

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
จังหวัดนครราชสีมา



บุญวีร์ วิเศษสุนทรสกุล

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

มีนาคม 2563

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
จังหวัดนครราชสีมา



บุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล

วิทยานิพนธ์เสนอมหาวิทยาลัยพะเยา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

มีนาคม 2563

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยพะเยา

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ของ ปุณยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล

ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

ของมหาวิทยาลัยพะเยา

.....ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชณะ เตชคณา)

.....ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ชวลีย์ ณ ถลาง)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร)

.....กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล)

.....อาจารย์บัณฑิตศึกษา

(รองศาสตราจารย์ ดร.เสวี วงษ์มณฑา)

.....ผู้ทรงคุณวุฒิ

(ดร.พลิชฐ์ โสภณพงศ์พัฒน์)

.....คณบดีวิทยาลัยการจัดการ

(ดร.ศรีสุตา จงสิทธิผล)

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ชวลี วัฒน กลาง ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาให้คำปรึกษาและช่วยแก้ไขในทุกปัญหา ด้วยความเมตตาและขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร และดร.สหนนท์ ตั้งเบญจสิริกุล ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่สละเวลาให้คำปรึกษา ชี้แนะเทคนิค การวิจัยและช่วยแก้ไขปัญหาดังต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ลุล่วง ได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถามและผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่สละเวลา ให้ข้อมูลอย่างครบถ้วนในการทำวิทยานิพนธ์แก่ผู้วิจัย

ขอขอบคุณครอบครัว รวมทั้งพี่น้อง ญาติมิตร และเพื่อน ๆ ทุกคนที่ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนทุกด้านอย่างเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์จากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบและอุทิศแด่ผู้ที่มีพระคุณ ทุก ๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ต่อไป

บุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล

เรื่อง: แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัย: ปุณยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล วิทยานิพนธ์: ปรัชญา (การจัดการการท่องเที่ยว), มหาวิทยาลัยพะเยา, 2563

ประธานที่ปรึกษา: รองศาสตราจารย์ชวลี วัฒนกลาง, **กรรมการที่ปรึกษา:** ดร.ชมพูนุช จิตติถาวร, ดร.สหพันธ์
ตั้งเบญจสิริกุล

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, การพัฒนาการท่องเที่ยว, ศักยภาพการท่องเที่ยว, จังหวัดนครราชสีมา

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วยวัตถุประสงค์ 4 ข้อ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา และ 4) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย 1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งสิ้น 28 คน โดยผลการวิจัย พบว่าแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 2) ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว 3) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมองค์การชุมชนด้านกระบวนการมีส่วนร่วมและสร้างจิตสำนึกรักชุมชน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

Title: POTENTIALITY DEVELOPMENT APPROACH FOR COMMUNITY-BASED TOURISM IN NAKHON
RATCHASIMA PROVINCE

Author: Punyavee Visadsoontornsakul, Dissertation: Ph.D. (Tourism Management), University of Phayao, 2020

Advisor: Associate Professor Chawalee Na Talang **Co-advisor:** Dr. Chompunuch Jittithavorn, Dr. Sahanon
Tungbenchasirikul

Keywords: Community-based tourism, Tourism readiness and performance, Potentiality development approach

ABSTRACT

The research on potentiality development approach for community-based tourism in Nakhon Ratchasima province comprises of four objectives as follow 1) to study and evaluate the community-based tourism potentiality in Nakhon Ratchasima province, 2) to study tourist behavior affecting the potentiality development of community-based tourism in Nakhon Ratchasima province, 3) to analyse the internal and external factors influencing the potentiality development of community-based tourism in Nakhon Ratchasima province and 4) to build the potentiality development guideline for community-based tourism in Nakhon Ratchasima province. This research uses mixed-methods comprises of 1) quantitative method uses questionnaire surveys, and 2) qualitative method uses informal semi-structured interviews with three key informants. The first group is the government representatives involving in community-based tourism. The second group is the community representatives involving in community-based tourism, and the last group is the private sectors related to community-based tourism. There are 28 representatives in total. The results of this research found that the potentiality development approach for community-based tourism in Nakhon Ratchasima province comprises of four strategies; 1) Promotion Strategy for community-based tourism in Nakhon Ratchasima province, 2) Accessibility and tourism-related facilities Development Strategy, 3) Promotion of Marketing for community-based tourism and 4) Promotion of Community Involvement Process and Patriotism for community-based tourism development in Nakhon Ratchasima province.

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	8
ขอบเขตของการวิจัย	8
ข้อตกลงเบื้องต้น.....	11
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	12
ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย.....	13
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	14
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	34
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์.....	42
บริบทพื้นที่	49
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55
กรอบแนวคิดการวิจัย	83
3 วิธีดำเนินการวิจัย	84
การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	84
การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)	88
4 ผลการวิจัย.....	101
การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research).....	102
การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)	177

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 บทสรุป	245
สรุปผลการวิจัย	245
อภิปรายผลการวิจัย.....	265
ข้อเสนอแนะ	276
บรรณานุกรม	280
ภาคผนวก	295
ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว.....	296
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์.....	301
ภาคผนวก ค ภาพการให้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและนักท่องเที่ยว	314
ประวัติผู้วิจัย	315

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงรายได้การท่องเที่ยว.....	4
2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว.....	5
3 แสดงการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค	41
4 แสดงสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ประเทศไทย).....	74
5 แสดงสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่างประเทศ).....	77
6 แสดงสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน...	79
7 แสดงสูตร One-Way ANOVA เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีจำนวนกลุ่มข้อมูล ตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป.....	97
8 แสดงการเทียบช่วงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	99
9 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	103
10 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา.....	105
11 แสดงระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	108
12 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามเพศ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน.....	111
13 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	113
14 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามช่วงอายุเป็นรายคู่.....	114

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
15 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน.....	119
16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่	120
17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามอาชีพของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน	124
18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และโดยรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่	125
19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน.....	130
20 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน.....	131
21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่	133
22 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	136

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
23	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่.....	138
24	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน.....	139
25	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว เป็นรายคู่.....	141
26	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน.....	142
27	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางเป็นรายคู่.....	144
28	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวของ กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	148
29	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่.....	150
30	แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามความถี่ในการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน.....	155
31	แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามความถี่ในการเดินทางเป็นรายคู่.....	157

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
32 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวของ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	161
33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่.....	163
34 แสดงความค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน แต่ละด้าน	167
35 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 “ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน โดยรวม แตกต่างกัน”	168
36 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 “ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยรวม และรายด้านแตกต่างกันหรือไม่”	169
37 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 “ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน แตกต่างกัน”	170
38 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 “ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน”	171
39 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 “ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกัน”	172
40 แสดงสรุปประเด็นที่ 1 นโยบายภาครัฐ ที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม.....	190
41 แสดงประเด็นคำถามที่ 1 ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม.....	213

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
42 แสดงสรุปประเด็นคำถามที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในภาพรวม	223
43 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก	224
44 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ด้านกลยุทธ์เชิงรุก (SO) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	225
45 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	226
46 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	227
47 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ด้านกลยุทธ์เชิงรับ (WT) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	228
48 แสดงสรุปกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาในภาพรวมโดยใช้เทคนิคการวิจัย การสังเคราะห์ TOWS Matrix	229
49 แสดงสรุปร่างแผนยุทธศาสตร์	230
50 แสดงผลสรุปการประเมินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	234
51 แสดงการตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation Validity Test)	242
52 แสดงสรุปหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	259
53 แสดงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ได้	277

สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	83
2 ขั้นตอนในการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	91
3 ขั้นตอนการวิจัย.....	100
4 สรุปแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา.....	241
5 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา.....	254
6 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา.....	255
7 แผนยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการท่องเที่ยว.....	256
8 แผนยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ...	257
9 แผนยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมองค์กรชุมชนด้านการกระบวนกรมีส่วนร่วม และสร้างจิตสำนึก	258
10 การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและนักท่องเที่ยว	314

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในปัจจุบัน พบว่ามีการเติบโตและการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2560 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกมีมูลค่าว่า 8.27 ล้านล้านเหรียญสหรัฐของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product: GDP) (Turner, 2018, Online) มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1.3 พันล้านคน (UNWTO, 2018, Online) นอกจากนี้ข้อมูลพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวโดย UNWTO พบว่าในปี พ.ศ. 2573 คนทั่วโลกจะเดินทางท่องเที่ยวแบบก้าวกระโดดถึง 1.8 พันล้านคน โดยเดินทางมายังเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 187 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อการขยายตัวของการท่องเที่ยวซึ่งมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม ดังนั้นการเตรียมความพร้อมด้านการท่องเที่ยวจึงถือเป็นสิ่งที่สำคัญ สำหรับประเทศไทยถือว่าเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่มีความหลากหลายทางทรัพยากรทางธรรมชาติ ศิลปะวัฒนธรรม ประเพณี และอรรถาธิบายมิติที่เป็นมิตรของคนไทย ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลก ดังหลักฐานเชิงประจักษ์ เช่น รางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award จากนิตยสาร Travel News นิตยสารท่องเที่ยวชื่อดังของภูมิภาคสแกนดิเนเวีย ในปี 2554 เป็นเวลา 9 ปีต่อเนื่อง และรางวัลเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจากการจัดอันดับของมาสเตอร์การ์ดในปี 2015 ต่อเนื่องถึงปี 2017 (Choong, 2017, Online; Mastercard, 2015, Online; Mastercard, 2016, Online) เป็นต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติได้กว่า 1.83 ล้านบาท และสร้างรายได้กว่า 705,500 ล้านบาทจากนักท่องเที่ยวชาวไทย (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2560, สื่อบอนไลน์) โดยแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า ในปี 2554-2558 มีการเติบโตกว่าร้อยละ 9 ต่อปี และสถานการณ์การท่องเที่ยวมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2561, สื่อบอนไลน์) ทั้งนี้ยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง จาก 14 ล้านคน ในปี 2552 เป็น 29.8 ล้านคน ในปี 2558 ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 11 ของโลก (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558, สื่อบอนไลน์) และจากการคาดการณ์ของ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาคาดการณ์ว่าในปี 2563 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยกว่า 45 ล้านคน และในปี 2573 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยว 67 ล้านคน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558ก, สื่อบอนไลน์)

จากแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มีมาตรการรองรับนักท่องเที่ยวด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการสำรวจและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่เพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว, 2560, สื่อบอนไลน์) การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เป็นการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่น ในปัจจุบันพบว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงไป สำหรับนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจการท่องเที่ยวในลักษณะของความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558ข,) โดยให้ความสำคัญกับการเดินทางที่มุ่งสร้างประสบการณ์ และต้องเป็นประสบการณ์ที่แท้จริง (ณัฐพัชร์ มณีโรจน์ และสุวิทย์ สุวรรณโณ, 2560) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ก, สื่อบอนไลน์) กล่าวใน TAT Review Magazine ว่าปัจจุบันทิศทางความเป็นไปของโลก กำลังเข้าสู่กระแสที่เรียกว่า “ท้องถิ่นภิวัตน์” เป็นการใช้เอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่นในการสร้างความแตกต่างเพื่อสร้างแรงจูงใจแก่ลูกค้า นอกจากนี้ ปี 2018 กล่าวถึงกระแส “รักท้องถิ่น” (Local Love) ว่าผู้บริโภคในปัจจุบันแสวงหาสินค้าและบริการที่มีความเฉพาะถิ่น นั่นคือผลิตขึ้นและจำหน่ายเฉพาะในพื้นที่ชุมชนนั้น ๆ นักท่องเที่ยวที่นำเทรนด์จะไม่เลือกพักโรงแรมที่มีลักษณะออกจากพิมพ์เดียวกันทั่วโลก แต่จะมองหาที่พักที่สะท้อนเอกลักษณ์และความโดดเด่นของแต่ละพื้นที่ หรือเลือกซื้อของฝากที่เป็นงานหัตถกรรมขึ้นชื่อมากกว่าสินค้าจากโรงงาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ก, สื่อบอนไลน์)

ความนิยมชุมชนและกระแสรักท้องถิ่นเป็นกระแสการท่องเที่ยวของโลกและในประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับกระแสการท่องเที่ยวนี้ ในปี 2560 ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดแคมเปญท่องเที่ยววิถีไทย เก๋ไก๋สไตล์ลึกซึ้ง ซึ่งประสบความสำเร็จในการสร้างกระแสท่องเที่ยว ลงลึกถึงเสน่ห์และคุณค่าวิถีไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ในแต่ละท้องถิ่น โดยสามารถทำให้อัตราความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 80 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ข) ในปี 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ต่อยอดแคมเปญเดิมเพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระจายความเจริญและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยใช้ “เสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (Unique Thai Local Experience)” เป็นสินค้าหลักที่จะสื่อสารและส่งเสริมการตลาดมุ่งหวังให้การสัมผัสเสน่ห์วิถีไทยเฉพาะถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ข) จากความนิยมชุมชนและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นการท่องเที่ยวที่เป็นทางเลือกใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ก, สื่อบอนไลน์)

ที่สนับสนุนกระแสรักท้องถิ่นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้บริหารร่วมกัน เพื่อประโยชน์ของชุมชนในท้องถิ่น โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ และความผูกพัน นำไปสู่การเรียนรู้ (ณัฐพัชร มณีโรจน์, 2560) และเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มของนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้น โดยจำนวนนักท่องเที่ยว ร้อยละ 93 มีความสนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ก, สื่อบอนไลน์)

แนวโน้มของนักท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เพิ่มขึ้น ทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้รับความสนใจจากทุกภาคส่วน เพราะการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้ถือเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคนและชุมชน อีกทั้งเป็นส่วนในการสร้างความตระหนักถึงความถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณี วัฒนธรรมท้องถิ่น และวิถีชีวิตของชุมชน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว สามารถกระตุ้นและพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนได้ มีประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 1 พ.ศ. 2555-2559 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) ที่มุ่งเน้นการฟื้นฟูและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้กลับคืนสู่สภาพเดิม พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทาง ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในเชิงกลุ่มพื้นที่ และเสริมสร้างเอกลักษณ์ความเป็นไทย และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 (2560-2564) มีหลักการสำคัญ คือ การส่งเสริมความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนของประเทศ การวางตำแหน่งทางการตลาดในฐานะเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ การเป็นแหล่งเพิ่มรายได้และกระจายความเจริญสู่ประชาชนและชุมชน รวมถึงการเชิดชูอัตลักษณ์และส่งเสริมวัฒนธรรมไทย นอกจากนี้ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน (องค์กรมหาชน) หรือ อพท. ได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ปี 2559-2563 นั้น มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยให้เหมาะสมตามศักยภาพชุมชน โดยรักษาและจัดการทรัพยากรชุมชนโดยชุมชน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2560) เพื่อเป็นทิศทางและแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน และมีการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ ปี 2561-2565

ทั้งนี้ แผนงานการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์ ปี 2561-2565 นั้น มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2558-2577) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2558-2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558ข) โดยเฉพาะการพัฒนาเชิงพื้นที่

ใน 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ประกอบด้วย เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก (Royal Coast) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา และเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้

เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ มีจุดเด่นในเรื่องของศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน วิถีชีวิตของชาวอีสานใต้ ที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งด้านพื้นที่มีจุดเด่นของพื้นที่อีสานตอนใต้ ที่เปรียบเสมือนประตูที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวสู่ประเทศกัมพูชา และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวและเป็นหนึ่งในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีพื้นที่ครอบคลุมจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ได้แก่ จังหวัดนครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี ซึ่งภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด ประมาณ 17.6 ล้านคนต่อปี (คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาครัฐ, 2561) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีศักยภาพการท่องเที่ยวมีความหลากหลายทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ สถานการณ์การท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ มีแนวโน้มการเติบโตดี จากแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ ปี 2558 (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้, 2558) พบว่า จังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวและรายได้มากที่สุด คือ จังหวัดนครราชสีมา พิจารณาจากจำนวนรายได้ และนักท่องเที่ยว ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงรายได้การท่องเที่ยว

รายได้ (ล้านบาทต่อปี)	ปี 2558	ปี 2559	ปี 2560
			(ม.ค.-พ.ค. 60) (5 เดือน)
1. นครราชสีมา	15,818.21	17,418.41	13,478.85
2. สุรินทร์	2,209.71	2,448.92	1344.66
3. บุรีรัมย์	2,039.37	2,346.50	1411.16

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา, 2561, สืบออนไลน์

ตาราง 2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร

จำนวนนักท่องเที่ยว และนักทัศนาจร (คน)	ปี 2560 (ม.ค.-พ.ค. 60) (5 เดือน)		
	ปี 2558	ปี 2559	
1. นครราชสีมา	7,879,571	8,321,239	4,580,836
2. สุรินทร์	1,126,601	1,222,459	621,598
3. บุรีรัมย์	1,419,833	1,540,872	927,419

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา, 2561, สือออนไลน์

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่า ในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ จังหวัดนครราชสีมา นั้น ได้รับความนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555, สือออนไลน์) ซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวพักผ่อนวันหยุดอันดับต้น ๆ ของคนในเมืองหลวงและจังหวัดใกล้เคียง นอกจากนี้ จังหวัดนครราชสีมา มีการแบ่งการปกครองออกเป็น 32 อำเภอ เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย เป็นเมืองใหญ่บนดินแดนที่ราบสูงที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีธรรมชาติที่งดงามได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย ความยิ่งใหญ่ของอารยธรรมขอมโบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน อาหารอีสานต้นตำหรับ อีกทั้งสินค้าเกษตรกรรมและหัตถกรรมพื้นบ้าน เปรียบเสมือนประตูสู่ภาคอีสาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ค, สือออนไลน์) ซึ่งจังหวัดนครราชสีมา นั้น มีความสำคัญทั้งทางประวัติศาสตร์ความเป็นมา แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ และความหลากหลายทางเชื้อชาติ สอดคล้องกับการวางแผนทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้, 2558) ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และอารยธรรมขอม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีระบบการคมนาคมทางบกที่มีความสะดวกครอบคลุมเส้นทางการเดินทางหลัก ได้แก่ ทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 (ถนนมิตรภาพ) ทางแยกต่างระดับ มิตรภาพ อำเภอเมืองจังหวัดสระบุรี-ประเทศลาว (สะพานมิตรภาพไทย-ลาว) โครงการรถไฟความเร็วสูงสายแรกของประเทศไทย กรุงเทพมหานคร-นครราชสีมา คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2565 โครงการทางหลวงพิเศษระหว่างเมือง มอเตอร์เวย์บางปะอิน-นครราชสีมา คาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี 2563 โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้าน การคมนาคมทางบกนี้ ได้เอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวที่มี การเดินทางท่องเที่ยวแบบเข้าไป-เย็นกลับ

ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยผู้ว่าราชการจังหวัดได้ประกาศให้ ปี 2562 เป็น “ปีท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม” (สำนักพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา, 2561) แสดงให้เห็นถึงแนวทางการขับเคลื่อนที่ชัดเจนของจังหวัด อีกทั้งความโดดเด่นของทรัพยากรและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นมรดกโลก 2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และอารยธรรมขอม 3) แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้, 2558) ทำให้ผู้วิจัยมุ่งเน้นพื้นที่ในการดำเนินการวิจัยเพื่อให้มีความสอดคล้องกับความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยว

แม้ว่าจังหวัดนครราชสีมาจะมีได้รับการสนับสนุนจากทางหน่วยงานภาครัฐแล้ว แต่การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา นั้น ยังไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร ซึ่งเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่จะกระจุกตัวในบริเวณอำเภอที่อยู่ทางตอนล่างและตอนกลางของจังหวัด เช่น ปากช่องซึ่งมีอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ (หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา, 2561, สื่อบนออนไลน์) ทั้งนี้ จังหวัดนครราชสีมา มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา, 2561, สื่อบนออนไลน์) ทำให้การท่องเที่ยวไม่สามารถกระจายรายได้สู่พื้นที่อื่น ๆ ทั้งที่จังหวัดนครราชสีมา มีความสะดวกสบายในการเข้าถึงจากถนนสายหลักและเป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่หน่วยงานภาครัฐยังไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ อาจเกิดจากความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวขาดความโดดเด่น อีกทั้ง พื้นที่ยังขาดการพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านอื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว และขาดการสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยว ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวและวันพักเฉลี่ยไม่สูงมากนัก (จังหวัดนครราชสีมา, 2561) อย่างไรก็ตาม การสร้างจุดเด่นหรือความเป็นเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างรายได้และกระจายรายได้แก่ชุมชนถือเป็นแนวทางในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น สามารถช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์มรดกทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรม และประเพณีที่ดั่งามของชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา ดังนั้น การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นทางเลือกหนึ่งที่สามารถพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายของประเทศ ที่ต้องการสร้างการกระจายรายได้สู่ชุมชน ทั้งนี้ การท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องให้ความสำคัญด้านองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ดี จะต้องอาศัยชุมชนและความพร้อมด้านกายภาพที่สำคัญ คือ องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว อันเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยวได้ เพื่อให้สามารถดึงดูดและจูงใจให้เกิดการท่องเที่ยว

ของนักท่องเที่ยวได้ อีกทั้งสามารถต่อยอดให้กับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี โดดเด่น และมีความสามารถด้านการแข่งขันได้

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงความสำคัญในด้านการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อสร้างความพร้อมด้านการท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มจากการท่องเที่ยว ยกกระดับคุณภาพชีวิตคนในชุมชนให้ดีขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้การศึกษาสอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้, 2558) นอกจากนี้ เพื่อตอบสนองแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) ที่ได้มุ่งเน้นการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวโดยคงไว้ด้วยเอกลักษณ์ความเป็นไทย รักษาสมดุลของทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม คำนึงถึงชุมชนและสังคมในด้านการสร้างรายได้และกระจายรายได้อย่างเท่าเทียมกันทุกภาคส่วน อีกทั้งการสร้างจุดเด่นและสร้างอัตลักษณ์ที่เกิดจากทุนทางวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่ เพื่อให้เกิดความจดจำและสร้างความโดดเด่นลอกเลียนได้ยากในสินค้าและบริการ สามารถตอบโจทย์แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ปี 2559-2563 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ที่มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) (นายกรัฐมนตรี, 2561)

นอกจากนี้ การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผู้วิจัยได้พบว่าการวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลดีและผลเสียกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน อีกทั้งยังศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ 5 ปัจจัย ดังนี้ 1) ทักษะและความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานการท่องเที่ยว 2) การทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและบริษัทด้านการท่องเที่ยวเอกชน 3) สร้างรายได้สู่ชุมชน 4) การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและบริหารจัดการ 5) มีการร่วมกันทำงานในพื้นที่ชุมชน และจากข้อมูลที่กล่าวมา พบว่าการศึกษาด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและให้ความสำคัญกับความร่วมมือจากชุมชนเป็นหลัก รวมถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่ถือเป็นส่วนสำคัญของการท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยศึกษาจากองค์ประกอบการท่องเที่ยวเป็น

ส่วนสำคัญที่สามารถก่อให้เกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวและพัฒนาปรับปรุงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

ดังความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการนำไปใช้พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ให้สามารถนำไปพัฒนาองค์ประกอบการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ อันจะก่อให้เกิดการพัฒนาที่สามารถสร้างประโยชน์แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งในส่วนของเจ้าของพื้นที่ ชุมชน หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยว อีกทั้งมีประโยชน์ต่อการกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวนั้น สามารถนำไปพัฒนาและปรับปรุงให้เกิดความสอดคล้องกันทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งผลการศึกษาวิจัยสามารถนำไปเป็นทิศทางการขับเคลื่อนสู่แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
4. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยทำการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยข้อมูลเชิงปริมาณผู้วิจัยได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัย ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและการตีความเพื่อสร้างข้อสรุป

ขอบเขตทางด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย โดยใช้หลักเกณฑ์ของกรมการพัฒนาชุมชน (2561) โดยจังหวัดนครราชสีมา มีชุมชนที่ผ่านหลักเกณฑ์ ทั้งหมด 87 ชุมชน

ผู้วิจัยได้คัดเลือกชุมชนที่เป็นชุมชนที่มีความพร้อม ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์ไว้ ดังนี้

1. เป็นชุมชนที่ได้รับการคัดเลือกในระดับจังหวัด
2. เป็นชุมชนที่มีผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างน้อย 1 ปี
3. เป็นชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน
4. เป็นชุมชนที่มีการร่วมมือกันของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว
5. เป็นชุมชนที่มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

โดยชุมชนที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมา มีความพร้อมทั้ง 5 ข้อ โดยมีรายละเอียดชุมชน ดังนี้

1. บ้านสันกำแพง อำเภอวังน้ำเขียว
2. บ้านไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว
3. บ้านดอนเปล้า อำเภอบ้านเหลื่อม
4. บ้านปราสาทใต้ อำเภอโนนสูง
5. บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย
6. บ้านแฝก อำเภอสีดา

ขอบเขตด้านประชากร

ในการศึกษางานวิจัยในครั้งนี้ เนื่องจากการศึกษางานวิจัยเป็นแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยจึงแบ่งขอบเขตด้านประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ มีผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

ผู้วิจัยศึกษาโดยใช้การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง สอบถามความคิดเห็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยแบ่งการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเป็น 2 แบบรวม 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 หน่วยงานภาครัฐ กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชน กลุ่มที่ 3 ผู้แทนผู้ประกอบการท้องถิ่น รวมทั้งสิ้น 28 คน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 แบบที่ 1 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1.1 กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนจำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมาหรือผู้แทนที่เกี่ยวข้อง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมาและผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอ

ในการให้ข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ

1.1.2 กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 12 คน จาก 6 ชุมชน ซึ่งผู้แทนชุมชนเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารถให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของผู้แทนชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

1.2 แบบที่ 2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล แบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

กลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 12 คน จาก 6 ชุมชน ได้แก่ ผู้ประกอบการด้านที่พัก ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ผู้ประกอบการด้านขายของที่ระลึก ผู้ประกอบการด้านการคมนาคมขนส่ง ภายท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องที่ได้รับผลประโยชน์และได้รับผลกระทบมากที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของผู้ประกอบการท้องถิ่น

2. การศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ มีกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

จากสถิตินักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้ (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้, 2558) พบว่า นักท่องเที่ยวร้อยละ 90 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทย โดยการใช้แบบสอบถามความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาอย่างแน่นอน แต่ทราบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก จึงใช้วิธีการคำนวณสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ William (1977) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากการคำนวณ ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 370 คน โดยทำการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจาก 5 อำเภอ 6 ชุมชน ชุมชนละ 70 คน ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 420 คน ที่สามารถอุทิศเวลาให้กับการตอบคำถามได้ตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัยด้วยความสมัครใจ

ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยเรื่องนี้ ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเนื้อหาที่ศึกษากำหนดให้ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยทำการศึกษารับรับของศักยภาพการท่องเที่ยวในด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ที่พักแรม (Accommodation) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) กิจกรรม (Activities) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) รวมถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (Natural Resources and Culture) ด้านองค์กรชุมชน (Community Organizations) ด้านการจัดการ (Management) ด้านการเรียนรู้ (Learning)
2. ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว โดยศึกษาแนวคิดด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว การทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยว
3. ศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อระดับความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อนำมาเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา อันนำไปสู่การกระจายรายได้แก่ชุมชน
4. ศึกษาการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกเพื่อนำเสนอกลยุทธ์ที่มีประโยชน์ต่อแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ข้อตกลงเบื้องต้น

การวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) มีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยศึกษาชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ในการวิจัยอาจมีการเปลี่ยนแปลงไปตามสภาพแวดล้อมและช่วงเวลา ข้อมูลที่ได้เป็นข้อมูลเฉพาะในช่วงเวลาที่ศึกษาเท่านั้น

นิยามศัพท์เฉพาะ

การพัฒนา หมายถึง กระบวนการเปลี่ยนแปลง สร้างสรรค์ให้เป็นไปในทางที่ดีขึ้น โดยมุ่งเน้นประโยชน์ในการจัดสรรและกระจายทรัพยากรทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อมของจังหวัดนครราชสีมา

ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถในการดึงดูดทางด้านการท่องเที่ยวโดยอาศัยเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) ที่พักแรม (Accommodation) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) กิจกรรม (Activities) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) รวมถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (Natural Resources and Culture) ด้านองค์กรชุมชน (Community Organizations) ด้านการจัดการ (Management) ด้านการเรียนรู้ (Learning)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการโดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและทิศทางการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการจัดกิจกรรมที่เกิดขึ้นในชุมชน รวมถึงเป็นผู้จัดการ ดูแล เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และประสบการณ์ที่มีคุณค่าแก่ผู้มาเยือน

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งที่สังเกตได้ และสังเกตไม่ได้ของนักท่องเที่ยวมีต่อแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย วัตถุประสงค์ที่มาท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง จำนวนสมาชิกในการเดินทาง ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว การทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมที่ทำในแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. ทราบข้อมูลด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำไปใช้สำหรับการจัดลำดับความเร่งด่วนในการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม
2. ทราบลักษณะพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งนำไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว เป็นข้อมูลประกอบในปรับปรุง พัฒนา และส่งเสริมสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. ทราบผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับนักท่องเที่ยว นำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงาน พัฒนาและปรับปรุงศักยภาพการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่อไป
4. ทราบสถานการณ์ปัจจุบันของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำไปใช้วางแผน การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เกิดความเหมาะสมกับลักษณะของชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมาต่อไป
5. ได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสมกับชุมชน โดยผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว อันนำไปสู่การกระจายรายได้ และสร้างความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมาต่อไป
6. หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง สามารถนำผลจากการศึกษา งานวิจัยไปใช้ในการวางแผนการท่องเที่ยว รวมถึงนำไปเป็นแนวทางในการดำเนินงาน พัฒนา และปรับปรุงศักยภาพการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ต่อไป
7. สามารถนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในทุก ๆ ด้านที่มีความสัมพันธ์กัน โดยนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 1.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
 - 1.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 - 2.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
 - 2.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการวิเคราะห์
 - 3.1 ทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis
 - 3.2 ทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วย TOW's Matrix
4. บริบทพื้นที่
ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครราชสีมา
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
6. กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายการท่องเที่ยว

คำว่า การท่องเที่ยว (Tourism) ได้มีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามทัศนคติที่หลากหลาย ดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2556) ให้ความหมาย การท่องเที่ยว (Tourism) ว่า การท่องเที่ยวเป็นปรากฏการณ์ของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคโบราณ มีการเดินทางเพื่อไปค้าขาย

พบปะญาติพี่น้อง เยี่ยมชมเคารพสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ไปเล่นกีฬา และไปด้วยเหตุผลต่าง ๆ เป็นการเฉพาะตามความประสงค์ของผู้เดินทางในแต่ละช่วงเวลาในเวลาต่อ ๆ มาจนถึงยุคปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับ นิคม จารุมณี (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง “การเดินทางจากที่หนึ่งที่มีจุดหมายที่อยู่อาศัยประจำไปยังอีกที่หนึ่งที่ถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อม

ในขณะที่ ศรัณยู เลิศมนไพโรจน์ (2550) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวของการเดินทางของบุคคล จากที่อยู่อาศัยถาวรไปยังที่อื่นชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ที่ไม่ใช่หารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวอาจก่อให้เกิดมนุษยสัมพันธ์ระหว่างผู้ร่วมเดินทาง เช่นเดียวกับ ฉันทิช วรรณธม (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว คือ การดำเนินกิจกรรมบริการด้านการนำเที่ยว เช่น บริการด้านการเดินทาง บริการด้านอาหาร และการพักผ่อน และบริการด้านการนำเที่ยว ซึ่งดำเนินการโดยหวังผลกำไรที่ต้องอาศัยแรงงาน และการลงทุนสูง ซึ่งสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การออกเดินทางเพื่อการทำกิจกรรม หรือผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์ใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

จากความหมายการท่องเที่ยวข้างต้น จากนักวิชาการที่ได้กล่าวมาแล้วนั้น อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่พักอาศัยถาวร ไปยังที่อื่นชั่วคราว โดยมีจุดหมายปลายทางใดปลายทางหนึ่งที่ตนได้วางแผนหรือมีความต้องการเดินทาง เพื่อประโยชน์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป เพื่อให้ร่างกายได้ผ่อนคลาย หรือเป็นการเดินทางเพื่อการศึกษาเรียนรู้หาประสบการณ์การท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้จะต้องเป็นการเดินทางที่ไม่มีวัตถุประสงค์ เพื่อประกอบอาชีพ ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวสามารถพักค้างแรมหรือไม่พักค้างแรมก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้เดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนิยามความหมายของการท่องเที่ยวของการศึกษาในครั้งนี้ คือ การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตชุมชน

ความหมายทรัพยากรการท่องเที่ยว

ราณี อิลิชัยกุล (2557) กล่าวว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว แหล่งกิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณี ที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเด่นของ อารยธรรมท้องถิ่นที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทางศิลปวัฒนธรรมประเพณี 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 4) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมีความสอดคล้องกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้แบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 1) ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติโดยมิได้ถูกสร้างขึ้นโดยฝีมือของมนุษย์ ซึ่งมีความงามตระการตา สามารถดึงดูดคนให้ไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ทะเล ชายหาด เป็นต้น 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นด้วยฝีมือของมนุษย์ตามความต้องการ หรือประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกเมื่อครั้งในอดีตและสิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาใหม่ในปัจจุบัน แต่สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่สามารถเป็นจุดดึงดูดให้คนหลงใหลไปเยือน หรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนาสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น 3) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ในอีกกระบวนการหนึ่งของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมนั้น ๆ ซึ่งได้ยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมาเป็นเวลาเนิ่นนานจากอดีตมาจนถึงยุคปัจจุบันรวมทั้งกิจกรรมต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดึงดูดใจให้คนเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งขันกีฬา งานเทศกาล ประเพณีต่าง ๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ อิสริยา เลหาดีรานนท์ (2552, สื่อออนไลน์) ให้ความหมายของคำว่า “ทรัพยากรการท่องเที่ยว” หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ตั้งแต่ในระดับท้องถิ่นจนถึงระดับภูมิภาคและระดับโลก อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้ โดยสิ่งเหล่านั้นจะต้องมีความงามแปลกตา มีความสำคัญ หรือมีคุณค่า รวมทั้งวิถีการดำเนินชีวิตอันดีงามที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมอันทรงคุณค่า และมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ ก็ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งนี้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีความสวยงามแปลกตาตามสภาพทางภูมิศาสตร์และธรณีวิทยา เช่น การกระทำของกระแสน้ำและคลื่นบริเวณชายฝั่ง รวมทั้งพื้นที่ที่มนุษย์เข้าไปปรุงแต่งธรรมชาติจนเกิดความสวยงามร่มรื่น ทรัพยากรธรรมชาติประเภทนี้ ได้แก่ ภูเขา ถ้ำ อุทยานแห่งชาติ 2) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์แต่ละกลุ่มหรือชุมชนได้สร้างขึ้น ประดิษฐ์คิดค้น และยึดถือปฏิบัติกัน

เป็นระยะเวลายาวนาน ทรัพยากรประเภทนี้แบ่งออกเป็น ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศาสนสถาน และประเภทศิลปะ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

แนวความคิดของ ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวว่า บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยวมีต่อเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

ด้านเศรษฐกิจ นิคม จารุมณี (2544) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ต่อประเทศเป็นอันดับ 1 รายได้ที่ได้มาจากการท่องเที่ยวมีส่วนในการสร้างความสมดุลในประเทศ เศรษฐกิจและสร้างเสถียรภาพให้สมดุลแก่การชำระเงิน และสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558ก, สื่อออนไลน์) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นตัวแปรในการกระตุ้นเศรษฐกิจ ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว

ด้านสังคมและวัฒนธรรม กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558ก, สื่อออนไลน์) กล่าวว่า ความหลากหลายของวัฒนธรรม รวมถึงความเป็นไทยเป็นจุดขายสำคัญของการท่องเที่ยวประเทศไทย (นิคม จารุมณี, 2544) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพและชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นแก่คนในชุมชน สามารถกระจายรายได้แก่คนในท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเป็นตัวช่วยในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ศิลปะ วัฒนธรรม และประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากจะมาเยือน เพราะวิถีชีวิตของคนไทยนั้น มีความเป็นมาตั้งแต่อดีตสืบเนื่องมาเป็นเวลานานหลายร้อยปีเป็นมรดกตกทอดจนถึงปัจจุบัน จึงทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์ขึ้นมาและควรค่าแก่การเผยแพร่ให้คนที่ไม่เคยพบเห็นได้รู้จัก (สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดรชนิ เอมพันธุ์, 2539) เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่จะต้องใช้คนเป็นผู้ให้บริการ โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยวและธุรกิจสายการบิน ส่วนธุรกิจทางอ้อมนั้นอาจจะเป็นการประกอบอาชีพเสริม เช่น งานหัตถกรรมสินค้า O-TOP เป็นต้น

ด้านสิ่งแวดล้อมแนวความคิดของ ฉันทิช วรรณถนอม (2552) ให้ความสำคัญด้านธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กล่าวคือ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยรักษาสิ่งแวดล้อม เมื่อมีการท่องเที่ยวเกิดขึ้น ทำให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เห็นคุณค่าของสิ่งแวดล้อมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นเหตุให้มีการมีการช่วยกันรักษาสภาพภูมิทัศน์ของสิ่งแวดล้อมในชุมชน เพื่อสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากขึ้น และสามารถอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวมาสนับสนุนในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อันเป็นการนำทรัพยากรการท่องเที่ยวมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ด้านใหญ่ ๆ คือ 1) ด้านการพัฒนา (Development) โดยเมื่อเกิดการเดินทางเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาความเจริญไปยังภูมิภาคนั้น ๆ อาทิ ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร และร้านค้า 2) ด้านเศรษฐกิจ (Economics) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ ในรูปเงินตราประเทศเป็นจำนวนมาก เมื่อเทียบกับการผลิตด้านอื่น ๆ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลวิเศษในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น และจะทำให้ ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัวและการท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดผลผลิต หมุนเวียนภายในประเทศและยังมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้ยังเป็นการลดอัตราการว่างงานทำให้ประชากร มีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลต่อประเทศในเรื่องการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมถึงรายได้ของรัฐบาล ที่เพิ่มขึ้นในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ 3) ด้านสังคม (Social) การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่ง ในการมนุษยสัมพันธ์ของมนุษย์ในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม และสร้างความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและแขกผู้มาเยือน โดยการท่องเที่ยวมีบทบาท ในการพัฒนาสร้างความเจริญในสังคมให้กับท้องถิ่นนั้น ประชาชนก็มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ตามลำดับ อีกทั้งการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม หรือยังก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและจิตสำนึกในการอนุรักษ์อีกด้วย นอกจากนี้การท่องเที่ยว ยังช่วยขจัดปัญหาความเปลี่ยนแปลงของชุมชนเมืองกับชุมชนชนบทและที่สำคัญยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ ให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไปหรือผู้ที่ไม่เคยเห็นมาก่อน

นอกจากนี้ สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดร.ชนิ เอ็มพันธ์ (2539) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศและคนในสังคม คือ การท่องเที่ยวส่งผลทำให้เกิด การศึกษาเรียนรู้ประสบการณ์ที่มีความแปลกใหม่ตลอดเวลา การเดินทางท่องเที่ยวช่วยเพิ่มพูน ประสบการณ์ชีวิตในด้านต่าง ๆ และเข้าใจสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ตนไปเยือนได้ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังเป็นการเพิ่มจิตสำนึกที่มีต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งกระบวนการ ทางธรรมชาติที่ก่อให้เกิดการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้มาเยือนกับเจ้าบ้าน เปิดโอกาส ให้มีการเรียนรู้วัฒนธรรมของแต่ละฝ่ายและนำไปสู่ความเข้าใจและมีมิตรภาพที่ดีต่อกัน และการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการใช้เวลาว่างของมนุษย์ เพื่อแสวงหาความสุขและความเพลิดเพลิน จากแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเดินทางไปเยือน เพื่อช่วยผ่อนคลายความเหน็ดเหนื่อยเมื่อยล้าและ ความเครียด ทำให้สุขภาพร่างกายและจิตใจสดชื่นดีขึ้น พร้อมทั้งจะกลับไปเผชิญกับภารกิจต่าง ๆ และการดำรงชีวิตที่จำเจได้อย่างมีความสุข ถ้าหากมีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีระบบที่ดี ก็จะสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวและบริเวณโดยอื่น ๆ

ในรอบ ๆ พื้นที่ใกล้เคียงได้ ซึ่งเรื่องนี้ในอดีตผู้คนไม่ค่อยให้ความสนใจมากนัก จนกระทั่งเกิดกระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศระดับโลกเกิดขึ้น และกระแสการท่องเที่ยวดังกล่าวได้เข้ามามีบทบาทในประเทศไทย หลายฝ่ายเริ่มมองเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมมากขึ้นตามลำดับ

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวในช่วงต้นนั้น อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากการท่องเที่ยวส่งผลต่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ทั้งการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาภาคอุตสาหกรรม ส่งผลทำให้เกิดรายได้ทำให้เศรษฐกิจในประเทศมีการเติบโต เพิ่มโอกาสในการลงทุน และการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่หน่วยงานต่าง ๆ คนในประเทศเกิดรายได้ซึ่งก็จะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีต่อไป

สำหรับแนวคิดเกี่ยวกับความสำคัญของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้นำความคิดดังกล่าวมาเป็นแนวทางในการเขียนความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาการวิจัย พร้อมกับนำไปเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ

องค์ประกอบการท่องเที่ยว

องค์ประกอบการท่องเที่ยวนับเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถขับเคลื่อนให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จอีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้ (ประกิจ ลอยเลิศฤทธิ์ และระชานนท์ ทวีผล, 2560) โดยองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ส่วน (Prahald and Ramaswamy, 2000) ได้แก่ 1) นักท่องเที่ยวซึ่งได้รับความพึงพอใจจากการเดินทางท่องเที่ยว 2) เจ้าของชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชนอย่างยั่งยืน และ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจทางการท่องเที่ยว โดยองค์ประกอบระหว่างเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญที่จะเชื่อมโยงให้เกิดรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยวที่จะสร้างความพอใจและทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังชุมชน ทั้งนี้ชุมชนจึงต้องมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้มีประสิทธิภาพพร้อมกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่สอดคล้องกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม จึงก่อให้เกิดคุณค่าทางการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ สมบัติ กาญจนกิจ (2544) มีความแนวคิดที่ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน สอดคล้องกับ สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดรชนี เอมพันธุ์ (2539) คือ

1. ทรัพยากรแหล่งการท่องเที่ยว (Tourism Resource) ทรัพยากรการท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมากเป็นอันดับต้น ๆ ในการตัดสินใจเลือกมา

ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มีผลทำให้เกิดปัจจัยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว

2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) หรือ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว (Tourism facilities) หมายถึง สิ่งที่ถูกสร้างขึ้นมาเพื่อตอบสนองพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในช่วงระหว่างการเดินทาง เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย

3. การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) การตลาดท่องเที่ยวมีความสำคัญสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการเพิ่มหรือลดจำนวนนักท่องเที่ยว เพราะเนื่องจากการที่นักท่องเที่ยวเกิดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวจะต้องอาศัยกระบวนการทางด้านการตลาดมาช่วยแนะนำให้เกิดการเดินทาง โดยความหมายภาพรวม การตลาด หมายถึง ความพยายามที่ต้องการทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วเกิดการใช้จ่ายสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ โดยอาจทำได้โดย 2 วิธี ได้แก่

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยว นั้น ๆ ไปเยือนหรือจะเป็นการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแผนที่เส้นทางในการไปยังจุดต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการทางการสื่อสารข้อมูลข่าวสารทางด้านท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย อินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อเชิญชวนกระตุ้น เร่งเร้าเพื่อให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเกิดความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน ซึ่งแนวคิดดังกล่าวยังได้สอดคล้องกับแนวคิดของ วรณ วรธานี (2546) การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนและใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการในแหล่งท่องเที่ยวนั้นโดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี คือ การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละองค์ประกอบย่อยมีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน

ในขณะที่แนวคิดของ สุรเชษฐ์ เชษฐมาส และดรธรณี เอ็มพันธุ์ (2539) ได้ให้ความสำคัญอีก 2 ด้าน ที่กล่าวว่าองค์ประกอบการท่องเที่ยว ได้แก่

1. นักท่องเที่ยว (Tourist) นักท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพราะหากไม่มีนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวก็ไม่สามารถที่จะดำรงอยู่ได้สอดคล้องกับ อารยา อินคชสาร (2554)

2. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งถือเป็นสิ่งที่มีความสำคัญต่อระบบการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นสิ่งที่ช่วยในการเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยวและองค์ประกอบทางด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ ทั้งนี้การขนส่งเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ช่วยในการนำส่งนักท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปสู่แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวประสงค์ที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว เช่น รถยนต์ รถถีบ เรือ เครื่องบิน ฯลฯ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวใดแล้ว ก็ต้องมีบริการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ซึ่งการขนส่ง หมายถึง กระบวนการจัดให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่าง ๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) การขนส่งทางรถยนต์ 2) การขนส่งทางรถไฟ 3) การขนส่งทางเรือ 4) การขนส่งทางเครื่องบิน ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องอาศัยองค์ประกอบทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ช่วยเรื่องการจัดการและพัฒนากการท่องเที่ยว นอกจากนี้ การคมนาคมขนส่ง นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ซึ่งในเรื่องการคมนาคมจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ (อารยา อินคชสาร, 2554) ดังนี้ 1) รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งแต่ละรูปแบบจะแตกต่างกันไปตามลักษณะของการประกอบการและตามความต้องการของนักท่องเที่ยว 2) การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพการเดินทางสะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว และมีมาตรฐานดีมากขึ้นแค่ไหน 3) การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง รูปแบบและมาตรฐานของการคมนาคม ขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว มีจำนวนเพียงพอหรือไม่ คุณภาพและมาตรฐานของยานพาหนะ ตลอดจนความสะดวกและความปลอดภัย 4) แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว พิจารณาว่าเป็นแบบใด เช่น แบบเป็นหมู่คณะกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ยานพาหนะที่ใช้เป็นของส่วนตัวหรือของสาธารณะ 5) บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น สถานีขนส่ง หรือบริการต้นทาง ระหว่างทางและปลายทาง 6) รูปแบบหรือปัญหาการจราจร ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดเจนนี้ออกกรุงเทพ เป็นปัญหาทั้งต่อชาวกรุงเทพ และต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งประเทศคู่แข่งทางการท่องเที่ยวของไทยมักจะใช้ปัญหาการจราจรในกรุงเทพ เป็นเครื่องชี้ถึงข้อเสียทางการท่องเที่ยวของไทย

อย่างไรก็ตามมีนักวิจัยที่มีแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่แตกต่างออกไปกล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่สำคัญควรมีองค์ประกอบหลักอย่างน้อย 5 ประการ หรือ 5 A's (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2551; พยอมน ธรรมบุตร, 2549 อ้างอิงใน ปิยวรรณ คงประเสริฐ, 2551) ดังต่อไปนี้

1. Accessibility หมายถึง การเข้าถึง คือ มีความสามารถในการเข้าถึง ความสามารถในการคมนาคม ไปยังสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างดี เช่น มีถนนคอนกรีตและถนนลาดยาง อยู่ในสภาพที่ดีเข้าถึงง่าย สะดวกสบาย รวมไปถึงการเดินทางโดยวิธีอื่น ๆ

2. Activity หมายถึง กิจกรรม คือ ภายในแหล่งท่องเที่ยวมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวอย่างสมบูรณ์แบบ เช่น การเดินป่า การปั่นจักรยาน การศึกษาธรรมชาติ การพายเรือ การถ่ายรูป เป็นต้น

3. Amenity หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวก คือ แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเตรียมไว้สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างครบครันและเพียงพอ เช่น ด้านสาธารณูปโภค น้ำประปา ไฟฟ้า ถนน โทรศัพท์ สถานีตำรวจ โรงพยาบาล รวมถึงที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก จุดบริการนักท่องเที่ยว สถานบันเทิง ห้างสรรพสินค้า ตลอดจนมีบริการให้ข่าวสาร ซึ่งการอำนวยความสะดวก สามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว

4. Attraction หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ คือ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ เช่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ สิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจมีความแตกต่างกัน แต่โดยรวมสิ่งดึงดูดใจ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Built Attractions) สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Attractions) และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงชุมชนสัมพันธ์ (Social Attractions) (Middleton, and Clarke, 2001)

5. Accommodation หมายถึง ที่พัก เช่น โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล อพาร์ทเมนต์ เป็นต้น จากที่กล่าวมา คือ ภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหรือบริเวณใกล้เคียงต้องมีที่พักไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความสะดวกและขยายระยะเวลาในการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ จะสามารถทำให้เกิดรายได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวอีกด้วย

นอกจากนี้ (Buhadlis, 2000) ได้อธิบายความหมายขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ องค์ประกอบที่สำคัญทางการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 6 ประการหรือ 6 A's ซึ่งสอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551); พยอมน ธรรมบุตร (2549) อ้างอิงใน ปิยวรรณ

ดงประเสริฐ (2551) โดยให้ความสำคัญกับด้านการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Services) ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์และโทรคมนาคม สอดคล้องกับความเห็นของ Pelasol, et al. (2012) ที่กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมี 6 ประการ ได้แก่ 1) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) 2) การเข้าถึง (Accessibility) 3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 4) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service) 5) กิจกรรม (Activities) 6) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary services)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้หลายหลาย ดังนี้

The Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) (2016) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism :CBT) คือ กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของ โดยชุมชนดำเนินการและบริหารงาน หรือการประสานงานในระดับชุมชน โดยชุมชนได้รับการสนับสนุนด้านชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนอีกทั้งสนับสนุนความยั่งยืน และรักษาประเพณีวัฒนธรรมและทรัพยากรด้านประวัติศาสตร์ให้คงอยู่” ซึ่งมีความสอดคล้องกับ Harold and Rosa (2009) ที่ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของและบริหารจัดการเอง โดยชุมชนจะเป็นผู้ได้รับประโยชน์

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (2558) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไว้ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวทางเลือกที่บริหารจัดการโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์ และมีมาตรฐานก่อให้เกิดการเรียนรู้ เพื่อนำไปสู่ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพ ชีวิตที่ดี” สอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2552, สื่อออนไลน์); วีระพล ทองมา (2561) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนท้องถิ่นกับผู้มาเยือน รวมถึงการดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชน โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชนเพื่อประโยชน์แก่ชุมชน นอกจากนี้ พจนา สอนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ (2556) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยสมาชิกในชุมชน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมี บทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2547, สื่อนอนไลน์); ดร.ชนิ เอ็มพันธุ์ (2550) ได้ให้ความหมายไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง ทางเลือกในการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเข้ามามีส่วนกำหนดทิศทางของการท่องเที่ยวบนฐานที่ว่าชาวบ้านทุกคนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว โดยการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้านต่าง ๆ มาเป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถ โดยมีการจัดการท่องเที่ยวอย่างสมดุลส่งผลให้ประโยชน์ต่าง ๆ ที่ได้จากการท่องเที่ยวจะย้อนคืนมาสู่ชุมชนและท้องถิ่น ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนา ศักยภาพของชุมชน พื้นที่ เศรษฐกิจชุมชน สังคม ประชาชนในชุมชนให้มีชีวิตอยู่ดีกินดี และสิ่งแวดล้อมได้รับการอนุรักษ์ รวมถึงการดำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิตอันดีงามของชุมชน สืบทอดรุ่นต่อรุ่น บริหารทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความยั่งยืนในชุมชน

ไซดอม, มังโกเฟ และแฮนนามา (Strydom, Mangope and Henama, 2018 a) ให้ความหมายของคำว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based Tourism: CBT) คือ การท่องเที่ยวที่สามารถสร้างผลประโยชน์ และสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ให้แก่คนในท้องถิ่น ซึ่งมีแนวคิดไปในแนวทางเดียวกับ ซาปาตา และคณะ (Zapata, et al., 2011) นอกจากนี้ Hatton (1999) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินการกระบวนการท่องเที่ยว โดยให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาชุมชนบนฐานแนวความคิดของชุมชนเองซึ่งแต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์ของตน มีความเป็นเจ้าของในกิจการของชุมชน โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีเป้าหมาย คือ 1) การสนับสนุนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนต่อการพัฒนากิจการกรรมการท่องเที่ยว 2) การเอาใจใส่ต่อวัฒนธรรมและประเพณีของชุมชน การรักษาสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ Butler and Hinch (1996) ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องเกิดจากชุมชน โดยกิจการกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากคนในชุมชน และควบคุมกระบวนการจัดการโดยชุมชน มีการให้บริการซึ่งแสดงออกถึงวัฒนธรรมของชุมชน ถือเป็นหัวใจหลักในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชน

จากนิยามข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการและเป็นเจ้าของกิจการ โดยมีความโดดเด่นของเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละชุมชน

ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

พิมพระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความสำคัญหลายด้าน ดังนี้

1. ความสำคัญต่อการวางแผนทางการท่องเที่ยว เนื่องจากการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนแล้วต้องมีกระบวนการที่มีชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมโดยเฉพาะการวางแผน เพื่อดำเนินการการท่องเที่ยวโดยชุมชนของตน โดยชุมชนจะได้รับการพัฒนาความเป็นอยู่รวมถึงคุณภาพชีวิต (Strydom, Mangope and Henama, 2018a)

2. มีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากการริเริ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นควรที่จะเกิดจากความสมัครใจของชุมชนเป็นหลักก่อนเป็นสิ่งแรก และให้ชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อการมีส่วนร่วมอย่างถูกต้องทิศทาง และผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวควรกระจายสู่ชุมชนอย่างยุติธรรม ความยั่งยืนที่เกิดขึ้นนั้นก็จะได้ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมของชุมชน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2561, สื่อบนไลน์)

3. มีความสำคัญต่อองค์กรในทุกระดับ คือ โลก กลุ่มประเทศ ประเทศ ภูมิภาค เนื่องจากการบริหารจัดการการท่องเที่ยวนั้น ควรได้รับความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับ ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง หรือภาควิชาการทั้งสถาบันการศึกษาและองค์กรพัฒนาเอกชน หรือ NGOs ต่าง ๆ โดยเฉพาะภาคประชาชน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ก) ซึ่งเห็นได้ชัดเจนในรูปแบบขององค์กรตั้งแต่ระดับโลกจนถึงระดับท้องถิ่น ซึ่งให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

4. เป็นรายได้สำคัญสู่ชุมชน โดยเฉพาะประเทศกำลังพัฒนา ประเทศยากจน คือ การนำรายได้มาสู่ชุมชนไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบของรายได้หลักหรือรายได้เสริม เพื่อที่จะได้รับการร่วมมือจากชุมชน ทั้งนี้ต้องเกิดการบริหารจัดการและการกระจายผลประโยชน์ต่อชุมชนอย่างยุติธรรม

หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 10 ประการ (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2561, สื่อบนไลน์) ดังนี้ 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ 2) ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง 4) ยกย่องคุณภาพชีวิต 5) มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม 8) เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน กำหนดองค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีทั้งหมด 4 ด้าน (สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน, 2561) ดังต่อไปนี้

1. ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. องค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3. การจัดการ มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยวและสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนของชุมชนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4. การเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

จากองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่กล่าวมา ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงความสำคัญ จึงนำมารวมกับองค์ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อให้มีความครอบคลุมมากที่สุด ผู้วิจัยจึงใช้องค์ประกอบการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ในงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)
2. ที่พักแรม (Accommodation)
3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม (Accessibility)
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)
5. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)
6. องค์กรชุมชน (Community Organizations)
7. การจัดการ (Management)
8. การเรียนรู้ (Learning)

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงนำองค์ประกอบทั้ง 8 องค์ประกอบข้างต้น มาประยุกต์ใช้ร่วมกันซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ฌ็องรูฟซ์ มณีโรจน์ และสุวิทย์ สุวรรณโณ (2560) ที่นำ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะประกอบด้วย 4 ด้าน และนำองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามแนวคิดของ Dickman (1997) 5 องค์ประกอบมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน นอกจากนี้องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่กล่าวมานำมาเป็นตัวกำหนดคำถามในการวิจัย เพื่อทราบถึงศักยภาพแต่ละด้านของการท่องเที่ยว และนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ความหมายของการพัฒนา

คำว่า การพัฒนา ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Development ตามความหมายของรูปศัพท์แปลว่า การทำให้เจริญ ซึ่ง จาร์ส นวลนิ่ม (2540) ได้อธิบายว่า การพัฒนา หมายถึง การทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทีละน้อย ๆ โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้นเติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมไปกว่าเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ ในลักษณะความหมายหรือนิยามของการพัฒนาที่มั่นกวิชาการกล่าวไว้เป็นการใช้โดยทั่วไปกว้าง ๆ อาทิเช่น สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2532) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทางหรือการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดแผนเอาไว้ล่วงหน้าแล้ว ซึ่งทิศทางหรือแผนที่กำหนดไว้นี้ย่อมจะเป็นไปในลักษณะที่พึงปรารถนาของสมาชิกในสังคมนั้น

ชนิดา รัชพลเมือง (2532) ได้ให้ความหมายของ การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงไปในการที่ดีขึ้นในทิศทางที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับ ดารา ทีปะปาล (2538) ให้ความหมายว่า หมายถึง เปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นอย่างมีเป้าหมาย เป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทางเพื่อให้บรรลุตามแผนที่กำหนดไว้ล่วงหน้า

นอกจากนี้ มีชัย สายอรัม (2540) อธิบายความหมายของการพัฒนาในลักษณะครอบคลุมและกว้างขวางพอสรุปได้ว่า การพัฒนาเป็นกระบวนการของการเปลี่ยนแปลงและสรรค์สร้างความก้าวหน้าในทางเศรษฐกิจ ความเป็นธรรมในสังคม ความเสมอภาคในทางการเมือง การธำรงรักษาวัฒนธรรมอันดีงาม การจัดสรรและกระจายทรัพยากรด้วยวิธีการบริหารที่เหมาะสม เพื่อบรรลุเป้าหมายในอันที่จะสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นจากความหมายและนิยามดังกล่าว พอสรุปได้ว่า การพัฒนา คือ “กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ความเจริญมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเป็นไปตามทิศทางที่พึงปรารถนา อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุด โดยวิธีการพัฒนา ได้แก่ การจัดอบรม ประชุมสัมมนา และศึกษาเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน เป็นต้น”

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยว (Destination Development) คือ สถานที่ที่นักท่องเที่ยวจะแวะมาพักหรือหยุดอยู่เพื่อการท่องเที่ยว จำหน่ายซื้อของในช่วงระยะเวลาหนึ่งก่อนจะจากไป ซึ่งแหล่งท่องเที่ยว คือ ส่วนสำคัญในการท่องเที่ยว โดยเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย (Pike, 2008)

การพัฒนาการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเพื่อทราบถึงปัจจัยที่จะทำการพัฒนาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมโดยใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มี เพื่อจะได้มีทรัพยากรใช้ต่อไปในอนาคต Pelasol, et al. (2012) ได้กล่าวว่า การที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องเข้าถึงพื้นที่นั้น ๆ อีกทั้งควรคำนึงถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีการวางแผนตามมาเป็นสิ่งที่จะต้องทำ และแบ่งได้เป็น 5 เรื่องด้วยกัน คือ การวิเคราะห์ตลาด การประเมินศักยภาพของพื้นที่ การศึกษาทางการเงิน การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม และการศึกษาผลกระทบทางสังคม (ละเอียด ศิลาน้อย, 2549)

1. การวิเคราะห์ตลาด (Market Analysis) เป็นสิ่งที่ต้องกระทำเพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยว และความชอบของนักท่องเที่ยว อันจะช่วยให้เราตัดสินใจพัฒนาได้อย่างถูกต้อง และนอกจากนี้การวิเคราะห์ตลาดจะบอกให้เราทราบถึงตลาดลูกค้าของเราว่าอยู่ที่ไหนแล้ว ยังเป็นการบอกได้อีกด้วยว่าลูกค้าที่มีศักยภาพจะมีมากน้อยเพียงใด เมื่อเราพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของเราขึ้นมา การวิเคราะห์ตลาดจะบอกได้ว่าควรที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไปในรูปแบบใด เช่น สำรวจตลาดอาจแสดงผลว่านักท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมกำลังมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น หรืออาจจะบอกเราว่านักท่องเที่ยวนิยมที่พักซึ่งค่อนข้างหรูหรา เป็นต้น ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวของเราได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้การวิเคราะห์ตลาดยังจะบอกเราได้ถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ว่าเป็นใคร มาจากไหน มีสถานภาพทางสังคมอย่างไร ซึ่งอาจรวมไปถึง รายได้ อายุ การศึกษา เพศ สถานภาพการสมรส และขนาดของครอบครัว ฯลฯ และเราจะพัฒนาเพื่อรองรับผู้มีรายได้สูงโดยเฉพาะ หรือจะรองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ หรือจะเน้นรับนักท่องเที่ยวที่เป็นเยาวชน บางแหล่งท่องเที่ยวพยายามรองรับนักท่องเที่ยวให้ได้หลาย ๆ กลุ่มก็สามารถทำได้

2. การประเมินศักยภาพของพื้นที่ การประเมินศักยภาพของพื้นที่ (Site Evaluation) จะเกี่ยวกับการตอบคำถาม 2 เรื่อง คำถามแรก คือ เรามีอะไรอยู่แล้วบ้าง และคำถามที่สอง คือ เราต้องการอะไรเพิ่มอีกบ้าง สิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวมีอยู่แล้วอาจรวมไปถึงเรามีหาดทรายยาว

ชาวสละอาศัยอยู่แล้ว มีน้ำทะเลใส มีแสงแดดจ้าตลอดปี หรือมีท่าเรือเล็ก ๆ สำหรับเรือยอร์ชท่องเที่ยวได้ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามการประเมินศักยภาพของพื้นที่จะต้องคำนึงถึงแรงงานในพื้นที่ด้วยเพราะในกรณีที่ไม่มีแรงงานในพื้นที่ก็อาจต้องหาแรงงานจากที่อื่นทั้งด้านการก่อสร้าง โรงแรม ร้านอาหาร อาคาร สถานที่ต่าง ๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เป็นต้น

สำหรับการประเมินศักยภาพของพื้นที่ในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานนั้น จะประเมินเรื่องของการถนนในพื้นที่ แหล่งน้ำกินน้ำใช้ พลังงานไฟฟ้า ระบบกำจัดขยะ และของเสีย น้ำเสียตลอดจนบริการอื่น ๆ ที่จะรองรับนักท่องเที่ยวที่แห่กันมาได้ ซึ่งอาจรวมไปถึงคำถามที่ว่า เราจะต้องสร้างถนนใหม่ หรือไม่ หรือว่าจะพัฒนาถนนเดิมต่อไป น้ำดื่มมีเพียงพอหรือไม่ ขยะจะเอาไปทิ้งที่ไหน เป็นต้น ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นเหนือพื้นฐาน ก็จะเกี่ยวกับอาคาร หรือสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว อันอาจรวมไปถึงโรงแรม ร้านอาหาร ศูนย์ประชุม สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านนันทนาการ ร้านขายของ และสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ อีกมาก ในบางแห่งอาจต้องสร้างจากเมืองที่ไม่มีอะไรเลยก็ได้ แต่ในบางแห่งอาจเพียงปรับปรุงเพิ่มเติมเท่านั้น ที่สำคัญที่สุดในเรื่องของการประเมินศักยภาพของพื้นที่ คือ จะต้องมีการศึกษาถึงความต้องการด้านการขนส่งในปัจจุบันและในอนาคต ทั้งขนส่งคนโดยสาร และขนส่งสินค้าต่าง ๆ เพราะแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสามารถเดินทางเข้าถึงได้ โดยง่าย อาจต้องสร้างถนนใหม่ รางรถไฟใหม่ สนามบินใหม่ หรือท่าเรือใหม่ก็จำเป็นต้องกระทำให้ได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

3. การศึกษาทางการเงิน (Financial Study) เป็นกระบวนการวางแผนในระยะเริ่มแรก โดยต้องประมาณการต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายในการทำโครงการ และจะต้องหาข้อมูลว่าจะหาทุนจากที่ใด ด้วยวิธีใด ทั้งนี้การศึกษาทางการเงินต้องสามารถคาดการณ์ได้ถึงการเพิ่มพูนมูลค่าของทรัพย์สินในพื้นที่ และการเปลี่ยนแปลงของแบบแผนการจ้างงานด้วย โดยพยายามลดผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงลบให้ได้และขยายผลในเชิงบวกมากขึ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้ ซึ่งกระบวนการวางแผนในระยะเริ่มแรก เราจะต้องประมาณการต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายในโครงการของเราให้ได้ก่อน โดยจะต้องหาข้อมูลให้ได้ว่าจะหาทุนได้จากที่ใด และด้วยวิธีการใด ซึ่งการเงินอาจจะมาจากนักลงทุนเอกชน หรือจากหน่วยงานของรัฐ หรือกู้ยืมจากหน่วยงานระหว่างประเทศก็ได้แล้วแต่จะพิจารณา การศึกษาทางการเงินที่ดีจะต้องกำหนดให้ได้ว่า โครงการนี้จะต้องใช้เงินในแต่ละขั้นตอนต่าง ๆ นั้นเป็นจำนวนเท่าใด โดยจะต้องกำหนดกรอบการกู้ยืมเงินของแต่ละขั้นของการปฏิบัติงานตามโครงการนี้ไว้ให้ชัดเจนด้วย ซึ่งแม้ว่าการลงทุนจะต้องการกำไรเป็นผลตอบแทนแต่ก็ควรจะต้องพิจารณาถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจในพื้นที่ด้วย ทั้งนี้การศึกษาทางการเงินจะต้องสามารถคาดการณ์ถึงการเพิ่ม

มูลค่าของทรัพย์สินในพื้นที่ และการเปลี่ยนแปลงของแบบแผนการจ้างงานด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องพยายามลดผลกระทบทางเศรษฐกิจเชิงลบให้ได้ และขยายผลในเชิงบวกมากขึ้นให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ (เศกสรรค์ ยงวณิชย์, 2555)

4. การศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact Study) โดยในกระบวนการวางแผนต้องพิจารณาถึงผลกระทบทางกายภาพที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อม เมื่อมีนักท่องเที่ยวมาเป็นจำนวนมาก โดยคำนึงถึงสมรรถนะในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity) ซึ่งหมายถึง ความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง อันเป็นขีดจำกัดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยจำแนกเป็นสมรรถนะทางกายภาพ (Physical) ที่หมายถึง การที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดจำนวนหนึ่งเท่านั้น จึงจะไม่เกิดความเสียหายต่อแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ และสมรรถนะในทางเศรษฐศาสตร์ (Economic) ที่ประชาชนในท้องถิ่นจะถูกแย่งงานทำหรือสมรรถนะในทางสังคม (Social) ที่ประชาชนในพื้นที่จะเป็นปฏิปักษ์ต่อนักท่องเที่ยวหรือสมรรถนะในทางสิ่งแวดล้อม (Environment) ที่สิ่งแวดล้อมถูกทำลายไปโดยการพัฒนาการท่องเที่ยวขาดการวางแผนที่ดี และในกระบวนการวางแผนของเรานั้นในบางจุดเราต้องพิจารณาถึงผลกระทบทางกายภาพที่จะมีต่อสิ่งแวดล้อมเมื่อมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากแห่กันเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมมักจะถามต่อไปนี้ คือ จะให้นักท่องเที่ยวจำนวนเท่าใดหาทรายของเราจึงจะยังคงสะอาดขาวอยู่ได้เช่นนี้ หรือจะให้มีโรงแรมสูง ๆ ได้กี่แห่งจึงจะไม่ทำลายทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวของเราให้สูญเสียไป

5. การศึกษาผลกระทบทางสังคม (Social Impact Study) ซึ่งผลกระทบจากการที่มีนักท่องเที่ยวมากเกินไปจนกระทบต่อประชาชนในชุมชนเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องคำนึงถึง เพราะประชาชนในพื้นที่อาจมีความรู้สึกที่ไม่ดีต่อนักท่องเที่ยวได้หรือการนำวัฒนธรรมจากภายนอกหรือวัฒนธรรมต่างด้าวเข้าไปแทรกแซงโดยมีมาตรฐานทางสังคมที่แตกต่างกันอาจนำไปสู่การกระทบกระทั่งกับวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชุมชนเดิม ซึ่งการศึกษาทางสังคมจะมุ่งจัดความขัดแย้งหรือผลกระทบทางลบแต่จะสร้างความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างประชาชนในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น ซึ่งถ้ามีการวางแผนที่ดีจะสามารถสร้างสรรค์ผลกระทบทางบวกให้เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างยั่งยืน เช่น ในบางครั้งก็ไปทำลายขนบธรรมเนียมหรือประเพณีดั้งเดิม และนำวัฒนธรรมจากภายนอก หรือวัฒนธรรมต่างด้าวเข้าไปแทรกแซงโดยมีมาตรฐานทางสังคมที่แตกต่างกันออกไปเกิดกระทบกระทั่งกับวัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชุมชนเดิม ซึ่งการศึกษาทางสังคมจะมุ่งจัดความขัดแย้ง หรือผลกระทบทางลบแต่สร้างความสัมพันธ์ในเชิงบวกระหว่างประชาชนในชุมชน และนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น ซึ่งถ้า

วางแผนให้ดีก็จะสามารถสร้างสรรค์ผลกระทบทางบวกให้เกิดขึ้นในชุมชนได้อย่างยั่งยืน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2550)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544ก) ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวมีปัจจัยสำคัญในการพัฒนาที่ยั่งยืนประกอบด้วย 5 ประการ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นมาเองตามธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นแล้วสืบทอดต่อกันมา เช่น ศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิต ประวัติศาสตร์

2. นักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มคนที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความต้องการที่ทำให้คนในแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวต้องตอบสนอง ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยว และก่อผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้วยเหตุนี้ นักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจึงจำเป็นต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3. กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจให้ความสำคัญกับธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จนอาจจะก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบที่อาจจะเกิดขึ้นถ้าจะให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กลุ่มธุรกิจนี้จะต้องคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และเป็นตัวกลางที่จะช่วยกลั่นกรองคุณภาพนักท่องเที่ยว

4. ชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยว มีบทบาทเป็นทั้งผู้ผลิตทรัพยากรการท่องเที่ยว เช่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณีของคนในชุมชน ขณะเดียวกันในชุมชนเองมีบทบาทเป็นผู้ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยวเช่นกัน ที่ผ่านมามีคนในแหล่งท่องเที่ยวมักเป็นฝ่ายตั้งรับการท่องเที่ยวที่เข้ามาโดยคนในแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมองเห็นผลประโยชน์ในเชิงรายได้ แต่อาจไม่ตระหนักและคาดการณ์ถึงผลกระทบที่เกิดตามมานอกจากการตั้งรับกับทรัพยากรที่เปลี่ยนแปลงไปแล้ว คนในชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวกลับไม่ได้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยุติธรรม กล่าวได้ว่าคนในชุมชนได้ประโยชน์เพียงส่วนน้อยเมื่อเทียบกับผลกระทบที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จึงให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องการกระจายผลประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่นอย่างเท่าเทียมกัน ความรักท้องถิ่นเป็นอีกปัจจัยหนึ่งอยู่ในหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

