว) มีความแตกต่างกัน

$H_0$  : กลุ่มคนในชุมชนมีความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$  : กลุ่มคนในชุมชนมีความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ แตกต่างกัน

ตารางที่ 5.6.2.1 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพ	F จากการคำนวณ	P-Value
<b>ด้านการจัดการท่องเที่ยว</b>		
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น	2.583	.058
การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน	4.756	.004*
การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น	1.769	.158
การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น	.983	.405
การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น	2.831	.043*
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่	4.061	.009*
การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น	3.046	.033*
คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว	1.362	.259
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้	3.164	.028*
การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย	2.807	.044*
มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง	4.089	.009*
มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	1.070	.366
มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนโยบายท้องถิ่น	2.350	.078
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	1.320	.273

ตารางที่ 5.6.2.1 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ จำแนกตามแหล่ง  
ท่องเที่ยว (ต่อ)

ศักยภาพ	F จากการคำนวณ	P-Value
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	.701	.554
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว	1.635	.187
คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว	.485	.694
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ	6.389	.001*
เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น	7.435	.000*
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น	3.401	.021*
การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์	15.755	.000*
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว	6.045	.001*
การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น	6.611	.000*
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว	5.974	.001*
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว	2.634	.054
มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร	7.599	.000*
มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร	7.792	.000*
<b>ด้านรายได้ของชุมชน</b>		
การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น	1.363	.259
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน	4.779	.004*
การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน	8.897	.000*

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีนัยสำคัญที่ระดับ .05

ตารางที่ 5.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ของคนในชุมชนจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คูณหมิง น้ำผุด บางแสนสอง และวังน้ำเขียว)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คูณหมิง	น้ำผุด	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	3.25	4.20	3.40	3.84
การท่องเที่ยวทำให้	คูณหมิง	3.25	-	.950*	.150	.590
หมู่บ้านมีการ	น้ำผุด	4.20		-	.800*	.360
ปรับปรุงป้ายบอก	บางแสนสอง	3.40			-	.440
เส้นทางชัดเจน	วังน้ำเขียว	3.84				-
		ค่าเฉลี่ย	3.68	4.08	3.76	4.36
การท่องเที่ยวทำให้	คูณหมิง	3.68	-	.400	.080	.680*
เกิดการพัฒนา	น้ำผุด	4.08		-	.320	.280
หมู่บ้านให้น้ำอยู่	บางแสนสอง	3.76			-	.600
	วังน้ำเขียว	4.36				-
		ค่าเฉลี่ย	3.33	4.08	3.52	3.72
การท่องเที่ยวทำให้	คูณหมิง	3.33	-	.747*	.187	.387
ชุมชนสะอาดขึ้น	น้ำผุด	4.08		-	.560	.360
	บางแสนสอง	3.52			-	.200
	วังน้ำเขียว	3.72				-
		ค่าเฉลี่ย	3.44	4.13	3.36	3.95
มีการส่งเสริม	คูณหมิง	3.44	-	.685	.080	.515
ความร่วมมือการ	น้ำผุด	4.13		-	.765*	.170
จัดการแหล่งท่อง	บางแสนสอง	3.36			-	.595
เที่ยวเป็นเครือข่าย	วังน้ำเขียว	3.95				-
ในพื้นที่ใกล้เคียง						
		ค่าเฉลี่ย	4.36	3.76	4.24	4.64
การท่องเที่ยวทำให้	คูณหมิง	4.36	-	.600*	.120	.280
คนในชุมชนมีงาน	น้ำผุด	3.76		-	.480	.880*
ทำ	บางแสนสอง	4.24			-	.400
	วังน้ำเขียว	4.64				-

ตารางที่ 5.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ของคนในชุมชนจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คู่มือ หิม น้ำผุด บางแสนสอง และวังน้ำเขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คู่มือหิม	น้ำผุด	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	4.08	3.52	3.48	4.36
เพิ่มกิจกรรม	คู่มือหิม	4.08	-	.560	.600	.280
ต่อเนื่องในพื้นที่	น้ำผุด	3.52		-	.040	.840
ให้นักท่องเที่ยว	บางแสนสอง	3.48			-	.880
มากขึ้น	วังน้ำเขียว	4.36				-
		ค่าเฉลี่ย	3.20	3.04	3.75	4.60
การท่องเที่ยวทำให้	คู่มือหิม	3.20	-	.157	.550	1.400
เกิดธุรกิจบริการ	น้ำผุด	3.04		-	.707	1.557
ด้านที่พักแบบ	บางแสนสอง	3.75			-	.850
โฮมสเตย์	วังน้ำเขียว	4.60				-
		ค่าเฉลี่ย	4.20	3.64	3.80	4.56
การท่องเที่ยวทำให้	คู่มือหิม	4.20	-	.560	.400	.360
คนในชุมชนนำ	น้ำผุด	3.64		-	.160	.920
ผลผลิตภายในพื้นที่	บางแสนสอง	3.80			-	.760
ที่มาจำหน่ายให้แก่	วังน้ำเขียว	4.56				-
นักท่องเที่ยว						
		ค่าเฉลี่ย	3.76	3.60	3.80	4.52
การท่องเที่ยวทำให้	คู่มือหิม	3.76	-	.160	.040	.760
มีการพัฒนาอาชีพ	น้ำผุด	3.60		-	.200	.920
ทางการเกษตรใน	บางแสนสอง	3.80			-	.720
เชิงการค้ามากขึ้น	วังน้ำเขียว	4.52				-
		ค่าเฉลี่ย	3.68	3.52	3.40	4.44
การท่องเที่ยวทำให้	คู่มือหิม	3.68	-	.160	.280	.760
เกิดการแปรรูป	น้ำผุด	3.52		-	.120	.920
ผลิตทางการเกษตร	บางแสนสอง	3.40			-	1.040
เพื่อจำหน่ายแก่	วังน้ำเขียว	4.44				-
นักท่องเที่ยว						

ตารางที่ 5.6.2.2 ค่าสถิติเปรียบเทียบความแตกต่างของความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ ของคนในชุมชนจำแนกตามแหล่งท่องเที่ยวเป็นรายคู่ (คุณหมิง น้ำผุด บางแสนสอง และวังน้ำเขียว) (ต่อ)

รายละเอียด	นักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย	นักท่องเที่ยว			
			คุณหมิง	น้ำผุด	บางแสนสอง	วังน้ำเขียว
		ค่าเฉลี่ย	3.52	3.96	3.21	4.16
มีการนำ	คุณหมิง	3.52	-	-440	.312	.640*
เทคโนโลยีเข้ามา	น้ำผุด	3.96		-	.752*	.200
ใช้ในการผลิตทาง	บางแสนสอง	3.21			-	.952*
การเกษตร	วังน้ำเขียว	4.16				-
		ค่าเฉลี่ย	3.56	3.88	3.24	4.40
มีการนำภูมิปัญญา	คุณหมิง	3.56	-	-320	.320	.840*
ท้องถิ่นมาใช้ใน	น้ำผุด	3.88		-	.640	.520
การพัฒนาการ	บางแสนสอง	3.24			-	1.160*
เกษตร	วังน้ำเขียว	4.40				-
		ค่าเฉลี่ย	4.04	3.25	3.28	4.17
การท่องเที่ยวทำให้	คุณหมิง	4.04	-	.790	.760	.127
เกิดการจำหน่าย	น้ำผุด	3.25		-	.030	.917*
สินค้าที่ระลึกจาก	บางแสนสอง	3.28			-	.887
ชุมชน	วังน้ำเขียว	4.17				-
		ค่าเฉลี่ย	4.04	3.09	2.54	3.96
การท่องเที่ยวทำให้	คุณหมิง	4.04	-	.953	1.498*	.082
เกิดการจำหน่าย	น้ำผุด	3.09		-	.545	.871
สินค้าที่ระลึกจาก	บางแสนสอง	2.54			-	1.417*
งานหัตถกรรมของ	วังน้ำเขียว	3.96				-

คนภายในชุมชน

ที่มา : จากการคำนวณ

หมายเหตุ \* มีความแตกต่างกันรายคู่ อย่างมีนัยสำคัญที่ทางสถิติที่ ระดับ .05

จากตารางที่ 5.6.2.1 และตารางที่ 5.6.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นในประเด็นต่าง ๆ จำแนกตามแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจนนั้น มีค่า F จากการคำนวณเท่ากับ 4.756 ซึ่งมากกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 2.60 ซึ่งเป็นเขตที่ยอมรับ  $H_1$  หรือปฏิเสธ  $H_0$  แสดงว่า นักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่าน

มีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อจำแนกเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นแตกต่างกันจำนวน 2 คู่ได้แก่ นักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว น้ำพุมีความคิดเห็นว่าการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจนมีค่าเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยว อุโมงค์ และบางแสนสอง

ส่วนเมื่อพิจารณาในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้นนั้น มีค่า F จากการคำนวณเท่ากับ 2.583 ซึ่งน้อยกว่าค่าวิกฤตที่มีค่าเท่ากับ 2.60 ซึ่งเป็นเขตที่ยอมรับ  $H_0$  หรือปฏิเสธ  $H_1$  แสดงว่านักท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้นไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5.6.2.1 และตารางที่ 5.6.2.2 พบว่า กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงานหรือที่อาศัยอยู่หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นด้านศักยภาพในประเด็นการท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและห่วงใยแพะแพะธรรมชาติมากขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน และการท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน นั้นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### 6.1 สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพของชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นั้น ได้กำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการบริหารจัดการของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาศักยภาพปัจจุบันของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

ในการวิจัยดังกล่าวเน้นศึกษาจาก 3 กลุ่มประชากรเป้าหมาย ได้แก่ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยว (2) กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงาน หรือที่อาศัยอยู่ หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว และ (3) กลุ่มผู้นำชุมชน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบอาศัยความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งให้ประชากรเป้าหมายที่ (1) และ (2) มีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวอย่างเท่าๆกัน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูลจำนวน 200 คน และ 100 คนตามลำดับ ส่วนกลุ่มประชากรเป้าหมายที่ (3) นั้นสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Random Sampling) โดยใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 40 คน กลุ่มประชากรเป้าหมายทั้ง 3 กลุ่มอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 4 แห่งดังนี้

1. อุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย
2. น้ำพุคัพปลาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ
3. บางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น
4. แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

ข้อมูลซึ่งเก็บรวบรวมจากแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analysis method) โดยการแจกแจงความถี่ เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติทดสอบประสิทธิภาพสัมพัทธ์แบบเพียร์สัน โดยการหาค่า Chi-Square วิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยด้วย F-test ผลการศึกษาสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