5. นักวิชาการและสถาบันการศึกษาได้เข้ามามีบทบาทในการเป็นหน่วยงานสนับสนุนที่ช่วยนำความรู้ในทางวิชาการ หรือภูมิปัญญาสากลมาใช้ในการศึกษาค้นคว้าเพื่อยกระดับความรู้ท้องถิ่น ที่เรียกว่า ภูมิปัญญาให้เป็นองค์ความรู้ และยิ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้รับการศึกษาค้นคว้ามากเท่าใด คนในชุมชน นักท่องเที่ยว และกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวก็จะเห็นคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากเท่านั้น อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

จากแนวคิดและทฤษฎีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่อธิบายมาข้างต้นผู้วิจัยสามารถนำองค์ความรู้มาใช้ในการพัฒนากรอบแนวคิด การกำหนดกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง และนำมาสร้างเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ความหมายของศักยภาพ

ศักยภาพ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Potential ตามความหมายของรูปศัพท์แปลว่า “ภาวะแฝงอำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือทำให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้..” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) และได้มีผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งนักวิชาการกล่าวถึงความหมายของศักยภาพไว้ในลักษณะที่สอดคล้องกัน อาทิเช่น พิมพิมล พลเวียง (2543) ได้ศึกษาคำจำกัดความและค้นพบว่าศักยภาพเกี่ยวข้องกับคำที่สำคัญ 3 คำ คือ อำนาจ ความสามารถและพลัง สอดคล้องกับ เพชรน้อย ม่วงงาม (2539) ที่ให้คำจำกัดความของศักยภาพ หมายถึง พลังความหมายที่แฝงอยู่และสามารถทำให้ปรากฏได้ ความสามารถที่แสดงหรือปรากฏเป็นได้เป็นได้ทั้งเครื่องชี้หรือสะท้อนศักยภาพในอดีต และเป็นเครื่องบ่งบอกศักยภาพในอนาคต อีกทั้งการปรากฏของพลังศักยภาพของสิ่งใด ๆ จะเป็นเช่นใด ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างน้อย 2 ส่วน คือ พลังความสามารถของสิ่งนั้นและเงื่อนไขบริบทที่เป็นไปได้ทั้งตัวชัดขวางหรือตัวหนุนเสริม การปรากฏออกมาของศักยภาพนั้นที่สำคัญ คือ เงื่อนไขเชิงบริบทที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและ วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี (2532) ได้นิยามว่า ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถหรือความพร้อมในตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่จะเอื้ออำนวยต่อการพัฒนา การปรับปรุง การจัดการ หรือการเข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใด ๆ ขึ้น

จึงสรุปได้ว่า ศักยภาพ หมายถึง พลังอำนาจหรือความสามารถที่ซ่อนเร้นอยู่ในตัวบุคคลและสามารถดึงออกมาใช้ได้ หากได้รับการกระตุ้นจากภายนอกจากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า “ศักยภาพ” หมายถึง ความสามารถ ความพร้อมหรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ซึ่งสามารถทำให้ปรากฏหากได้รับการพัฒนา หรือกระตุ้นจากภายนอก อันจะส่งผลต่อความสำเร็จและความพึงพอใจสูงสุด

ศักยภาพการท่องเที่ยว

ศักยภาพการท่องเที่ยว ความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2550 อ้างอิงใน ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี, 2556) ได้กล่าวถึงเกณฑ์และศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสรุปได้เป็น 6 ลักษณะ คือ 1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย คุณค่า

ของแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ ความสวยงาม ลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิและศาสนา บรรยากาศ สภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวิถีชีวิต 2) ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพของเส้นทางท่องเที่ยว ลักษณะการเดินทาง ระยะ เวลา จากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว 3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์และการรักษาความปลอดภัย 4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่น ๆ ของ แหล่งท่องเที่ยว 5) ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ข้อจำกัดด้านพื้นที่ข้อจำกัดทางด้านการบริการ สาธารณูปโภค ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (6) ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน ได้แก่ ความเป็นที่รู้จักของแหล่งท่องเที่ยว และจำนวนนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2557) ได้กำหนดองค์ประกอบพื้นฐานในการศึกษาศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ดังนี้

1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1.1 คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- 1.1.1 ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถี ชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้
- 1.1.2 ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี
- 1.1.3 ความงดงามทาง ศิลปะวัฒนธรรม
- 1.1.4 ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง
- 1.1.5 ความเป็นมาทาง ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบทอดได้
- 1.1.6 ความผูกพันต่อท้องถิ่น
- 1.1.7 ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

1.2 ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

- 1.2.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2.2 ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
- 1.2.3 ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีเกณฑ์การพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

- 2.1 ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน
- 2.2 ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

3. การบริหารจัดการ มีเกณฑ์การพิจารณา 2 ด้านได้แก่

3.1 การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

3.1.1 การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

3.1.2 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่

3.1.3 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว

3.2 การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่

3.2.1 การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว

3.2.2 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

3.2.3 การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

3.2.4 ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

3.2.5 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

สรุปทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพ มีความหมาย คือ การพัฒนา หมายถึง “กระบวนการที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโดยผ่านขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ความเจริญมีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเป็นไปตามทิศทางที่พึงปรารถนา อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุด โดยวิธีการพัฒนา ได้แก่ การจัดอบรม ประชุมสัมมนา และศึกษาเพิ่มพูนความรู้เฉพาะด้าน เป็นต้น ส่วนศักยภาพ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Potential ตามความหมายของรูปศัพท์แปลว่า “ภาวะแฝงอำนาจหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่าง ๆ อาจทำให้พัฒนาหรือทำให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้..” (ราชบัณฑิตยสถาน, 2554) และได้มีผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งนักวิชาการกล่าวถึงความหมายของ ศักยภาพไว้ในลักษณะที่สอดคล้องกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสามารถนำทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพมาเป็นตัวกำหนด แนวทางการวิเคราะห์และพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อไป

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ สามารถช่วยแบ่งส่วนการตลาดและช่วย กำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) ซึ่งลักษณะประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ ลักษณะครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา เป็นการวัดที่สามารถ ทำให้เกิดความเข้าใจลักษณะทางประชากรศาสตร์มากกว่าการวัดจากตัวแปรทางด้านอื่น ซึ่งสอดคล้องกับ นิศา ชัชกุล (2557; นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2543) กล่าวว่า การตลาดสามารถ

แบ่งส่วนตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ได้ ดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. อายุ (Age) หมายถึง อายุของกลุ่มของผู้บริโภคซึ่งมีความสำคัญ (นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร, 2543) และมีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคสินค้าหรือบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ ประโยชน์จากด้านอายุเพื่อเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน ของส่วนตลาดได้ ทำการค้นคว้าหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญตลาด อายุ ส่วนนั้น ๆ

2. เพศ (Sex) หมายถึง ตัวแปรทางที่เป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาด เนื่องจากปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศมีความสำคัญ (นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร, 2543) และมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภคไปจากเมื่อก่อน การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจมีสาเหตุจาก การที่ผู้หญิงออกไปทำงานนอกบ้านมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของครอบครัวนับว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับหน่วยของผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใด สินค้าหนึ่งรวมถึงยังใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัวเพื่อที่จะช่วยทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่าง เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) หมายถึง ตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปแล้วนักการตลาดจะสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญของการแบ่งส่วนการตลาดโดยยึดถือเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียว ก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้าในขณะเดียวกันการเลือกซื้อสินค้า แท้ที่จริงแล้วอาจใช้เกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้เช่นกัน แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นิยมใช้ แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงเกณฑ์รายได้รวมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ในช่วงต้น กล่าวได้ว่า การศึกษาแนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์เป็นสิ่งสำคัญในการแบ่งตลาดของกลุ่มลูกค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2538) เนื่องจากลูกค้าแต่ละบุคคลจะมีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไปตามสภาพสิ่งแวดล้อมที่บุคคลในอาศัยอยู่ สภาพสังคม สภาพเศรษฐกิจ สภาพการศึกษา สถานภาพ

ครอบครัว เพศ ช่วงอายุ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิด ทศนคติ ความเชื่อ ที่แตกต่างของแต่ละบุคคล สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดให้ข้อมูลทางด้านประชากรศาสตร์ คือ ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ช่วงจำนวนวันในการท่องเที่ยว ประเมินการค่าใช้จ่าย ในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังนำแนวคิดดังกล่าวไปเป็นแนวทางในการสร้าง แบบสอบถามในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับนักท่องเที่ยว

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เมื่อกล่าวถึงพฤติกรรมโดยส่วนใหญ่จะกล่าวถึงพฤติกรรมผู้บริโภค แต่ในงานวิจัยนี้จะกล่าวถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่เหมาะสม

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ราณี อิลิซัยกุล และซัซพล ทรงสุนทรวง (2552, สื่อออนไลน์) ได้กล่าวว่า พฤติกรรม นักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความรู้สึกนึกคิด ความต้องการของจิตใจ ที่ตอบสนองต่อการท่องเที่ยว เช่น จุดประสงค์ในการท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว วิธีเตรียมตัวในการเดินทางท่องเที่ยว ผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยว สถานที่ที่จะไปท่องเที่ยว กิจกรรมทางการท่องเที่ยว แหล่งข้อมูลการท่องเที่ยว ประเภทที่พักแรม เป็นต้น สอดคล้องกับ เสาวภา มีถาวรกุล (2545) ได้ให้คำจำกัดความของการศึกษาพฤติกรรมว่า “การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว คือ การศึกษาการแสดงออกของนักท่องเที่ยวในการจัดหา สินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวในระดับราคาที่พึงพอใจ” อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Woodside and Dubelaar (2002) ที่กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior) หมายถึง การกระทำของนักท่องเที่ยวทั้งที่รู้ตัวหรือไม่รู้ตัวตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสภาพการณ์ต่าง ๆ ซึ่งสามารถ สังเกตเห็นการกระทำนั้นได้ พฤติกรรม ภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจซื้อบริการ เป็นขั้นตอนของการคิดเพื่อจะท่องเที่ยว และการตัดสินใจประกอบด้วยพฤติกรรมที่เกิดก่อนหน้า การเดินทาง (การค้นหาข้อมูลและการวางแผน) ขณะการเดินทาง และพฤติกรรมภายหลัง การเดินทาง ซึ่งพฤติกรรมต่าง ๆ ที่แสดงออกมีผลมาจากปัจจัยส่วนบุคคล (Demographic Factors) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (Psychological Factors)

นอกจากนี้ Perreault, et al. (1977 อ้างอิงใน วัฒนสุภิญญา, 2558) ได้เสนอ รูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวแบบประหยัด (Budget Travelers) โดยทั่วไป นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวที่ค่าใช้จ่ายต่ำ

2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบในกิจกรรมระหว่างการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationers Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งมักใช้เวลาในการคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คือ การเดินทางในครั้งต่อไปว่า จะไปที่ไหนอย่างไร นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ค่อนข้างมีความกระตือรือร้น แต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบเดินทางโดยใช้ระยะเวลาเดินทางยาวนาน (Moderates Travelers) เป็นนักท่องเที่ยวที่มีใจรักการท่องเที่ยวเดินทางอย่างมากแต่ไม่สนใจการท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการใช้เวลากับการเล่นกีฬา แต่จะชอบการเดินทางที่ใช้ระยะเวลานานมากกว่า

Cohen (1979 อ้างอิงใน ณัฐดนัย วัฒนสุภิญญา, 2558) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวซึ่งเน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลุกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามทางแนวทางเพื่อลิ้มความจำเริญในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส ตัวอย่างเช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปน ก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัดคือ ชอบติดต่อกับพูดคุยกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ ต้องการผจญภัยหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้ จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่

และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การรับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

จาริณี แซ่ว่อง (2556) ได้กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีประโยชน์ต่อผู้บริโภค ธุรกิจ และต่อประเทศชาติ ดังต่อไปนี้

1. ประโยชน์ต่อผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคได้รับการตอบสนองความต้องการ และได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต เช่น ผู้บริโภคได้ใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ ไม่จำเจ ได้รับความสะดวกสบาย มีมาตรฐานการดำรงชีวิต
2. ประโยชน์ต่อธุรกิจ คือ ช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ธุรกิจสามารถขยายตัว เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และสามารถแบ่งส่วนทางการตลาด เพื่อผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้
3. ประโยชน์ต่อประเทศชาติ เป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบาย ในการบริหารประเทศ และหากธุรกิจมีรายได้จากการทำธุรกิจ หน่วยงานภาครัฐก็มีรายได้ด้วยเช่นกันจากการจ่ายภาษีของภาคธุรกิจ

ในขณะที่ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558) ได้กล่าวว่า หัวข้อการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากกลุ่มนักวิชาการอย่างแพร่หลาย เนื่องจากผลการศึกษาที่มีประโยชน์ต่อฝ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเจ้าของพฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว โดยให้ความสำคัญต่อประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวหรือการเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวซื้อโปรแกรมทัวร์กับธุรกิจนำเที่ยวย่อมต้องการทราบถึงสถานที่พักแรม สถานที่ท่องเที่ยว เวลาในการเดินทางหรือการเตรียมตัวก่อนออกเดินทางท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามก่อนออกเดินทางท่องเที่ยวเพราะนักท่องเที่ยวต้องการให้ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองได้มากที่สุด
2. คนในชุมชนท้องถิ่น เป็นกลุ่มบุคคลที่มีความสำคัญมากในการวางแผนและพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในบริเวณใกล้กับชุมชนและเป็นกลุ่มบุคคลที่มีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพราะเป็นกลุ่มที่มีถิ่นอาศัยอยู่ในพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเปรียบเสมือน “เจ้าของสถานที่ที่แท้จริง” ที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจะนำไปสู่ความสามารถในการวางแผนพัฒนาและการสนับสนุนการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

ได้มากที่สุด ตลอดจนการสร้างประโยชน์สูงสุดให้กับชุมชนท้องถิ่นได้ สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ที่กล่าวว่า ค่านิยมในวัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดลักษณะทางสังคมและความแตกต่างระหว่างสังคมวัฒนธรรมจะเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมของบุคคล

3. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเทศไทย มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และหน่วยงานในสังกัด กระทรวงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานระดับกรม กองต่าง ๆ ของกระทรวงอื่น ๆ ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ เช่น กรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่า และพันธุ์พืช กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ในการรับผิดชอบในการดูแลอุทยานแห่งชาติที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย และกรมศิลปากร กระทรวงวัฒนธรรม ซึ่งดูแลรับผิดชอบในสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่นที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งหน่วยงานต่าง ๆ เหล่านี้ จำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานที่มีคุณภาพ และตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการส่งเสริมการตลาดสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ตลอดจนแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว ตลอดจนกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีประสิทธิภาพ และมีความสามารถในการแข่งขัน

4. ธุรกิจทางการท่องเที่ยว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ธุรกิจด้านที่พัก ธุรกิจให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการบิน ธุรกิจของที่ระลึก และสถานที่ท่องเที่ยวเอกชน เป็นต้น ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อหวังผลกำไรจึงต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในธุรกิจของตน ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันและอนาคตได้ซึ่งจะช่วยให้การวางแผนทางการตลาดเกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5. สมาคมทางการท่องเที่ยว ปัจจุบันมีสมาคมที่จัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทยโดยไม่แสวงผลกำไรมีจำนวนมาก เช่น สมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย (สมอท.) สมาคมส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวไทย (สททท). สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว (TTAA) สมาคมโรงแรมไทย (THA) เป็นต้น ซึ่งสมาคมเหล่านี้จำเป็นต้องมีความรู้ความเข้าใจ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการดำเนินงานของสมาคมให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

6. นักวิชาการทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย ครู อาจารย์ นักวิจัย และนักศึกษาทางการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มที่มุ่งแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่

จากความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในช่วงต้น อาจกล่าวได้ว่าการศึกษาพฤติกรรมมีความสำคัญต่อผู้บริโภค ภาคธุรกิจเอกชน ภาครัฐ และคนในท้องถิ่นที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจ สำหรับแนวคิดดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยได้ทราบถึงประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิดดังกล่าวไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครราชสีมา เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. ช่วยให้นักการตลาดเข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว
2. ช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
3. ช่วยให้การพัฒนาลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้ดีขึ้น
4. เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ตรงกับชนิดของสินค้าและบริการที่ต้องการ
5. ช่วยในการปรับปรุงกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความได้เปรียบคู่แข่งขัน

6. กระบวนการพฤติกรรม (Process of Behavior)

7. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้ต้องมีสาเหตุทำให้เกิด

8. พฤติกรรมเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น

9. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อ และการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะ

ความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้การตลาดสามารถจัดการกลยุทธ์การตลาด (Market Strategies) ที่สามารถสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม คำถามที่ใช้ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค คือ 6W และ 1H ซึ่งประกอบด้วย Who What Why Who When Where และ How เพื่อหาคำตอบ 7Os อันประกอบด้วย Occupant Objects Objectives Organization Occasions Outlets และ Operation ซึ่งในการใช้คำถาม 7 คำถาม เพื่อหาคำตอบ 7 ประการเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้ ดังตารางต่อไปนี้

ตาราง 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค

คำถาม (6Ws และ 1H)	คำตอบที่ต้องการทราบ (7 Os)
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the target market?)	ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) ทางด้านประชากรศาสตร์ ด้านภูมิศาสตร์ ด้านจิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What does the consumer buy?)	สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ (Objects) สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ ก็คือต้องการคุณสมบัติหรือองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component) และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)	วัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการของเขาในด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา ซึ่งต้องศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ คือ ปัจจัยภายในหรือปัจจัยทางจิตวิทยา ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม และปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participates in the buying?)	บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) มีอิทธิพลในการตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)	โอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ช่วงเดือนใดของปีหรือช่วงฤดูใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของโอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่าง ๆ
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)	ช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคไปทำการซื้อ เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านจำหน่ายคอมพิวเตอร์เฉพาะ เว็บไซต์ ฯลฯ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)	ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ประกอบด้วย 1. การรับรู้ปัญหา 2. การค้นหาข้อมูล 3. การประเมินผลทางเลือก 4. ตัดสินใจซื้อ 5. ความรู้สึกหลังการซื้อ

ที่มา: ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541

ช่วยให้ผู้บริหารรับทราบข้อมูลเชิงลึกในอดีตและข้อมูลที่เป็นไปได้ในอนาคต นอกจากนี้ SWOT Analysis วิเคราะห์ด้วยการใช้เมทริกซ์ที่มี 4 ด้าน คือ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค จะทำการเริ่มต้นด้วยเมทริกซ์ว่างและเมื่อมีข้อสรุปที่คล้ายกันควรสรุปและจัดอันดับตามความสำคัญและเริ่มต้นด้วยสิ่งที่สำคัญที่สุด (Rauch, 2006)

สุมาลี สันติพลวุฒิ และคณะ (2554) กล่าวว่า SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์ภาพองค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOT เป็นตัวย่อของข้อความที่มีความหมายดังนี้

1. Strengths หมายถึง จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ
2. Weaknesses หมายถึง จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ
3. Opportunities หมายถึง โอกาสที่จะดำเนินการได้
4. Threats หมายถึง อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

ดังนั้น การวิเคราะห์ SWOT Analysis ขององค์กรหรือหน่วยงานในปัจจุบัน เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดเด่น จุดด้อย หรือสิ่งทีอาจเป็นปัญหาสำคัญในการดำเนินงานสู่สภาพที่ต้องการในอนาคต SWOT เป็นตัวย่อที่มีความหมายดังนี้ Strengths-จุดแข็งหรือข้อได้เปรียบ Weaknesses-จุดอ่อนหรือข้อเสียเปรียบ Opportunities-โอกาสที่จะดำเนินการได้ Threats-อุปสรรค ข้อจำกัด หรือปัจจัยที่คุกคามการดำเนินงานขององค์กร

หลักการสำคัญของ SWOT ก็คือ การวิเคราะห์โดยการสำรวจจากสภาพการณ์ 2 ด้าน คือ สภาพการณ์ภายในและสภาพการณ์ภายนอก ดังนั้นการวิเคราะห์ SWOT จึงเรียกได้ว่าเป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์ (Situation Analysis) นอกจากนี้ Comino and Ferretti (2016) กล่าวว่า การวิเคราะห์ SWOT ช่วยสร้างทางเลือกเชิงกลยุทธ์ที่เป็นไปได้ โดยการตั้งคำถามและตอบคำถามหลัก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้องค์กรทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น และสามารถคาดการณ์เกี่ยวกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่มีต่อองค์กรธุรกิจ และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์และการดำเนินตามกลยุทธ์ขององค์กรระดับองค์กรที่เหมาะสมต่อไป

ประโยชน์ของการวิเคราะห์ SWOT เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้แต่ละอย่างจะช่วยให้เข้าใจได้ว่ามีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานขององค์กรอย่างไร จุดแข็งขององค์กรจะเป็นความสามารถภายในที่ถูกใช้ประโยชน์เพื่อการบรรลุเป้าหมาย

ในขณะที่จุดอ่อนขององค์กรจะเป็นคุณลักษณะ ภายใต้อาจจะทำลายผลการดำเนินงานโอกาสทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ให้โอกาสเพื่อการบรรลุเป้าหมายองค์กรในทางกลับกันอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมจะเป็นสถานการณ์ที่ขัดขวางการบรรลุเป้าหมายขององค์กร ผลจากการวิเคราะห์ SWOT นี้จะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดวิสัยทัศน์ การกำหนดกลยุทธ์ เพื่อให้องค์กรเกิดการพัฒนาไปในทางที่เหมาะสม ขั้นตอน/วิธีการดำเนินการทำ SWOT Analysis การวิเคราะห์ SWOT จะครอบคลุมขอบเขตของปัจจัยที่กว้างด้วยการระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคขององค์กร ทำให้มีข้อมูลในการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะถูกสร้างขึ้นมาบนจุดแข็งขององค์กร และแสวงหาประโยชน์จากโอกาสทางสภาพแวดล้อม และสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่มุ่งเอาชนะอุปสรรคทางสภาพแวดล้อมหรือลดจุดอ่อนขององค์กรให้มันน้อยที่สุดได้

นอกจากนี้ Sartor and Bourauel (2013 อ้างอิงใน ชยางกูร จันทะวัน, รุจิรา แหวนนิล และธิปไตย พงษ์ศาสตร์, 2560) ได้ให้ข้อสรุปและมีการแสดงความคิดเห็นถึง SWOT Analysis ว่าข้อดีของการใช้ SWOT Analysis มีดังนี้ 1) SWOT Analysis เป็นวิธีที่รู้จักกันทั่ว 2) SWOT Analysis สามารถล่างกรอบข้อมูล 3) SWOT Analysis สามารถพิจารณามุมมองทั้งมุมมองภายในและภายนอกองค์กร และ 4) SWOT Analysis ให้ภาพโดยรวมของสถานการณ์ขององค์กร

การวิเคราะห์ SWOT นั้น จะต้องวิเคราะห์ทั้งสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร โดยมีขั้นตอนดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2561, สืบออนไลน์)

1. การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กร การประเมินสภาพแวดล้อมภายในองค์กรจะเกี่ยวกับการวิเคราะห์และพิจารณาทรัพยากรและความสามารถ ภายในองค์กรทุก ๆ ด้าน เพื่อที่จะระบุจุดแข็ง (S-Strengths) และจุดอ่อน (W-Weaknesses) ขององค์กร เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กร

2. การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก โอกาสทางสภาพแวดล้อม (O-Opportunities) และอุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กร ปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อด้านประโยชน์ถือว่า เป็นโอกาส (O-Opportunities) ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรในระดับมหภาคและองค์กรสามารถฉกฉวยข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้ อุปสรรคทางสภาพแวดล้อม (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรปัจจัยใดที่สามารถ ส่งผลกระทบต่อในระดับมหภาคในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรจะต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพองค์กรให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกดดันดังกล่าวได้

3. ระบุสถานการณ์จากการประเมินสภาพแวดล้อม เมื่อได้ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง-จุดอ่อน โอกาส-อุปสรรค จากการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกด้วย การประเมินสภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกแล้ว ให้นำจุดแข็ง-จุดอ่อนภายในมาเปรียบเทียบกับโอกาส-อุปสรรค จากภายนอกเพื่อดูว่าองค์กรกำลังเผชิญสถานการณ์เช่นใด และภายใต้สถานการณ์เช่นนั้น องค์กรควรจะทำอย่างไร โดยทั่วไปในการวิเคราะห์ SWOT ดังกล่าวนี้องค์กรจะอยู่ใน สถานการณ์ 4 รูปแบบ ดังนี้ (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2561, สื่อบนออนไลน์)

3.1 สถานการณ์ที่ 1 (จุดแข็ง-โอกาส) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่พึงปรารถนาที่สุด เนื่องจากองค์กรค่อนข้างจะมีหลายอย่าง ดังนั้นผู้บริหารขององค์กรควรกำหนดกลยุทธ์ในเชิงรุก (Aggressive-Strategy) เพื่อดึงเอาจุดแข็งที่มีอยู่มาเสริมสร้างและปรับใช้และฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิด มาหาประโยชน์อย่างเต็มที่

3.2 สถานการณ์ที่ 2 (จุดอ่อน-ภัยอุปสรรค) สถานการณ์นี้เป็นสถานการณ์ที่เลวร้ายที่สุด เนื่องจากองค์กรกำลังเผชิญอยู่กับอุปสรรคจากภายนอกและมีปัญหาจุดอ่อนภายในหลายประการ ดังนั้น ทางเลือกที่ดีที่สุด คือ กลยุทธ์การตั้งรับหรือป้องกันตัว (Defensive Strategy) เพื่อพยายามลดหรือหลบหลีกภัย อุปสรรคต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ตลอดจนหามาตรการที่จะทำให้องค์กรเกิดความสูญเสียที่น้อยที่สุด

3.3 สถานการณ์ที่ 3 (จุดอ่อน-โอกาส) สถานการณ์ขององค์กรมีโอกาเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขันอยู่หลายประการ แต่ติดขัดอยู่ตรงที่มีปัญหาอุปสรรคที่เป็นจุดอ่อนอยู่หลายอย่างเช่นกัน ดังนั้นทางออก คือ กลยุทธ์การพลิกตัว (Turnaround-oriented Strategy) เพื่อจัดหรือแก้ไขจุดอ่อนภายในต่าง ๆ ให้พร้อมที่จะฉกฉวยโอกาสต่าง ๆ ที่เปิดให้

3.4 สถานการณ์ที่ 4 (จุดแข็ง-อุปสรรค) สถานการณ์นี้เกิดขึ้นจากการที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินงาน แต่ตัวองค์กรมีข้อได้เปรียบที่เป็นจุดแข็งหลายประการ ดังนั้น แทนที่จะรอจนกระทั่งสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป ก็สามารที่จะเลือกกลยุทธ์การแตกตัวหรือขยายขอบข่ายกิจการ (Diversification Strategy) เพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งที่มีสร้างโอกาสในระยะยาวด้านอื่น ๆ แทน

สรุปแนวคิดการวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis เป็นแนวคิดหลักการบริหารงานทั้งภาครัฐและภาคธุรกิจ การประเมินและวิเคราะห์สภาพภาพขององค์กรเพื่อกำหนดยุทธศาสตร์ตลอดจนการบริหารที่เป็นสิ่งสำคัญยิ่งและมีความจำเป็น เพราะนอกจากจะทำให้ผู้บริหารทราบถึงความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแล้ว การวิเคราะห์ขององค์กรยังเป็นการกำหนดกรอบการทำงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตั้งเป้าหมายไว้โดยใช้ทฤษฎี SWOT ในการเป็น

เครื่องมือในการประเมินสถานการณ์ และทำการวิเคราะห์โดยการสำรวจภาพแวดล้อม 2 ด้าน ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อน เพื่อให้รู้ตนเอง (รู้เรา) รู้จักสภาพแวดล้อม (รู้เขา) ชัดเจน และวิเคราะห์โอกาส-อุปสรรค การวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทั้งภายนอกและภายในองค์กร ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารขององค์กร ทราบถึงการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายนอกองค์กร ทั้งสิ่งที่ได้เกิดขึ้นแล้วและแนวโน้ม การเปลี่ยนแปลงในอนาคต รวมทั้งผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ที่จะมีผลต่อองค์กร และจุดแข็ง จุดอ่อน และความสามารถด้านต่าง ๆ ที่องค์กรมีอยู่

ในการวิจัยครั้งนี้สามารถนำทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาใช้ในการวิเคราะห์ ข้อมูลจากการวิจัยที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ให้ได้ ข้อเท็จจริงที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย และนำไปสู่การวางแผนการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนต่อไป

ทฤษฎีการวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix Analysis

การวิเคราะห์ด้วย TOWS Matrix Analysis (Wehrich, 1982) เป็นการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ทั้งนี้เครื่องมือ TOWS Matrix ช่วย ในการกำหนดกลยุทธ์ทั้งระดับองค์กร ระดับหน่วยธุรกิจและระดับหน้าที่นอกจากนี้ Harold and Heinz (2015) กล่าวว่า เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยของเครื่องมือทางธุรกิจที่ สุดคลาสสิก ด้วยเครื่องมือ SWOT และ TOWS Matrix เป็นตัวย่อของปัจจัยสำหรับการเตรียมการที่จะวิเคราะห์ ความแตกต่างกันของจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ทั้งนี้ TOWS Matrix หรือ SWOT Analysis ช่วยให้เข้าใจเกี่ยวกับวิธีการเลือกเชิงกลยุทธ์ที่ต้องเจอ “กลยุทธ์” TOWS Matrix เป็น การวิเคราะห์โดยมองจากบุคคลภายนอกเข้ามาหาเรา เป็นการสำรวจถามความคิดเห็นจากผู้อื่น

Harold and Heinz (2015); (สุริยกาล ชุมแสง, 2556) กล่าวว่า ขั้นตอนการวิเคราะห์ TOWS Matrix ประกอบด้วย

1. เขียนปัจจัยภายนอกที่เป็นโอกาส (O) ที่สำคัญที่สุดของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจ
2. เขียนปัจจัยภายนอกที่เป็นอุปสรรค (T) ที่สำคัญที่สุดของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจ กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันหรืออนาคต
3. เขียนปัจจัยภายในที่เป็นจุดแข็ง (S) ที่สำคัญที่สุดของบริษัทหรือหน่วยธุรกิจ
4. เขียนปัจจัยภายในที่เป็นจุดอ่อน (W) ที่สำคัญที่สุดของบริษัท หรือหน่วยธุรกิจ
5. จับคู่จุดแข็งภายใน (S) กับโอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ SO
6. จับคู่จุดอ่อนภายใน (W) กับโอกาสภายนอก (O) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ WO

7. จับคู่จุดแข็งภายใน (S) กับอุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ ST

8. จับคู่จุดอ่อนภายใน (W) กับ อุปสรรค (T) เพื่อรวมตัวเป็นกลยุทธ์ WT

หลังจากที่มีการประเมินสภาพแวดล้อมโดยการวิเคราะห์ให้เห็นถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดแล้ว ก็ sẽนำมาข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบความสัมพันธ์แบบแมทริกซ์โดยใช้ตารางที่เรียกว่า TOWS Matrix เป็นตารางการวิเคราะห์ที่นำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด มาวิเคราะห์เพื่อกำหนดออกมาเป็น ยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ประเภทต่าง ๆ การนำเทคนิคที่เรียกว่า TOWS Matrix มาใช้ในการวิเคราะห์เพื่อกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์นั้น จะมีขั้นตอนการดำเนินการที่สำคัญ 2 ขั้นตอน ดังนี้

1. การระบุจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด โดยที่การประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นการระบุให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนจะเป็นการประเมินภายในองค์กร (สุริยกาล ชุมแสง, 2556) ส่วนการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นโอกาสและข้อจำกัดจะเป็นการประเมินภายนอกองค์กร กล่าวได้ว่า ประสิทธิภาพของการกำหนดกลยุทธ์ที่ใช้เทคนิค TOWS Matrix นี้จะขึ้นอยู่กับความสามารถในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ที่ละเอียดในทุกแง่มุม

2. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าวทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท (Harold and Heinz, 2015) คือ

2.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรุก ตัวอย่าง กรมธนารักษ์มีจุดแข็ง คือ ความสามารถในการผลิตเหรียญ และมีโรงกษาปณ์ที่ทันสมัย มีโอกาส คือ สามารถหารายได้จากการผลิตเหรียญได้ ทั้งหมดสามารถนำมากำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรุก คือ ยุทธศาสตร์การรับจ้างผลิตเหรียญทุกประเภททั้งในและต่างประเทศ (Harold and Heinz, 2015)

2.2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงป้องกัน (สุริยกาล ชุมแสง, 2556) ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีจุดแข็ง ขณะเดียวกันองค์กรก็เจอกับสภาพแวดล้อมที่เป็นข้อจำกัดจากภายนอกที่องค์กรควบคุมไม่ได้ แต่องค์กรสามารถใช้จุดแข็งที่มีอยู่ในการป้องกันข้อจำกัดที่มาจากภายนอกได้

2.3 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงแก้ไข (สุริยกาล ชุมแสง, 2556) ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรมีโอกาสที่จะนำแนวคิดหรือวิธีใหม่ ๆ มาใช้ในการแก้ไขจุดอ่อนที่องค์กรมีอยู่ได้

2.4 กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน เพื่อที่จะนำมากำหนดเป็นยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์ในเชิงรับ (สุริยกาล ชุมแสง, 2556) ทั้งนี้เนื่องจากองค์กรเผชิญกับทั้งจุดอ่อนและข้อจำกัดภายนอกที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้

สามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า จุดแข็งและโอกาส (SO) คือ คุณมีวิธีที่สามารถใช้จุดแข็งของคุณเพื่อสร้างโอกาสเหล่านี้หรือไม่ จุดแข็งและอุปสรรค (ST) คือ คุณมีวิธีที่สามารถใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของคุณเพื่อหลีกเลี่ยงภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้นจริงได้หรือไม่ จุดอ่อนและโอกาส (WO) คือ คุณมีวิธีที่ใช้โอกาสของคุณที่จะเอาชนะจุดอ่อนของคุณหรือไม่ จุดอ่อนและอุปสรรค (WT) คือ คุณมีวิธีที่สามารถลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงภัยคุกคามของคุณหรือไม่

นอกจากนี้ พัทธนันท์ ภูมิเวช (2554) กล่าวว่า ผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้ เป็น 4 ประเภท ซึ่งสอดคล้องกับ สุริยกาล ชุมแสง (2556); Harold and Heinz (2015) ดังนี้ 1) กลยุทธ์ SO (SO Strategy) กลยุทธ์เชิงรุก 2) กลยุทธ์ ST (ST Strategy) กลยุทธ์เชิงป้องกัน 3) กลยุทธ์ WO (WO Strategy) กลยุทธ์เชิงแก้ไข 4) WT (WT Strategy) กลยุทธ์เชิงรับ

สรุปทฤษฎีการวิเคราะห์ TOWS Matrix การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างจุดแข็งกับโอกาส จุดแข็งกับข้อจำกัด จุดอ่อนกับโอกาส และจุดอ่อนกับข้อจำกัด ซึ่งผลของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ในข้อมูลแต่ละคู่ดังกล่าว ทำให้เกิดยุทธศาสตร์หรือกลยุทธ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ 1) กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน 2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดแข็งและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและโอกาสมาพิจารณาร่วมกัน 4) กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) ได้มาจากการนำข้อมูลการประเมินสภาพแวดล้อมที่เป็นจุดอ่อนและข้อจำกัดมาพิจารณาร่วมกัน

ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถแนวคิด TOWS Matrix มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยและนำมาสรุปเป็นเนื้อหาเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

บริบทพื้นที่

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครราชสีมา

จังหวัดนครราชสีมา สามารถเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า “โคราช” เป็นจังหวัดที่มีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย มีที่ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีอาณาเขตติดกับจังหวัดขอนแก่น จังหวัดชัยภูมิ จังหวัดบุรีรัมย์ จังหวัดลพบุรี จังหวัดสระบุรี จังหวัดนครนายก จังหวัดปราจีนบุรี และจังหวัดสระแก้ว และยังเป็นจังหวัดที่เรียกได้ว่า “ประตูอีสาน”

จากความสำคัญด้านสถานที่ตั้งของจังหวัดที่ได้ชื่อว่า “ประตูภาคอีสาน” ทำให้จังหวัดนครราชสีมาเป็นที่รู้จักจากนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในภาคอีสาน และมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดตามมาด้วย (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา, 2561, สื่อบนออนไลน์) อีกทั้งจังหวัดนครราชสีมาได้ให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยว โดยแผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา พ.ศ. 2561–2564 พบว่า ยุทธศาสตร์ที่ 1 คือ การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจนั้นมียุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมและพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด นอกจากนี้ จังหวัดนครราชสีมาที่มีความหลากหลายทางด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ อันประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อารยธรรมขอม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย โดยใช้หลักเกณฑ์ของกรมการพัฒนาชุมชน (2561) โดยจังหวัดนครราชสีมามีชุมชนที่ผ่านหลักเกณฑ์ ทั้งหมด 87 ชุมชน ผู้วิจัยได้คัดเลือกชุมชนที่เป็นชุมชนที่มีความพร้อม ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์ไว้ ดังนี้

1. เป็นชุมชนที่ได้รับการคัดเลือกในระดับจังหวัด
2. เป็นชุมชนที่มีผลการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างน้อย 1 ปี
3. เป็นชุมชนที่มีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน
4. เป็นชุมชนที่มีการร่วมมือกันของคนชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว
5. เป็นชุมชนที่มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

โดยชุมชนที่ผู้วิจัยได้คัดเลือกมา มีความพร้อมทั้ง 5 ข้อ โดยมีรายละเอียดชุมชน ดังนี้

1. บ้านสันกำแพง อำเภอวังน้ำเขียว
2. บ้านไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว
3. บ้านดอนเปล้า อำเภอบ้านเหลื่อม
4. บ้านปราสาทใต้ อำเภอโนนสูง

5. บ้านด่านเกวียน อำเภอโชคชัย

6. บ้านแฝก อำเภอสีดา

1. อำเภอวังน้ำเขียว

อำเภอวังน้ำเขียว เป็นอำเภอที่มีความสมบูรณ์ด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ โดยมีลักษณะภูมิประเทศที่ประกอบไปด้วยอุทยานแห่งชาติ 2 อุทยาน ได้แก่ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ และอุทยานแห่งชาติทับลาน เมื่อวันที่ 1 เมษายน พ.ศ. 2535 ได้มีการแยกพื้นที่ตำบลวังน้ำเขียว ตำบลวังหมี ตำบลอุดทรัพย์และตำบลระเริงออกจากเขตอำเภอปักธงชัยมาตั้งเป็นกิ่งอำเภอวังน้ำเขียว กระทั่งวันที่ 5 ธันวาคม พ.ศ. 2539 ยกฐานะเป็นอำเภอวังน้ำเขียว อยู่ทางตอนใต้ของจังหวัดนครราชสีมา ลักษณะทางภูมิอากาศเป็นอำเภอที่มีอากาศเย็นสบายตลอดทั้งปี และมีโอโซนในระดับสูงเป็นอันดับ 7 ของโลก (มติชนออนไลน์, 2561, สี่ออนไลน์) ลักษณะภูมิประเทศของอำเภอวังน้ำเขียว โดยทั่วไปพื้นที่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นภูเขาและที่ลาดชัน โดยอำเภอวังน้ำเขียวมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความโดดเด่นสวยงาม ได้แก่ เขาแผงม้า อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ เป็นสถานที่สำหรับชมวิว ทิวทัศน์ และศึกษาธรรมชาติ เป็นจุดชมกระติ่งที่ออกหากิน จุดชมวิวกาเก็บตะวัน ตั้งอยู่ที่ตำบลไทยสามัคคี เป็นสถานที่ชมวิวทิวทัศน์ของอุทยานแห่งชาติทับลาน ด้านศิลปวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น มีงานวันดอกเบญจมาศบานในม่านหมอก (ระหว่างเดือนธันวาคม-มกราคมของทุกปี) ณ บริเวณที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลไทยสามัคคี

1.1 ชุมชนบ้านไทยสามัคคี

ชุมชนบ้านไทยสามัคคี เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่ตำบลไทยสามัคคี อำเภอวังน้ำเขียว โดยชุมชนบ้านไทยสามัคคี มีบริเวณโดยรอบที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ จนได้รับการกล่าวขานว่าเป็น “สวิสแลนด์แดนอีสาน” ที่นอกจากความสวยงามทางธรรมชาติแล้วพบว่า อากาศที่อำเภอวังน้ำเขียวเย็นสบายตลอดปี ชุมชนบ้านไทยสามัคคี เกิดจากรวมตัวกันจากนักศึกษาที่มาจากกรุงเทพฯ เมื่อสมัยที่เกิดการประท้วงจากการปกครองของจอมพลถนอม กิตติขจร บริเวณชุมชนบ้านไทยสามัคคีมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ คือ ผาเก็บตะวัน ที่อุทยานแห่งชาติทับลาน ซึ่งสามารถชมพระอาทิตย์ขึ้น-ลง จากความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ชุมชนทำอาชีพด้านเกษตรกรรม เช่น สวนเมล่อน บ้านสวนกาแพ นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ไข่เค็มใบเตย แหนมเห็ดสามอย่าง กล้วยฉาบ ทางด้านวัฒนธรรมที่มีการสืบทอดกันมานาน ได้แก่ รำโทนโคราช รำเพลงโคราช เชิงกระบี่ (สารสนเทศ นครราชสีมา, 2561ก, สี่ออนไลน์)

1.2 ชุมชนบ้านสันกำแพง

ชุมชนบ้านสันกำแพง ตั้งอยู่ตำบลวังหมี่ อำเภอวังน้ำเขียว ชุมชนบ้านสันกำแพง มีที่ตั้งอยู่บนภูมิประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ ลักษณะภูมิอากาศที่เย็นสบายตลอดปี ความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติทำให้สามารถพบสัตว์บ้านในบริเวณชุมชนบ้านสันกำแพงได้ ซึ่งสัตว์ป่าที่มาอาศัยอยู่ในบริเวณชุมชนมีเป็นจำนวนมาก เช่น ช้างป่า นกเหียง กิ้ง จากที่กล่าวมา ชุมชนบ้านสันกำแพงจึงมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เรียนรู้การใช้ชีวิตของสัตว์ป่า คือ กิจกรรมส่องสัตว์ที่ได้รับการดูแลจากเจ้าหน้าที่จากอุทยานฯ อีกทั้งการปั่นจักรยาน รอบอ่างเก็บน้ำบ้านสันกำแพงซึ่งเป็นกิจกรรมที่ชุมชนให้ความสำคัญ จากความอุดมสมบูรณ์ มีดินดำน้ำชุ่ม ทำให้ชุมชนบ้านสันกำแพงมีอาชีพในการทำเกษตรกรรม ผลผลิตที่มีชื่อเสียง ได้แก่ พุทราณมสด ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศวังน้ำเขียว นอกจากนี้ชุมชนบ้านสันกำแพงมีลักษณะวัฒนธรรมที่โดดเด่นของไทยญวน เช่น การแต่งกาย การรำลีลาไทยญวน อาหารพื้นบ้านไทยญวนที่มีรสชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ ต้มยำไก่ญวน แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ได้แก่ สวนพืชผักเมืองหนาวลู่ไกร (สารสนเทศ นครราชสีมา, 2561ข, สือออนไลน์)

2. อำเภอบ้านเหลื่อม

อำเภอบ้านเหลื่อม จังหวัดนครราชสีมา เดิมเป็นเขตการปกครองของอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ต่อมากระทรวงมหาดไทยประกาศแบ่งเขตท้องที่อำเภอบัวใหญ่แยกเป็นกิ่งอำเภอดง เมื่อปี พ.ศ. 25487 ท้องที่อำเภอบ้านเหลื่อมในขณะนั้น คือ ตำบลวังโพธิ์ในปัจจุบัน ซึ่งเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอดง ปี พ.ศ. 2490 กิ่งอำเภอดงได้ยกฐานะเป็นอำเภอ และเมื่อปี พ.ศ. 2513 ทางราชการได้แยกตำบลวังโพธิ์ จัดตั้งตำบลใหม่อีก 2 ตำบล คือ ตำบลบ้านเหลื่อม และตำบลโคกกระเบื้อง วันที่ 18 ตุลาคม 2519 กระทรวงมหาดไทยได้ประกาศแบ่งเขตท้องที่อำเภอดงแยกเป็นกิ่งอำเภอบ้านเหลื่อม โดยมีเขตการปกครอง 3 ตำบล คือ ตำบลบ้านเหลื่อม ตำบลวังโพธิ์ และตำบลโคกกระเบื้อง มีที่ว่าการกิ่งอำเภอและส่วนราชการต่าง ๆ ตั้งอยู่ในที่สาธารณประโยชน์ในเขตตำบลบ้านเหลื่อม มีพื้นที่ทั้งหมด 59 ไร่ 3 งาน 38 ตารางวา

สำหรับชื่อคำว่า “บ้านเหลื่อม” ได้รับการบอกเล่าจากผู้สูงอายุว่า เดิมบ้านเหลื่อม มีต้นมะเหลื่อมอยู่กลางบ้านต้นหนึ่งใหญ่มาก มีกิ่งก้านสาขาให้ร่มเงาเป็นอย่างดี เป็นที่ชุมนุมชน การจัดงานประจำปีต่าง ๆ ในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียง ดังนั้น คนทั่วไปจึงเรียกบ้านนี้ว่า “บ้านมะเหลื่อม” และต่อมาเพื่อให้สะดวกในการเรียกจึงได้ตัดคำว่า “มะ” ออกเหลือเป็น “บ้านเหลื่อม” จนกระทั่งถึงทุกวันนี้ ปัจจุบันต้นมะเหลื่อมดังกล่าวได้ตายไปแล้ว

ปี พ.ศ. 2523 กิ่งอำเภอบ้านเหลื่อมได้ขอจัดตั้งตำบลขึ้นใหม่ 1 ตำบล คือ ตำบล ช่อระกา โดยแยกการปกครองออกจากตำบลวังโพธิ์ ปี พ.ศ. 2531 ได้มีพระราชกฤษฎีกา ยกฐานะกิ่งอำเภอบ้านเหลื่อมขึ้นเป็น “อำเภอบ้านเหลื่อม”

ชุมชนบ้านดอนเปลา

ชุมชนบ้านดอนเปลา อยู่ที่หมู่ 6 ตำบลบ้านเหลื่อม อำเภอบ้านเหลื่อม จังหวัดนครราชสีมา เป็นชุมชนที่มีความมั่งคั่งด้วยไม้ดอกไม้ประดับ มีการดำรงชีพอย่างพอเพียง อาชีพโดยส่วนใหญ่ เกิดจากภูมิปัญญาไทย เช่น เกษตรกร จับสัตว์น้ำ การจักสานจากต้นธูป นอกจากนี้ ชุมชนบ้านดอนเปลาที่มีจุดเด่นสำหรับการท่องเที่ยว คือ บึงขนาดใหญ่ มีชื่อเรียกว่า บึงบัวแดง บึงละหานลูกนก และมีคำขวัญของชุมชน คือ บึงบัวแดงงามตา กลุ่มปลามากมี ประเพณีแข่งเรือยาว แหล่งเกลือสินเธาว์ ชุมชนบ้านดอนเปลา มีเส้นทางด้านท่องเที่ยว พายเรือชมบึงบัวแดง มีกิจกรรม ที่สามารถทำได้ คือ ส่องนก และถ่ายภาพที่เกาะมะขาม นอนโฮมสเตย์ ด้านอาหาร ชิมปลาอย่างเกลือ แกงคั่วหอยสองจับ ลาบปลาแห้ง กุ้งเผา ทอดมันปลาฉลาด ขนมข้าวปาด เมล่อนหอมหวาน และมีผลิตภัณฑ์ OTOP หลากหลายประเภท

3. อำเภอนโนสูง

อำเภอนโนสูง เป็นบริเวณที่มีความสำคัญทางด้านประวัติศาสตร์ มีหลักฐานทาง ประวัติศาสตร์ที่สามารถสืบค้นได้ว่าเคยเป็นชุมชนโบราณมาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ จากการสำรวจขุดค้นของนักโบราณคดี พบว่า เมื่อประมาณ 3,000-4,000 ปี มีชุมชนโบราณ กระจายอยู่หลายพื้นที่ เช่น ชุมชนธารปราสาท อำเภอนโนสูง ชุมชนเขาจันทร์งาม อำเภอสีคิ้ว ชุมชนหินตั้ง อำเภอสว่างแดนดิน เป็นต้น ซึ่งเป็นชนชาติที่สืบเชื้อสายมาจากละว้า และขอม (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอนโนสูง, 2561, สื่อบนออนไลน์)

ชุมชนบ้านปราสาทใต้

ชุมชนบ้านปราสาทใต้ ตั้งอยู่หมู่ที่ 7 ตำบลธารปราสาท อำเภอนโนสูง เป็นแหล่งโบราณคดี แห่งที่สองต่อบ้านเชียง จัดทำในลักษณะพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง และหมู่บ้านมีประวัติศาสตร์ อันยาวนานจากหลักฐานที่ค้นพบสันนิษฐานว่า มีชุมชนอาศัยอยู่ในบริเวณนี้มาตั้งแต่สมัยก่อน ประวัติศาสตร์จนถึงสมัยประวัติศาสตร์ มีหลักฐานของกลุ่มวัฒนธรรมแบบทวารวดีและ แบบเขมรโบราณ ช่วงระหว่าง 1,500-3,000 ปีมาแล้ว แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท (ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวชุมชนบ้านปราสาท, 2561, สื่อบนออนไลน์) ภายในชุมชนบ้านปราสาท มีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ เช่น พิพิธภัณฑ์บ้านปราสาท ศาลปู่ตา ซึ่งมีต้นมะขามใหญ่ ขนาด 9 คนโอบ อายุหลายร้อยปี

4. อำเภอโชคชัย บ้านด่านเกวียน

อำเภอโชคชัย มีความเป็นมาที่ปรากฏหลักฐานในหนังสือศิลปกร ปีที่ 1 เล่ม 4 พ.ศ. 2480 อักษรานุกรมภูมิศาสตร์ จังหวัดนครราชสีมา ว่าอำเภอโชคชัยนี้ เดิมเป็นด่านที่มีกองคาราวาน ซึ่งมีเกวียนเป็นพาหนะที่เดินผ่านไปมาระหว่างประเทศไทยกับประเทศเขมรในสมัยโบราณ (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโชคชัย, 2560, สื่อบอนไลน์) กล่าวคือ เมื่อเดินทางมาถึงที่บ้านด่านเกวียน ที่จะพักแรมที่นี่เป็นด่านที่หนึ่ง แล้วก็จะเดินทางต่อมาพักที่ด่านกระโทกเป็นด่านที่สอง แล้วก็เดินทางต่อไปเรื่อย ๆ จนถึงประเทศเขมรอยู่เป็นประจำ จึงเรียกด่านนี้ว่า “ด่านกระโทก” คำว่า “กระโทก” นี้ มีผู้สันนิษฐานว่า ในบริเวณนี้มีป่าไม้ชนิดหนึ่ง ซึ่งประกอบด้วยต้นไม้ชื่อว่า “ต้นกระโทกโรก” มาก จึงได้ตั้งชื่อว่า “ด่านกระโทกโรก” ต่อมาคำนี้อาจจะไม่เหมาะสมหรืออาจเรียกผิดเพี้ยนไป จึงเปลี่ยนมาเป็น “ด่านกระโทก” และตั้งชื่อว่า บ้านกระโทก มาจนถึงปัจจุบันนี้ เมื่อครั้งสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ยกทัพมาต่อสู้กับกองทัพของหมื่นเทพพิพิธ และได้รับชัยชนะ ณ ที่แห่งนี้ ต่อมาพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 พระองค์ทรงจัดระเบียบการปกครองออกเป็นมณฑล ภาค จังหวัด และอำเภอได้ยกฐานะด่านกระโทก ขึ้นเป็น อำเภอกระโทก เมื่อ พ.ศ. 2449 จวบจนถึงปี 2488 ทางราชการ พิจารณาเห็นว่า คำว่า “กระโทก” มีสำเนียงและภาษาที่ไม่เหมาะสมและเพื่อให้เป็นไปตามความหมายเชิงประวัติศาสตร์ ในอันที่จะให้อนุชนรุ่นหลังได้รำลึกถึงความเป็นมาของสมเด็จพระเจ้ากรุงธนบุรี ผู้ประกอบคุณงามความดีให้กับประเทศชาติ และทำการรบได้ชัยชนะ ณ ที่แห่งนี้ (บริเวณบึงกระโทกและสนามหน้าเทศบาลตำบลโชคชัย) จึงได้เปลี่ยนนามอำเภอใหม่ว่า “อำเภอโชคชัย” มาตราบจนทุกวันนี้ อำเภอโชคชัยมีความโดดเด่น คือ เครื่องปั้นดินเผา (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโชคชัย, 2560, สื่อบอนไลน์)

หมู่บ้านด่านเกวียน

หมู่บ้านด่านเกวียนเป็นชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่งของที่ราบลุ่มแม่น้ำมูล เป็นเมืองหน้าด่าน เรียกว่า ด่านกระโทก และเคยเป็นที่พักกองคาราวานเกวียนสินค้าที่ขึ้นล่องระหว่างโคราช-เขมร จึงทำให้หมู่บ้านนี้ได้มีชื่อเรียกขานกันมาว่า “ด่านเกวียน” ในอดีตชาวบ้านด่านเกวียนมีอาชีพทำการเกษตรเป็นหลัก จนกระทั่งเมื่อมีชาวข่า (ชนเผ่าตระกูลมอญ-เขมร) เข้ามาทำงานก่อสร้างโบสถ์ และได้นำดินมาปั้นเป็นภาชนะ และเผาเก็บไว้ใช้สอยในครัวเรือน เมื่อชาวบ้านมาเห็น ก็เกิดความสนใจ และฝึกฝนฝีมือการทำเครื่องปั้นดินเผาจนเกิดความชำนาญ และยึดเป็นอาชีพในเวลาต่อมา (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโชคชัย, 2560, สื่อบอนไลน์)

งานเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนมีความแข็งแกร่ง ทานทน และพื้นผิววัตถุมีความมันวาว สวยงามที่ไม่มีเครื่องปั้นดินเผาที่ไหนเหมือน เพราะดินที่ชาวด่านเกวียนนำมาใช้ในการปั้น

เป็นดินเหนียวเนื้อละเอียดคุณภาพดี มีสีแดงหรือสีน้ำตาลดำ ที่ขุดขึ้นมาจากริมฝั่งแม่น้ำมูล ซึ่งเนื้อดินเหนียวนี้มีแร่เหล็กผสมอยู่มาก มีคุณสมบัติพิเศษตรงที่ เนื้อดินปั้นง่ายต่อการขึ้นรูป ทนทานต่อการเผา ไม่บิดเบี้ยวเสียทรงหรือแตกหักง่าย และเมื่อเผาด้วยความร้อนสูง แร่เหล็ก และแร่ธาตุอื่น ๆ ที่เป็นส่วนผสมจะหลอมละลายเคลือบผิวภาชนะไปในตัว ทำให้ได้ชิ้นงานที่มีสี เป็นธรรมชาติออกสีดำนํ้าหรือสีน้ำตาลแดง หรือสีเลือดปลาไหล

5. อำเภอสีดา

อำเภอสีดา เดิมเป็นตำบลตำบลหนึ่งในเขตการปกครองของอำเภอบัวใหญ่ และต่อมากระทรวงมหาดไทยได้มีประกาศกระทรวงฯ ยกฐานะจัดตั้งเป็นกิ่งอำเภอ เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2540 (ตามประกาศกระทรวงมหาดไทยลงวันที่ 1 มิถุนายน 2540 โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2540) และในวันที่ 24 สิงหาคม 2550 จึงมีพระราชกฤษฎีกายกฐานะขึ้นเป็นอำเภอสีดา โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 8 กันยายน 2550 ประกอบด้วย 5 ตำบล 50 หมู่บ้าน

อำเภอสีดา เป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาโดยมีพระปรางค์สมัยขอม ซึ่งสร้างขึ้นในพุทธศตวรรษที่ 16-17 องค์เดียว สร้างด้วยศิลาแลงเป็นรูปสี่เหลี่ยมย่อมุม มีประตูทางเข้าด้านทิศตะวันออกด้านเดียวส่วนอีก 3 ด้าน เป็นประตูหลอก พระปรางค์ดังกล่าว แตกต่างจากปรางค์องค์อื่น ๆ ที่สร้างขึ้นในสมัยขอมที่พบเห็นในประเทศไทย กล่าวคือ ส่วนมากจะเป็นหินทราย เช่น ทับหลัง และกรอบประตู พระปรางค์ดังกล่าวกรมศิลปากรได้ประกาศขึ้นทะเบียนเป็นโบราณสถาน เมื่อวันที่ 27 กันยายน 2479 มีขนาดเนื้อที่ประมาณ 9 ไร่ 2 งาน 29 ตารางวา ตั้งอยู่ที่บ้านสีดา หมู่ที่ 1 ตำบลสีดา

ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ

ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ ตั้งอยู่ที่หมู่ 3 และหมู่ 4 ตำบลสามเมือง อำเภอสีดา จังหวัดนครราชสีมา พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านผ้าไหม โดยในชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้ ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าไหมลวดลายต่าง ๆ เช่น ลายขอทบเชือก ลายลูกแก้ว และได้รับการพัฒนาจัดเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยววัฒนธรรมผ้าไหม เป็นแหล่งผลิตผ้าไหม ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศพระราชทาน และเป็นที่ศึกษาดูงานสำหรับผู้สนใจเกี่ยวกับการทอผ้าไหมอีกด้วย นอกจากนี้ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ ได้มีผลิตภัณฑ์ของฝากอื่น ๆ ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เช่น ข้าวกล้องอัญญาข้าวกล้องงอกและผลิตภัณฑ์จากหญ้าแฝก ที่ผลิตออกมาเป็นเครื่องใช้สอย เช่น หมวก เป็นต้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประเทศไทย

อัจฉรา ศรีลาชัย, พงศ์เสวก อเนกจำนงค์พร และสุธิ เสริฐศรี (2561) ได้ศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา: ชุมชนบ้านซากแก้ว จังหวัดชลบุรี การวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาความเป็นมาของชุมชนและวิถีชีวิตในการอธิบายอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของชุมชน และเสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากผลการวิจัย พบว่า ด้านจุดแข็ง คือ การคงไว้ซึ่งอนุรักษ์สถาปัตยกรรมแบบจีนโบราณของที่อยู่อาศัยเน้นในศิลปวัฒนธรรมแบบจีน อาทิ ศาลเจ้าแม่ทับทิม เหล่าเต็ง งานประเพณี ไหว้พระจันทร์ ชุมชนมีศักยภาพในการท่องเที่ยว การรักษาอาหารประจำท้องถิ่น อาทิ เส้น กวยเตี๋ยว และเต้าหู้ให้คงอยู่ ด้านจุดอ่อน คือ การประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่แพร่หลาย ระยะเวลาของตลาดเปิดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน 1 วัน ต่อสัปดาห์ สินค้าที่ระลึกมีน้อยและไม่มีบ้านพักโฮมสเตย์ อย่างไรก็ตามด้านโอกาสของชุมชนพบว่า ในการพัฒนากิจกรรมของชุมชน บุคลากรด้านการท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอยู่เสมอ มีหน่วยงานภาครัฐเข้ามาให้การสนับสนุน สถานที่ตั้งอยู่ใกล้ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น วัดญาณสังวราราม ไร่กุลซิลเวอร์เลด วิหารเซียน ในด้านอุปสรรค การสนับสนุนจากภาครัฐพบชัดเจนว่า มีงบประมาณจำกัด และเศรษฐกิจของประเทศส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว จากการวิจัย ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้ 1) การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมของชุมชนให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและสัมผัสประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3) การพัฒนาและส่งเสริมด้านการตลาดของชุมชน โดยการประชาสัมพันธ์ทาง Facebook Fan Page การจัด Road Show ในงานท่องเที่ยวต่าง ๆ 4) การขยายเวลาในการท่องเที่ยว เพิ่มเติมจากวันเสาร์ให้เป็นวันอาทิตย์อีก 1 วัน และเพิ่มเติมการจำหน่ายสินค้าของชุมชนให้มีความหลากหลาย และยังคงอัตลักษณ์ของชุมชน จะทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น

พงศ์ประสิทธิ์ อ่อนจันทร์ และคณะ (2561) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาชุมชน เพื่อเตรียมความพร้อมการท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาการเตรียมความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาองค์กรชุมชนรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนเสนอเห็นควรให้มีการแนะนำเที่ยวโดยให้คนในชุมชนสามารถแนะนำเที่ยวได้ และยังต้องการให้มีการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวโดยคนในชุมชน นอกจากนี้ชุมชนควรมีการจัดตั้งกลุ่มคนให้มาบริหารจัดการประสานงานให้การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อก่อให้เกิดความเชื่อมโยง

ในทุกส่วนของชุมชน อาศัยหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้ 1) สร้างให้คนในชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการพัฒนาและดำเนินการ 2) คนในชุมชนมีสิทธิ์และอำนาจตัดสินใจเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของตน 3) ให้ความรู้แก่ชุมชนเพื่อให้คนในชุมชนเกิดการเรียนรู้ใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแหล่งรายได้ทางเลือก นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนว่า ชุมชนควรมีการเตรียมความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวคนในชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาชุมชน เพื่อให้กิจกรรมที่เกิดขึ้นสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืนถาวร

นิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ (2561) ศึกษาวิจัย รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนพื้นที่น้ำพุร้อนหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี โดยเสนอแนะให้ชุมชนสร้างมาตรฐานการรักษาระดับความสะอาดบริเวณโดยรอบแหล่งน้ำพุร้อน คนในชุมชนร่วมกันวางแผนดำเนินงานตามมาตรฐานตามแผนการดำเนินระยะสั้นและแผนการดำเนินงานระยะยาว นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เสนอแนะแนวทางการจัดการท่องเที่ยวตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามแนวทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) สร้างมาตรฐานการเช่าอาบและมีป้ายเพื่อให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์โดยรอบบริเวณการเช่าอาบและสร้างมาตรฐานการรักษาความสะอาดโดยอบรมคนในชุมชนให้สามารถทำความสะอาดบริเวณเช่าอาบได้อย่างถูกต้อง ผู้นำชุมชนควรพิจารณาสร้างสิ่งปลูกสร้างเพิ่มเติม เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมเป็นหลัก 2) ชุมชนต้องจัดทำแผนการบริหารจัดการระยะสั้น 2-3 ปี และระยะยาวเพื่อกำหนดการพัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนสร้างความตระหนักให้คนในชุมชนร่วมมือกันรักษาแหล่งน้ำพุร้อนให้คงอยู่ถาวร พัฒนาระบบฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์อย่างต่อเนื่องและปรับปรุงการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3) พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับน้ำพุร้อนเพิ่มเติมได้แก่การนวด การเดินศึกษาแหล่งน้ำพุร้อนและมีการให้ข้อมูลผ่านป้ายประชาสัมพันธ์อย่างชัดเจน 4) จัดการการมีส่วนร่วมของชุมชนโดยการจัดตั้งคณะกรรมการบริหารและมีการประชุมเพื่อเปิดโอกาสให้คนในชุมชนสามารถและเปลี่ยนความคิดเห็นการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน นอกจากนี้ ชุมชนต้องสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพื่อใช้ประโยชน์และสร้างความร่วมมือในด้านต่าง ๆ จากหน่วยงานภายนอกชุมชน งานวิจัยดังกล่าวเป็นการเสนอแนะแนวทางการพัฒนาตามบริบทพื้นที่ที่สามารถนำไปปรับใช้ได้เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่อื่นได้เป็นอย่างดี

เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย จำแนกช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ การประเมินศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยวและจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและวิเคราะห์ SWOT ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำมีศักยภาพอยู่ในระดับดีสามารถรองรับการท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะมีสภาพธรรมชาติดั้งเดิมที่ประกอบด้วยทรัพยากรหินงอกหินย้อยที่มีลักษณะพิเศษ ขณะที่เส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าพรุคันธุลี มีศักยภาพระดับปานกลาง ควรมีการพัฒนาเส้นทางยกระดับ (Boardwalk) ที่เอื้อต่อการประกอบกิจกรรมเดินศึกษาธรรมชาติ และบำรุงรักษาสีน้ำเงินความสะอาดที่มีอยู่ให้สามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย 5 แผนการ ดังนี้ 1) การพัฒนาปรับปรุงด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน 2) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและชุมชนในระบบการท่องเที่ยว 3) การเฝ้าระวังและรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม 4) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยว และ 5) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบโครงข่ายปัจจัยความสำเร็จ คือ กลุ่มคนที่มีศักยภาพร่วมบริหารจัดการ องค์การที่ให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง การสนับสนุนของฝ่ายวิชาการ และการพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยว

รุ่งรติศ เมืองสือ (2560) ได้ศึกษาวิจัย แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรี 2) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) 3) สร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชลบุรีที่สำคัญ ได้แก่ ชายหาดพัทยา ชายหาดบางแสน เกาะล้าน เกาะสีชัง เกาะเสม็ดสาร เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาเขียว-เขาชมพู่ วัดญาณสังวรารามวรมหาวิหาร วัดใหญ่อินทารามวรวิหาร และกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ คือ การเที่ยวเกาะต่าง ๆ และการดำนน้ำชมปะการัง การเดินป่าศึกษาธรรมชาติบริเวณเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าเขาเขียว-เขาชมพู่ สำหรับผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี พบว่า จุดแข็ง คือ มีที่ตั้งเหมาะสมเป็นประตูเชื่อมโยงสู่ภาคตะวันออกจากสนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินอู่ตะเภา ทรัพยากรธรรมชาติมีความโดดเด่น ภูมิทัศน์ทางทะเลที่สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก (World Class Destination) จุดอ่อน คือ

การขาดยุทธศาสตร์การวางแผนและกลยุทธ์การใช้ทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โอกาส คือ การสร้างแบรนด์ท่องเที่ยวแดนทะเลตะวันออก รองรับนักท่องเที่ยวจากตลาดจีน อินเดียและอาเซียน และรัฐบาลสนับสนุนให้เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวระดับโลก และอุปสรรค คือ การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศ เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืนในจังหวัดชลบุรี คือ ควรมีการบูรณาการทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยภาครัฐควรจัดทำแผนยุทธศาสตร์แบบบูรณาการ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดชลบุรี

ชุดิกาญจน์ กันทะอู (2560) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน: กรณีศึกษา บ้านร่องฟอง ตำบลร่องฟอง จังหวัดแพร่ มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ เพื่อศึกษาศักยภาพของบ้านร่องฟองในการพัฒนาเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเสนอแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพบ้านร่องฟอง เพื่อพัฒนาเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผลการวิจัย พบว่า บ้านร่องฟองมีศักยภาพเบื้องต้นใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว มีทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทภูมิปัญญาพื้นบ้าน วิถีชีวิตและการประกอบอาชีพ เช่น แหล่งดีเหล็ก ทำเครื่องมือ อุปกรณ์การเกษตร แหล่งผลิตตัดเย็บเสื้อผ้า มัดย้อมผ้า 2) ด้านการเข้าถึง มีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวกและปลอดภัย เดินทางเข้าถึงชุมชนได้ทั้งรถยนต์ส่วนบุคคล และรถโดยสารสาธารณะ ตลอดจนเส้นทางเชื่อมโยงพื้นที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนอื่น ๆ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานมีมาตรฐานครบถ้วน และเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา เครือข่ายอินเทอร์เน็ต สถานพยาบาล ร้านค้า 4) ด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว สามารถรองรับได้ทั้งไปและกลับหรือพักค้างคืน 5) ด้านการจัดการการท่องเที่ยว มีการวางแผนและดำเนินการโดยผู้นำท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการมีส่วนร่วมจากประชาชน จากความพร้อมของบ้านร่องฟอง ผู้วิจัยพบว่า ในการเสริมสร้างศักยภาพบ้านร่องฟอง เพื่อพัฒนาเป็นหมู่บ้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านร่องฟองมีศักยภาพและมีความพร้อมสำหรับรองรับการท่องเที่ยวใน 5 ด้าน ทั้งนี้บ้านร่องฟองควรมุ่งเน้นด้านการจัดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมจากประชาชนโดยเร่งการประชาสัมพันธ์และสร้างเครือข่ายระหว่างชุมชน หน่วยงานในท้องถิ่นเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป

ณัฐพัชร มณีโรจน์ (2560) ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ สมาชิกในชุมชนมีส่วนร่วมบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ต่อชุมชน ลักษณะการท่องเที่ยวมุ่งสร้างการปฏิสัมพันธ์และความผูกพันระหว่างเจ้าบ้าน (Host) กับผู้มาเยือน (Guest) ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว

ซึ่งนำไปสู่การเรียนรู้ เข้าใจถึงรากเหง้า (Authenticity) ของชุมชนอย่างลึกซึ้ง เน้นความยั่งยืน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยว สังคม วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสมาชิกในชุมชนการท่องเที่ยวโดยชุมชนสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับสมาชิกในชุมชน และก่อให้เกิดการเรียนรู้ ประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับผู้มาเยือน การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะประสบความสำเร็จได้นั้น จะประกอบด้วย 6 ปัจจัย ได้แก่ 1) สมาชิกในชุมชนเห็นประโยชน์ของการจัดการท่องเที่ยว 2) องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) แนวทางการเตรียมการและพัฒนากการท่องเที่ยว 4) การพัฒนาให้การท่องเที่ยวอยู่ในมาตรฐานเกณฑ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือการรับรองแหล่งท่องเที่ยว 5) การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว และ 6) การจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยทั้ง 6 ปัจจัยนี้ เป็นแนวทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จ และยังประโยชน์ของการท่องเที่ยวให้ชุมชนอย่างยั่งยืน โดยสมาชิกในชุมชนให้ความร่วมมือกันในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของชุมชนร่วมกัน ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมพัฒนา ร่วมลงมือปฏิบัติ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และมีส่วนร่วมประเมินผล