### 6.1.1 กระบวนการบริหารจัดการของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งดังกล่าว เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีกระบวนการบริหารจัดการของคนในชุมชนที่ได้ร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมกันพัฒนา โดยเน้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านบริการ ด้านค่าใช้จ่าย สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยเน้นการปรับปรุงและพัฒนาในประเด็นต่างๆ ตามแหล่งท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

#### 6.1.1.1 อุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย

- ความสวยงาม และความหลากหลายของทิวทัศน์สภาพแวดล้อม
- สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว
- กิจกรรมเสริมอื่นๆ ในแหล่งท่องเที่ยว
- การประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์/วิทยุ อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ เอกสารแนะนำ
- ผู้รับฟังความคิดเห็น
- มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง

#### 6.1.1.2 น้ำพุคันทลาว อำเภอกอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

- สถานที่ท่องเที่ยว มีความสะดวก
- ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมน

#### 6.1.1.3 แหล่งท่องเที่ยวเกษตรเชิงนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

- สภาพอากาศของท่องเที่ยว
- สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม
- ที่พักเพียงพอและเหมาะสม
- การประชาสัมพันธ์ทาง โทรทัศน์/วิทยุ อินเทอร์เน็ต แผ่นพับ
- ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ

สำหรับแหล่งท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น ไม่มีปัจจัยทางการตลาดปัจจัยใดเลย ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกลับมาเที่ยวซ้ำ อย่างไรก็ตาม คนในชุมชนซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวควรมีการปรับปรุงและพัฒนาในประเด็นการตลาดทุกด้านด้วย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวบางแสนสองจำเป็นต้องรีบดำเนินการ โดยเร็ว

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยวมีผลมาจากปัจจัยด้านสินค้าบริการ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านสถานที่ ด้านการส่งเสริม

การตลาด ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ยกเว้นปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่ไม่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของกลุ่มนักท่องเที่ยว เนื่องจากกระบวนการให้บริการของแต่ละสถานที่ท่องเที่ยวมีการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย การขาดผู้รับผิดชอบในการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทางบริเวณจุดท่องเที่ยวไม่ชัดเจน ไม่มีผู้รับฟังความคิดเห็น และขาดการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด 2 ลำดับแรก ได้แก่ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย เนื่องจากไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมรวมทั้งสถานที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม ส่วนลำดับที่ 2 ได้แก่ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เนื่องจากมีสภาพแวดล้อมที่มีความเป็นธรรมชาติ อากาศสดชื่น ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว

#### 6.1.2 ศักยภาพชุมชนชนบทในการรองรับการท่องเที่ยว

จากการศึกษาพบว่าปัจจัยศักยภาพ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้านการจ้างงานและการให้บริการ ด้านการผลิตผลผลิตเกษตรและสินค้าหัตถกรรม ด้านรายได้ของชุมชนพบว่ายังคนในชุมชนมีระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนยาวนานขึ้น ทำให้ชุมชนมีศักยภาพในการพัฒนาทั้ง 4 ด้าน เพิ่มสูงขึ้น ยกเว้นแหล่งท่องเที่ยวน้ำผุดทัพลาว และหาดบางแสนสองนั้นระยะเวลาที่คนในชุมชนอาศัยอยู่ไม่มีความสัมพันธ์กับ การพัฒนาศักยภาพทั้ง 4 ด้านของคนในชุมชนด้วยวิธีร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมพัฒนา ทั้งนี้ การพัฒนาศักยภาพทั้ง 4 ด้าน ดังกล่าวจากผลงานวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งประเด็นทั้ง 3 ดังกล่าว เกิดจากศักยภาพของชุมชนชนบทที่สำคัญที่สุด

อย่างไรก็ตามถ้าหากมีการเปรียบเทียบศักยภาพทั้ง 4 ด้านในแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 4 แห่งพบว่าปัจจัยศักยภาพดังกล่าวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังตารางที่ 6.1

## ตารางที่ 6.1 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวของสวนหินผางาม (คุณหมิง) อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย

### ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

#### 1. ด้านการบริหารจัดการ

##### ด้านบริหาร

- พัฒนาจุดท่องเที่ยวให้สะอาดยิ่งขึ้นพร้อมๆ กับรักษาความเป็นธรรมชาติ
- พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวด้วยการทำป้ายบอกเส้นทางทางธรรมชาติให้ชัดเจน
- วางแผนและปรับปรุงจุดชมวิว

##### ด้านค่าใช้จ่าย

- การตั้งราคาที่พัก อาหาร ของที่ระลึก และที่จอดรถ ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน
- ปรับปรุงการเก็บค่าธรรมเนียมเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว เพื่อตรงทางแยกก่อนเข้าถึงศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- เก็บค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว 5-10 บาทต่อคน

##### ด้านสถานที่

- ปรับปรุงถนนและป้ายบอกทางให้ชัดเจน
- ปรับปรุงคลองระบายน้ำ ป้องกันช่วงฝนตกระบายน้ำไม่ทัน
- จัดภูมิทัศน์ให้สวยงาม พร้อมๆกับการดำรงความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

##### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- เพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านทุกสื่อให้มากขึ้นและต่อเนื่อง
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พักแบบ โฮมสเตย์ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนพร้อมกับการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติสวนหินผางาม
- เพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมเพิ่มขึ้น เช่น การปีนหน้าผา แต่ต้องแจ้งทางการช่างมากักับดูแลเรื่องความปลอดภัย
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบ Package ระหว่างอุทยานแห่งชาติสวนหินผางามกับจุดท่องเที่ยวใกล้เคียง

## ตารางที่ 6.1 คักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวอุทยานหินผางาม (คู่มือพิมพ์) อ.หนองหิน จ.เลย (ต่อ)

### คักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

#### ด้านบุคลากร

- มีคักเทศศักรได้รับกรอบรมและให้บริการนักท่องเที่ยวให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยข้อมูลข่าวสารที่ให้บริการควรเป็นมาตรฐานเดียวกันด้วย
- อบรมภาษาอังกฤษให้กับคักเทศศักรเพื่อให้ บริการนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เพิ่มจำนวนมากขึ้น

#### ด้านกระบวนกรให้บริการ

- จัดทำคู่มือรับฟังความคิดเห็นในประเด็นต่างๆจากคักเทศศักร
- ควรมีกรประเมินความพึงพอใจของคักเทศศักรเพื่อเชื่อมโยงเพื่อนำไปปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- ปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ
- หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนกรท่องเที่ยวมากขึ้น

#### ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

- รักษาและคงความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว
- ปรับสวนหย่อมสำหรับให้คักเทศศักรนั่งพักผ่อนให้สอดคล้องกับความเป็นธรรมชาติ

## 2. กรจ้างงานและกรให้บริการ

#### กรจ้างงานและกรให้บริการ

- กรท่องเที่ยวเชิงนิเวศสวนหินผางาม ทำให้เกิดการจ้างงานแก่คนในชุมชนมีรายได้เฉลี่ย 160-180 บาทต่อคนต่อวัน
- กรจ้างงานดังกล่าวมาจากกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับกรท่องเที่ยว

#### แนวทางการพัฒนา

- กรบริหารจัดการอย่างเป็นระบบไม่บริหารแยกส่วน
- ควรมุ่งเสริมกรจัดการจำหน่ายของที่ระลึกโดยให้ไปจำหน่ายบริเวณที่ อบต. จัดไว้
- วางแผนอบรมคักเทศศักรเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวซึ่งมีจำนวนไม่เพียงพอ

### ตารางที่ 6.1 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวสวนหินผางาม (คุนหมิง) อ. หนองหิน จ.เลย (ต่อ)

#### ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

##### 3. ด้านการผลิตผลผลิตเกษตร และสินค้าหัตถกรรม

###### ด้านการผลิตผลผลิตเกษตร และสินค้าหัตถกรรม

- อาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชนได้แก่การทำไร่ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ กล้วยและไม้ผล
- ปัจจุบันคนในชุมชนก็ยังยึดอาชีพด้านการเกษตรดังกล่าวอยู่ แต่จะเพิ่มพื้นที่การปลูกยางพารา
- สินค้าหัตถกรรมของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนี้ในอดีตมีการจัดการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายในครัวเรือนเท่านั้น

###### แนวทางการพัฒนา

- การพัฒนาด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรในอนาคตนั้นจะมีการพัฒนาควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว
- เมื่อมีการพัฒนาการท่องเที่ยวสวนหินผางามทำให้ชาวบ้านผลิตเครื่องสานไว้สำหรับขายเป็นของที่ระลึกให้แก่นักท่องเที่ยว
- ควรพัฒนาของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและเพิ่มควมหลากหลายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- หน่วยงานจากภาครัฐควรเข้ามาบทบาทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

##### 4. ด้านรายได้ของชุมชน

###### ด้านรายได้ของชุมชน

- อาชีพและรายได้ของคนในชุมชนก่อนมีการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ เกษตรกรรม โดยมีรายเฉลี่ยต่อครอบครัว 30,000-50,000 บาท/ปี
- เมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีรายเฉลี่ยต่อครอบครัว 40,000 บาท/ปี
- เกษตรกรบางส่วนหันมาประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ที่พัก ขายของที่ระลึก รถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว เป็นต้น

###### แนวทางการพัฒนา

- การใช้กลยุทธ์ต่างๆ ในด้านการบริหารจัดการ โดยเฉพาะด้านการให้บริการ คำนวณค่าใช้จ่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ อย่างเป็นระบบ
- ตลอดจนพัฒนาคุณภาพสินค้าที่เป็นของที่ระลึกสำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

## ตารางที่ 6.2 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว นำผู้ผลิตทิวสาว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ

### ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

#### 1. ด้านการบริหารจัดการ

##### ด้านบริการ

- ให้ความสำคัญกับเรื่องความปลอดภัย
- จัดระบบร้านจำหน่ายอาหารและดูแลด้านสาธารณสุข
- ให้ความสำคัญด้านความสะอาด
- ดูแลและพัฒนาให้คงความเป็นธรรมชาติ
- ดูแลและพัฒนาคุณภาพบริการอาหารอย่างเป็นระบบและระเบียบ

##### ด้านค่าใช้จ่าย

- เก็บค่าเข้าชมธรรมชาติและที่พักนอน เพื่อเป็นรายได้บางส่วนนำพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

##### ด้านสถานที่

- ขยายพื้นที่ที่จอดรถ
- ทำป้ายบอกทางเพิ่มและควรถัดเจน
- พัฒนาเส้นทางเข้าชมธรรมชาติที่เป็นพื้นที่ไม่ต่าง ๆ
- ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงาม

##### ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พัฒนาแบบโฮมสเตย์
- ส่วนกลางสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบ Package ระหว่างนำผู้ผลิตทิวสาว-ถ้าสิงโต-เขื่อนจุฬาภรณ์
- สร้างศูนย์สินค้า OTOP เพื่อเพิ่มรายได้ให้ชุมชน
- ทำการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และควรรปรับปรุง Website

## ตารางที่ 6.2 คักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ (ต่อ)

ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว	
ด้านบุคลากร	<ul style="list-style-type: none"> <li>- อบรมมัคคุเทศก์โดยร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และโรงเรียนในพื้นที่</li> <li>- ส่วนกลางควรให้การสนับสนุนอบรมให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีความรู้และความเข้าใจการท่องเที่ยวและวิทยาและการท่องเที่ยวที่พัฒนาระบบโฮมสเตย์ เพื่อเตรียมความพร้อมในอนาคต ซึ่งจะเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับนักท่องเที่ยว</li> </ul>
ด้านกระบวนการให้บริการ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ความบูรณาการอาหาร</li> <li>- ควรจัดเวทีชาวบ้านเพื่อการทำประชาคมภายในหมู่บ้านให้มีความรู้และความเข้าใจ ตลอดจนให้ความสำคัญการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน</li> </ul>
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ปรับปรุงภูมิทัศน์ และปลูกป่าเพิ่ม และจัดระบบการรักษาความสะอาด</li> </ul>
2. การจ้างงานและการให้บริการ	<p><u>การจ้างงานและการให้บริการ</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- การท่องเที่ยวบริเวณน้ำผุดพัฒนาให้มีการจ้างงานไม่มากนัก ยกเว้นช่วงเทศกาลสงกรานต์ หรือวันเสาร์-อาทิตย์ เท่านั้น แต่ก็จ้างแรงงานไม่มากนัก</li> <li>- มีนักท่องเที่ยวจากภายในพื้นที่และพื้นที่ข้างเคียงเท่านั้น ยังไม่มีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ</li> <li>- การบริการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวมีเพียงขนาดเล็ก 2 แห่งเท่านั้น</li> </ul>
แนวทางการพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> <li>- มีการบริหารจัดการด้านส่วนประสมทางการตลาด</li> <li>- จัดการท่องเที่ยวแบบ Package โดยเชื่อมกับการท่องเที่ยวที่พัฒนาระบบโฮมสเตย์</li> <li>- ระบบการให้บริการจากมัคคุเทศก์ภายในพื้นที่</li> </ul>

### ตารางที่ 6.2 คักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว นำผู้ดูแลฟาร์ม อ่างเก็บน้ำฝายท่าปลา อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ (ต่อ)

#### ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

#### 3. ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ

##### ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์และบริการ

- ประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว นำผู้ดูแลฟาร์มหรือที่พักคือเกษตรกรรม
- สินค้าที่ผลิตกรรมนั้นทำสำหรับใช้ภายในครัวเรือนเท่านั้น

##### แนวทางการพัฒนา

- มีการพัฒนาอาชีพเกษตรกรรมและพืชเศรษฐกิจหลักเดิมเพิ่มขึ้น
- การให้บริการด้านการท่องเที่ยว โฮมสเตย์มีความเป็นไปได้ในการชมวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของคนในชุมชน
- พัฒนาสินค้าที่ผลิตกรรมในเชิงการค้าสามารถเกิดขึ้นได้จริง

#### 4. ด้านรายได้ของชุมชน

##### ด้านรายได้ของชุมชน

- อาชีพและรายได้ของคนในชุมชนก่อนมีแหล่งท่องเที่ยว นำผู้ดูแลฟาร์ม นั้น คือ อาชีพเกษตรกรรม
- เมื่อมีแหล่งท่องเที่ยว นำผู้ดูแลฟาร์ม ทำให้มีอาชีพการให้บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว แต่ก็มีจำนวนไม่มากนักเนื่องจากนักท่องเที่ยวมีจำนวนไม่มากนัก

##### แนวทางการพัฒนา

- ควรพัฒนาคนในชุมชนให้เข้าใจธรรมชาติโดยเริ่มจากเยาวชนก่อน
- เชื่อมโยงกับหน่วยงานภายในพื้นที่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณน้ำฝายท่าปลา
- การยังคงอยู่กับอาชีพเกษตรกรรมนั้นสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวที่พักแบบ โฮมสเตย์

ที่มา : จากการสำรวจ

ตารางที่ 6.3 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออูบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

1. ด้านการบริหารจัดการ

ด้านบริหาร

- ต้องการให้ส่วนกลางเข้ามาให้ความรู้และความเข้าใจในด้านการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
- ให้ความสำคัญด้านความสะอาดและความปลอดภัย
- มีการจัดทำระบบนำบ่อน้ำเสีย
- ปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามตามธรรมชาติ
- เพิ่มจำนวนห้องน้ำสำหรับให้บริการนักท่องเที่ยว

ด้านค่าใช้จ่าย

- ลดการจัดเก็บภาษีจาก อบต.
- จัดทำระบบการจราจรส่วนกลาง

ด้านสถานที่

- ป้ายบอกทางควรมีขนาดใหญ่ขึ้น
- ขยายถนนและที่จอดรถเพิ่ม

ด้านการส่งเสริมการตลาด

- ปรับปรุงและพัฒนา Website เพื่อประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง
- องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และส่วนกลางในระดับจังหวัดควรสนับสนุนการประชาสัมพันธ์

ด้านบุคลากร

- อบรมผู้ประกอบการให้มีบริการแก่นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น
- เปิดโอกาสให้ผู้แทนของกลุ่มผู้ประกอบการเป็นคณะกรรมการบริหารภาคบางแสนสอง

### ตารางที่ 6.3 คักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

#### คักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

##### ด้านกระบวนการให้บริการ

- ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวแสดงความคิดเห็น โดยมีวัตถุประสงค์ชัดเจน
- อปต. ควรสำรวจระดับความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว

##### ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

- ปรับปรุงภูมิทัศน์เพื่อให้คงสภาพตามธรรมชาติ
- ออกมาตรการรักษาความสะอาด

#### 2. การจ้างงานและการให้บริการ

##### การจ้างงานและการให้บริการ

- การท่องเที่ยวหาค่าบางแสนสองทำให้คนในชุมชนมีงานทำโดยเป็นทั้งรายได้เสริมและรายได้หลัก
- คนในชุมชนรับจ้างทำงานในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร รีสอร์ท
- มีการให้บริการต่อเนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยว ได้แก่ การช้อปปิ้งดูแลรักษา และการก่อสร้างสถานที่
- การจ้างงานเพิ่มขึ้นเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีค่าจ้าง 300-400 บาทต่อวัน

##### แนวทางการพัฒนา

- การส่งเสริมให้คนในชุมชนมีการรวมกลุ่มกันเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว
- การบอกต่อแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่เพิ่มขึ้นด้วย

### ตารางที่ 6.3 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวบางแสนสอง อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น (ต่อ)

ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว	
3. ด้านการผลิตผลผลิตเกษตร และสินค้าหัตถกรรม	<p><u>ด้านการผลิตผลผลิตเกษตร และสินค้าหัตถกรรม</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาชีพดั้งเดิม คือ อาชีพประมงน้ำจืด</li> <li>- เมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจ ได้แก่ ร้านอาหาร รีสอร์ท และการเช่าอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว</li> <li>- คนในชุมชนมีการแปรรูปจากสินค้าสดวันนี้ ได้แก่ ปลาสำ และปลาต้ม</li> <li>- สินค้าหัตถกรรมนั้นมีการคิดตามบ้านเพื่อไว้ใช้ภายในครอบครัว เช่น การทอเสื่อ</li> </ul> <p><u>แนวทางการพัฒนา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ควรมีการส่งเสริมสินค้าแปรรูปจากสินค้าสดวันนี้เพิ่มเติม</li> <li>- ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาสินค้าของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์ของหาดบางแสนสอง</li> </ul>
4. ด้านรายได้ของชุมชน	<p><u>ด้านรายได้ของชุมชน</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- อาชีพก่อนและหลังจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสนสอง คือ อาชีพประมงน้ำจืดและการแปรรูปจากผลิตภัณฑ์จากสัตว์ และยังคงเป็นอาชีพหลักถึงแม้จะมีธุรกิจท่องเที่ยวด้วยก็ตาม</li> </ul> <p><u>แนวทางการพัฒนา</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พัฒนาค่าที่เป็นของที่ระลึกแทนสัญลักษณ์ของหาดบางแสนสอง</li> <li>- ส่งเสริมอาชีพที่ต่อเนื่องจากการประมงที่สามารถนำไปขายให้นักท่องเที่ยวได้</li> </ul>

ที่มา : จากการสำรวจ

## ตารางที่ 6.4 ศักยภาพชุมชน ในการรองรับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา

### ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

#### 1. ด้านการบริหารจัดการ

##### ด้านบริการ

- ทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระยะ 5 ปี 10 ปี และ 20 ปี
- เน้นการให้บริการท่องเที่ยวที่พิถีพิถันแบบโฮมสเตย์ของชาวบ้านในชุมชนมากกว่ารีสอร์ท
- พยายามพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่อยู่มากขึ้น

##### ด้านค่าใช้จ่าย

- ราคาอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักแบบรีสอร์ทไม่ควรแตกต่างกันมาก

##### ด้านสถานที่

- ปรับปรุงถนนและป้ายบอกทางเพื่อรองรับการท่องเที่ยว
- จัดทำผังเมืองรวม
- จัดตั้งศูนย์ข้อมูลเพื่อบริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว

##### ด้านโครงสร้างนิเวศ

- ส่งเสริมให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวให้ความร่วมมือกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากทำให้แหล่งท่องเที่ยวยังคงสวยงามตามธรรมชาติ
- ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่พิถีพิถันแบบโฮมสเตย์เพื่อศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชน
- ปรับปรุง website ให้เป็นปัจจุบัน
- จัดทำแผนพับ
- ปรับปรุงการให้บริการของศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว

## ตารางที่ 6.4 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

### ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

#### ด้านบุคลากร

- อบรมคนในชุมชนอย่างต่อเนื่องเพื่อรองรับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- อบรมมัคคุเทศก์ โดยชุมชนร่วมมือกับโรงเรียนและสมาคมมัคคุเทศก์
- ส่งเสริมให้มีการประชุมเพื่อพัฒนาคนในชุมชนให้ปรับตัวกับการขยายตัวของอย่างรวดเร็ว โดยผู้นำชุมชนในอำเภอวังน้ำเขียว