รัชดา จิราธมากุล (2559) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม ในชุมชนบ้านเขน อำเภอดงหลวง จังหวัดกาญจน์ การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมการความถี่ของนักท่องเที่ยวในชุมชน ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวม และความภักดีของนักท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมในชุมชน ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยแบบผสม โดยศึกษาทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันทำให้ความถี่ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และปฏิสัมพันธ์ชุมชนส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมทางเลือก และกิจกรรมชุมชนเป็นลำดับถัดมา ผู้วิจัยเสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมนั้นควรเน้นการพัฒนา ดังนี้ 1) ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ เช่น การเพิ่มที่จอดรถให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว การปรับปรุงห้องน้ำให้ได้มาตรฐาน สะอาด ถูกสุขอนามัย มีการจัดวางป้ายบอกทางให้อยู่ในตำแหน่งที่สังเกตเห็นง่าย และควรมีพื้นที่ในการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับจำนวนนักท่องเที่ยว เพื่อเตรียมพร้อมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านกิจกรรมชุมชน จะต้องเน้นกิจกรรมที่มีคุณค่า เช่น กิจกรรมการออกกำลังกาย “โนราบิก” สามารถนำไปใช้ในการออกกำลังกาย ความรู้ที่ได้รับจากการละเล่น พื้นบ้าน (การเล่นสะบ้า) กิจกรรม “ห้องข้าว” ช่วยสะท้อนให้เห็นชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยสมัยก่อนได้ กิจกรรม “บ้านเรือนไทย” ทำให้ได้เรียนรู้การจัดวางอุปกรณ์ภายในบ้าน 3) ควรมีการจัดจำหน่ายอาหารพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อทำเป็นของฝากสร้าง

รายได้ให้กับคนในชุมชน และ 4) การจัดประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง เพื่อให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จะสามารถทำให้ชุมชนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ตต่อไป

ปิยวรรณ ไทยเกิด (2560, สื่อออนไลน์) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน เมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว ชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อประเมินระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อนหรือคนรู้จัก เดินทางโดยรถยนต์ เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ กับองค์กรหรือหน่วยงาน จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยสรุป แนวทาง การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ดังนี้ คือ เรื่องสำคัญที่ควรพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ ควรพัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ควรมีการพัฒนาปรับปรุงในด้านการคมนาคม คือ เส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ต้องกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านความปลอดภัย ในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมเรื่องการจัดการความปลอดภัย และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความพร้อมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว และควรพัฒนารูปแบบกิจกรรมเพื่อให้เกิดความหลากหลาย นอกจากนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญในการรักษาและพัฒนา คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเมืองเวียงสระให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น

กนกพร ฉิมพลี (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในชุมชนบ้านตะคุ ตำบลตะคุ อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านตะคุ 2) เพื่อศึกษาความพร้อม ของชุมชนต่อการพัฒนาหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) เพื่อศึกษาปัญหา และอุปสรรคต่อการพัฒนา หมู่บ้านเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 4) เพื่อศึกษา แนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านตะคุ ตำบลตะคุ อำเภอบักรังชัย จังหวัดนครราชสีมา วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นการศึกษาทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านตะคุพบว่าแหล่งท่องเที่ยว ที่สำคัญของชุมชนบ้านตะคุ มี 2 แห่งที่สำคัญ ได้แก่ ปราสาทสระหินและวัดหน้าพระธาตุ โดยปราสาทสระหินหรือปราสาทหินเป็นปราสาท ที่ตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกทางบ้านตะคุและ

วัดหน้าพระธาตุหรือวัดตะคุวัดหน้าพระธาตุหรือที่ชาวบ้านทั่วไปว่าวัดตะคุเป็นวัดเก่าแก่ของอำเภอปักธงชัย ด้านความพร้อมของชุมชนต่อการพัฒนาหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีระดับความพร้อมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อจำแนกตามอายุอาชีพ และระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุและระดับการศึกษาต่างกันมีความพร้อมแตกต่างกัน การศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาเป็นหมู่บ้านเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า การจัดการโครงสร้างการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวในหมู่บ้านยังไม่มี ความชัดเจน ยังไม่มีการตั้งคณะกรรมการดูแลรับผิดชอบอย่างเป็นทางการและมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชัดเจน ไม่มีจุดขายที่ต่อนักท่องเที่ยว จากผลการวิจัย ผู้วิจัยเสนอแนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ 1) ด้านการพัฒนาศักยภาพและการวางรูปแบบการบริหารจัดการหมู่บ้าน แกะไขจุดอ่อนของหมู่บ้าน โดยหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ที่มิประสพการณ์ หรือเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวมาาร่วมกันพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้มีความรู้ ร่วมคิดร่วมสร้าง ร่วมวางแผน โดยยึดว่าทุกระบวนการของการพัฒนาต้องให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน เพื่อปลูกฝังความภาคภูมิใจและการเป็นเจ้าของร่วม และ 2) ด้านการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและการทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านการประเมินผล ซึ่งควรจัดให้มีการทดลองการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน โดยมีข้อเสนอแนะที่สำคัญจากการศึกษาวิจัย คือ ควรมีการร่วมกันพัฒนาศักยภาพและการวางรูปแบบการบริหารจัดการหมู่บ้านแกะไขจุดอ่อนของหมู่บ้าน โดยเฉพาะในเรื่องของการสร้าง กฎ-กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติสำหรับชาวบ้านและนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ตลอดจนการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวนาร่องภายในชุมชนให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวต่อไป

ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์, โอษฐ์ญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559) ได้ศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่วิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนางานด้านการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา วิธีการดำเนินการวิจัยเป็นการศึกษาทั้งในเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการวิจัย พบว่า สิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว คือ ด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกมีบริการเพียงพอและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวมีความสะดวก สำหรับศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีทรัพยากรท่องเที่ยว 2 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน แต่รถรับจ้างรถโดยสารมีให้บริการน้อย อีกทั้งในขณะนี้พื้นที่มีปัญหาเกี่ยวกับการบุกรุกที่ดิน

รูปแบบ MICE ดังนี้ 1) การเข้าถึง สามารถเดินทางเข้าถึงได้อย่างเร็วและสะดวกสบาย แต่การเดินทางด้วยเครื่องบินยังมีจุดที่ต้องพัฒนา คือ สายการบินที่เชื่อมไปยังจังหวัดมีจำนวนเที่ยวบินน้อย และขาดสายการบินที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศ 2) ด้านสถานที่จัดงาน มีสถานที่ในการจัดกิจกรรม MICE ที่สามารถรองรับกลุ่ม นักท่องเที่ยวได้มากและมีความคุ้มค่าต่อต้นทุนในการจัดงาน 3) ด้านโรงแรมที่พักมีจำนวนโรงแรมที่สามารถรองรับ จำนวนนักท่องเที่ยวในประปรมาณมาก และหลากหลายระดับ 4) ร้านอาหารและของที่ระลึก ส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารประเภทอาหารท้องถิ่น และร้านของที่ระลึกยังมีจำนวนน้อยและหาซื้อได้ยาก 5) ด้านของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีจำนวนน้อยขาดความสวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ 6) ด้านธุรกิจท่องเที่ยว ในปัจจุบันเริ่มมีการขยายสาขามากขึ้น เพื่อรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว MICE 7) ด้านความมั่นคง และปลอดภัย จังหวัดขอนแก่นมีระบบรักษาความปลอดภัยสูงในสถานที่จัดกิจกรรม MICE 8) ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชนขาดการมีส่วนร่วม เช่น การประชาสัมพันธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว MICE จากผลการวิจัยผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น ดังนี้ 1) สร้างความร่วมมือกันอย่างจริงจังของทุกภาคส่วนในการพัฒนาจังหวัดขอนแก่นในด้านการท่องเที่ยวรูปแบบ MICE 2) พัฒนาการดำเนินงานอย่างมืออาชีพให้กับบุคลากรในสายงานการให้บริการ MICE 3) ควรมีการกำหนดมาตรฐานการให้บริการ โดยสามารถประกาศให้กลุ่มผู้ให้บริการได้รับทราบ และปฏิบัติไปในทางเดียวกัน เพื่อป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว สร้างกฎหรือระเบียบในการให้บริการสาธารณะ 4) พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแนวใหม่เพื่อทดแทนแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีน้อยและขาดเอกลักษณ์ 5) สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

กัลยา สว่างคง (2558) ได้ศึกษา การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยว ดำเนินวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัย พบว่า ในภาพรวมน้ำตกเจ็ดสาวน้อยมีคะแนนเฉลี่ยศักยภาพทางการท่องเที่ยวทั้ง 6 ด้าน อยู่ในระดับสูงที่สุด รองลงมา คือ น้ำตกเจ็ดคด น้ำตกมวกเหล็ก และน้ำตกดงพญาเย็น ตามลำดับ โดยเมื่อพิจารณาศักยภาพทางการท่องเที่ยวเป็นรายด้านพบว่า น้ำตกเจ็ดสาวน้อยและน้ำตกเจ็ดคดมีศักยภาพเด่นในด้านเดียวกันคือด้านคุณค่าและความดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวในขณะที่น้ำตกมวกเหล็กมีศักยภาพเด่นในด้านความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และน้ำตกดงพญาเย็นมีศักยภาพเด่นในด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่นสำหรับข้อเสนอแนะในการพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประเภท

น้ำตกในจังหวัดสระบุรีในมุมมองของนักท่องเที่ยวนั้น ในภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งควรเน้นในด้านการบริหารจัดการภายในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ ได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

รัชฎาพร เลิศโกศานนท์ และวิเชียร เลิศโกศานนท์ (2557) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศักยภาพของชุมชนบ้านเหมืองกุง 2) การมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาชุมชน 3) ศักยภาพในด้านสภาพแวดล้อมของชุมชน 4) ปัญหา อุปสรรคและแนวทางการพัฒนาชุมชน และ 5) แนวทางการจัดการด้านการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ชุมชนบ้านเหมืองกุงเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ศึกษาวิจัยเชิงสำรวจและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า 1) ศักยภาพของชุมชนบ้านเหมืองกุงในความเห็นของผู้นำชุมชน เห็นว่า การบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมยังไม่มีความพร้อม ส่วนด้านผู้ประกอบการมีความเห็นว่าช่างฝีมือที่มีอยู่ในท้องถิ่นมีความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่คนรุ่นใหม่ แต่คนรุ่นใหม่ในชุมชนยังไม่มีความพร้อมในการรับการถ่ายทอด ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าชุมชนมีความพร้อมและความสามารถของชุมชนอยู่ในระดับมาก ทั้งในด้านฝีมือการปั้นการออกแบบที่มีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชนและรูปแบบผลิตภัณฑ์ 2) การมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนยอมรับในด้านประโยชน์โดยรวมจากการท่องเที่ยวในระดับมาก แต่การให้ความร่วมมืออยู่ในระดับปานกลาง เพราะมีความคิดเห็นที่แตกแยก ความคิดด้านการพัฒนามีความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้นำชุมชนกับประชาชน ส่วนผู้นำชุมชนมีความเห็นว่า ควรมีการรณรงค์ให้คนในชุมชนมีความร่วมมือกันและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มากขึ้น 3) ศักยภาพในด้านสภาพแวดล้อมในการพัฒนา พบว่า มีความเห็นแยกออกเป็น 2 แนวทาง โดยผู้นำชุมชนเห็นว่ามีความเหมาะสมและมีความสะดวกในระดับมาก ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นแตกโดยเห็นว่ายังต้องพัฒนาในอีกหลาย ๆ ด้าน 4) ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาชุมชน ผู้นำชุมชนมีความเห็นว่าความร่วมมือของคนในชุมชนยังมีน้อย ไม่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และขาดคนรุ่นใหม่ที่จะมาสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงต้องมีการจัดทำแผนงานที่ชัดเจนโดยให้หน่วยงานที่มีความรู้ทางวิชาการเข้ามาร่วมพัฒนาหรือให้ความรู้ที่ถูกต้อง และภาครัฐจัดสรรเงินงบประมาณสนับสนุน ส่วนทางด้านผู้ผลิต ผู้ประกอบการ มีความเห็นว่ามีปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการ ปัญหาด้านการผลิตและคุณภาพของวัตถุดิบ รวมทั้งขาดการประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรม ส่วนในด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว

เห็นว่า ชุมชนยังต้องมีการพัฒนาในระดับมาก ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรม เศรษฐกิจ และโครงสร้างพื้นฐาน 5) แนวทางการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนได้ส่วนเสีย เห็นว่าควรจัดทำแผนงานการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยดึงเยาวชนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วม รวมทั้งควรพัฒนาปรับปรุง โครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ

ศุภวรรณ เชื้อเมืองพาน และคณะ (2556) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา บ้านไร่กองขิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านไร่กองขิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการศึกษา พบว่า ชุมชนบ้านไร่กองขิงมีบริบทชุมชนที่มีความเป็นเอกลักษณ์และมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่โดดเด่นหลายอย่างที่เป็นจุดสนใจด้านการท่องเที่ยว เช่น การผลิตยาสมุนไพรลูกประคบ นอกจากนี้ การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ผู้เข้าฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น จากการทดสอบก่อนและหลังการฝึกอบรม ซึ่งนำไปสู่การสร้างปฏิทินชุมชน ซึ่งมีกิจกรรมที่น่าสนใจทั้ง 12 เดือน การกำหนดโครงสร้างการดำเนินงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสม 2 รูปแบบ คือ แบบที่ 1 “สัมผัสวิถีชุมชนหมู่บ้านไร่กองขิง 1 วัน 1 คืน” และแบบที่ 2 คือ “1 วันกับวิถีชุมชนที่ไร่กองขิง” เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี (2556) ได้ศึกษา การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดน และบ้านโดนปาหนัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว ความต้องการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดนและบ้านโดนปาหนัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล ผลการวิจัย พบว่า แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนบ้านทุ่งมะปรางและบ้านโดนปาหนันเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง สำหรับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คำนึงถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1) ด้านแหล่งท่องเที่ยวควรสร้างจุดเด่นของพื้นที่โดยนำธรรมชาติมาเสนอเป็นจุดขาย ปรับปรุงความสะอาดและภูมิทัศน์ให้สวยงามและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวและชาวบ้าน 2) ด้านความพร้อมทางการท่องเที่ยว ควรจัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวก จัดทำสื่อความหมายทางธรรมชาติและวัฒนธรรมและจัดเตรียมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นสำหรับ การถ่ายทอด

ความรู้และเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว และ 3) ด้านการพัฒนาการตลาด จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของทั้งสองชุมชน เน้นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน การจัดทำคู่มือแผ่นพับ ใบปลิว และพัฒนาเว็บไซต์สำหรับประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งนี้ คือ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีแนวนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความยั่งยืนโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเพื่อการวางแผนและการดำเนินงานควรมีการสร้างเครือข่ายกับชุมชนที่มีการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และจัดให้มีกลไกที่สำคัญของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างชุมชนบ้านทุ่งมะปราง และชุมชนบ้านโตนปาหนันต่อไป

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส (2556) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษา วิเคราะห์ปัญหาข้อเสนอแนะเกี่ยวกับข้อมูลโครงสร้างพื้นฐานในปัจจุบันทางสังคม เศรษฐกิจ วิถีชีวิตประจำวัน วิถีความชุมชน และศักยภาพการรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่า ดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนดอยปุยมีศักยภาพการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าในทุกด้าน ได้แก่ มีความตั้งใจดูแลนักท่องเที่ยว ความสามารถเข้าถึงได้ทางกายภาพ มีแนวคิดและประเพณีวัฒนธรรมที่โดดเด่น มีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว การมีกิจกรรมที่เป็นเชิงวัฒนธรรมและเป็นไปตามธรรมชาติของท้องถิ่นและความสามารถในการสร้างความประทับใจ ทั้งทางด้านที่พักและทางธรรมชาติ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่า โดยมุ่งเน้น 1) การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) การให้ความรู้และการแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านนิเวศวิทยา ด้านวัฒนธรรม ด้านเกษตรกรรมและด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อผลในมิติของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 3) การกำหนดกฎกติกาและจัดการร่วมกันในด้านการจัดการสิ่งปฏิกูลเพื่อดำรงไว้ของวัฒนธรรมชนเผ่า 4) การสร้างผลิตภัณฑ์ สินค้าต้องมีเอกลักษณ์โดดเด่น และสื่อถึงการสืบสานวัฒนธรรมและมุ่งเน้นให้มีการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชนเผ่า 5) ด้านสื่อประชาสัมพันธ์และการตลาด ควรเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้นและการส่งเสริมให้ชุมชนสามารถจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ด้วยตนเองและการขอการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ชุมชนมั่งคั่งอยู่เป็นที่ยั่งยืน

ไทรภพ โคตรวงษา, ครรชิต มาระโกชน์ และชุติมา รุ่งพันธ์ (2555) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา มีวัตถุประสงค์

การวิจัยเพื่อ 1) รวบรวมข้อมูลพื้นฐานของอำเภอบางคล้า 2) สำรวจทรัพยากรท่องเที่ยว 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 4) เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในอำเภอบางคล้า 5) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผลการวิจัย พบว่า อำเภอบางคล้า มีสภาพภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำ มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สำคัญ ได้แก่ แม่น้ำบางปะกง ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา ดังนี้ 1) ควรพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ คือ แม่น้ำบางปะกง ทางด้านวัฒนธรรม คือ หมู่บ้านสวนหมวกกุ้ยเล้ย 2) ควรมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับแม่น้ำบางปะกง กิจกรรมที่สามารถทำได้ เช่น กิจกรรมล่องเรือชมแม่น้ำ เกาะลัด 3) การส่งเสริมงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานเทศกาลท่องเที่ยวมะม่วง เทศกาลอาหารและของดีเมืองบ้านคล้า นอกจากนี้ควรพัฒนาแบบบูรณาการเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมและสถานที่ สร้างความดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว การพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างการรับรู้ การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์โดยอาศัยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ คือ แม่น้ำบางปะกง สุดท้ายการมีส่วนร่วมจากประชาชนที่ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป

วิศรา บุญสมเกียรติ (2555) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช: วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อยและโบราณสถานวัดโมคลาน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในแต่ละด้าน รวมถึงการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียและนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน คือ วัดพระมหาธาตุ วรมหาวิหาร วัดธาตุน้อยและโบราณสถานวัดโมคลาน มีศักยภาพมากในด้านกายภาพ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้สะดวก ด้านคุณค่าและความดึงดูดมีศักยภาพมาก กล่าวคือ มีความสวยงามโดดเด่น และมีชื่อเสียง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช: วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อยและโบราณสถานวัดโมคลาน ดังนี้ คือ การสร้างการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างมีระบบ แบบแผนจากคนในชุมชน ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อดูแลรักษาและปรับปรุงให้แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 แหล่งนี้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2554) ได้ศึกษา แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์การวิจัย คือ ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวและประชาชน ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน รวมถึงนโยบายการจัดการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ และความคิดเห็นของผู้นำชุมชนในจังหวัดลำปาง เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางในการพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชน จังหวัดลำปาง กลุ่มตัวอย่างมีอยู่ 3 กลุ่ม คือ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทย 2) ประชาชนที่มีการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวชุมชนจังหวัดลำปาง 3) ผู้นำชุมชน และเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความต้องการด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้ ความสามารถในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และบริการเสริมในระดับมาก ส่วนของประชาชนให้ความสำคัญต่อสภาพทรัพยากรท่องเที่ยว ในพื้นที่ชุมชน ความต้องการมีส่วนร่วมในการวางแผน การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่า ควรมีการวางแผนพัฒนาการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชน จากการวิจัยเสนอเป็นแนวทางการพัฒนาดังนี้ 1) ทางจังหวัดควรพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมโดยนำเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว มาจัดการในเชิงเศรษฐกิจเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับแหล่งท่องเที่ยว 2) สร้างความร่วมมือ ทางการท่องเที่ยวชุมชนระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชน 3) หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนและสร้างองค์ความรู้ด้านการจัดการท่องเที่ยวให้กับชุมชน 4) .ควรมีการส่งเสริม การเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยการใช้รถม้าและจักรยาน 5) สร้างศูนย์การเรียนรู้ หรือพิพิธภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่างประเทศ)

Mayaka, Croy and Wolfram (2019) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวคิดแบบหลายมิติเพื่อ การท่องเที่ยวโดยชุมชน พิจารณาจากความแตกต่างในเชิงรูปแบบและบริบท ซึ่งเสนอแนวคิด และกระบวนการสร้างความมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและทุกภาคส่วน เพื่อให้ชุมชนตัวอย่าง ในประเทศเคนย่าสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามวัตถุประสงค์และ ความต้องการของคนในชุมชน งานวิจัยเสนอแนวคิดการพัฒนาแบบหลายมิติ ซึ่งประกอบด้วย มิติด้านการมีส่วนร่วม มิติด้านอำนาจและการควบคุมและมิติด้านผลสัมฤทธิ์โดยใช้วิธีการวิจัย เชิงคุณภาพ ผลการสัมภาษณ์เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และความต้องการของคนในชุมชน ในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในแต่ละมิติ หากผลสัมฤทธิ์ส่งผลกระทบ ทั้งสามมิติอย่างมีนัยสำคัญจะถูกนำไปสู่การพิจารณาเพื่อสร้างกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อไป

Curcija, Breakey and Driml (2019) ได้ศึกษาเรื่องพัฒนาตัวแบบการจัดการความขัดแย้ง เพื่อเป็นเครื่องมือใช้ปรับปรุงผลสัมฤทธิ์ของโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน งานวิจัยกล่าวถึงความเป็นไปได้ของเหตุความขัดแย้งที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและได้เสนอเครื่องมือเพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างเหตุแห่งความขัดแย้ง การตอบสนอง และผลกระทบ โดยกรอบแนวคิดของตัวแบบประกอบด้วย 1) การระบุเหตุการณ์ความขัดแย้ง ตามองค์ประกอบ เหตุแห่งความขัดแย้ง การตอบสนองและผลกระทบ 2) เข้าใจรูปแบบการเกิด เหตุการณ์ความขัดแย้ง 3) ระบุต้นเหตุแห่งความขัดแย้งโดยดูย้อนกลับจากผลกระทบ ซึ่งผลกระทบจะเกิดขึ้น ก็ต่อเมื่อมีเหตุแห่งความขัดแย้งและการตอบสนองเกิดขึ้นแล้ว 4) พิจารณาผลกระทบว่าเป็นผลกระทบด้านบวกหรือลบต่อโครงการ 5) ระบุผลกระทบด้านบวก เพื่อใช้สนับสนุนการได้มาซึ่งผลสัมฤทธิ์ของโครงการ 6) ระบุผลกระทบด้านลบเพื่อหาต้นเหตุแห่งความขัดแย้ง 7) ทำการเพิ่มผลกระทบด้านบวกและลดผลกระทบด้านลบให้มากที่สุด 8) เฝ้าติดตามเหตุการณ์ความขัดแย้งและเหตุแห่งความขัดแย้งเพื่อให้มั่นใจว่าผลกระทบเป็นไปตามความต้องการและส่งผลสำเร็จต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน 9) เรียนรู้รายละเอียดของ เหตุการณ์ความขัดแย้งจากโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนในอดีตและปัจจุบัน เพื่อกำหนดแนวทางจัดการโครงการในอนาคต การศึกษา พบว่า ตัวแบบดังกล่าวสามารถช่วยในการจัดการความขัดแย้งที่เกิดจากโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและส่งผลต่อความสำเร็จของโครงการอย่างมีนัยสำคัญ

Strydom, Mangope and Henama (2018b) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัด The Free State ประเทศแอฟริกาใต้ การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวิธีการลงทุนทางการเงินให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาโครงการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองทาบูมูพัตซ์ชานา และมุ่งเน้นการพัฒนาชุมชนให้สามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมั่นคงหลังจากสิ้นสุดโครงการพัฒนาจากรัฐบาล การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาความยั่งยืนทางการลงทุนของโครงการ ซึ่งเป็นการเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบยั่งยืนของจังหวัดอิสระในประเทศแอฟริกาใต้ ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การลงทุนทางการเงิน การวางแผนการตลาด และการพัฒนาทักษะของคนในชุมชน และเสนอแนวทางการพัฒนาดังนี้ 1) ภาครัฐต้องสร้างร่วมมือกับภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมและให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยให้ชุมชนสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้างผลดีต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน 2) ชุมชนและผู้เกี่ยวข้องต้องมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินการท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง 3) ควรมีการแต่งตั้งกลุ่มคนหรือจัดตั้ง

หน่วยงานในชุมชนเพื่อดำเนินการตามกรอบแนวคิดและเป็นจุดประสานงานด้านการท่องเที่ยวระหว่างหน่วยงานในทุกภาคส่วน 4) การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคม การประชาสัมพันธ์และระบบไฟส่องสว่าง ซึ่งจะช่วยให้ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว 5) ต้องมีการจัดอันดับหรือเชิดชูเกียรติชุมชนที่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่ดี เผยแพร่สู่สาธารณะ 6) ต้องเปิดเผยและสร้างโอกาสให้สาธารณะสามารถเข้าถึงการดำเนินการโครงการได้ซึ่งจะส่งผลสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของชุมชน จากการสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยว สร้างความรู้สึกที่ดีและความเป็นมิตรระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว 7) การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะสำเร็จได้ต้องดำเนินกิจกรรมทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง 8) ต้องมีการศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุกด้าน นอกจากนี้ผลการวิจัยยังชี้ว่า ภาครัฐเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเริ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนน้อย และมักมองข้ามการใช้งบประมาณเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ทั้งนี้การตัดสินใจของชุมชนมีผลต่อความสำเร็จและความยั่งยืนของการดำเนินการท่องเที่ยว รัฐต้องทำให้คนในชุมชนเห็นว่า การท่องเที่ยวนั้นสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

Dodds, Ali and Galaski (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งได้อ้างอิงข้อมูลจากการสรุปและประมวลงานวิจัยหลายแหล่งที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มประเทศโลกใต้ ได้แก่ ประเทศที่กำลังพัฒนา ประเทศแอฟริกาใต้ อินเดีย บราซิลและประเทศในกลุ่มทะเลแคริบเบียน ซึ่งปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาศักยภาพคนในชุมชนให้มีทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 2) ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อสร้างตลาดการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้สู่ชุมชน 3) การให้ความเชื่อใจและมอบหมายให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการร่วมกัน 4) การตั้งเป้าหมายของชุมชนร่วมกันเพื่อให้มั่นใจได้ว่าเป้าหมายด้านการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง 5) การได้รับความช่วยเหลือจากผู้สนับสนุนอย่างเหมาะสมได้แก่ภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อให้ชุมชนได้เข้าถึงทรัพยากรที่จำเป็นต่อการดำเนินการและจัดการท่องเที่ยว 6) การให้ความสนใจและตระหนักถึงวิธีการสร้างรายได้สู่ชุมชนอย่างยั่งยืน

Strydom, Mangope and Henama (2018a) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง บทเรียนจากความสำเร็จกรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากกลุ่มประเทศโลกใต้ เสนอแนวทางการติดตามผลความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของกลุ่มประเทศโลกใต้ ความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวของชุมชนจะต้องมีตัวชี้วัดที่ชัดเจนและตัวชี้วัดต้องสอดคล้องกับความหลากหลายทางสังคมตอบสนองสภาพเศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมของชุมชน ผลกระทบที่เกิดจากการพัฒนาต้องได้รับการตรวจวัดและติดตาม ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการจัดการที่มีประสิทธิภาพและสามารถตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทั้งด้านบวกและลบของชุมชนได้ ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกหน่วยงาน ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานอิสระไม่หวังผลกำไร หน่วยงานสนับสนุนการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค หน่วยงานท้องถิ่นภาครัฐ กระทรวงการท่องเที่ยว สหกรณ์ และผู้ประกอบการท้องถิ่น เมื่อกล่าวถึงการตลาด ข้อความทางการตลาดจะต้องเสนอจุดเด่นที่นักท่องเที่ยวสนใจ และได้รับเมื่อใช้บริการสินค้าทางการท่องเที่ยวของชุมชน การพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวจะต้องสอดคล้องกับรสนิยมของนักท่องเที่ยวที่เข้าใช้บริการ งานวิจัยยังได้เสนอแนะให้ชุมชนจัดทำความร่วมมือระหว่างชุมชนและนักลงทุนเพื่อให้เกิดการลงทุนในสินค้าทางการท่องเที่ยวและให้ชุมชนเป็นผู้บริหารการศึกษา เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้คนในชุมชนมีความสามารถในการบริหารสินค้าทางการท่องเที่ยวได้ ดังนั้นผู้พัฒนาชุมชนต้องจัดให้คนในชุมชนมีความรู้ความสามารถในการจัดการบริหารการท่องเที่ยวได้

Rout and Gupta (2017) เสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการพัฒนาทรัพยากรของชุมชนที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ราบสูงภูเขา ภูมิภาค Jaunsar-Bawar Uttarakhand ประเทศอินเดีย โดยชุมชนดังกล่าวมีจุดเด่นและสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และศาสนา งานวิจัยระบุตัวแปรที่ส่งผลต่อการพัฒนาทรัพยากรของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย บุคคลในชุมชน กลุ่มการเมือง ลักษณะทางสังคมและโครงสร้างพื้นฐานและเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้ 1) ต้องมีการฟื้นฟูและซ่อมแซมทรัพยากรทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม 2) ใช้สื่อสังคมออนไลน์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด 3) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคให้ดียิ่งขึ้น 4) กระตุ้นกลุ่มการเมืองให้มีส่วนร่วมต่อกิจกรรมการพัฒนาชุมชน 5) สร้างศักยภาพของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น 6) ให้อำนาจเยาวชนและผู้หญิงมีส่วนร่วมตัดสินใจเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวและทรัพยากรของชุมชน 7) พัฒนาคอนในชุมชนให้มีแนวคิดและทักษะของผู้ประกอบการสามารถใช้นวัตกรรมในงานธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความยั่งยืนการพัฒนาในทุกด้าน

ต้องให้ความสำคัญต่อผู้ที่มีรายได้น้อยและประชากรพลัดถิ่นด้วยเนื่องจากเป็นกลุ่มประชากรขนาดใหญ่ในชุมชน

I Made Suniastha Amerta (2017) เสนองานวิจัยเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งกำหนดคุณสมบัติในอุดมคติเพื่อประกอบเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 1) การพัฒนาด้านธุรกิจชุมชนต้องให้ความสำคัญต่อการพัฒนาธุรกิจขนาดเล็ก ไม่มุ่งเน้นการพัฒนาธุรกิจขนาดใหญ่ 2) เจ้าของสินค้าการท่องเที่ยวและการจัดการต้องดำเนินการโดยชุมชน 3) จากแนวคิดการพัฒนาธุรกิจชุมชนข้อที่ 1 และแนวคิดการจัดการข้อที่ 2 วัตถุประสงค์การผลิตสินค้าการท่องเที่ยวของชุมชนต้องใช้ของที่มีในชุมชน 4) สร้างการมีส่วนร่วมในชุมชนทั้งระดับบุคคลและองค์กรเพื่อให้เกิดห่วงโซ่กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5) กิจกรรมที่เป็นส่วนประกอบของห่วงโซ่กิจกรรมต้องสร้างประโยชน์แก่ชุมชนโดยตรง 6) ยึดหลักวัฒนธรรมท้องถิ่นในการให้บริการด้านที่พักเพื่อให้การท่องเที่ยวชุมชนเกิดความยั่งยืนและเป็นธรรมชาติ 7) ปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยว 8) สอดแทรกภูมิปัญญาท้องถิ่นในสินค้าการท่องเที่ยว 9) ต้องสร้างความน่าสนใจในสินค้าการท่องเที่ยวทั่วทั้งชุมชน ไม่ควรให้ความน่าสนใจกระจุกตัวเพียงบริเวณเดียว ซึ่งคุณสมบัติในอุดมคติดังกล่าวถูกใช้เป็นตัวแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนการันกาซิม ประเทศอินโดนีเซีย ส่งผลให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Razzaq, et al. (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างขีดความสามารถของชุมชนสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประสพการณ์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน Miso Walai Homestay ได้อธิบายความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชน Miso Walai Homestay ประเทศมาเลเซีย โดยอ้างอิงการสัมภาษณ์และการสังเกตของผู้วิจัยได้ความว่า การให้อำนาจแก่ชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวคือปัจจัยหลักของความสำเร็จในโดยปัจจัยดังกล่าวเป็นไปตามหลักการกระจายอำนาจมีขั้นตอนการพัฒนา ดังนี้ 1) สร้างความตระหนักรู้และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้คนในชุมชน 2) ศึกษาวิจัยความหลากหลายทางชีวภาพ สถานที่ที่น่าสนใจและความเชื่อของชุมชนในทุกด้านรวมถึงมรดกทางวัฒนธรรม 3) ระบุเส้นทางการท่องเที่ยวท่องเที่ยว สินค้าทางการท่องเที่ยวรวมถึงจุดบกพร่องที่ต้องแก้ไขในแต่ละเส้นทาง 4) ประชุมระดมความคิดเพื่อหาเส้นทางการท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการของชุมชน กำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มในแต่ละจุดท่องเที่ยวที่น่าสนใจ 5) สร้างแผนปฏิบัติการอย่างละเอียด ประกอบด้วยแผนธุรกิจ แผนการตลาด แผนงบประมาณ กลยุทธ์ และข้อกำหนดในการท่องเที่ยวและการบริการการท่องเที่ยว 6) พัฒนาทักษะของคนในชุมชนที่มีต่อกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง 7) แต่งตั้งผู้นำเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนที่ยั่งยืน ในการพัฒนา

ชุมชนเพื่อสร้างการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มจากการสร้างความตระหนักรู้และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้คนในชุมชนก่อนเสมอ

Zapata, et al. (2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถช่วยในการพัฒนาและบรรเทาความยากจนของชุมชนได้หรือไม่? บทเรียนจาก Nicaragua ผลวิจัยพบว่า การแสดงถึงปัจจัยความสำเร็จและความยั่งยืนของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเทศนิการากัว เริ่มต้นจากการที่คนในชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมนั้น ๆ เนื่องจากมีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน สินค้าทางการท่องเที่ยวเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของของคนในชุมชน และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนในระยะยาว คนในชุมชนเกิดความหวงแหนและยอมปฏิบัติเพื่อรักษาความมั่นคงในตัวสินค้าทางการท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถขยายต่อยอดได้ ส่งผลดีต่อสภาพเศรษฐกิจของชุมชน นอกจากนี้ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ดี คือ การยกระดับความสนใจของผู้พัฒนาชุมชนหรือผู้กำหนดนโยบายโดยให้มีผลบังคับใช้มุ่งเน้นส่งเสริมการพัฒนาทักษะ พัฒนาทรัพยากรในระดับรากหญ้าของชุมชน รวมทั้งสนับสนุนกิจการในครัวเรือนให้สามารถเป็นสินค้าการท่องเที่ยว แข่งขันและเป็นที่ยอมรับของตลาดการท่องเที่ยวในประเทศได้ ซึ่งแนวทางดังกล่าวทำให้เกิดวงจรชีวิตการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

Giampiccoli and Saayman (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ตัวแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการมีส่วนร่วมโดยชุมชน และทำการวิจัยและสรุปตัวอย่างแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Area Life Cycle, TALC) การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการมีส่วนร่วมของชุมชนในรูปแบบตาราง จากนั้นนำผลวิเคราะห์ที่ได้ไปสร้างแนวคิดการพัฒนาเพื่อเข้าใจและแก้ปัญหาการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยวต่อไป โดยสรุปเป็นลำดับวงจรชีวิตของแหล่งท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน 1) ขั้นการสำรวจพบว่า ชุมชนมีความสนใจต่อผู้ที่มาเยือนในฐานะนักท่องเที่ยวต่ำ ชุมชนจะปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวเสมือนบุคคลอื่น ๆ ทั่วไป 2) ขั้นการสำรวจแบบต่อยอด พบว่า ชุมชนเริ่มให้ความสนใจและสมัครใจในการมีส่วนร่วมทางด้านการท่องเที่ยว ชุมชนมีทัศนะเรื่องรายได้จากนักท่องเที่ยว 3) ขั้นที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา พบว่า ได้รับการสนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมในชุมชน ชุมชนได้รับความสนใจจากหน่วยงานภายนอก บางกลุ่มคนในชุมชนสามารถดำเนินการท่องเที่ยวโดยได้รับการสนับสนุนจากผู้สนับสนุน 4) ขั้นที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาแบบต่อยอด พบว่า ชุมชนได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานภายนอก ยังคงมีบางกลุ่ม