#### ด้านกระบวนการให้บริการ

- เพิ่มจุดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว
- มีคณะกรรมการเฉพาะที่ประกอบด้วยคนในชุมชน องค์ปกครองท้องถิ่นและภาคเอกชน เพื่อพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ
- ปรับปรุงร้านอาหาร และที่พักให้มีมาตรฐานเดียวกันหรือใกล้เคียง

#### ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ

- ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์
- ประชุมกันระหว่างคนในชุมชน ภาคเอกชน ที่เข้าทำธุรกิจ และองค์ปกครองส่วนท้องถิ่นในการป้องกันเสียงดังจากนักท่องเที่ยว ในช่วงกลางคืน
- หาแหล่งงบประมาณเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากร เพราะจะส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นธรรมชาติและสวยงามอยู่ตลอดไปอย่างยั่งยืน

## ตารางที่ 6.4 ศักยภาพชุมชน ในการรองรับการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

### ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว

#### 2. การจ้างงานและการให้บริการ

##### การจ้างงานและการให้บริการ

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ทำให้เกิดการจ้างงานจากธุรกิจการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร รีสอร์ท ตลอดจนธุรกิจเกษตร
- แรงงานส่วนใหญ่มาจากภายนอกพื้นที่ร้อยละ 60 ส่วนร้อยละ 40 เป็นแรงงานภายในชุมชนท้องถิ่น
- งานที่คนในท้องถิ่นออกไปรับจ้างนั้นเป็นแรงงานรับจ้างทำสวน ทำความสะอาด หรือรับจ้างทั่วไป โดยมีค่าจ้างเฉลี่ยวันละ 150-180 บาทต่อวัน
- ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ร้อยละ 80 มาจากภายนอกชุมชนซึ่งมีการวางแผนการดำเนินงานมาก่อนล่วงหน้า
- คนในชุมชนมีการประกอบธุรกิจที่รูปแบบ โฮมสเตย์ 2 แห่ง

#### แนวทางการพัฒนา

- แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่รูปแบบโฮมสเตย์นั้นจะมีความเป็นไปได้และได้รับการส่งเสริม

#### 3. ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตร และสินค้าที่ระลึกกรม

##### ด้านการผลิตผลิตภัณฑ์เกษตร และสินค้าที่ระลึกกรม

- อาชีพดั้งเดิมของคนในชุมชนคืออาชีพเกษตรกรรมและเป็นการปลูกพืชเชิงเดี่ยว
- ต่อมาได้เน้นการเกษตรที่ช่วยส่งเสริมทางด้านการท่องเที่ยวจนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวระดับประเทศ ได้แก่ การปลูกดอกอบยุมมาศ ฝักป๊อสดสารพิษและกะหล่ำหอม
- สำหรับสินค้าที่ระลึกกรมภายในชุมชนที่เป็นบริเวณท่องเที่ยวทางธรรมชาติของตำบล อำเภอวังน้ำเขียวนั้นยังไม่มีโครงสร้างสินค้าภายในชุมชน

#### แนวทางการพัฒนา

- เนื่องจากการทำการเกษตรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ทางด้านการเพิ่มรายได้แก่คนในภายในชุมชน
- การพัฒนาอาชีพทางด้านเกษตร ซึ่งได้เริ่มต้นที่คนมาก่อน ได้แก่ การปลูกดอกอบยุมมาศ ฝักป๊อสดสารพิษและปลูกผักชนิดต่างๆ

ตารางที่ 6.4 ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยวแหล่งที่ยิวเชิงเกษตรนิเวศ อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา (ต่อ)

ศักยภาพชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว	
4. ด้านรายได้ของชุมชน	
ด้านรายได้ของชุมชน	
- อาชีพและรายได้ของคนในชุมชนก่อนมีการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ อาชีพเกษตรกรรม	
- คนในชุมชนมีรายได้ประมาณ 20,000 บาทต่อครอบครัว	
- เมื่อมีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คนในชุมชนก็ยังยึดอาชีพเกษตรกรรมอยู่ แต่บางส่วนได้หันมาประกอบอาชีพรับจ้างและค้าขายกับผู้ประกอบการรีสอร์ทและ	
ร้านอาหารทำให้มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 40,000-50,000 บาทต่อครอบครัว	
- การทำเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวดังกล่าวอยู่ได้เฉพาะบางกลุ่มที่มีเงินทุนเท่านั้น องค์การบริหารส่วนตำบลจึงได้จัดสรรที่ดินในบริเวณที่ตั้งของ อบต. เพื่อ	
ส่งเสริมอาชีพเกษตรดังกล่าว	
แนวทางการพัฒนา	
- หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเข้ามาช่วยพัฒนาโดยการอบรมโดยเน้นสินค้าทางการเกษตรที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว	
- พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในทุกๆ ด้านให้มีจุดเด่น เช่น มีการเดินป่า หรือตั้งแคมป์ เป็นต้น	
- ควรพัฒนาการท่องเที่ยวกับการมีสิทธิที่ดิน	

ที่มา : จากการศึกษา

จากศักยภาพของชุมชนชนบทในการรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยศึกษาจาก 4 พื้นที่ท่องเที่ยวเป้าหมายดังกล่าว จำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนควรมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจที่เป็นทุนทางสังคม ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการรวมกลุ่ม ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการจัดการด้านการตลาด และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการจัดประชุมประชาคม โดยยุทธศาสตร์ดังกล่าวเป็นปัจจัยผลักดันต่อการนำศักยภาพด้านต่างๆของชุมชน ไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและกลับมาเที่ยวซ้ำ ทั้งนี้หน่วยงานภาครัฐในระดับชุมชนอำเภอ และระดับจังหวัดควรให้การสนับสนุน ส่งเสริม และช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง

## 6.2 ข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีข้อค้นพบที่เป็นข้อเสนอแนะ ดังต่อไปนี้

### 6.2.1 ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

1. ด้านส่วนประสมการตลาดของธุรกิจบริการประเภทแหล่งท่องเที่ยวโดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่สำคัญคือ ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม แหล่งท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากชุมชน ประเด็นการประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อมีผลต่อการจูงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากที่สุด ตลอดจนคนในชุมชนซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร ประเด็นสำคัญคือ ต้องมีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ด้วยการจัดตั้งศูนย์ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้คนในชุมชนควรร่วมมือกันในการรักษาสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวให้คงความเป็นธรรมชาติ อากาศสดชื่น และไม่มีมลพิษ ประกอบกับควรปรับปรุงถนน และป้ายบอกทางให้ชัดเจน ห้องน้ำสำหรับบริการนักท่องเที่ยวควรมีจำนวนเพียงพอ และมีความสะอาด มีระบบการกำจัดขยะ ปรับปรุงลานจอดรถ และขยายพื้นที่จอดรถบริการนักท่องเที่ยว ราคาอาหารและที่พักควรมีมาตรฐานเดียวกัน

2. กลุ่มคนในชุมชนที่มาทำงาน หรืออาศัยอยู่ หรือทำธุรกิจบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวมีความคิดเห็นถึงปัจจัยที่สร้างความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว กล่าวคือ การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่ มีการปรับปรุงสาธารณูปโภคกันเอง โดยมาจากคนในชุมชนและมีการจัดการการท่องเที่ยว นอกจากนี้การจัดการการท่องเที่ยวยังทำให้เกิดการจ้างงานและการให้บริการตามมา รวมทั้งการท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากคนในชุมชนนำมาจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว และมีรายได้เพิ่มขึ้น เกิดแรงจูงใจการรวมกลุ่มกัน ซึ่งหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุน ประเด็นสำคัญคือ คนในชุมชนควรมีการจัดประชุม

ประชากรเป็นประจำ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และไม่ควรเน้นเฉพาะช่วงก่อนจัดงานเทศกาลประจำปีเท่านั้น นอกจากนี้ผลจากการวิจัยพบว่า คนในชุมชนจะมีศักยภาพในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากเกิดและเติบโตในชุมชน ซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เป็นระยะเวลายาวนานมากกว่า 10 ปี และประเด็นสำคัญ ผู้ประกอบการในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต้องรักษาระเบียบ กฎเกณฑ์และข้อกำหนดต่างๆ ที่คนในชุมชนร่วมคิด และร่วมกันทำ

3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ได้พักค้างคืนบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากกิจกรรมในแต่ละพื้นที่ไม่เพียงพอ ดังนั้นหากจะจูงใจให้นักท่องเที่ยวพักค้างคืนมากขึ้น ควรจัดการการท่องเที่ยวเป็นแบบแพคเกจ (Package) กับพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้ ควรสร้างเครือข่ายกับบริษัทนำเที่ยว และเจ้าของที่พักหรือรีสอร์ท ตลอดจนควรจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง และคนในชุมชนได้รับประโยชน์โดยตรง จากรายได้ที่มาจากนักท่องเที่ยว คือ การท่องเที่ยวที่พักแบบโฮมสเตย์ (Homestay) โดยให้คนในชุมชนร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมพัฒนาของที่ระลึกที่เน้นสร้างภาพลักษณ์ (Image) ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง นอกจากนี้ทุกแหล่งท่องเที่ยวควรมีการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากจะส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวคงความเป็นธรรมชาติเพื่อจูงใจนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำ และจูงใจกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ด้วย ประเด็นสำคัญคือ ควรมีการประชาสัมพันธ์ทุกรูปแบบ และทุกช่องทาง ซึ่งควรได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องที่เริ่มต้นจากหน่วยงานในระดับจังหวัด และระดับชาติตามลำดับ

4. แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดการพัฒนาจากการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน ในการร่วมคิด ร่วมทำ และร่วมกันพัฒนา จะสามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวระดับชาติ และนานาชาติได้ในอนาคตนั้น ควรเน้นการนำเทคโนโลยีในการพัฒนาเว็บไซต์ (Website) แนะนำแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาษาอังกฤษ และภาษาไทยด้วย รายละเอียดประกอบด้วย จุดที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว รูปภาพแนะนำแหล่งท่องเที่ยว เส้นทางและการเดินทาง ศูนย์ข้อมูลที่ติดต่อกันได้โดยสะดวก ประกอบด้วยควมมีที่พักและสาธารณูปโภค เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ตลอดจนข้อเสนอแนะพิเศษในการบริการแก่นักท่องเที่ยวด้านกระบวนการให้บริการด้วยรูปแบบต่างๆ นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงเว็บไซต์ เพื่อสื่อสารข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว สิ่งที่เกิดขึ้นต้องสอดคล้องกับสื่อประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์

### 6.2.2 ข้อเสนอแนะจากนักวิจัย

ผลการศึกษาวิจัย เรื่องการเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบท สำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้มีการรับฟังความคิดเห็น จากประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสามารถสรุปประเด็นสำคัญที่เป็นข้อเสนอแนะได้ดังต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ อยู่อย่าง โดดเดี่ยวไม่ได้ จำเป็นต้องมีที่พักและร้านอาหารที่มีคุณภาพดี ซึ่งบางครั้งจำเป็นต้องมาจากนายทุนทั้งในและนอกพื้นที่ โดยคนในชุมชนต้องได้รับประโยชน์ด้วย ดังนั้นคนในชุมชนควรมีการปรับทัศนคติในทางลบต่อกลุ่มนายทุน นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวได้อย่างไร ถ้าไม่มีที่พัก ร้านอาหาร หรือการจัด Package การท่องเที่ยวจากบริษัททัวร์ สำหรับการส่งเสริมดังจากนักท่องเที่ยวที่มาพักในแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลากลางวันก็สามารถหารีร่วมกันระหว่างคนในชุมชนกับผู้ประกอบการที่พักในการจำกัดเวลาร่วมกันได้

2. การจัดตั้งศูนย์สินค้า OTOP ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว นั้นไม่สนับสนุน แต่ควรกระจายเป็นจุดๆ โดยทั่วไปในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ตลอดจนคนในชุมชนได้มีโอกาสในการขายสินค้าที่ผลิตโดยคนในชุมชน โดยตรงต่อนักท่องเที่ยว

3. รัฐบาลควรให้การสนับสนุนในการอบรมให้ความรู้ หรืออาจสนับสนุนให้มีการวิจัยและพัฒนา เพื่อช่วยคนในชุมชนซึ่งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ ของที่ระลึกที่เป็นภาพลักษณ์ของชุมชน

4. ควรสนับสนุนให้คนในชุมชนยึดอาชีพเกษตรกรรม เป็นอาชีพหลักเช่นเดียวกับในอดีต ส่วนกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับพื้นที่ชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวควรเป็นอาชีพรอง เพราะหากเกิดปัญหาเศรษฐกิจ ส่งผลต่อการท่องเที่ยวแล้ว คนในชุมชนก็ยังสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ด้วยอาชีพดั้งเดิม คือ อาชีพเกษตรกรรม

5. สำหรับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นั้น ไม่จำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พัก และร้านอาหาร อยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เหล่านี้ ควรอยู่ไกลออกไปเพื่อความเหมาะสมและคงความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ในสหรัฐอเมริกา และสวิสเซอร์แลนด์นั้น ที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไปเที่ยว ต้องเดินทางมากกว่า 1 ชั่วโมงจากที่พัก

6. แหล่งท่องเที่ยวบางแห่ง หากเกิดความขัดแย้งของคนในพื้นที่ระหว่างผู้ประกอบการในแหล่งท่องเที่ยวกับกลุ่มผู้นำชุมชนนั้น ควรหารือและเจรจาร่วมกัน อาจจัดอยู่ในรูปของคณะกรรมการร่วมกัน เพื่อมุ่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แต่หากยังไม่สามารถหาข้อสรุปร่วมกันได้ อาจจำเป็นต้องพัฒนาบริเวณใกล้เคียงเป็นจุดท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่ โดยใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาแหล่ง

ท่องเที่ยวจูงใจให้นักท่องเที่ยวตามไปเที่ยวยังจุดท่องเที่ยวใหม่ดังกล่าว แต่การดำเนินการเช่นนี้ ควรเป็นแนวทางสุดท้ายจริงๆ

7. ปัจจุบันพระราชบัญญัตินโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ มีกองทุนสนับสนุนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับงบประมาณจากชุมชนบางส่วน โดยผ่านผู้ว่าราชการจังหวัดในรูปแบบของคณะกรรมการร่วมเสนอต่อส่วนกลาง แต่ควรมีการทำงานยึดกับแผนที่วางไว้ก่อนล่วงหน้า

8. แหล่งท่องเที่ยวใดที่อยู่ในพื้นที่ป่าสงวน หรืออุทยานแห่งชาติของกรมป่าไม้ นั่น การที่ชุมชนจะเข้าไปมีส่วนร่วม ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว ควรมีการวางแผนไว้ล่วงหน้าเพื่อขออนุญาตตามขั้นตอน เพราะเนื่องจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว นำมาสู่ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของคนในชุมชน

9. คนในชุมชนที่อาศัยในชุมชนซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวควรแสวงหาผลประโยชน์ในการเก็บเกี่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวสถานที่อื่น เช่น แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติอำเภอวังน้ำเขียวอยู่บนทางหลวงจังหวัดหมายเลข 304 จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือไปยังภาคตะวันออก มีอุทยานแห่งชาติซึ่งนักท่องเที่ยวนิยม ไปท่องเที่ยว น้ำผุดทับลาวอยู่ใกล้กับเขื่อนจุฬาภรณ์ อุทยานแห่งชาติสวนหินผางามอยู่ใกล้กับอุทยานแห่งชาติภูกระดึง หรือบางแสนสองอยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวเขื่อนอุบลรัตน์ ดังนั้นคนในชุมชนควรแสวงหาโอกาสให้นักท่องเที่ยวแวะมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนตนเอง โดยหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ควรส่งเสริมและให้การสนับสนุน

10. ในการทำวิจัยครั้งต่อไปสามารถเลือกประเภทของการท่องเที่ยวประเภทอื่นๆ เช่นการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นต้น มาทำการศึกษาถึงการมีส่วนร่วมในชุมชนที่มีต่อแหล่งเที่ยวนั้นๆ เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในการเพิ่มศักยภาพชุมชนสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

## รายการอ้างอิง

- กมล รัตนวิระกุล. 2549. การจัดการการท่องเที่ยวอย่างพอเพียง. [ออนไลน์] ได้จาก [www.thma.org/th/index2.php?option=com\\_content](http://www.thma.org/th/index2.php?option=com_content)
- กองสิ่งแวดล้อมชุมชนและพื้นที่เฉพาะนิยามศัพท์. 2551. นิยามศัพท์. [ออนไลน์] ได้จาก [http://www.onep.go.th./index.php?option=com\\_content&task=view&id=155&Itemid=46](http://www.onep.go.th./index.php?option=com_content&task=view&id=155&Itemid=46)
- กฤตนั้น นาย อาริยวัฒน์. 2551. ทฤษฎีความความพึงพอใจ. [ออนไลน์] ได้จาก <http://learners.in.th/blog/espada/221889>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ. [ออนไลน์] ได้จาก [http://www.tat.or.th/activitytype.asp?acttype\\_id=24&id=24](http://www.tat.or.th/activitytype.asp?acttype_id=24&id=24)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). ข้อมูลท่องเที่ยว 76 จังหวัด. [ออนไลน์] ได้จาก <http://www.tat.or.th/region.asp?id=3>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). สรุปแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2552. [ออนไลน์] ได้จาก [http://www.tourismthailand.org/download/my\\_documents/my\\_files/map\\_2552.doc](http://www.tourismthailand.org/download/my_documents/my_files/map_2552.doc)
- คมสัน วาฤทธิ์. (2545). ตักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ชุมชนลำน้าว้า อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน. สาขาการจัดการอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จุมพล หนิมพานิช และบุญศรี พรหมมาพันธุ์. (2549). บทบาทขององค์การบริหารส่วนตำบลในการพัฒนาทักษะการทำงานในท้องถิ่น. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- จรรยา เปรมศิลป์. (2543). การท่องเที่ยว....กลไกฟื้นฟูเศรษฐกิจ. รายงานเศรษฐกิจรายเดือน. 40 (5), พฤษภาคม.
- ชลธิณี อยู่คง. (2552). การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร. มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- ชิษณุชา ปานศิริ. (2552). การมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา เขตเทศบาลเมือง จังหวัดเพชรบุรี. มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. 2548. แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดบริการ. [ออนไลน์] ได้จาก <http://xzia.spaces.live.com/blog/cns!828FA1772995ED45!2507.entry>

- ชเนศ วงศ์กาฬสินธุ์ และคณะ. (2546). การจัดการท่องเที่ยวในการส่งเสริมการตลาด “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจของจังหวัดสกลนคร. สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตสกลนคร.
- นราศรี ไววนิชกุล และ ชูศักดิ์ อุดมศรี. (2548). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 15. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นัยนา คำกันศิลป์. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวบนพื้นที่เกาะมุกต์ อำเภอกันตัง จังหวัดตรัง. มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- นุชนารถ รัตนสุวรรณชัย. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว: ประเด็นที่สำคัญและแนวโน้ม. [ออนไลน์] ได้จาก <http://www.free-webboard.com/travel.php?nm=Nuhotelthai52club&qid=10>
- ปิยพร ทาวีกุล. (2544). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้านไหล่หิน ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พชระ พิพัฒน์โยธะพงศ์. (2547). การจัดการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรพรรณ เปล่งปลั่ง. (2550). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาดาดน้ำตลิ่งชัน. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพ็ญแข แสงแก้ว. (2540). การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มงคล ด้านธานินทร์. 2541. เศรษฐกิจชุมชนเชิงระบบ : หลักการและแนวปฏิบัติ เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเอง : แนวความคิดและยุทธศาสตร์. กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย กรุงเทพมหานคร.
- ยุทธพงษ์ เมสพันธ์. (2552). ปัจจัยที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการบริหารจัดการเทศกาลและงานประเพณีให้ยั่งยืน กรณีศึกษา: เทศกาลแข่งขันเรือยาวประเพณี ณ วัดศิริเจริญนิรมหือ ตำบลโคกหม้อ อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- รลิกา อังกูร และคณะ. 2549. การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ราณี อัมรินทร์รัตน์. (2542). การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. วารสารศรีปทุม. 2 (1), กรกฎาคม-ธันวาคม.