คนในชุมชนสามารถดำเนินการการท่องเที่ยวโดยได้รับการสนับสนุนจากสนับสนุน 5) ขั้นการพัฒนา พบว่า ชุมชนได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐหรือหน่วยงานภายนอก เกิดโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ริเริ่มโดยชุมชน 6) ระยะติดตลาด พบว่า ภาครัฐหรือหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสมบูรณ์ 7) ระยะอิ่มตัว พบว่า ภาครัฐหรือหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสมบูรณ์ 8) ระยะเสื่อมความนิยม พบว่า ภาครัฐหรือหน่วยงานภายนอกยังคงให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง แต่มีนักท่องเที่ยวลดลง ชุมชนเริ่มโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว 9) ระยะปรับปรุง พบว่า ภาครัฐหรือหน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ชุมชนดำเนินโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านบทบาทของภาคเอกชนภายนอกและผู้นำชุมชน 1) ขั้นการสำรวจ พบว่า ไม่มีส่วนร่วมจากบุคคลภายนอกและผู้นำชุมชน 2) ขั้นการสำรวจแบบต่อยอด พบว่า ไม่มีส่วนร่วมจากบุคคลภายนอก ในขณะที่ผู้นำชุมชนเริ่มมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว 3) ขั้นที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา พบว่า บุคคลภายนอกสนใจสร้างธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและผู้นำชุมชนเริ่มมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว 4) ขั้นที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาแบบต่อยอด พบว่า บุคคลภายนอกจัดตั้งธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนและผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว 5) ขั้นการพัฒนา พบว่า บุคคลภายนอกและผู้นำชุมชนมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชน 6) ระยะติดตลาด พบว่า ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวภายนอกชุมชนมีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน บทบาทของผู้นำชุมชนขึ้นอยู่กับภาคธุรกิจภายนอกชุมชน 7) ระยะอิ่มตัว พบว่า ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวภายนอกชุมชนที่เกี่ยวข้องกับชุมชนเริ่มชะลอตัวและลดบทบาทลง สร้างความได้เปรียบให้แก่ธุรกิจการท่องเที่ยวในชุมชน แม้ว่าจะมีการชะลอตัวตามกันก็ตาม 8) ระยะเสื่อมความนิยม พบว่า บุคคลภายนอกทยอยลดความสนใจในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนมีโอกาสและอำนาจในการสร้างผลประโยชน์ทางธุรกิจแก่ชุมชน 9) ระยะปรับปรุง พบว่า บุคคลภายนอกทยอยลดความสนใจในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในชุมชนมีโอกาสและอำนาจในการสร้างผลประโยชน์ทางธุรกิจแก่ชุมชน

ตาราง 4 แสดงสรุปงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ประเทศไทย)

ชื่อเจ้าของผลงาน (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญ ที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
1. อัจฉรา ศรีลาชัย, พงศ์ เสวก อณณงค์พร และสุธิ เสริฐศรี (2561)	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดย ชุมชน กรณีศึกษา: ชุมชนบ้านซากแก้ว จังหวัดชลบุรี	ได้ทราบกระบวนการ ในการวิจัยการพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชน	ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและ กระบวนการวิจัยเพื่อนำไปใช้ใน การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อเจ้าของผลงาน (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญ ที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
2. พงศประสิทธิ์ อ่อนจันทร์ และคณะ (2561)	แนวทางการพัฒนาชุมชน เพื่อเตรียมความพร้อม การท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช	ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ด้านการพัฒนาชุมชน	เพื่อนำไปใช้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและ มาเป็นแนวทางในการเขียน อภิปรายผล
3. นิพล เชื้อเมืองพาน และคณะ (2561)	รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชน ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนพื้นที่น้ำพุร้อน หนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี	ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว	ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องและนำไปเป็น แนวทางในการการกำหนด แบบสัมภาษณ์และ แบบสอบถาม
4. เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ (2560)	ศักยภาพและแนวทาง การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ศึกษาการประเมินศักยภาพ การท่องเที่ยวและจัดทำ แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยว	ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลที่ได้ เป็นข้อมูลในการสร้าง แบบสัมภาษณ์และ แบบสอบถาม
5. รุ่งจิต เมืองลือ (2560)	แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวชายฝั่งทะเล ตะวันออกอย่างยั่งยืน ในจังหวัดชลบุรี	ศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว	นำมาเป็นข้อมูลในการศึกษา ทรัพยากรการท่องเที่ยว
6. ชูติกาญจน์ กันทะอุ (2560)	การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน: กรณีศึกษา บ้านร่องฟอง ตำบลร่องฟอง จังหวัดแพร่	ได้ศึกษาปัจจัยในการส่งเสริม ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน	นำทฤษฎีมาศึกษาแล้วมา เขียนในแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องและเป็นแนวทาง ในการสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม
7. ญัฐพัชร มณีโรจน์ (2560)	การจัดการการท่องเที่ยว โดยชุมชน	ศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชน	นำทฤษฎีมาศึกษา แล้วมาเขียนในแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
8. ปิยวรรณ ไทยเกิด (2560)	แนวทางการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ได้ศึกษาพฤติกรรมของ นักท่องเที่ยวและได้ศึกษา การประเมินระดับศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน	นำทฤษฎีมาศึกษา แล้วมาเขียนในแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและนำ กระบวนการวิจัยมาเป็น แนวทางในการกำหนด ขั้นตอนการวิจัย
9. รัชดา จิราธมากุล (2559)	แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวชุมชน เชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรม ในชุมชนบ้านเขนง อำเภอถลาง จังหวัดภูเก็ต	ได้ศึกษาวิธีการเขียน การดำเนินการวิจัย	นำวิธีการเขียนวิธีดำเนินการ การวิจัยมาเขียน

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อเจ้าของผลงาน (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญ ที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
10. กนกพร นิมพลี (2559)	แนวทางการพัฒนาหมู่บ้าน ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในชุมชนบ้านตะคุ ตำบลตะคุ อำเภอปักธงชัย จังหวัด นครราชสีมา	ได้ศึกษาแนวคิด ในการพัฒนาการท่องเที่ยว	นำทฤษฎีมาศึกษา แล้วมาเขียนในแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและ เป็นแนวทางในการสร้าง แบบสอบถาม
11. ศิรินันท์ พงษ์นิรันตร, โอชญญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559)	แนวทางในการพัฒนาศักยภาพ การจัดการท่องเที่ยว อำเภอ วังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา	ได้ศึกษาแนวคิดเรื่อง การพัฒนาศักยภาพ การจัดการท่องเที่ยว	ได้แนวคิดและกระบวนการ ในการศึกษาการพัฒนา ศักยภาพการจัดการ ท่องเที่ยว และเป็นแนวทาง ในการสร้างแบบสอบถาม
12. ปรัชญากรณ์ ไชยเดช, นิศาชล สกุลชาญณรงค์ และนิติกิตติกันต์ เหมสุวรรณ (2559)	ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้าน จุฬาภรณ์พัฒนา 10 อำเภอ เบตง จังหวัดยะลา	ศึกษาแนวคิดเรื่อง ศักยภาพ การท่องเที่ยวของชุมชน	ได้แนวคิดด้านศักยภาพ การท่องเที่ยวและเป็น แนวทางในการสร้าง แบบสัมภาษณ์และ แบบสอบถาม
13. ภัคจิรา แสนใจ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2558)	แนวทางการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น	ได้ศึกษาการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยว	นำทฤษฎีมาศึกษาแล้วมา เขียนในแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องและเป็น แนวทางในการสร้างแบบ สัมภาษณ์และแบบสอบถาม
14. กัลยา สว่างคง (2558)	การประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของ นักท่องเที่ยวกรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ในจังหวัดสระบุรี	ศึกษาวิธีประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวและ การดำเนินการวิจัย	นำมาเป็นแนวทาง ในการจัดทำวิจัยด้าน การวิจัย และศึกษาปัจจัย ในการประเมินศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็น แนวทางในการสร้าง แบบสอบถาม
15. รัชฎาพร เลิศโกदानนท์ และ วิเชียร เลิศโกदानนท์ (2557)	การพัฒนาศักยภาพชุมชน บ้านเหมืองกุง	ศึกษาพัฒนาศักยภาพชุมชน	นำแนวคิดทฤษฎีมาศึกษา แล้วมาเขียนในแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
16. ศุภวรรณ เชื้อเมืองพาน และคณะ (2556)	การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา บ้านไร่กองซิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่	ได้ศึกษากระบวนการและ ขั้นตอนการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยว	นำมาเป็นแนวทาง ในการจัดทำวิจัยด้าน การวิจัย และเป็นแนวทาง ในการสร้างแบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

ตาราง 4 (ต่อ)

ชื่อเจ้าของผลงาน (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญ ที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
17. รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภักวิภาส (2556)	แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน	ได้ศึกษาแนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	นำแนวทางทาง การพัฒนาการท่องเที่ยว มาเป็นแนวทางในการเขียน อภิปรายผล
18. ไตรภพ โคตรวงษา, ครรชิต มาระโกชน์ และชุติมา รุ่งพันธ์ (2555)	แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในอำเภอบางคล้า จังหวัด ฉะเชิงเทรา	ศึกษาแนวคิดการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	นำประเด็นดังกล่าวมาเป็น แนวทางในการสร้างแบบ สัมภาษณ์และแบบสอบถาม ในการวิจัย
19. วิศรา บุญสมเกียรติ (2555)	แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช: วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อย และโบราณสถาน วัดโมคลาน	ศึกษาแนวคิดการพัฒนา การท่องเที่ยว	นำทฤษฎีมาศึกษาแล้วมา เขียนในแนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง
20. กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย (2554)	แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดลำปาง	ศึกษาแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชน	นำแนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชน มาเป็นแนวทางในการเขียน อภิปรายผล

ตาราง 5 แสดงผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่างประเทศ)

ชื่อเจ้าของผลงาน (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญ ที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
1. Mayaka, Croy and Wolfram (2019)	แนวคิดแบบหลายมิติ เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน พิจารณาจากความแตกต่าง ในเชิงรูปแบบและบริบท	แนวคิดและกระบวนการ สร้างความมีส่วนร่วมระหว่าง ชุมชนและทุกภาคส่วน	นำประเด็นดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการเขียน อภิปรายผล
2. Curcija, Breakey and Driml (2019)	พัฒนาตัวแบบการจัดการ ความขัดแย้งเพื่อเป็นเครื่องมือ ใช้ปรับปรุงผลสัมฤทธิ์ของ โครงการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชน	ศึกษาความเป็นไปได้ของ เหตุความขัดแย้งที่เกิดจาก การพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชน	นำประเด็นดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการเขียน อภิปรายผล
3. Strydom, Mangope and Henama (2018b)	แนวการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนอย่างยั่งยืน จังหวัด Free State ประเทศแอฟริกาใต้	ศึกษาการพัฒนาชุมชน ให้สามารถดำเนินกิจกรรม การท่องเที่ยวได้อย่างมั่นคง หลังจากสิ้นสุดโครงการ พัฒนาจากรัฐบาล	นำประเด็นดังกล่าว มาเป็นแนวทางในการเขียน อภิปรายผล

ตาราง 5 (ต่อ)

ชื่อเจ้าของผลงาน (ปี)	ชื่องานวิจัย	ความสำคัญ ที่ต้องการศึกษา	การนำมาใช้ประโยชน์
4. Dodds, Ali and Galaski (2018)	การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและนำมาเป็นแนวทางในการเขียนอภิปรายผล
5. Strydom, Mangope and Henama (2018a)	บทเรียนจากความสำเร็จกรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากกลุ่มประเทศโลกใต้	การวัดความสำเร็จด้านการท่องเที่ยวของชุมชน	นำแนวคิดการวัดความสำเร็จมาศึกษาทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและเป็นแนวทางในการเขียนอภิปรายผล
6. Giampiccoli and Saayman (2018)	ตัวแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการมีส่วนร่วมโดยชุมชน	การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน	นำแนวคิดและการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมาเป็นแนวทางในการศึกษา
7. Rout and Gupta (2017)	เสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการพัฒนาทรัพยากรของชุมชนที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ราบสูงภูเขา ภูมิภาค Jaunsar-Bawar Uttarakhand ประเทศอินเดีย	ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว	นำทฤษฎีมาศึกษาแล้วมาเขียนในแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและเป็นแนวทางในการสร้างแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม
8. I Made Suniastha Amerta (2017)	การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน	นำทฤษฎีมาศึกษาแล้วมาเขียนในแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
9. Razzaq, et al. (2012)	การสร้างขีดความสามารถของชุมชนสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประสพการณ์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน Miso Walai Homestay	การสร้างขีดความสามารถของชุมชน	นำมาเป็นแนวทางในการเขียนอภิปรายผล
10. Zapata, et al. (2011)	การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถช่วยในการพัฒนาและบรรเทาความยากจนของชุมชนได้หรือไม่? บทเรียนจาก Nicaragua	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน	นำมาเป็นแนวทางในการเขียนอภิปรายผล

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ดังตาราง 6

ตาราง 6 แสดงสรุปปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ปัจจัย	ส่งผลต่อความสำเร็จ		ส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค		เป็นอุปสรรค	ความถี่ (จำนวน งานวิจัย)
	ส่งผลต่อความสำเร็จ	ส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค	ส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค	ส่งผลต่อความสำเร็จและเป็นอุปสรรค		
	Rozemeijer, Harold and Rosa Online	Dangi and Jamal (2016)	Jewell, et al. (2004)	Sally, et al. (2010)	Dodds, Ali and Galaski (2018)	Murphy, Moscardo and Blackman (2014)
1. ทักษะและความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานการท่องเที่ยว	•	•	•	•	•	7
2. การทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนและบริษัทด้านการท่องเที่ยวเอกชน	•	•	•	•	•	6
3. สร้างรายได้สู่ชุมชน	•	•	•	•	•	6
4. การมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและบริหารจัดการ	•	•	•	•	•	6
5. มีการร่วมกันทำงานในพื้นที่ชุมชน	•	•	•	•	•	5

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัย	ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ		ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและเป็นผู้สมัคร		เป็นผู้สมัคร	ความถี่ (จำนวน งานวิจัย)
	ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ	ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ	ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและเป็นผู้สมัคร	ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและเป็นผู้สมัคร		
	Rozemeijer, Harold Dangi and et al. (2001, Online)	Jamal (2016)	Jewell, Sally, Ali and Galaski (2004, 2010, 2018)	Tosun (2000)	Murphy, Moscardo and Blackman (2014)	
6. การท่องเที่ยวส่งผลดีต่อชุมชน	•	•	•	•		4
7. ชุมชนมีอิสระในการประกอบการตัดสินใจ	•	•	•	•	•	4
8. หน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน	•	•	•	•	•	4
9. มีใช้การตลาด		•	•	•	•	4
10. สินค้าทางการท่องเที่ยวผลิตจากทรัพยากรในท้องถิ่น		•		•	•	3

ตาราง 6 (ต่อ)

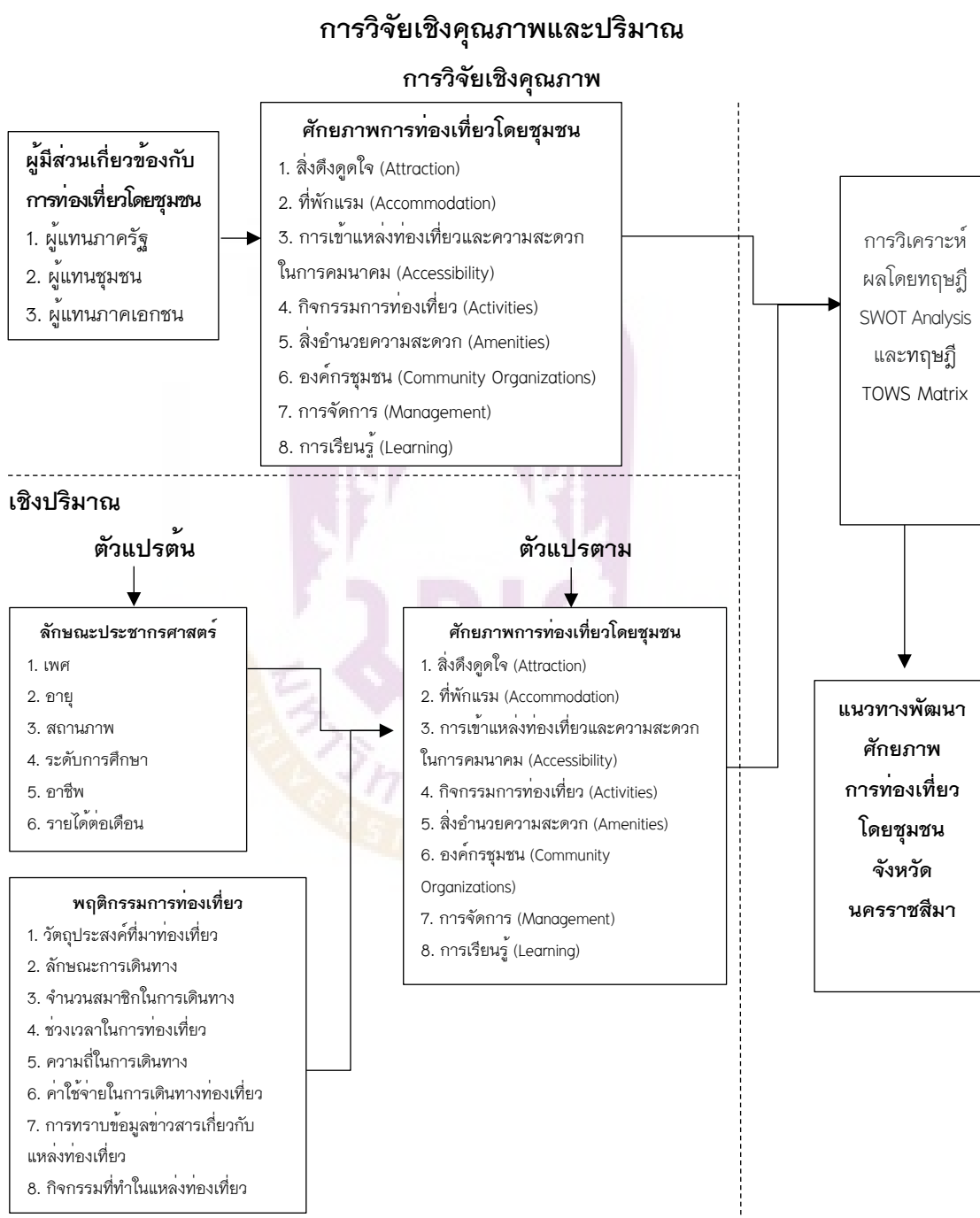
ปัจจัย	ส่งผลต่อความสำเร็จ		ส่งผลต่อความสำเร็จ และเป็นผู้สรุป				เป็นผู้สรุป (จำนวน งานวิจัย)
	Rozemeijer, et al. (2001, Online)	Harold and Rosa (2009)	Dangi and Jamal (2016)	Jewell, et al. (2004)	Sally, et al. (2010)	Dodds, Ali and Galaski (2018)	
11. ความเป็นหนึ่งเดียวกัน และการทำงานร่วมกันของ คนในชุมชน	•	•	•	•	•	•	3
12. ผู้นำมีศักยภาพที่ดี	•	•	•	•	•	•	3
13. ความชัดเจน ด้านค่าใช้จ่ายและ ผลตอบแทนจาก การท่องเที่ยว	•	•	•	•	•	•	3
14. ระบบการจัดการ ภาครัฐมีประสิทธิภาพ และมีกฎหมายที่ชัดเจน	•	•	•	•	•	•	3
15. ทรัพยากรบุคคล มีความพร้อม	•	•	•	•	•	•	3

ตาราง 6 (ต่อ)

ปัจจัย	ส่งผลต่อความล้มเหลว		ส่งผลต่อความสำเร็จ		เป็นอุปสรรค		ความถี่ (จำนวน งานวิจัย)
	ส่งผลต่อความล้มเหลว	ส่งผลต่อความสำเร็จ	ส่งผลต่อความล้มเหลว และเป็นอุปสรรค	ส่งผลต่อความสำเร็จ	เป็นอุปสรรค	เป็นอุปสรรค	
	Rozemeijer, Harold and Rosa Online	Dangi and Jamal (2016)	Jewell, et al. (2004)	Sally, et al. (2010)	Dodds, Ali and Galaski (2018)	Tosun (2000)	Murphy, Moscardo and Blackman (2014)
16. การจัดการโดยชุมชน มีประสิทธิภาพ	•		•	•			3
17. คนในชุมชนมีส่วนร่วม ในการตัดสินใจ	•	•		•			3
18. ชุมชนมีสิทธิ ในการควบคุมทรัพยากร และจัดการที่ดิน	•	•			•		3
19. การท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรม ในชุมชน	•			•	•		3

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง สามารถนำมาเขียนกรอบแนวคิดความคิดการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้ภาพต่อไปนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) (Paul, 2008a) ประกอบด้วย 1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัยสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ เพื่อทราบถึงปัจจัยที่สามารถช่วยพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) (Greg, Emily and Marilyn, 2013) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งสิ้น 28 คน นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ตามหลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) (โยธิน แสงดี, 2556; สมหมาย ตามประวัติ, 2555, สืบออนไลน์) SWOT Analysis (ชยางกูร จันทะวัน, รุจิรา แหวนนิล และธิปไตย พงษ์ศาสตร์, 2560) และ TOWS Matrix (Michael, 2007) เพื่อสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) และการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 คือ เพื่อศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งสิ้น 28 คน

การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญผู้วิจัยใช้วิธีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยแบ่งการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลเป็น 2 แบบ ได้แก่ การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (Paul, 2008b) และการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่พบได้ง่าย (Katherine, 2014) โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องแท้จริงและครอบคลุมประเด็นวิจัยมากที่สุด โดยการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 แบบ รวมทั้งสิ้น 28 คน มีรายละเอียดดังนี้

1. แบบที่ 1 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (Paul, 2008b) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1.1 กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 4 คน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมาหรือผู้แทนที่เกี่ยวข้อง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา และผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของหน่วยงานภาครัฐ ในระดับผู้บริหารและระดับปฏิบัติการ

1.2 กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนละ 2 คน จาก 6 ชุมชน รวมจำนวน 12 คน ซึ่งผู้แทนชุมชนเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของผู้แทนชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

2. แบบที่ 2 การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล แบบตามสะดวก (Convenience Sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างที่พบได้ง่าย (Katherine, 2014)

กลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนละ 2 คน จาก 6 ชุมชน รวมจำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องที่ได้รับผลประโยชน์และได้รับผลกระทบมากที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของผู้ประกอบการท้องถิ่น

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างเครื่องมือ

แบบการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In -depth interview)

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

(Semi-Structured Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยผู้วิจัยนำผลจากการศึกษาเอกสารเกี่ยวกับบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีข้อคำถามในการสนทนาเกี่ยวข้องกับเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ดังนี้

1.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ ประกอบด้วย

1.1.1 ชื่อ-สกุล

1.1.2 ตำแหน่งงาน

1.1.3 หน่วยงานหรือองค์กร

1.1.4 สถานที่ติดต่อ

1.1.5 วันเดือนปีที่สัมภาษณ์

1.1.6 เวลาเริ่มและจบการสัมภาษณ์

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในสภาวะการณ์ปัจจุบัน ประกอบด้วย

1.2.1 สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)

1.2.2 ที่พักแรม (Accommodation)

1.2.3 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม (Accessibility)

1.2.4 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

1.2.5 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

1.2.6 องค์กรชุมชน (Community Organizations)

1.2.7 การจัดการ (Management)

1.2.8 การเรียนรู้ (Learning)

1.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่

1.3.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายใน ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อนของชุมชน

1.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก ประกอบด้วย ความคิดเห็นเกี่ยวกับโอกาส และอุปสรรคของชุมชน

1.4 คำถามปลายเปิดและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ ทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา การเปลี่ยนแปลง สภาพการท่องเที่ยวในปัจจุบันไปสู่อนาคต แนวทางการส่งเสริมการตลาด การท่องเที่ยวโดยชุมชน

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือที่มีความตรงและถูกต้อง ผู้วิจัยจึงตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความชำนาญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้ตรวจสอบความสอดคล้องเชิงเนื้อหาให้มีข้อคำถามที่ครอบคลุมครบถ้วน และสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ผู้วิจัยต้องการศึกษา โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) (Turner and Carlson, 2003) จำนวน 5 ท่าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ ดังนี้

1. ผู้วิจัยนำหนังสือราชการ จากทางวิทยาลัยการจัดการกรุงเทพ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิจัย ยื่นต่อผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการขอความร่วมมือการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ โดยนำเสนอผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา เพื่อขอความอนุเคราะห์เข้าสัมภาษณ์ ตามวันและเวลาที่ได้รับอนุญาต ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้
2. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง จากภาคสนามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมลักษณะประชากร และนำข้อมูลที่รวบรวมได้ มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา สรุป อภิปรายผล จะให้ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เป็นวิธีการในทางสังคมศาสตร์เพื่อการศึกษาเนื้อหาของเอกสาร (สมหมาย ตามประวัติ, 2555, สื่อออนไลน์) และเป็นการตีความสร้างข้อสรุป แบบอุปนัย (Induction) โดยการนำข้อมูลของเอกสาร ได้แก่ ถ้อยคำ ประโยค หรือใจความที่ปรากฏในบทสัมภาษณ์ที่เป็นถ้อยคำ ประโยค หรือใจความมาจัดเรียง ความสำคัญ จัดกลุ่มของเนื้อหาวิเคราะห์ จำแนก สรุปประเด็นสำคัญ (เอี่ยมพร หลินเจริญ, 2555) พร้อมกับพิจารณาความสมบูรณ์ของข้อมูล พิจารณาตามกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยการจับบันทึกการบันทึกเสียงระหว่างสัมภาษณ์เพื่อความถูกต้องของข้อมูล และใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) (Bettina, 2014, Online) เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้ครบถ้วนถูกต้อง และน่าเชื่อถือหรือไม่

สุภางค์ จันทวานิช (2554) กล่าวว่า การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า คือ การไม่ปักใจว่าแหล่งข้อมูลแหล่งใดแหล่งหนึ่งที่ได้มาตั้งแต่แรกเป็นแหล่งที่เชื่อถือได้แล้ว นักวิจัยจำเป็นต้องแสวงหาความเป็นไปได้ว่ายังมีแหล่งอื่นใดอีกบ้าง โดยการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้าสามารถทำได้โดย

1. การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยพิจารณาจากแหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคลที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าข้อมูลต่างเวลา กันจะเหมือนกันหรือไม่ ถ้าข้อมูลต่างสถานที่จะเหมือนกันหรือไม่ และถ้าบุคคลผู้ให้ข้อมูลเปลี่ยนไปข้อมูล จะเหมือนเดิมหรือไม่

2. การตรวจสอบสามเส้าด้าน วิธีการเก็บข้อมูล (Methodological Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ และนำมาประมวลผลรวมทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มตัวอย่าง โดยการเปลี่ยนตัวผู้สังเกตหรือสัมภาษณ์ โดยในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เปลี่ยนผู้สัมภาษณ์ที่เป็นผู้แทนในแต่ละชุมชน รวมถึงผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. การตรวจสอบสามเส้าด้านนักวิจัย (Investigator Triangulation) โดยใช้ผู้เก็บข้อมูลที่ต่างกัน ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบข้อมูลโดยเปลี่ยนผู้สังเกต และตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้เหมือนกันหรือไม่ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ สุมิตร สุวรรณ (2561)

โดยการนำผลข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อหาข้อสรุปจากข้อมูล การประเมินผลศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อพิจารณา จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ผู้วิจัยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกโดยใช้ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ในการสรุปผลและจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนาและหาแนวทางทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

สมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน

กรณีที่ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มี 2 กลุ่มจะใช้ T-Test เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นในศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน หากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบด้วย Post Hoc Multiple Comparisons ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบเป็นรายคู่

ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) โดยเป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน

กรณีที่ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวมี 2 กลุ่มจะใช้ T-Test เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นในศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน หากปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วย Post Hoc Multiple Comparisons ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) โดยเป็นการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นในศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นข้อมูลระดับเรียงลำดับ (Ordinal) ซึ่งใช้การหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมนที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในช่วงเวลานั้น ที่จังหวัดนครราชสีมา

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว หรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา และผู้วิจัยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) (Paul, 2008b)

โดยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาอย่างแน่นอน แต่ทราบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนมาก จึงใช้วิธีการคำนวณสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ William (1977) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{p(1-p)p^2}{p^2}$$

n = จำนวนของขนาดตัวอย่าง

p = ค่าสัดส่วนที่ต้องการสุ่ม (กำหนดเท่ากับ 0.40)

z =ค่าคะแนนมาตรฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่นที่กำหนดไว้
 (=1.96 เมื่อกำหนดค่าความเชื่อมั่นในการทดสอบ คือ 95%)
 e =ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05 หรือ 5%)

$$n = \frac{0.40(1-0.40)(1.96)^2}{(0.05)^2}$$

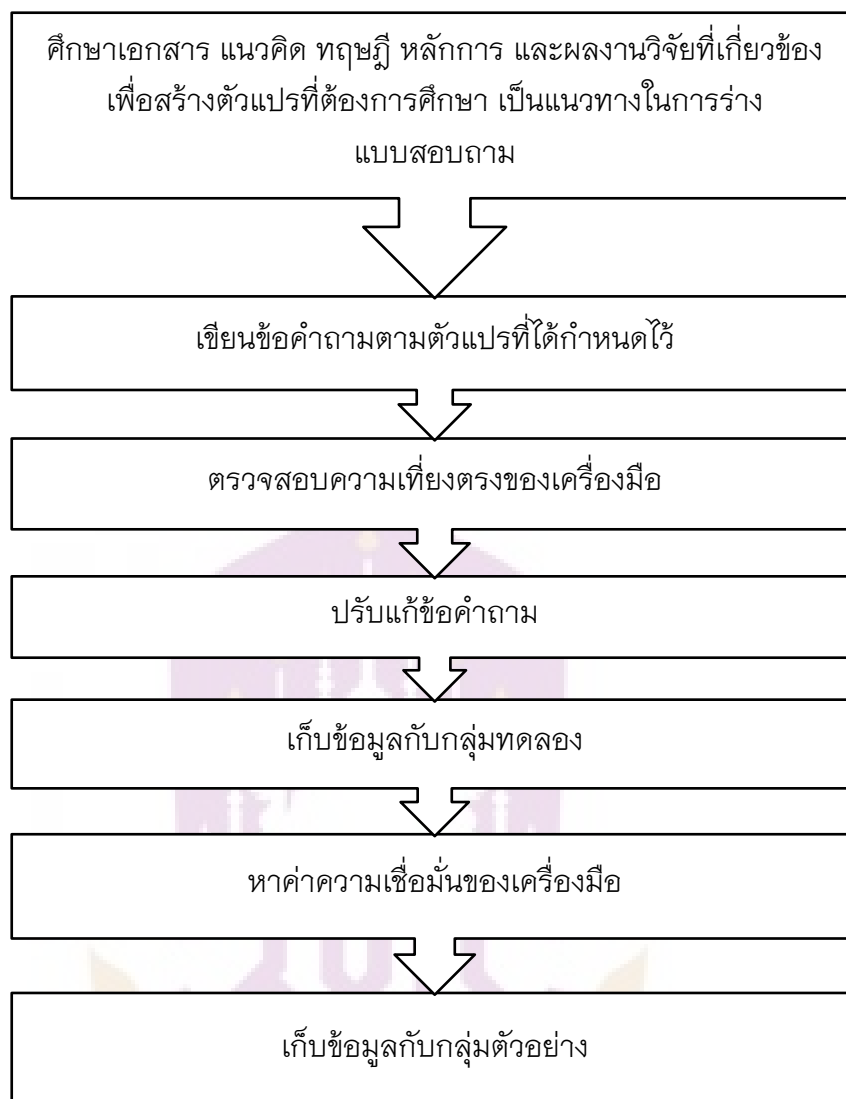
$$n = 368.79$$

จากการคำนวณ ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 370 คน ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยวิธีการ
 สุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยทำการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจาก 5 อำเภอ
 6 ชุมชน ๆ ละ 100 คน ที่สามารถอุทิศเวลาให้กับการตอบคำถามได้ตลอดระยะเวลา
 ที่ดำเนินการวิจัยด้วยความสมัครใจ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การสร้างเครื่องมือแบบสอบถาม

แบบสอบถามเป็นการสอบถามเพื่อสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีขั้นตอน
 ในการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังภาพต่อไปนี้



ภาพ 2 ขั้นตอนในการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เพื่อให้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่มีความตรงและถูกต้อง ผู้วิจัยจึงตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถาม ได้แก่ การตรวจสอบค่าความตรงของเนื้อหา (Content Validity) เป็นการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อว่ามีความสอดคล้องกับเนื้อหาและตรงตามตัวแปรที่ต้องการศึกษาหรือไม่ และการตรวจสอบความเป็นปรนัย (Objectivity) เป็นการตรวจสอบว่าข้อคำถามสามารถสื่อความหมายได้อย่างชัดเจน และเข้าใจได้ตรงกันตามที่ผู้วิจัยต้องการสื่อความหมาย โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมของเนื้อหา ความสอดคล้องของข้อคำถาม ความเหมาะสมของ ปริมาณคำถาม ความชัดเจนของภาษา และรูปแบบของแบบสอบถาม ทำการปรับปรุงแก้ไข ข้อคำถามในส่วนที่ไม่สมบูรณ์ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

2.2 นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุง แก้ไขข้อคำถามตามคำแนะนำของอาจารย์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เรียบร้อยแล้ว ไปเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ด้านความตรงของเนื้อหา (Content Validity) ด้วยการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อคำถาม กับจุดมุ่งหมายที่ต้องการวัด และความชัดเจนของภาษา โดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน

2.3 ทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยการนำร่างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ ที่ได้เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความถูกต้อง และความครอบคลุม ของเนื้อหา (Content Validity) นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) (อัครวิน แสงพิบูล, 2556) เพื่อทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\text{สูตร IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

โดย IOC = ความสอดคล้องระหว่างวัตถุประสงค์กับแบบทดสอบ

$\sum R$ = ผลรวมคะแนนการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

เห็นว่ายสอดคล้อง ให้คะแนน +1

ไม่แน่ใจ ให้คะแนน 0

เห็นว่าไม่สอดคล้อง ให้คะแนน -1

จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยกำหนดเกณฑ์ค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่ามีความสอดคล้อง ส่วนที่มีค่าน้อยกว่า 0.50 นำมาปรับปรุงแก้ไขสมบูรณ์ตามคำแนะนำ ของผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องทั้งฉบับสมบูรณ์อยู่ที่ 0.85 จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน

2.4 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจแก้ไขตามความสมบูรณ์ ของเนื้อหา ก่อนนำไปทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะเดียวกันกับกลุ่ม ที่จะทำการศึกษาจริง 30 คน เพื่อนำคำตอบมาหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของ แบบสอบถามเช่นเดียวกับการทดสอบการเก็บข้อมูลจริงโดยวิธีวัดความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) (สุวิมล ติรกานันท์, 2550)