- ราเมศรี พรหมชาติ. (2545). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตร : กรณีศึกษาน้ำโป่ง ตำบลป่าไผ่ อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่. สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วารุณี ดันดวงศ์วาณิช และคณะ (เรียบเรียง). 2545. หลักการตลาด. เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน โค ไช นำ. กรุงเทพมหานคร
- สนอง โลหิตวิเศษ. 2551. การสังเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาชุมชนกับการศึกษาตลอดชีวิต. [ออนไลน์] ได้จาก <http://edu.swu.ac.th/ae/websnong/web01/web451/community2.htm>
- สมชาย เฉชะพรหมพันธุ์ และ ภัทรภาพร สร้อยทอง. (2545). การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติในภาคตะวันออก. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สิทธิกร โนรินทร์. (2552). พฤติกรรมและทัศนคติต่อการจัดการและอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติแม่ยม จังหวัดแพร่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย. มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- สุจิตราภา พันธุ์วิไล. (2545). รูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษา บ้านหล่อชา (อาข่า) ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุรศักดิ์ พิมพ์เสน. (2545). ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนผู้ไท บ้านโพน. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุเจน หลิมศิริวิไล. 2546. SERVICE MARKETING. รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิชา บร. 711 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคสำหรับผู้บริหาร โครงการปริญญาโทสำหรับผู้บริหาร (X-MBA) รุ่นที่18 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์.
- สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2549). การบริหารท่องเที่ยวเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สามเจริญพาณิชย์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2545). ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจไทย : จากวิกฤตสู่โอกาส. เอกสารประกอบการประชุมประจำปี 2545 “ความอยู่ดีมีสุขของคนไทย : 5 ปีหลังวิกฤตเศรษฐกิจ” ณ ศูนย์ประชุมและแสดงสินค้านานาชาติ เมืองทองธานี. 21 มิถุนายน 2545.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2549). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549). ได้จาก <http://www.nesdb.go.th>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2548). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทย. รายงานการวิจัย.กระทรวงศึกษาธิการ.

- โสภกา จำนังศรีศรี และ วรณิศา เอมะศิริ. (2549). การปรับโครงสร้างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย. วารสารเศรษฐกิจและสังคม. 43 (3), กรกฎาคม-กันยายน.
- ศิรินพรรณ ชุ่มอินทจักร. (2545). แนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานขององค์กรเอกชนที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย. สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศุภจิต สนิทวงศ์ ณ อยุธยา. (2550). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการของโฮมสเตย์ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- ศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ 2552. สรุปแผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2551. [ออนไลน์] ได้จาก <http://203.151.46.10/anda/krabi/rela/Question.ASP?CAT=tou&ID=3329>
- ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. 2552 . ความหมายของการท่องเที่ยว. 2551. [ออนไลน์] ได้จาก <http://www.212cafe.com/freewebboard/view.php?user=natapol&id=694>
- อนันต์ วัฒนกุลจรัส. 2549. ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไทย กระจุกหรือกระจาย. วารสารการท่องเที่ยวไทย. 4 (2549). ตุลาคม-ธันวาคม.
- อรทัย มูลคำ. (2552). การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่ออุทยานแห่งชาติในภาคเหนือ จังหวัดเชียงใหม่:กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ และอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย. มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก.
- นราศรี ไวนิชกุล และ ชุติศักดิ์ อุดมศรี. (2545). ระเบียบวิธีวิจัยธุรกิจ. พิมพ์ครั้งที่ 13. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร.
- Costa J. and Ferrone L. (1995). Sociocultural perspectives on tourism planning and development. **International Journal of Contemporary Hospitality Management** 7(7): 27 – 35.
- Gilson A., Dodds R., Joppe M. and Jamieson B. (2003). Ecotourism in the city? Toronto's green tourism Association. **International Journal of Contemporary Hospitality Management** 15(6): 324-327.
- Baglieri D. and Consoli R. (2009). Collaborative innovation in tourism: Managing virtual communities. **The TQM Journal** 22(4): 353-364.

ภาคผนวก ก

**แบบสอบถามชุดที่ 1**  
เรื่อง  
**การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยว**  
**ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ**  
**(กลุ่มนักท่องเที่ยว)**

\*\*\*\*\*

**คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม**

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อวิจัย เรื่อง การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษาสภาพปัจจุบันของศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว และศึกษาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน กรุณาตอบแบบสอบถามทั้ง 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้ ทุกความคิดเห็นของท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะช่วยพัฒนาและเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทยต่อไป

ด้วยความขอบคุณ  
คณะนักวิจัย  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

\*\*\*\*\*

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ
 

<input type="radio"/> 1. ชาย	<input type="radio"/> 2. หญิง
------------------------------	-------------------------------
  
2. อายุ
 

<input type="radio"/> 1. ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="radio"/> 2. 20-24 ปี
<input type="radio"/> 3. 25-29 ปี	<input type="radio"/> 4. 30-34 ปี
<input type="radio"/> 5. 35-39 ปี	<input type="radio"/> 6. 40-44 ปี
<input type="radio"/> 7. 45 ปี ขึ้นไป	
  
3. สถานภาพ
 

<input type="radio"/> 1. โสด	<input type="radio"/> 2. สมรส
<input type="radio"/> 3. หม้าย	<input type="radio"/> 4. หย่า
<input type="radio"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
  
4. อาชีพ
 

<input type="radio"/> 1. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	<input type="radio"/> 2. พนักงานบริษัท
<input type="radio"/> 3. ทำธุรกิจส่วนตัว	<input type="radio"/> 4. นักเรียน/นักศึกษา
<input type="radio"/> 5. รับจ้างทั่วไป	<input type="radio"/> 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
  
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 

<input type="radio"/> 1. ต่ำกว่า 5,000 บาท	<input type="radio"/> 2. 5,000-10,000 บาท
<input type="radio"/> 3. 10,001-15,000 บาท	<input type="radio"/> 4. 15,001-20,000 บาท
<input type="radio"/> 5. 20,001-25,000 บาท	<input type="radio"/> 6. มากกว่า 25,000 บาท
  
6. การศึกษา
 

<input type="radio"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี
<input type="radio"/> 2. ปริญญาตรี
<input type="radio"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี
<input type="radio"/> 4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
  
7. ภูมิภาค
 

<input type="radio"/> 1. ภายในจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
<input type="radio"/> 2. ภายนอกจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว คือ.....

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกาท่องเที่ยวที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

8. จำนวนครั้งที่ท่านเดินทางมาเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้

1. 1 ครั้ง  2. 2 ครั้ง  
 3. 3 ครั้ง  4. มากกว่า 3 ครั้ง

9. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของสถานที่แห่งนี้จากแหล่งใด

1. เพื่อน/ญาติ  2. หนังสือพิมพ์/นิตยสาร/คู่มือท่องเที่ยว  
 3. โทรทัศน์/วิทยุ/Internet  4. บริษัททัวร์  
 5. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย  6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

10. พาหนะที่ท่านใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

1. รถยนต์ส่วนตัว/รถเช่า  2. รถประจำทาง  
 3. เครื่องบิน  4. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

11. ท่านวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไว้ต่อครั้งเท่าใด (ยกเว้นค่าเดินทาง)

1. น้อยกว่า 1,000 บาท  2. 1,000–2,000 บาท  
 3. 2,001–3,000 บาท  4. มากกว่า 3,000 บาท

12. จุดประสงค์หลักของการเดินทางครั้งนี้คือข้อใด

1. เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ  2. เพื่อศึกษาธรรมชาติ  
 3. เพื่อประชุม/สัมมนา  4. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

13. เหตุผลหลักที่มาท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนี้

1. ใกล้ที่พัก  2. ความดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยว  
 3. เดินทางสะดวก  4. เพื่อนชักชวน  
 5. การประชาสัมพันธ์ และข่าวสาร  6. เป็นคนในพื้นที่ที่อุทยานแห่งชาติตั้งอยู่  
 7. อยู่ในเส้นทางผ่าน  8. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

14. การเดินทางครั้งนี้ท่านมากับใคร

1. เดินทางมาคนเดียว  2. เดินทางมากับครอบครัว  
 3. เดินทางมากับเพื่อน  4. เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนและครอบครัว  
 5. เดินทางมากับบริษัททัวร์  6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

15. ช่วงเวลาที่ท่านมาเที่ยวในสถานที่แห่งนี้ คือช่วงเวลาใด

1. เช้า  2. บ่าย  
 3. เย็น  4. กลางคืน  
 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....



ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด  
 โดยที่

ระดับ 5 หมายถึง พอใจมากที่สุด หรือเหมาะสมมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง พอใจ มาก หรือเหมาะสมมาก

ระดับ 3 หมายถึง พอใจ ปานกลาง หรือ เหมาะสมปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง พอใจ น้อย หรือเหมาะสมน้อย

ระดับ 1 หมายถึง พอใจ น้อยมาก หรือเหมาะสมน้อยมาก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ข้อมูลไม่ เพียงพอ
	5	4	3	2	1	
ด้านการให้บริการ						
21. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงามและความหลากหลายของ ทิวทัศน์สภาพแวดล้อม						
22. สภาพอากาศของแหล่งท่องเที่ยว						
23. ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว						
24. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด						
25. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก						
26. สถานที่จอดรถเพียงพอและเหมาะสม						
27. ที่พักเพียงพอและเหมาะสม						
28. ที่พักปลอดภัย โปร่งและสวยงาม						
29. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย						
30. ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ						
31. มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อการใช้งาน						
ด้านค่าใช้จ่าย						
32. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเหมาะสม						
33. ไม่มีการเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชม						
34. ราคาที่พัก มีความเหมาะสม						
35. ราคาอาหาร-เครื่องดื่ม มีความเหมาะสม						
36. ราคาของที่ระลึกมีความเหมาะสม						
37. ค่าบริการเช่ารถขนาดเล็กมีความเหมาะสม						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ข้อมูลไม่เพียงพอ
	5	4	3	2	1	
<b>ด้านสถานที่</b>						
38. การเดินทางมีความสะดวกและมีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน						
39. สาธารณูปโภคพื้นฐาน มีคุณภาพและใช้การได้ดี						
40. มีการจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว						
41. สถานที่ท่องเที่ยวอยู่ไม่ไกลจากแหล่งชุมชน						
<b>ด้านการส่งเสริมการตลาด</b>						
42. มีการจัดโปรแกรมโดยกำหนดค่าบริการการท่องเที่ยว แบบเหมาจ่าย (Package)						
43. มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างชาวต่างชาติและคนไทย						
44. มีกิจกรรมเสริมอื่นๆ ที่น่าสนใจในจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว						
45. มีอัตราค่าบริการแตกต่างกันระหว่างเด็กและผู้ใหญ่						
46. การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์/วิทยุ						
47. การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต						
48. การประชาสัมพันธ์ทางแผ่นพับ ใบปลิว						
49. การประชาสัมพันธ์แบบบอกต่อ						
<b>ด้านบุคลากร</b>						
50. คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความสุภาพและเป็นมิตร						
51. คนในพื้นที่ให้บริการด้วยความรวดเร็ว						
52. คนในพื้นที่ดูแลเอาใจใส่ กระตือรือร้นและเต็มใจให้บริการ						
53. คนในพื้นที่ให้คำแนะนำ หรือตอบข้อซักถามอย่างชัดเจน						
<b>ด้านกระบวนการให้บริการ</b>						
54. มีผู้รับผิดชอบคอยให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว						
55. มีเอกสารแนะนำ						
56. มีป้ายบอกทางในบริเวณจุดท่องเที่ยวอย่างชัดเจน						
57. มีผู้รับความคิดเห็น						
58. มีระบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาปรับปรุง						

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความพึงพอใจ					ข้อมูลไม่ เพียงพอ
	5	4	3	2	1	
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ						
59. สถานที่ท่องเที่ยวมีสภาพแวดล้อม โดยภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ ที่ดี						
60. อากาศสดชื่น และ ไม่มีมลพิษ						
61. มีการจัดสถานที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อม						
62. ไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมอยู่ใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยว						

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

\*\*\*\*\*

แบบสอบถามชุดที่ 2  
เรื่อง  
การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยว  
ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
(กลุ่มคนในชุมชนบริเวณที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว)

\*\*\*\*\*

คำแนะนำในการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อวิจัย เรื่อง การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษาสภาพปัจจุบันของศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว และศึกษาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน กรุณาตอบแบบสอบถามทั้ง 3 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม
- ส่วนที่ 2 ศักยภาพและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามนี้ ทุกความคิดเห็นของท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะช่วยพัฒนาและเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทยต่อไป

ด้วยความขอบคุณ  
คณะนักวิจัย  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

\*\*\*\*\*

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความที่ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ
 

<input type="radio"/> 1. ชาย	<input type="radio"/> 2. หญิง
------------------------------	-------------------------------
  
2. อายุ
 

<input type="radio"/> 1. ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="radio"/> 2. 20-24 ปี
<input type="radio"/> 3. 25-29 ปี	<input type="radio"/> 4. 30-34 ปี
<input type="radio"/> 5. 35-39 ปี	<input type="radio"/> 6. 40-44 ปี
<input type="radio"/> 7. 45 ปี ขึ้นไป	
  
3. สถานภาพ
 

<input type="radio"/> 1. โสด	<input type="radio"/> 2. สมรส
<input type="radio"/> 3. หม้าย	<input type="radio"/> 4. หย่า
<input type="radio"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
  
4. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
 

<input type="radio"/> 1. ต่ำกว่า 3,000 บาท	<input type="radio"/> 2. 3,000-5,000 บาท
<input type="radio"/> 3. 5,001-7,000 บาท	<input type="radio"/> 4. 7,001-9,000 บาท
<input type="radio"/> 5. มากกว่า 9,000 บาท	
  
5. การศึกษา
 

<input type="radio"/> 1. ต่ำกว่าประถมศึกษา
<input type="radio"/> 2. ประถมศึกษา (ป. 6)
<input type="radio"/> 3. มัธยมศึกษาตอนต้น (ม. 3)
<input type="radio"/> 4. มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม. 6)
<input type="radio"/> 5. ปริญญาตรี
<input type="radio"/> 6. สูงกว่าปริญญาตรี
  
6. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ชุมชน
 

<input type="radio"/> 1. น้อยกว่า 5 ปี
<input type="radio"/> 2. 5 - 9 ปี
<input type="radio"/> 3. 10 - 14 ปี
<input type="radio"/> 4. มากกว่า 14 ปี
<input type="radio"/> 5. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ส่วนที่ 2 ตักยภาพและแนวทางการเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชนที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน  
โดยที่

ระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด หรือต้องการมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง เห็นด้วยมาก หรือต้องการมาก

ระดับ 3 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง หรือต้องการปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง เห็นด้วยน้อย หรือต้องการน้อย

ระดับ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยมาก หรือต้องการน้อยมาก

### 2.1 ตักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของคนในชุมชน

ข้อคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					ข้อมูลไม่เพียงพอ
	5	4	3	2	1	
ด้านการจัดการท่องเที่ยว						
7. การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงถนนให้ดีขึ้น						
8. การท่องเที่ยวทำให้หมู่บ้านของท่านมีการปรับปรุงป้ายบอกเส้นทางชัดเจน						
9. การท่องเที่ยวทำให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้ข่าวสารเพิ่มขึ้น						
10. การท่องเที่ยวทำให้มีการฟื้นฟูและอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น						
11. การท่องเที่ยวทำให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติมากขึ้น						
12. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการพัฒนาหมู่บ้านให้น่าอยู่						
13. การท่องเที่ยวทำให้แหล่งชุมชนสะอาดขึ้น						
14. คนในชุมชนมีส่วนร่วมปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยว						
15. การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงสถานที่ที่เป็นเส้นทางเชื่อมโยงเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้						
16. การท่องเที่ยวทำให้มีการปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ การกำจัดขยะและบำบัดน้ำเสีย						
17. มีการส่งเสริมความร่วมมือการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นเครือข่ายในพื้นที่ใกล้เคียง						

ข้อคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					ข้อมูลไม่เพียงพอ
	5	4	3	2	1	
18. มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนา ฟื้นฟู และอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น						
19. มีการกำหนดมาตรการการท่องเที่ยวให้เหมาะกับนโยบายท้องถิ่น						
20. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริจาคเงินและวัสดุอุปกรณ์ในการร่วมพัฒนาหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว						
21. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดเวทีประชาคมเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว						
22. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาแต่งตั้งคณะกรรมการวางแผนและดำเนินงานเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว						
23. คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาถึงประโยชน์ หรือผลกระทบที่ได้รับจากการจัดการท่องเที่ยว						
<b>ด้านการจ้างงานและการให้บริการ</b>						
24. การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีงานทำ						
25. เพิ่มกิจกรรมต่อเนื่องในพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น						
26. การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนมีอาชีพใหม่เกิดขึ้น						
27. การท่องเที่ยวทำให้เกิดธุรกิจบริการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์						
<b>ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตร</b>						
28. การท่องเที่ยวทำให้คนในชุมชนนำผลผลิตภายในพื้นที่มาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว						
29. การท่องเที่ยวทำให้มีการพัฒนาอาชีพทางการเกษตรในเชิงการค้ามากขึ้น						
30. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการแปรรูปผลิตทางการเกษตรเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว						
31. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการปรับปรุงการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว						
32. มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการผลิตทางการเกษตร						
33. มีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการพัฒนาการเกษตร						

ข้อคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น					
	5	4	3	2	1	ข้อมูลไม่เพียงพอ
ด้านรายได้ของชุมชน						
34. การท่องเที่ยวทำให้คนในหมู่บ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น						
35. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากชุมชน						
36. การท่องเที่ยวทำให้เกิดการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกจากงานหัตถกรรมของคนภายในชุมชน						

## 2.2 การเพิ่มศักยภาพของชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจท่องเที่ยว

### 2.2.1 ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจเป็นทุนทางสังคม

.....

.....

.....

.....

### 2.2.2 การรวมกลุ่ม

.....

.....

.....

.....

### 2.2.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม

.....

.....

.....

.....

### 2.2.4 การจัดการทางการตลาด (ตลาดนัดชุมชน หรือ ตลาดค้าชุมชน)

.....

.....

.....

.....

2.2.5 การจัดประชุมประชาคม

.....  
.....  
.....  
.....

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

\*\*\*\*\*

## แบบสัมภาษณ์

## เรื่อง

การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยว

ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

(กลุ่มผู้บริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน หัวหน้าหน่วยงานและหัวหน้าส่วนราชการ

ในพื้นที่ที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว)

\*\*\*\*\*

## คำแนะนำในการตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้จัดทำขึ้นเพื่อวิจัย เรื่อง การเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์ศึกษาสภาพปัจจุบันของศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว และศึกษาแนวทางในการเพิ่มศักยภาพของชุมชนในการรองรับการท่องเที่ยว โดยแบ่งแบบสัมภาษณ์ออกเป็น 4 ส่วน กรุณาตอบแบบสัมภาษณ์ทั้ง 4 ส่วน ดังนี้

- ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์และแหล่งท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 2 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนา
- ส่วนที่ 3 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น
- ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้ ทุกความคิดเห็นของท่านเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการที่จะช่วยพัฒนาและเพิ่มศักยภาพชุมชนชนบทสำหรับรองรับธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทยต่อไป

ด้วยความขอบคุณ

คณะนักวิจัย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

\*\*\*\*\*

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์และแหล่งท่องเที่ยว

1. ชื่อ - สกุล.....
2. ตำแหน่ง.....
3. ประสบการณ์ในการดูแลหรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
 

<input type="radio"/> 1. น้อยกว่า 3 ปี	<input type="radio"/> 2. 3 - 5 ปี
<input type="radio"/> 3. 6 - 9 ปี	<input type="radio"/> 4. มากกว่า 9 ปี
4. งบประมาณที่ใช้ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
 

<input type="radio"/> 1. เงินอุดหนุนส่วนกลาง	<input type="radio"/> 2. จังหวัดที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
<input type="radio"/> 3. งบประมาณจากภายในชุมชน	<input type="radio"/> 4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
<input type="radio"/> 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	
5. จำนวนคณะกรรมการในการกำกับดูแลการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
 

<input type="radio"/> 1. น้อยกว่า 5 คน	<input type="radio"/> 2. 5 - 7 คน
<input type="radio"/> 3. 8 - 10 คน	<input type="radio"/> 4. มากกว่า 10 คน
6. ความถี่ในการจัดการประชุมของคณะกรรมการเพื่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
 

<input type="radio"/> 1. 1 ครั้ง/สัปดาห์	<input type="radio"/> 2. 1 ครั้ง/เดือน
<input type="radio"/> 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

ส่วนที่ 2 ศักยภาพและแนวทางการพัฒนา

2.1 ด้านการจัดการการท่องเที่ยว

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<p>2.1.1 ด้านการให้บริการ</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>	<p>2.1.1 ด้านการให้บริการ</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p>

สภาพปัจจุบัน	แนวทางการพัฒนาในอนาคต
<b>2.1.2 ด้านค่าใช้จ่าย</b> ..... ..... ..... .....	<b>2.1.2 ด้านค่าใช้จ่าย</b> ..... ..... ..... .....
<b>2.1.3 ด้านสถานที่</b> ..... ..... ..... .....	<b>2.1.3 ด้านสถานที่</b> ..... ..... ..... .....
<b>2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด</b> ..... ..... ..... .....	<b>2.1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด</b> ..... ..... ..... .....
<b>2.1.5 ด้านบุคลากร</b> ..... ..... ..... .....	<b>2.1.5 ด้านบุคลากร</b> ..... ..... ..... .....
<b>2.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ</b> ..... ..... ..... .....	<b>2.1.6 ด้านกระบวนการให้บริการ</b> ..... ..... ..... .....
<b>2.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b> ..... ..... ..... .....	<b>2.1.7 ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ</b> ..... ..... ..... .....