ผู้วิจัยใช้การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยอาศัยแนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การตรวจสอบศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (5A's) และองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้น การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะศึกษาทั้งหมด 8 องค์ประกอบ เป็นสภาพแวดล้อมทางการท่องเที่ยวรวมทั้งแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยแบบสอบถามมีทั้งหมด 4 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-Ended Questions) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Check List)

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นลักษณะคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ให้ตัดสินใจเลือก 5 ระดับ คือ เห็นด้วยมากที่สุด เห็นด้วยมาก เห็นด้วยปานกลาง เห็นด้วยน้อย และเห็นด้วยน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ลักษณะคำถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งจะใช้วิธีการแบ่งช่วงการแปรผลตามหลักของการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยระดับการให้คะแนนเฉลี่ยของแต่ละระดับใช้สูตรการคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553)

เห็นด้วยมากที่สุด ให้ค่าน้ำหนัก 5 คะแนน

เห็นด้วยมาก ให้ค่าน้ำหนัก 4 คะแนน

เห็นด้วยปานกลาง ให้ค่าน้ำหนัก 3 คะแนน

เห็นด้วยน้อย ให้ค่าน้ำหนัก 2 คะแนน

เห็นด้วยน้อยที่สุด ให้ค่าน้ำหนัก 1 คะแนน

กำหนดเกณฑ์การพิจารณาโดยการหาพิสัยของอันตรภาคชั้นได้จากสูตร

$$\text{พิสัย} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{พิสัย} = \frac{5-1}{5}$$

$$\text{พิสัย} = 0.8$$

ดังนั้น ระดับที่ใช้ในการประเมินมีลำดับคะแนน ดังนี้

4.21-5.00=เห็นด้วยมากที่สุด

3.41-4.20=เห็นด้วยมาก

2.61–3.40=เห็นด้วยปานกลาง

1.81–2.60=เห็นด้วยน้อย

1.00–1.80=เห็นด้วยน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยขั้นตอนนี้เป็น การสำรวจพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน และความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนของนักท่องเที่ยว โดยมีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้

1. วิจัยประสานงานกับสถานที่ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานผู้รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว และผู้นำชุมชน

2. ผู้วิจัยนำหนังสือราชการ จากทางวิทยาลัยการจัดการกรุงเทพ มหาวิทยาลัยพะเยา เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลการทำวิจัย ยื่นต่อสถานที่ หน่วยงานเอกชน หน่วยงานผู้รับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยว และผู้นำชุมชนเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยด้วยแบบสอบถาม เมื่อได้รับอนุญาตแล้ว ผู้วิจัยลงพื้นที่ภาคสนาม เพื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามในการวิจัย

3. ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองร่วมกับผู้ช่วยนักวิจัย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมลักษณะประชากร และนำข้อมูลที่รวบรวมได้ มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา สรุปอภิปรายผลและให้ข้อเสนอแนะ โดยทำการคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์

4. ผู้วิจัยดำเนินการนำแบบสอบถามทั้งหมดที่ได้ทำการคัดเลือกแล้วมาจัดระเบียบข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาลงรหัสและนำมาประมวลผล โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยระบบคอมพิวเตอร์ซึ่งใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการวิเคราะห์ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ซึ่งเป็นการจัดหมวดหมู่แสดงจำนวนของข้อมูลจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยว (ล่วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540; สุวิมล ติรภานันท์, 2550)

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด (Closed-Ended Questions) ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ รายได้ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนและข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยวลักษณะคำตอบเป็นตัวเลือก (Check List) สามารถวิเคราะห์ได้โดยค่าสถิติ ร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ยเลขคณิตที่แจกแจงความถี่

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{n}$$

โดย $\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยจากกลุ่มตัวอย่าง

$\sum fx$ = ผลรวมของผลคูณระหว่างความถี่กับข้อมูล

f = ความถี่ของข้อมูล

n = จำนวนของข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

การหาค่าเฉลี่ยจากข้อมูลที่มีการจัดหมวดหมู่สามารถใช้จุดกึ่งกลางชั้นแทนข้อมูลได้ โดยคำนวณจากสูตร

$$\text{จุดกึ่งกลางชั้น} = \frac{\text{ขีดจำกัดบน} - \text{ขีดจำกัดล่าง}}{2}$$

ในส่วน of ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ถูกนำเสนอโดยค่าเฉลี่ยเลขคณิตแจกแจงความถี่และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากสูตร

$$S.D. = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{X})^2}{n-1}}$$

โดย S.D. = ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อปัจจัยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจัยนั้น ๆ

$\bar{X}$ = ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นต่อปัจจัยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ปัจจัยนั้น ๆ

X = ค่าความคิดเห็นต่อปัจจัยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

n = จำนวนของข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

นำผลการวิเคราะห์จากการประมวลผล ที่ได้มาอธิบาย และพิสูจนสมมติฐานต่อไป

การพิสูจนสมมติฐาน

เพื่อพิสูจนสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันทำให้ความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน และสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ทำให้ความคิดเห็นในศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน จะใช้ T-Test กรณีที่ปัจจัยทดสอบมี 2 กลุ่มข้อมูล หากปัจจัยทดสอบมีจำนวนกลุ่มข้อมูลตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป จะใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และเมื่อพบความแตกต่าง จะทำการทดสอบด้วย Post Hoc Multiple Comparisons ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference)

ในการทดสอบค่าเฉลี่ยกรณีปัจจัยที่ต้องการทดสอบมี 2 กลุ่มข้อมูลนั้น จะพิจารณาว่ากลุ่มข้อมูลที่ต้องการทดสอบทั้งสองกลุ่มเป็นอิสระจากการหรือไม่ เพื่อเลือกใช้สูตรของสถิติทดสอบให้ถูกต้อง นอกจากนี้ยังพิจารณาอีกว่าความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลของปัจจัยที่ต้องการทดสอบเท่ากันหรือไม่ ซึ่งในการใช้สถิติ T-Test ทดสอบกรณีปัจจัยที่ต้องการทดสอบ

มี 2 กลุ่มข้อมูลและเป็นอิสระต่อกันนั้น มีสูตรที่ใช้ทดสอบอยู่ 2 สูตรด้วยกัน กล่าวคือ สูตรที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูล 2 กลุ่มที่มีค่าเท่ากัน ($\sigma_1^2 = \sigma_2^2$) หรือในการวิเคราะห์กลุ่มข้อมูลแต่ละกลุ่มมีจำนวนเท่ากัน (t-test แบบ Pooled variance) และสูตรที่ใช้ในการวิเคราะห์ความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูล 2 กลุ่มที่มีค่าไม่เท่ากัน ($\sigma_1^2 \neq \sigma_2^2$) (T-Test แบบ Separated Variance) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540) ดังนั้น เมื่อผู้วิจัยจะใช้ T-Test กรณีดังกล่าวจะทำการทดสอบก่อนว่า ความแปรปรวนของประชากรแต่ละกลุ่มมีค่าเท่ากันหรือไม่โดยใช้ F-Test เพื่อจะได้เลือกใช้สูตรของ T-Test ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสมต่อไป

สูตรสถิติ T-Test กรณีที่มีความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลเท่ากัน ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{(n_1-1)S_1^2 + (n_2-1)S_2^2}{n_1+n_2-2} \left[\frac{1}{n_1} + \frac{1}{n_2} \right]}}, df = n_1 + n_2 - 2$$

โดย t=ค่าการแจกแจงของที (t-Distribution)

$\bar{X}_1$ =ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มข้อมูลที่ 1

$\bar{X}_2$ =ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มข้อมูลที่ 2

S_1^2 =ความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลที่ 1

S_2^2 =ความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลที่ 2

n_1 =ขนาดของกลุ่มข้อมูลที่ 1

n_2 =ขนาดของกลุ่มข้อมูลที่ 2

สูตรสถิติ T-Test กรณีที่มีความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลไม่เท่ากัน ใช้สูตร

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2}}}, df = \frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} + \frac{S_2^2}{n_2} \right)}{\frac{\left(\frac{S_1^2}{n_1} \right)^2}{n_1-1} + \frac{\left(\frac{S_2^2}{n_2} \right)^2}{n_2-1}}$$

โดย t=ค่าการแจกแจงของที (t-Distribution)

$\bar{X}_1$ =ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มข้อมูลที่ 1

$\bar{X}_2$ =ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มข้อมูลที่ 2

S_1^2 =ความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลที่ 1

S_2^2 =ความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลที่ 2

n_1 =ขนาดของกลุ่มข้อมูลที่ 1

n_2 =ขนาดของกลุ่มข้อมูลที่ 2

สูตรสถิติ F-Test เพื่อทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวนก่อนเลือกใช้สูตรสถิติ T-Test ใช้

$$F = \frac{S_{\max}^2}{S_{\min}^2}, df_1 = n_1 - 1, df_2 = n_2 - 1$$

โดย F=ค่าการแจกแจงของแอฟ (F-Distribution)

$S_{\max}^2$ =ความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลที่มีค่ามากกว่า

$S_{\min}^2$ =ความแปรปรวนของกลุ่มข้อมูลที่มีค่าน้อยกว่า

n_1 =ขนาดของกลุ่มข้อมูลที่ 1

n_2 =ขนาดของกลุ่มข้อมูลที่ 2

ตาราง 7 แสดงสูตร One-Way ANOVA เพื่อทดสอบปัจจัยที่มีจำนวนกลุ่มข้อมูลตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป

Source of Variance	df	Sum Square (SS)	Mean Square (MS)	F-ratio
Between Groups (Treatment) ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม	k-1, k=จำนวนกลุ่ม	$SSB = \sum_{j=1}^k \left(\frac{T_j^2}{n_j} \right) - \frac{T^2}{n}$ $SSB = \sum_{j=1}^k n_j (\bar{X}_j - \bar{X}_t)^2$	$MSB = \frac{SSB}{k-1}$	$F = \frac{MSB}{MSW}$
Within Groups (Error) ความแปรปรวนภายในกลุ่ม	n-k, n=จำนวนตัวอย่างทั้งหมด	$SSW = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x_{ij}^2 - \sum_{j=1}^k \left(\frac{T_j^2}{n_j} \right)$ $SSW = SST - SSB$ $SSW = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^n (x_{ij} - \bar{X}_j)^2$	$MSW = \frac{SSW}{n-k}$	
Total	n-1	$SST = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^{n_j} x^2 - \frac{T^2}{n}$ $SST = \sum_{j=1}^k \sum_{i=1}^n (x_{ij} - \bar{X}_j)^2$		

ที่มา: ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2540

โดย T_i = ผลรวมของข้อมูลจำนวน n ข้อมูลในแต่ละกลุ่ม

T = ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n_j = จำนวนของข้อมูลในแต่ละกลุ่ม

k = จำนวนกลุ่มข้อมูล

X_{ij} = ข้อมูลตัวที่ i ในกลุ่ม j

$\bar{X}_j$ = ค่าเฉลี่ยของกลุ่ม j

$\bar{X}_i$ = ค่าเฉลี่ยรวม

การวิเคราะห์เปรียบเทียบพหุคูณแบบ LSD (กัลยา วาณิชย์บัญชา และฐิตา วาณิชย์บัญชา, 2558) โดยใช้สูตร

$$LSD = t_{\alpha/2} \sqrt{MSE \left(\frac{1}{n_i} + \frac{1}{n_j} \right)}$$

โดย MSE = ค่าความแปรปรวนจาก One-Way ANOVA

n_i = ขนาดของกลุ่มข้อมูลที่ i

n_j = ขนาดของกลุ่มข้อมูลที่ j

X_i = ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มข้อมูลที่ i

$\bar{X}_j$ = ค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มข้อมูลที่ j

ถ้า $|\bar{X}_i - \bar{X}_j| > LSD$ แสดงว่า $\mu_i \neq \mu_j$

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพิสูจน์สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ใช้การหาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (Spearman Rank Correlation) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 เพื่อวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน สูตรที่ใช้ในการหาขนาดและทิศทาง คือ

$$r_s = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

โดย r_s = ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน

d = ความแตกต่างระหว่างอันดับของสองตัวแปร

n = ขนาดของกลุ่มข้อมูล

หากข้อมูลมีลักษณะซ้ำ ๆ เกิดขึ้น สูตรที่ใช้ คือ (Ronald, Eun and Mike, 2006)

$$t = \frac{r_s \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}, df=n-2$$

โดยมีสมมติฐานหลักว่า กลุ่มข้อมูลทั้งสองไม่มีความสัมพันธ์กัน ($r_{sy}=0$)

โดย t =ค่าการแจกแจงของที (t -Distribution)

r_s =ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สเปียร์แมน

n =ขนาดของกลุ่มข้อมูล

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (r_s) จะแสดงทั้งขนาดและเครื่องหมายที่ระบุความสัมพันธ์ของกลุ่มข้อมูล เครื่องหมายบวก (+) หรือลบ (-) จะแสดงทิศทางของความสัมพันธ์ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมนจะมีพิสัยระหว่าง +1 ถึง -1 ที่แสดงถึงความสัมพันธ์อย่างสมบูรณ์ กล่าวคือ +1 แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างสมบูรณ์ ค่า 0 แสดงว่าไม่มีความสัมพันธ์แบบทางเดียว (Monotonic) และค่า -1 แสดงความสัมพันธ์เชิงลบอย่างสมบูรณ์ (Joseph, et al., 2010, Online) การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของสเปียร์แมน (r_s) สามารถทำได้โดยการเทียบช่วงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ (John and James, 2006) ตารางต่อไปนี้

ตาราง 8 แสดงการเทียบช่วงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์	ระดับความสัมพันธ์
0.81-1.00	มีความสัมพันธ์กันมาก
0.51-0.80	มีความสัมพันธ์กันปานกลาง
0.21-0.50	มีความสัมพันธ์กันน้อยหรือต่ำ
0.01-0.20	มีความสัมพันธ์กันน้อยมาก
0.00	ไม่มีความสัมพันธ์กัน

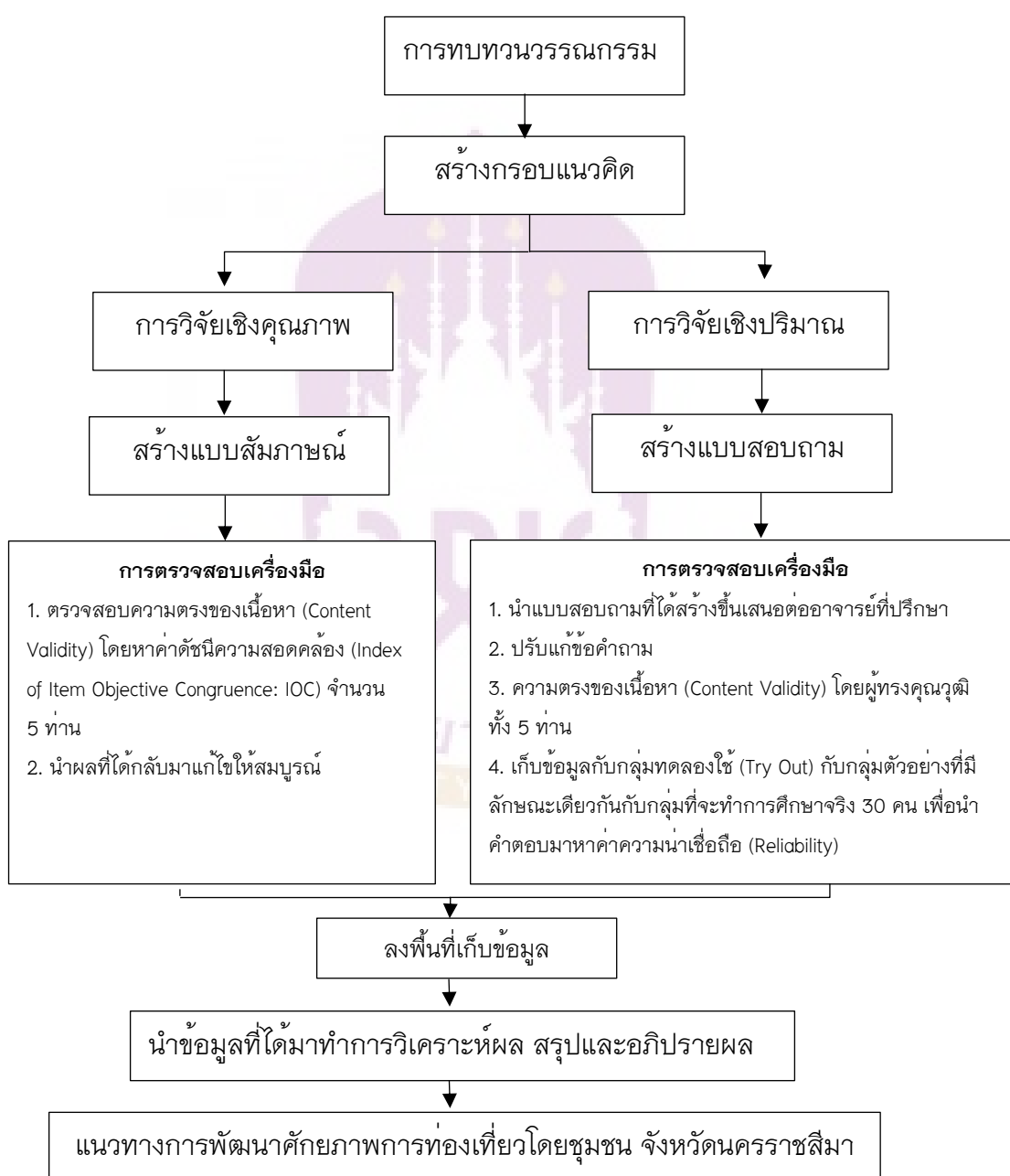
การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ และได้ตรวจสอบความถูกต้องทั้งหมดแล้ว ผู้วิจัยจึงจัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. จากข้อมูลที่ได้รวบรวมได้ทำการวิเคราะห์โดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

2. สังเคราะห์ข้อมูลโดย ทฤษฎี TOWS Matrix เพื่อนำผลการวิเคราะห์มากำหนดกลยุทธ์เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
3. เสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมาต่อไป

สรุปขั้นตอนการวิจัย



ภาพ 3 ขั้นตอนการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) (Paul, 2008a) ประกอบด้วย 1) การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย 2) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) อาศัยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) (Greg, Emily and Marilyn, 2013) จากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ โดยจำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน และกลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวมทั้งสิ้น 28 คน นำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ตามหลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) (โยธิน แสงวดี, 2556; สมหมาย ตามประวัติ, 2555, สืบออนไลน์) SWOT Analysis (ชยางกูร จันทะวัน, รุจิรา แหวนนิล และธิปไตย พงษ์ศาสตร์, 2560) และ TOWS Matrix (Michael, 2007) เพื่อสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
 2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
 3. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
 4. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)
 2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)
 3. การประเมินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

สมมติฐานของการวิจัยมี 3 ข้อ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในช่วงเวลานั้น ที่จังหวัดนครราชสีมา

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ในการวิจัย ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มแบบโควตา (Quota Sampling) โดยผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษาอย่างแน่นอน จึงใช้วิธีการคำนวณสูตรหาจำนวนขนาดตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรของ William (1977) ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 370 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) จากการคำนวณ ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 370 คน โดยทำการเก็บข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างจาก 5 อำเภอ 6 ชุมชน ๆ ละ 100 คน ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 600 คน ที่สามารถอุทิศเวลาให้กับการตอบคำถามได้ตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัยด้วยความสมัครใจ

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 600 ชุด เป็นแบบสอบถามที่มีข้อมูลขาดหาย เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลไม่ยอมให้ข้อมูลหรือให้ข้อมูลไม่ครบถ้วน ซึ่งเป็นการขาดหายของข้อมูลแบบสุ่มอย่างสมบูรณ์ (Missing Completely at Random: MCAR) ได้จำนวนแบบสอบถามทั้งสิ้น จำนวน 555 ชุด โดยผู้วิจัยดำเนินการตัดแบบสอบถามที่ข้อมูลขาดหายออกแบบ Listwise Deletion (LD) โดยคำนึงถึงจำนวนแบบสอบถามขั้นต่ำที่สามารถใช้แทนความคิดเห็นของประชากรตามแนวคิด William (1977) ซึ่งการตัดแบบสอบถามที่ข้อมูลขาดหายออกนั้นสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yiran and Chao-Ying (2013) กล่าวคือ เทคนิคที่นักวิจัยใช้เพื่อจัดการข้อมูลที่ขาดหาย ได้แก่ การตัดข้อมูลขาดหายออกแบบ Listwise Deletion (LD) ร้อยละ 21.7 การแทนค่าข้อมูลที่ขาดหายด้วยการประเมินค่าแบบ Maximum Likelihood Estimation (EM) ร้อยละ 8.7 และการตัดข้อมูลขาดหายออกแบบ Pairwise Deletion (PD) ร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

1. การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

เป็นการรายงานผลวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 555 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงรายละเอียดตามตาราง 9

ตาราง 9 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	294	52.97
1.2 หญิง	261	47.03
รวม	555	100.00
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 25 ปี	218	39.28
2.2 25-34 ปี	164	29.55
2.3 35-44 ปี	105	18.92
2.4 45-54 ปี	51	9.19
2.5 55-64 ปี	17	3.06
รวม	555	100.00
3. ระดับการศึกษา		
3.1 ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	89	16.04
3.2 มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา	263	47.39
3.3 ปริญญาตรี	186	33.51
3.4 สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	17	3.06
รวม	555	100.00
4. อาชีพ		
4.1 ข้าราชการ/พนักงานรัฐ	56	10.09
4.2 พนักงานบริษัท	119	21.44
4.3 ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	162	29.19
4.4 เกษตรกร	56	10.09
4.5 นักเรียน/นักศึกษา	162	29.19
รวม	555	100.00

ตาราง 9 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
5. สถานภาพ		
5.1 โสด	370	66.67
5.2 สมรส	185	33.33
รวม	555	100.00
6. รายได้ต่อเดือน		
6.1 15,000 บาทหรือต่ำกว่า	279	50.27
6.2 15,001–30,000 บาท	182	32.79
6.3 30,001–45,000 บาท	54	9.73
6.4 45,001 บาทขึ้นไป	40	7.21
รวม	555	100.00

จากตาราง 9 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 52.97) ช่วงอายุ ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 39.28) รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 25–34 ปี และ 35–44 ปี (ร้อยละ 29.55, 18.92 ตามลำดับ) โดยมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษามากที่สุด (ร้อยละ 47.39) รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา (ร้อยละ 33.51, 16.04 ตามลำดับ) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 29.19) รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัท (ร้อยละ 21.44) ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 66.67) โดยมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 บาทหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 50.27) รองลงมาได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท (ร้อยละ 32.79)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

เป็นการรายงานผลการวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีรายละเอียดแสดงตามตาราง 10

ตาราง 10 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง
นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว		
1.1 เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	326	58.74
1.2 เพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง	42	7.57
1.3 เพื่อการศึกษาหาความรู้	113	20.36
1.4 เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	74	13.33
รวม	555	100.00
2. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว		
2.1 รถยนต์ส่วนบุคคล	495	89.19
2.2 รถโดยสารประจำทาง (ปลายทางจังหวัดนครราชสีมา)	30	5.41
2.3 จักรยานยนต์	30	5.41
รวม	555	100.00
3. จำนวนสมาชิกที่รวมเดินทาง		
3.1 มาคนเดียว	57	10.27
3.2 2-3 คน	227	40.90
3.3 4-5 คน	188	33.87
3.4 6 คนขึ้นไป	83	14.95
รวม	555	100.00
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
4.1 ช่วงเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์	109	19.64
4.2 ช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม	104	18.74
4.3 ช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม	302	54.41
4.4 ช่วงเดือนกันยายน-พฤศจิกายน	40	7.21
รวม	555	100.00
5. ความถี่ในการเดินทาง		
5.1 1-2 ครั้งต่อปี	242	43.60
5.2 3-4 ครั้งต่อปี	181	32.61
5.3 5-6 ครั้งต่อปี	52	9.37
5.4 มากกว่า 6 ครั้งต่อปี	80	14.41
รวม	555	100.00

ตาราง 10 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ	
6. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อคน)			
6.1 น้อยกว่า 2,000 บาท	313	56.40	
6.2 2,001–5,000 บาท	160	28.83	
6.3 5,000–8,000 บาท	60	10.81	
6.4 มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป	22	3.96	
รวม	555	100.00	
พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ	ร้อยละต่อกรณี
7. ทานรู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อใด (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)			
7.1 โทรทัศน์	50	6.05	9.01
7.2 เว็บไซต์ (Web Site)	181	21.89	32.61
7.3 เฟสบุ๊ก (Facebook)	216	26.12	38.92
7.4 อินสตาแกรม (Instagram)	28	3.39	5.05
7.5 ไลน์ (Line)	18	2.18	3.24
7.6 ครอบครัว	150	18.14	27.03
7.7 เพื่อน	173	20.92	31.17
7.8 อื่น ๆ	11	1.33	1.98
รวม	827	100.00	149.01
8. รูปแบบกิจกรรมที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวโดยชุมชน (เลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)			
8.1 กิจกรรมทางการเกษตร	112	12.66	20.18
8.2 กิจกรรมแบบผจญภัย เช่น ส่องสัตว์ ขับ ATV	65	7.34	11.71
8.3 กิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรม	193	21.81	34.77
จากชุมชน			
8.4 กิจกรรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์	198	22.37	35.68
และแหล่งโบราณคดี			
8.5 กิจกรรมถ่ายภาพ	303	34.24	54.59
8.6 อื่น ๆ	14	1.58	2.52
รวม	885	100.00	159.46

จากตาราง 10 แสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 58.74)

รองลงมา คือ เพื่อการศึกษาหาความรู้ (ร้อยละ 20.36) ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยวในส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล (ร้อยละ 89.19) จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยกัน 2-3 คน (ร้อยละ 40.90) รองลงมา คือ เดินทางมาด้วยกัน 4-5 คน (ร้อยละ 33.87) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม (ร้อยละ 54.41) รองลงมาเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือน ธันวาคม-กุมภาพันธ์ (ร้อยละ 19.64) สำหรับความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 43.60) รองลงมา คือ 3-4 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 32.61) โดยมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนน้อยกว่า 2,000 บาท (ร้อยละ 56.40) รองลงมา จะใช้จ่ายระหว่าง 2,001-5,000 บาท (ร้อยละ 28.83) โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จักแหล่งท่องเที่ยว ผ่านเฟสบุ๊ก (Facebook) เว็บไซต์ (Web Site) เพื่อน และครอบครัว ตามลำดับ และให้ความสนใจรูปแบบกิจกรรมในการท่องเที่ยว โดยชุมชน ได้แก่ กิจกรรมถ่ายภาพ กิจกรรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณคดี กิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากชุมชน กิจกรรมทางการเกษตร และกิจกรรมผจญภัยตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เป็นการรายงานผลการวิเคราะห์ที่แสดงให้เห็นถึงระดับของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งรายข้อ รายด้าน และภาพรวม ตามความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีรายละเอียดแสดงตามตาราง 11

ตาราง 11 แสดงระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยว
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน
จังหวัดนครราชสีมา

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าดึงดูดใจ	2.97	1.03	ปานกลาง
1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น	3.48	0.81	ปานกลาง
1.3 แหล่งท่องเที่ยวมีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์	3.72	0.86	มาก
1.4 แหล่งท่องเที่ยวมีการเผยแพร่ความรู้ด้านภูมิปัญญา โดยชุมชน	3.34	0.97	ปานกลาง
รวม	3.38	0.74	ปานกลาง
2. ด้านที่พักแรม			
2.1 มีที่พักให้เลือกหลากหลายรูปแบบ	3.07	1.09	ปานกลาง
2.2 ที่พักมีความสะอาด ปลอดภัย	3.32	0.89	ปานกลาง
2.3 ที่พักอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว	3.25	1.10	ปานกลาง
2.4 ที่พัก เป็นที่พักของคนในชุมชน	3.41	0.91	ปานกลาง
รวม	3.26	0.85	ปานกลาง
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม			
3.1 แหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก สบาย	3.41	0.81	ปานกลาง
3.2 มีป้ายบอกเส้นทางอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย	3.24	1.00	ปานกลาง
3.3 มีรถโดยสารรับจ้าง หรือ รถประจำทางให้บริการ	3.05	0.86	ปานกลาง
3.4 ชุมชนมีความเชื่อมโยง/ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลัก	3.27	1.00	ปานกลาง
รวม	3.24	0.69	ปานกลาง
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			
4.1 กิจกรรมของชุมชน มีความโดดเด่น น่าดึงดูดใจ	3.31	0.93	ปานกลาง
4.2 กิจกรรมของชุมชน มีให้เลือกทำหลากหลาย	3.44	0.82	ปานกลาง
4.3 กิจกรรมของชุมชน มีความปลอดภัย	3.33	0.98	ปานกลาง
4.4 กิจกรรมของชุมชน มีผู้ให้ความรู้หรือผู้ดูแล ในการทำกิจกรรม	3.47	0.76	ปานกลาง
รวม	3.39	0.71	ปานกลาง

ตาราง 11 (ต่อ)

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
5.1 บริเวณชุมชนมีจุดบริการนักท่องเที่ยวให้สอบถามข้อมูล	3.43	0.84	ปานกลาง
5.2 บริเวณชุมชน มีร้านค้า ร้านอาหารเพียงพอเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	3.25	1.00	ปานกลาง
5.3 บริเวณชุมชน มีร้านขายของที่ระลึกให้บริการ	3.58	0.90	ปานกลาง
5.4 บริเวณชุมชน มีการให้บริการด้านสาธารณสุขปลอดภัยอย่างครบครัน	3.31	0.80	ปานกลาง
รวม	3.39	0.67	ปานกลาง
6. ด้านองค์กรชุมชน			
6.1 ชุมชน มีปราชญ์/ผู้มีความรู้เป็นตัวแทนของชุมชน	3.19	0.92	ปานกลาง
6.2 ชุมชน มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมภายในชุมชน	3.39	0.79	ปานกลาง
6.3 ชุมชน มีรวมกลุ่มกันภายในชุมชน	3.35	0.88	ปานกลาง
6.4 คนในชุมชนมีความห่วงใยต่อทรัพยากรในชุมชน	3.33	1.00	ปานกลาง
รวม	3.32	0.80	ปานกลาง
7. ด้านการจัดการ			
7.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	3.36	0.96	ปานกลาง
7.2 ชุมชน มีผลิตภัณฑ์จากคนในชุมชน	3.50	0.76	ปานกลาง
7.3 ชุมชนมีการให้คำแนะนำให้ข้อมูลของเกี่ยวกับชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	3.36	0.93	ปานกลาง
7.4 ชุมชนมีการกระจายรายได้/ผลประโยชน์ภายในชุมชน	3.51	0.77	ปานกลาง
รวม	3.43	0.73	ปานกลาง

ตาราง 11 (ต่อ)

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับศักยภาพ
8. ด้านการเรียนรู้			
8.1 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้เกี่ยวกับชุมชน/วิถีชีวิตของชุมชน	3.34	0.94	ปานกลาง
8.2 มีกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ/วัฒนธรรมให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยว	3.52	0.78	ปานกลาง
8.3 มีการนำเสนอวัฒนธรรมที่โดดเด่นในชุมชนในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ กิจกรรม	3.40	0.95	ปานกลาง
8.4 มีกิจกรรมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน	3.67	0.84	มาก
รวม	3.48	0.64	ปานกลาง
ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม	3.36	0.58	ปานกลาง

จากตาราง 11 เมื่อพิจารณาจากคะแนนรวมเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา แล้วนำมาจัดระดับตามแนวคิดของ บลูม (Bloom, 1976) โดยแบ่งออกเป็น 3 ระดับ คือ 1) ระดับมาก หมายถึง บุคคลที่มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตั้งแต่ 3.67 คะแนนขึ้นไป 2) ระดับปานกลาง หมายถึง บุคคลที่มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ระหว่าง 2.34–3.66 คะแนน และ 3) ระดับต่ำ หมายถึง บุคคลที่มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ระหว่าง 0.00–2.33 คะแนน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม ตามความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.36) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านที่พักแรม 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านองค์กรชุมชน 7) ด้านการจัดการ และ 8) ด้านการเรียนรู้ มีคะแนนเฉลี่ยในระดับปานกลางทุกด้าน (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.38, 3.26, 3.24, 3.39, 3.39, 3.32, 3.43 และ 3.48 ตามลำดับ)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 เพื่อทดสอบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในกลุ่มตัวอย่างที่มีปัจจัยด้านประชากรต่างกัน ทั้งรายด้านและภาพรวม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามเพศ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยวฯ	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ชาย	294	3.21	0.76	-5.99	0.00*
	หญิง	261	3.57	0.68		
2. ด้านที่พักแรม	ชาย	294	3.13	0.83	-4.06	0.00*
	หญิง	261	3.42	0.84		
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม	ชาย	294	3.11	0.70	-4.92	0.00*
	หญิง	261	3.39	0.64		
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ชาย	294	3.23	0.69	-5.56	0.00*
	หญิง	261	3.56	0.68		
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	294	3.30	0.64	-3.48	0.00*
	หญิง	261	3.49	0.69		
6. ด้านองค์กรชุมชน	ชาย	294	3.18	0.84	-4.46	0.00*
	หญิง	261	3.47	0.71		
7. ด้านการจัดการ	ชาย	294	3.31	0.79	-4.43	0.00*
	หญิง	261	3.57	0.63		
8. ด้านการเรียนรู้	ชาย	294	3.38	0.65	-3.85	0.00*
	หญิง	261	3.59	0.62		
ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม	ชาย	294	3.23	0.59	-5.87	0.00*
	หญิง	261	3.51	0.52		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามเพศของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -5.87$) โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X} = 3.51$) มากกว่าเพศชาย ($\bar{X} = 3.23$) เมื่อพิจารณาคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย ประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูด 2) ด้านที่พักแรม 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านองค์กรชุมชน 7) ด้านการจัดการ และ 8) ด้านการเรียนรู้ พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาพรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในทุกด้าน และพบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชายในทุกด้านเช่นกัน

ตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้านและภาพรวม จำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
มาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	15.35	4.00	3.84	7.27	0.00*
	ภายในกลุ่ม	290.31	550.00	0.53		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	26.55	4.00	6.64	9.86	0.00*
	ภายในกลุ่ม	370.41	550.00	0.67		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวและ ความสะดวกในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	19.35	4.00	4.84	10.93	0.00*
	ภายในกลุ่ม	243.30	550.00	0.44		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	11.85	4.00	2.96	6.15	0.00*
	ภายในกลุ่ม	264.99	550.00	0.48		
	รวม	276.84	554.00			
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	12.81	4.00	3.20	7.38	0.00*
	ภายในกลุ่ม	238.61	550.00	0.43		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	22.35	4.00	5.59	9.32	0.00*
	ภายในกลุ่ม	329.56	550.00	0.60		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	12.32	4.00	3.08	5.95	0.00*
	ภายในกลุ่ม	284.49	550.00	0.52		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	11.54	4.00	2.88	7.27	0.00*
	ภายในกลุ่ม	218.30	550.00	0.40		
	รวม	229.83	554.00			
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	13.14	4.00	3.29	10.58	0.00*
	ภายในกลุ่ม	170.71	550.00	0.31		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามช่วงอายุของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=10.58$) และเมื่อพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูด 2) ด้านที่พักแรม 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านองค์กรชุมชน 7) ด้านการจัดการ และ 8) ด้านการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=7.27, 9.86, 10.93, 6.15, 7.38, 9.32, 5.95$ และ 7.27 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังกล่าว ต้องทำการทดสอบเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งรายด้านและโดยรวม เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวช่วงอายุใดมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตาราง 14

ตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามช่วงอายุเป็นรายคู่

ศักยภาพ การท่องเที่ยวฯ	ช่วงอายุ	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4	A5
1. ด้านสิ่งดึงดูด			3.19	3.59	3.39	3.46	3.44
	ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.19	–				
	25–34 ปี (A2)	3.59	0.40*	–			
	35–44 ปี (A3)	3.39	0.20*	–0.020*	–		
	45–54 ปี (A4)	3.46	0.26*	–0.13	0.06	–	
	55–64 ปี (A5)	3.44	0.25	–0.15	0.05	–0.01	–
2. ด้านที่พักแรม			3.09	3.57	3.29	3.01	3.01
	ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.09	–				
	25–34 ปี (A2)	3.57	0.48*	–			
	35–44 ปี (A3)	3.29	0.19*	–0.28*	–		
	45–54 ปี (A4)	3.01	–0.08	–0.56*	–0.28*	–	
	55–64 ปี (A5)	3.01	–0.08	–0.56*	–0.28	–0.00	–

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4	A5
3. ด้านการเข้าถึง			3.03	3.41	3.36	3.45	3.03
แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.03	-				
และความสะดวก	25-34 ปี (A2)	3.41	0.39*	-			
ในการคมนาคม	35-44 ปี (A3)	3.36	0.33*	-0.05	-		
	45-54 ปี (A4)	3.45	0.43*	-0.04	-0.09	-	
	55-64 ปี (A5)	3.03	0.00	-0.38*	-0.33	-0.42*	-
4. ด้านกิจกรรม			3.23	3.59	3.41	3.39	3.29
การท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.23	-				
	25-34 ปี (A2)	3.59	0.35*	-			
	35-44 ปี (A3)	3.41	0.17*	-0.18*	-		
	45-54 ปี (A4)	3.39	0.15	-0.20	-0.09	-	
	55-64 ปี (A5)	3.29	0.06	-0.29	-0.11	-0.09	-
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			3.37	3.60	3.22	3.21	3.24
ความสะดวก	ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.37	-				
	25-34 ปี (A2)	3.60	0.24*	-			
	35-44 ปี (A3)	3.22	-0.15	-0.39*	-		
	45-54 ปี (A4)	3.21	-0.16	-0.39*	-0.01	-	
	55-64 ปี (A5)	3.24	-0.13	-0.37*	0.02	0.02	-
6. ด้านองค์กรชุมชน			3.16	3.62	3.20	3.26	3.44
ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.16	-					
25-34 ปี (A2)	3.62	0.46*	-				
35-44 ปี (A3)	3.20	0.43*	-0.06	-			
45-54 ปี (A4)	3.26	0.09	-0.36*	0.06	-		
55-64 ปี (A5)	3.24	0.07	-0.39	0.04	-0.02	-	
7. ด้านการจัดการ			3.34	3.66	3.34	3.29	3.44
ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.34	-					
25-34 ปี (A2)	3.66	0.32*	-				
35-44 ปี (A3)	3.34	0.00	-0.32*	-			
45-54 ปี (A4)	3.29	0.05	-0.32*	0.05	-		
55-64 ปี (A5)	3.44	0.10	-0.21	0.09	0.15	-	

ตาราง 14 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	ช่วงอายุ	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4	A5
8. ด้านการเรียนรู้			3.43	3.69	3.35	3.36	3.22
	ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.43	-				
	25-34 ปี (A2)	3.69	0.26*	-			
	35-44 ปี (A3)	3.35	-0.08	-0.33*	-		
	45-54 ปี (A4)	3.36	-0.07	-0.33*	0.01	-	
	55-64 ปี (A5)	3.22	-0.21	-0.47*	-0.13	-0.14	-
			3.23	3.59	3.32	3.30	3.24
ศักยภาพ	ต่ำกว่า 25 ปี (A1)	3.23	-				
การท่องเที่ยว	25-34 ปี (A2)	3.59	0.36*	-			
โดยชุมชน	35-44 ปี (A3)	3.32	0.09	-0.27*	-		
โดยรวม	45-54 ปี (A4)	3.30	0.07	-0.29*	-0.01	-	
	55-64 ปี (A5)	3.30	0.01	-0.35*	-0.08	-0.06	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 14 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามช่วงอายุรายคู่ พบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.23$) และช่วงอายุ 25-34 ปี ($\bar{X}=3.59$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-34 ปี ($\bar{X}=3.59$) และช่วงอายุ 35-44 ปี ($\bar{X}=3.32$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-34 ปี ($\bar{X}=3.59$) และช่วงอายุ 45-54 ปี และ 4) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25-34 ปี ($\bar{X}=3.59$) และช่วงอายุ 55-64 ปี ($\bar{X}=3.30$) มีค่าค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูด: 1) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.19$) และช่วงอายุ 25-34 ปี ($\bar{X}=3.59$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.19$) และช่วงอายุ 35-44 ปี ($\bar{X}=3.39$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.19$) และช่วงอายุ 45-54 ปี ($\bar{X}=3.46$) มีค่าค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งดึงดูดแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งดึงดูด

($\bar{X}=3.60$) และช่วงอายุ 55–64 ปี ($\bar{X}=3.24$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน: 1) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.16$) และช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.62$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.16$) และช่วงอายุ 35–44 ปี ($\bar{X}=3.20$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.62$) และช่วงอายุ 45–54 ปี ($\bar{X}=3.26$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.34$) และช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.66$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.66$) และช่วงอายุ 35–44 ปี ($\bar{X}=3.34$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.66$) และช่วงอายุ 45–54 ปี ($\bar{X}=3.29$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้: 1) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี ($\bar{X}=3.43$) และช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.69$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.69$) และช่วงอายุ 35–44 ปี ($\bar{X}=3.35$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.69$) และช่วงอายุ 45–54 ปี ($\bar{X}=3.36$) และ 4) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25–34 ปี ($\bar{X}=3.69$) และช่วงอายุ 55–64 ปี ($\bar{X}=3.22$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้

ตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้านและภาพรวม จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มนักท่องเที่ยว
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
โดยชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	17.14	3.00	5.71	10.91	0.00*
	ภายในกลุ่ม	288.52	551.00	0.52		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	6.06	3.00	2.02	2.85	0.04*
	ภายในกลุ่ม	390.91	551.00	0.71		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวและ ความสะดวกใน การคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	13.92	3.00	4.64	10.28	0.00*
	ภายในกลุ่ม	248.73	551.00	0.45		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	7.17	3.00	2.39	4.88	0.00*
	ภายในกลุ่ม	269.67	551.00	0.49		
	รวม	276.84	554.00			
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	9.18	3.00	3.06	6.96	0.00*
	ภายในกลุ่ม	242.24	551.00	0.44		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	9.53	3.00	3.18	5.11	0.00*
	ภายในกลุ่ม	342.38	551.00	0.62		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	6.85	3.00	2.28	4.34	0.01*
	ภายในกลุ่ม	289.97	551.00	0.53		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	6.93	3.00	2.31	5.71	0.00*
	ภายในกลุ่ม	222.90	551.00	0.41		
	รวม	229.83	554.00			
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	6.82	3.00	2.27	7.07	0.00*
	ภายในกลุ่ม	177.04	551.00	0.32		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว หรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=7.07$) และเมื่อพิจารณา ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านที่พักแรม 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านองค์กรชุมชน 7) ด้านการจัดการ และ 8) ด้านการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=10.91, 2.85, 10.28, 4.88, 6.96, 5.11, 4.34$ และ 5.71 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ ที่ได้ดังกล่าวต้องทำการทดสอบเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน ทั้งรายด้านและโดยรวม เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาใดบ้าง มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างกัน รายละเอียดแสดง ตามตาราง 16

ตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่

ศักยภาพ การท่องเที่ยวฯ	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			3.00	3.39	3.52	3.60
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	3.00	–			
	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.39	0.39*	–		
	ปริญญาตรี (A3)	3.52	0.52*	0.13	–	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	3.60	0.60*	0.21	0.08	–
2. ด้านที่พักแรม			3.05	3.27	3.32	3.54
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	3.05	–			
	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.27	0.22*	–		
	ปริญญาตรี (A3)	3.32	0.27*	0.04	–	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	3.54	0.49	0.27	0.22	–

ตาราง 16 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
3. ด้านการเข้าถึง			2.90	3.26	3.36	3.49
แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	2.90	-			
และความสะดวก	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.26	0.36*	-		
ในการคมนาคม	ปริญญาตรี (A3)	3.36	0.46*	0.10	-	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	3.49	0.58	0.23	0.12	-
4. ด้านกิจกรรม			3.14	3.47	3.39	3.37
การท่องเที่ยว	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	3.14	-			
	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.47	0.33*	-		
	ปริญญาตรี (A3)	3.39	0.23*	-0.09	-	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	3.37	0.22	-0.10	-0.02	-
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			3.24	3.49	3.37	2.87
ความสะดวก	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	3.24	-			
	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.49	0.25*	-		
	ปริญญาตรี (A3)	3.37	0.12	-0.12	-	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	2.87	-0.37*	-0.62*	-0.50*	-
6. ด้านองค์กรชุมชน			3.05	3.38	3.39	3.03
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	3.05	-			
	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.38	0.33*	-		
	ปริญญาตรี (A3)	3.39	0.33*	.01	-	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	3.03	-0.02	-0.35	-0.36	-
7. ด้านการจัดการ			3.20	3.50	3.46	3.24
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	3.20	-			
	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.50	0.30*	-		
	ปริญญาตรี (A3)	3.46	0.26*	-0.04	-	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	3.24	0.03	-0.27	-0.23	-
8. ด้านการเรียนรู้			3.31	3.56	3.47	3.09
	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	3.31	-			
	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.56	0.25*	-		
	ปริญญาตรี (A3)	3.47	0.16	-0.09	-	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	3.09	-0.22	-0.48*	-0.38*	-
ศักยภาพ			3.11	3.42	3.41	3.28
การท่องเที่ยว	ต่ำกว่ามัธยมศึกษา (A1)	3.11	-			
โดยชุมชน โดยรวม	มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา (A2)	3.42	0.30*	-		
	ปริญญาตรี (A3)	3.41	0.29*	-0.01	-	
	สูงกว่าปริญญาตรี (A4)	3.28	0.16	-0.14	-0.13	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 16 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษารายคู่ พบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.11$) และระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ($\bar{X}=3.42$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.42$) และระดับปริญญาตรี ($\bar{X}=3.41$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.00$) และระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ($\bar{X}=3.39$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.00$) และระดับปริญญาตรี ($\bar{X}=3.52$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.00$) และระดับสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{X}=3.60$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.05$) และระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ($\bar{X}=3.27$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.05$) และระดับปริญญาตรี ($\bar{X}=3.32$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านที่พักแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=2.90$) และระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ($\bar{X}=3.26$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=2.90$) และระดับปริญญาตรี ($\bar{X}=3.36$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว: 1) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.14$) และระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา ($\bar{X}=3.47$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษต่ำกว่ามัธยมศึกษา ($\bar{X}=3.14$) และระดับปริญญาตรี ($\bar{X}=3.39$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้านและโดยรวม จำแนกตามอาชีพของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
มาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	23.17	4.00	5.79	11.28	0.00*
	ภายในกลุ่ม	282.49	550.00	0.51		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	24.83	4.00	6.21	9.17	0.00*
	ภายในกลุ่ม	372.14	550.00	0.68		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	19.53	4.00	4.88	11.05	0.00*
	ภายในกลุ่ม	243.12	550.00	0.44		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	10.51	4.00	2.63	5.42	0.00*
	ภายในกลุ่ม	266.34	550.00	0.48		
	รวม	276.84	554.00			
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	3.98	4.00	1.00	2.21	0.00*
	ภายในกลุ่ม	247.45	550.00	0.45		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	16.98	4.00	4.25	6.97	0.00*
	ภายในกลุ่ม	334.93	550.00	0.61		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	9.91	4.00	2.48	4.75	0.00*
	ภายในกลุ่ม	286.90	550.00	0.52		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	8.57	4.00	2.14	5.33	0.00*
	ภายในกลุ่ม	221.26	550.00	0.40		
	รวม	229.83	554.00			
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	11.37	4.00	2.84	9.06	0.00*
	ภายในกลุ่ม	172.48	550.00	0.31		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามอาชีพของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=9.06$) และเมื่อพิจารณาคักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูด 2) ด้านที่พักแรม 3) ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านองค์กรชุมชน 7) ด้านการจัดการ และ 8) ด้านการเรียนรู้ พบว่า กลุ่ม นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=11.28, 9.17, 11.05, 5.42, 2.21, 6.97, 4.47$ และ 5.33 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังกล่าวต้องทำ การทดสอบเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งรายด้าน และโดยรวม เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาชีพใดมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตาราง 18

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และโดยรวม จำแนกตามอาชีพเป็นรายคู่

คักยภาพ การท่องเที่ยว	อาชีพ	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4	A5
1. ด้านสิ่งดึงดูด			3.63	3.67	3.34	3.31	3.15
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.63	-				
	พนักงานบริษัท (A2)	3.67	0.04	-			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.34	-0.30*	-0.33*	-		
	เกษตรกร (A4)	3.31	-0.33*	-0.36*	-0.03	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.15	-0.49*	-0.53*	-0.19*	-0.16	-
2. ด้านที่พักแรม			3.38	3.58	3.25	2.84	3.15
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.38	-				
	พนักงานบริษัท (A2)	3.58	.012	-			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.25	-0.13	-0.33*	-		
	เกษตรกร (A4)	2.84	-0.54*	-0.74*	-0.41*	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.15	-0.24	-0.43*	-0.10	0.30*	-

ตาราง 18 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	อาชีพ	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4	A5
3. ด้านการเข้าถึง			3.52	3.43	3.30	3.01	3.03
แหล่งท่องเที่ยว	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.52	-				
และความสะดวก	พนักงานบริษัท (A2)	3.43	-0.09	-			
ในการคมนาคม	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.30	-0.21*	-0.13	-		
	เกษตรกร (A4)	3.01	-0.50*	-0.42*	-0.29*	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.03	-0.49*	-0.40*	-0.27*	0.01	-
4. ด้านกิจกรรม			3.44	3.57	3.44	3.12	3.27
การท่องเที่ยว	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.44	-				
	พนักงานบริษัท (A2)	3.57	0.13	-			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.44	0.00	-0.13	-		
	เกษตรกร (A4)	3.12	-0.32*	-0.45*	-0.32*	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.27	-0.16	-0.29*	-0.17*	0.15	-
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			3.34	3.51	3.36	3.21	3.41
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.34	-				
	พนักงานบริษัท (A2)	3.51	0.17	-			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.36	0.02	-0.15	-		
	เกษตรกร (A4)	3.21	-0.14	-0.31*	-0.16	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.41	0.06	-0.11	0.04	0.20	-
6. ด้านองค์กรชุมชน			3.34	3.55	3.40	3.00	3.16
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.34	-				
	พนักงานบริษัท (A2)	3.55	0.21	-			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.40	0.06	-0.15	-		
	เกษตรกร (A4)	3.00	-0.33*	-0.55*	-0.40	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.16	-0.18	-0.39*	-0.24*	0.16	-
7. ด้านการจัดการ			3.47	3.63	3.48	3.24	3.30
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.47	-				
	พนักงานบริษัท (A2)	3.63	0.15	-			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.48	0.01	-0.15	-		
	เกษตรกร (A4)	3.24	-0.24	-0.39*	-0.24*	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.30	-0.17	-0.32*	-0.18*	0.06	-
8. ด้านการเรียนรู้			3.50	3.61	3.47	3.14	3.50
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.50	-				
	พนักงานบริษัท (A2)	3.61	0.11	-			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.47	-0.03	-0.13	-		
	เกษตรกร (A4)	3.14	-0.36*	-0.47*	-0.34*	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.50	0.00	-0.10	0.03	0.36*	-

ตาราง 18 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	อาชีพ	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4	A5
ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน โดยรวม			3.45	3.57	3.38	3.11	3.25
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐ (A1)	3.45	-				
	พนักงานบริษัท (A2)	3.57	.11	-			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (A3)	3.38	-.07	-.19*	-		
	เกษตรกร (A4)	3.11	-.34*	-.46*	-.27*	-	
	นักเรียน/นักศึกษา (A5)	3.25	-.21*	-.32*	-.14*	.14	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามอาชีพรายคู่ พบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.45$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.11$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.45$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.25$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.57$) และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.38$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.38$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.11$) 5) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.57$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.25$) 6) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.38$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.11$) และ 7) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.38$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.25$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.63$) และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.34$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.63$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.31$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.63$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.15$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.67$) และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.34$) 5) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.67$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.31$) 6) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.67$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.15$) และ 7) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.34$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.15$) และ 7) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.38$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=2.84$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.58$) และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.25$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.58$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=2.84$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.58$) และนักเรียนนักศึกษา ($\bar{X}=3.15$) 5) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.25$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=2.84$) 6) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=2.84$) และนักเรียนนักศึกษา ($\bar{X}=3.15$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านที่พักแรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านที่พักแรม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.52$) และอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.30$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.52$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.01$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.52$) และนักเรียนนักศึกษา ($\bar{X}=3.03$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.43$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.01$) 5) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.43$) และนักเรียนนักศึกษา ($\bar{X}=3.03$) 6) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.30$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.01$) และ 7) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.30$) และนักเรียนนักศึกษา ($\bar{X}=3.03$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.44$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.12$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.57$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.12$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.57$) และนักเรียนนักศึกษา ($\bar{X}=3.27$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.44$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.12$) และ 5) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.44$) และนักเรียนนักศึกษา ($\bar{X}=3.27$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.51$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.21$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.34$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.00$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.55$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.00$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.55$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.16$) และ 4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.40$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.16$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.63$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.24$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.63$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.30$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.48$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.24$) และ 4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.48$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.30$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการ

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้: 1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐ ($\bar{X}=3.50$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.14$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานบริษัท ($\bar{X}=3.61$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.14$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X}=3.47$) และอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.14$) และ 4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกร ($\bar{X}=3.14$) และนักเรียน/นักศึกษา ($\bar{X}=3.50$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้

ตาราง 19 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้านและภาพรวม จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
มาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยว	เพศ	n	$\bar{X}$	SD	t	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	โสด	370	3.31	0.78	-3.25	.00*
	สมรส	185	3.51	0.64		
2. ด้านที่พักแรม	โสด	370	3.24	0.84	-.83	.41
	สมรส	185	3.31	0.87		
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	โสด	370	3.18	0.74	-3.40	.00*
	สมรส	185	3.37	0.55		
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	โสด	370	3.33	0.75	-2.67	.01*
	สมรส	185	3.49	0.60		
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	โสด	370	3.40	0.65	.41	.68
	สมรส	185	3.37	0.72		
6. ด้านองค์การชุมชน	โสด	370	3.30	0.81	-.73	.47
	สมรส	185	3.35	0.77		
7. ด้านการจัดการ	โสด	370	3.39	0.75	-1.75	.08
	สมรส	185	3.51	0.69		
8. ด้านการเรียนรู้	โสด	370	3.45	0.63	-1.68	.09
	สมรส	185	3.54	0.66		
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	โสด	370	3.33	0.61	-2.19	.03*
	สมรส	185	3.43	0.50		

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามสถานภาพของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -2.19$) โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X} = 3.43$) มากกว่า

นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณาคັภภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสจะมีค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นเกี่ยวกับคັภภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -3.25, -3.40$ และ -2.67 ตามลำดับ) ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสจะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับคັภภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ พบว่า มีค่าเฉลี่ยคັภภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ไม่แตกต่างกัน ($t = -.83, .41, -.73$ และ -1.75 ตามลำดับ)

ตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนคັภภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว โดยชุมชน

คັภภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	12.26	3.00	4.09	7.67	0.00*
	ภายในกลุ่ม	293.40	551.00	0.53		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	17.16	3.00	5.72	8.30	0.00*
	ภายในกลุ่ม	379.81	551.00	0.69		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	12.30	3.00	4.10	9.03	0.00*
	ภายในกลุ่ม	250.34	551.00	0.45		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	16.28	3.00	5.43	11.48	0.00*
	ภายในกลุ่ม	260.56	551.00	0.47		
	รวม	276.84	554.00			

ตาราง 20 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	2.51	3.00	0.84	1.85	0.14
	ภายในกลุ่ม	248.92	551.00	0.45		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	9.59	3.00	3.20	5.14	0.00*
	ภายในกลุ่ม	342.32	551.00	0.62		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	3.46	3.00	1.15	2.17	0.00*
	ภายในกลุ่ม	293.36	551.00	0.53		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	1.86	3.00	0.62	1.50	0.22
	ภายในกลุ่ม	227.98	551.00	0.41		
	รวม	229.83	554.00			
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	5.73	3.00	1.91	5.90	0.00*
	ภายในกลุ่ม	178.13	551.00	0.32		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 20 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=9.06$) และเมื่อพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ด้านสิ่งดึงดูด ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านองค์กรชุมชน และด้านการจัดการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=7.67, 8.30, 9.03, 11.48, 5.14$ และ 2.17 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยต้องทำการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งรายด้านและภาพรวม

เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนใดมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตาราง 20 ส่วนค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านการเรียนรู้ ไม่พบความต่างระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนเป็นรายคู่

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			3.23	3.53	3.45	3.61
	15,000 บาทหรือต่ำกว่า (A1)	3.23	–			
	15,001–30,000 บาท (A2)	3.53	0.29*	–		
	30,001–45,000 บาท (A3)	3.45	0.21*	–0.07	–	
	45,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.61	0.37*	0.08	0.15	–
2. ด้านที่พักแรม			3.11	3.48	3.44	3.12
	15,000 บาทหรือต่ำกว่า (A1)	3.11	–			
	15,001–30,000 บาท (A2)	3.48	0.36*	–		
	30,001–45,000 บาท (A3)	3.44	0.33*	–0.03	–	
	45,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.12	0.01	–0.36*	–0.32	–
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม			3.38	3.42	3.47	3.17
	15,000 บาทหรือต่ำกว่า (A1)	3.12	–			
	15,001–30,000 บาท (A2)	3.43	0.31*	–		
	30,001–45,000 บาท (A3)	3.34	0.23*	–0.09	–	
	45,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.10	–0.02	–0.33*	–0.24	–
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			3.29	3.59	3.48	3.00
	15,000 บาทหรือต่ำกว่า (A1)	3.29	–			
	15,001–30,000 บาท (A2)	3.59	0.29*	–		
	30,001–45,000 บาท (A3)	3.48	0.19	–0.11	–	
	45,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.00	–0.29*	–0.58*	–0.48*	–

ตาราง 21 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	รายได้ต่อเดือน	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
5. ด้านองค์กร			3.24	3.49	3.31	3.07
ชุมชน	15,000 บาทหรือต่ำกว่า (A1)	3.24	–			
	15,001–30,000 บาท (A2)	3.49	0.25*	–		
	30,001–45,000 บาท (A3)	3.31	0.07	–0.18	–	
	45,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.07	–0.17	–0.42*	–0.24	–
6. ด้านการจัดการ			3.36	3.50	3.43	3.61
	15,000 บาทหรือต่ำกว่า (A1)	3.36	–			
	15,001–30,000 บาท (A2)	3.50	0.14*	–		
	30,001–45,000 บาท (A3)	3.43	0.06	–0.07	–	
	45,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.61	0.24*	0.10	0.17	–
ศักยภาพ			3.28	3.49	3.44	3.25
การท่องเที่ยว	15,000 บาทหรือต่ำกว่า (A1)	3.28	–			
โดยชุมชน	15,001 – 30,000 บาท (A2)	3.49	0.21*	–		
โดยรวม	30,001 – 45,000 บาท (A3)	3.44	0.15	–0.05	–	
	45,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.25	–0.03	–0.24*	–0.19	–

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือนรายครัวเรือนพบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.28$) และรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.49$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.49$) และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.25$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.23$) และรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.53$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.23$) และรายได้ระหว่าง 30,001–45,000 บาท ($\bar{X}=3.45$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.23$)

และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.61$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งดึงดูดใจ

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.11$) และรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.48$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.11$) และรายได้ระหว่าง 30,001–45,000 บาท ($\bar{X}=3.44$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.11$) และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.12$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านที่พักแรม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.12$) และรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.43$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.12$) และรายได้ระหว่าง 30,001–45,000 บาท ($\bar{X}=3.34$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.12$) และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.10$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว: 1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.29$) และรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.59$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.29$) และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.00$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.59$) และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.00$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001–45,000 บาท ($\bar{X}=3.48$) และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.00$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน: 1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.24$) และรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.49$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.24$) และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.49$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.36$) และรายได้ระหว่าง 15,001–30,000 บาท ($\bar{X}=3.50$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 15,000 บาท หรือต่ำกว่า ($\bar{X}=3.36$) และรายได้ 45,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.61$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ

สมมติฐานที่ 2 เพื่อทดสอบว่าปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน ซึ่งเป็นรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในกลุ่มตัวอย่างที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวต่างกัน ทั้งรายด้าน และภาพรวม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	9.42	3.00	3.14	5.84	0.00*
	ภายในกลุ่ม	296.24	551.00	0.54		
	รวม	305.66	554.00			

ตาราง 22 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	3.47	3.00	1.16	1.62	0.18
	ภายในกลุ่ม	393.50	551.00	0.71		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	5.25	3.00	1.75	3.75	0.01*
	ภายในกลุ่ม	257.40	551.00	0.47		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.39	3.00	0.13	0.26	0.85
	ภายในกลุ่ม	276.45	551.00	0.50		
	รวม	276.84	554.00			
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.45	3.00	0.15	0.33	0.80
	ภายในกลุ่ม	250.98	551.00	0.46		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	2.64	3.00	0.88	1.39	0.25
	ภายในกลุ่ม	349.27	551.00	0.63		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2.89	3.00	0.96	1.81	0.15
	ภายในกลุ่ม	293.92	551.00	0.53		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.49	3.00	0.16	0.39	0.76
	ภายในกลุ่ม	229.35	551.00	0.42		
	รวม	229.83	554.00			
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	1.88	3.00	0.63	1.90	0.13
	ภายในกลุ่ม	181.97	551.00	0.33		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=1.90$) และเมื่อ พิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ด้านสิ่งดึงดูด ด้านที่พักแรม และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=5.84$ และ 3.75 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ ที่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยต้องทำการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวใด มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านต่างกัน รายละเอียด แสดงตามตาราง 22 ส่วนค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ ไม่พบความต่าง ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวต่างกัน

ตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่

ศักยภาพ การท่องเที่ยวฯ	วัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
1. ด้านสิ่งดึงดูด			3.47	3.48	3.15	3.30
	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (A1)	3.47	–			
	เพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง (A2)	3.48	0.01	–		
	เพื่อการศึกษาหาความรู้ (A3)	3.15	–0.32*	–0.33*	–	
	เพื่อหาประสบการณ์ใหม่(A4)	3.30	–0.16	–0.18	0.11	–
2. ด้านการเข้าถึง			3.28	3.43	3.08	3.21
แหล่งท่องเที่ยว	เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (A1)	3.28	–			
และความสะดวก	เพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง (A2)	3.43	0.15	–		
ในการคมนาคม	เพื่อการศึกษาหาความรู้ (A3)	3.08	–0.21*	–0.35*	–	
	เพื่อหาประสบการณ์ใหม่(A4)	3.21	–0.08	–0.22	0.13	–

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวพบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{X}=3.47$) และเพื่อการศึกษาหาความรู้ ($\bar{X}=3.15$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง ($\bar{X}=3.48$) และเพื่อการศึกษาหาความรู้ ($\bar{X}=3.15$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งดึงดูด

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{X}=3.28$) และเพื่อการศึกษาหาความรู้ ($\bar{X}=3.08$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง ($\bar{X}=3.43$) และเพื่อการศึกษาหาความรู้ ($\bar{X}=3.15$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและภาพรวม จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.39	2.00	0.70	1.26	0.28
	ภายในกลุ่ม	304.27	552.00	0.55		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	1.03	2.00	0.52	0.72	0.49
	ภายในกลุ่ม	395.94	552.00	0.72		
	รวม	396.97	554.00			

ตาราง 24 (ต่อ)

ศัภยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	3.56	2.00	1.78	3.80	0.02*
	ภายในกลุ่ม	259.08	552.00	0.47		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	0.15	2.00	0.07	0.15	0.86
	ภายในกลุ่ม	276.70	552.00	0.50		
	รวม	276.84	554.00			
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	0.40	2.00	0.20	0.43	0.65
	ภายในกลุ่ม	251.03	552.00	0.46		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	1.16	2.00	0.58	0.91	0.40
	ภายในกลุ่ม	350.75	552.00	0.64		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.94	2.00	0.47	0.88	0.42
	ภายในกลุ่ม	295.87	552.00	0.54		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	0.98	2.00	0.49	1.19	0.31
	ภายในกลุ่ม	228.85	552.00	0.42		
	รวม	229.83	554.00			
ศัภยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	0.44	2.00	0.22	0.66	0.52
	ภายในกลุ่ม	183.42	552.00	0.33		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศัภยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศัภยภาพการท่องเที่ยว

โดยชุมชนโดยรวม แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=0.66$) และเมื่อพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน และด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=3.80$) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยต้องทำการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวใดมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตาราง 24 ส่วนค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พักแรม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ ไม่พบความต่างระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน

ตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว เป็นรายคู่

ศักยภาพ การท่องเที่ยวฯ	ลักษณะการเดินทาง ท่องเที่ยว	$\bar{X}$	A1	A2	A3
ด้านการเข้าถึง			3.25	3.41	2.94
แหล่งท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนบุคคล (A1)	3.25	-		
และความสะดวก	รถโดยสารประจำทางฯ (A2)	3.41	0.16	-	
ในการคมนาคม	รถจักรยานยนต์ (A3)	2.94	-0.31*	-0.47*	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวรายคู่ พบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ($\bar{X}=3.25$) และรถจักรยานยนต์ ($\bar{X}=2.94$) และ 2) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวโดยประจำทางฯ ($\bar{X}=3.41$) และรถจักรยานยนต์ ($\bar{X}=2.94$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวก

ตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้านและภาพรวม จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางของ
กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	11.93	3.00	3.98	7.46	0.00*
	ภายในกลุ่ม	293.74	551.00	0.53		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	18.20	3.00	6.07	8.83	0.00*
	ภายในกลุ่ม	378.76	551.00	0.69		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	12.87	3.00	4.29	9.46	0.00*
	ภายในกลุ่ม	249.78	551.00	0.45		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3.75	3.00	1.25	2.52	0.06
	ภายในกลุ่ม	273.09	551.00	0.50		
	รวม	276.84	554.00			
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	5.90	3.00	1.97	4.41	0.00*
	ภายในกลุ่ม	245.53	551.00	0.45		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	9.28	3.00	3.09	4.97	0.00*
	ภายในกลุ่ม	342.63	551.00	0.62		
	รวม	351.91	554.00			

ตาราง 26 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	10.13	3.00	3.38	6.49	0.00*
	ภายในกลุ่ม	286.68	551.00	0.52		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	4.30	3.00	1.43	3.50	0.02*
	ภายในกลุ่ม	225.54	551.00	0.41		
	รวม	229.83	554.00			
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	7.59	3.00	2.53	7.91	0.00*
	ภายในกลุ่ม	176.26	551.00	0.32		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=7.91$) และเมื่อพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูด 2) ด้านที่พักแรม 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านองค์กรชุมชน 7) ด้านการจัดการ และ 8) ด้านการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=7.46, 8.83, 9.46, 2.52, 4.41, 4.97, 6.49$ และ 3.50 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังกล่าวต้องทำการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้งรายด้านและโดยรวม เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางใดมีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตาราง 27

ตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน
และภาพรวม จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางเป็นรายคู่

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	จำนวนสมาชิก ที่ร่วมเดินทาง	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			3.28	3.47	3.21	3.59
	มาคนเดียว (A1)	3.28	-			
	2-3 คน (A2)	3.47	0.19	-		
	4-5 คน (A3)	3.21	-0.07	-0.26*	-	
	6 คนขึ้นไป (A4)	3.59	0.32*	0.12	0.39*	-
2. ด้านที่พักแรม			3.26	3.24	3.11	3.67
	มาคนเดียว (A1)	3.26	-			
	2-3 คน (A2)	3.24	-0.01	-		
	4-5 คน (A3)	3.11	-0.15	-0.13	-	
	6 คนขึ้นไป (A4)	3.67	0.41*	0.43*	0.56*	-
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม			3.12	3.31	3.08	3.51
	มาคนเดียว (A1)	3.12	-			
	2-3 คน (A2)	3.31	0.19	-		
	4-5 คน (A3)	3.08	-0.04	-0.23*	-	
	6 คนขึ้นไป (A4)	3.51	0.39*	0.19*	0.43*	-
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			3.27	3.33	3.41	3.61
	มาคนเดียว (A1)	3.27	-			
	2-3 คน (A2)	3.33	0.05	-		
	4-5 คน (A3)	3.41	0.14	0.08	-	
	6 คนขึ้นไป (A4)	3.61	0.34*	0.29*	0.21*	-
5. ด้านองค์กร ชุมชน			3.24	3.31	3.22	3.61
	มาคนเดียว (A1)	3.24	-			
	2-3 คน (A2)	3.31	0.07	-		
	4-5 คน (A3)	3.22	-0.01	-0.08	-	
	6 คนขึ้นไป (A4)	3.61	0.37*	0.30*	0.39*	-

ตาราง 27 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	จำนวนสมาชิก ที่ร่วมเดินทาง	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
6. ด้านการจัดการ			3.31	3.51	3.29	3.65
	มาคนเดียว (A1)	3.31	-			
	2-3 คน (A2)	3.51	0.20	-		
	4-5 คน (A3)	3.29	-0.02	-0.22*	-	
	6 คนขึ้นไป (A4)	3.65	0.34*	0.14	0.36*	-
7. ด้านการเรียนรู้			3.34	3.46	3.46	3.67
	มาคนเดียว (A1)	3.34	-			
	2-3 คน (A2)	3.46	0.12	-		
	4-5 คน (A3)	3.46	0.12	0.00	-	
	6 คนขึ้นไป (A4)	3.67	0.33*	0.21*	0.21*	-
ศักยภาพ			3.26	3.38	3.26	3.61
การท่องเที่ยว	มาคนเดียว (A1)	3.26	-			
โดยชุมชน	2-3 คน (A2)	3.38	0.11	-		
โดยรวม	4-5 คน (A3)	3.26	0.00	-0.11	-	
	6 คนขึ้นไป (A4)	3.61	0.35*	0.23*	0.35*	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และโดยรวม จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางรายคู่ พบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางคนเดียว ($\bar{X}=3.26$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.61$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-3 คน ($\bar{X}=3.38$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.61$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-3 คน ($\bar{X}=3.38$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.61$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางคนเดียว ($\bar{X}=3.28$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.59$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-3 คน ($\bar{X}=3.47$) และจำนวนสมาชิก

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน: 1) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางคนเดียว ($\bar{X}=3.24$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.61$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-3 คน ($\bar{X}=3.31$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.61$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 4-5 คน ($\bar{X}=3.22$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.61$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางคนเดียว ($\bar{X}=3.31$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.65$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-3 คน ($\bar{X}=3.51$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 4-5 คน ($\bar{X}=3.29$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 4-5 คน ($\bar{X}=3.29$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.65$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการ

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้: 1) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางคนเดียว ($\bar{X}=3.34$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.67$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-3 คน ($\bar{X}=3.46$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 4-5 คน ($\bar{X}=3.46$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 4-5 คน ($\bar{X}=3.46$) และจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 6 คนขึ้นไป ($\bar{X}=3.67$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้

ตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้านและภาพรวม จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว
ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	36.39	3.00	12.13	24.82	0