### ส่วนที่ 3 ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่น

#### 3.1 ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจเป็นทุนทางสังคม

.....

.....

.....

.....

.....

#### 3.2 การรวมกลุ่ม

.....

.....

.....

.....

.....

#### 3.3 การส่งเสริมและสนับสนุนให้มีการรวมกลุ่ม

.....

.....

.....

.....

.....

#### 3.4 การจัดการทางด้านการตลาด (ตลาดนัดชุมชน หรือ ลานค้าชุมชน)

.....

.....

.....

.....

.....

#### 3.5 การจัดประชุมประชาคม

.....

.....

.....

.....

.....



ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ

4.1 ด้านการจัดการการท่องเที่ยว

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

4.2 ด้านการจ้างงานและการให้บริการ

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

4.3 ด้านการผลิตผลผลิตการเกษตรและสินค้าหัตถกรรม

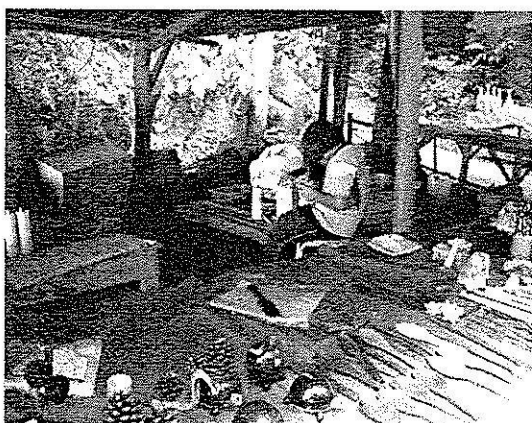
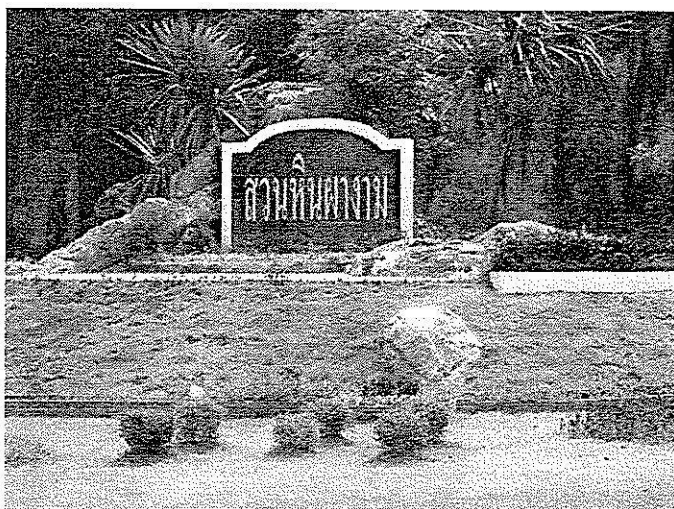
.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

4.4 ด้านรายได้ของชุมชน

.....  
.....  
.....  
.....  
.....  
.....

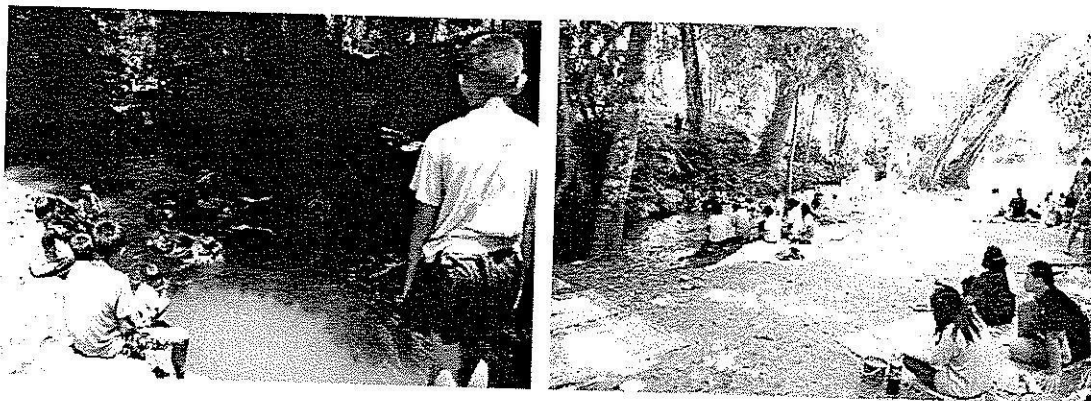
\*\*\*\*\*

ภาคผนวก ข

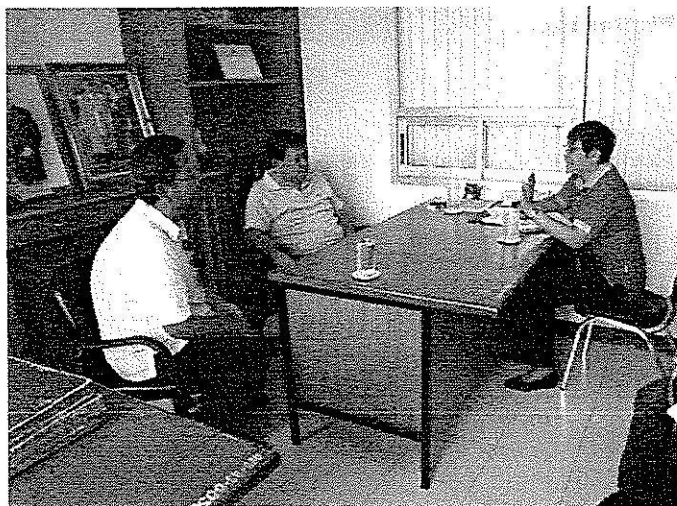
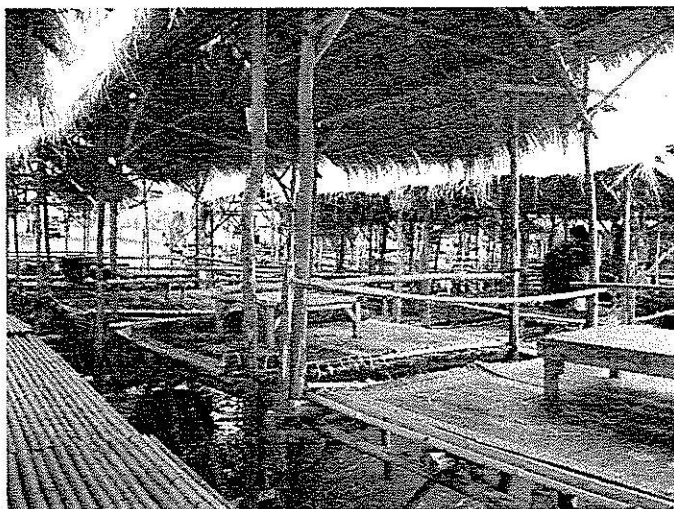


ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวป่าหยาขอุทยานสวนหินผางาม (คุณหมิง)

อำเภอหนองหิน จังหวัดเลย



ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายน้ำผุดทัพลาว  
อำเภอคอนสาร จังหวัดชัยภูมิ



ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวชายหาดบางแสนสอง  
อำเภออุดรธานี จังหวัดขอนแก่น



ภาพการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรนิเวศ  
ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา



ภาพนำเสนอผลการวิจัยและการรับฟังความคิดเห็นจากประธานสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว  
แห่งประเทศไทย



ภาพประชุมนำเสนอผลการวิจัยและรับฟังความคิดเห็นกลุ่มเป้าหมายในการศึกษา

## ประวัติผู้เขียน

รศ.ดร. ขวัญกมล ดอนขวา ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรองศาสตราจารย์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการ สำนักวิชาเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี ปัจจุบัน อายุ 50 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ปริญญาโทและปริญญาเอกทางด้านเศรษฐศาสตร์ เมื่อสำเร็จการศึกษาได้เข้าทำงานในตำแหน่งเจ้าหน้าที่วิเคราะห์ผังเมือง กรมโยธาธิการและผังเมือง กระทรวงมหาดไทย ได้ประมาณ 6 ปี หลังจากนั้นได้โอนมารับราชการ ณ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในตำแหน่งเศรษฐกรได้ประมาณ 6 ปี จึงลาออกจากการรับราชการ มาดำรงตำแหน่งปัจจุบันดังกล่าวแล้วข้างต้น โดยรับผิดชอบการสอนในระดับปริญญาตรี และปริญญาโท มากกว่า 10 รายวิชา

จากประวัติการทำงานดังกล่าวทำให้มีประสบการณ์ในการทำงาน และทำวิจัยเป็นจำนวนมาก สามารถสรุปได้ดังนี้

1. การวางแผนพัฒนาภาคและจังหวัด
2. การผลิตและการตลาดสินค้าเกษตร
3. การผลิตและการส่งออกกุ้งแช่เย็นแช่แข็งของประเทศไทย
4. การศึกษาเพื่อการพัฒนาหัตถกรรมพื้นบ้านของครัวเรือนชนบทในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
5. การรับรู้ข่าวสารทางด้านเศรษฐกิจของครัวเรือนเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
6. ศักยภาพและแนวโน้มการค้าชายแดนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย
7. โครงการเสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปี 2545 (วิทยากร)
8. โครงการ 13 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปี 2542 (ที่ปรึกษาโรงงาน)
9. โครงการชูปชีวิตธุรกิจไทย กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ปี 2545 (ที่ปรึกษาโรงงาน)
10. โครงการศึกษาการจัดแผนแม่บทด้านการจราจร และขนส่งเมืองในภูมิภาค จังหวัดบุรีรัมย์ และนครราชสีมา สำนักงานนโยบายและแผนการขนส่งจราจร ปี 2546-48 (คณะที่ปรึกษาโครงการ)
11. โครงการ SME “ทายาทธุรกิจ” สถาบันส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2544 – 45

12. การศึกษาวิเคราะห์ความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs เบื้องต้น ในจังหวัดนครราชสีมา ปี พ.ศ. 2544
13. โครงการชูบชีวิตธุรกิจไทย (ITB) ปี 2546 – 47 (ที่ปรึกษาโรงงาน 2 แห่ง คือ บริษัท ดอยคำผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด และ โรงงานน้ำแข็งหล่มสัก )
14. An Analysis of SMEs' Problems and Basic Demands Between Thailand and China (Case Study NakhonRatchasima and Guiyang)
15. ศักยภาพการพัฒนาทางการตลาดของเครื่องคั้มนุ่นไพรของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
16. การวิเคราะห์อุปสงค์ และอุปทานกาแฟของประเทศไทย
17. การประเมินผลหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต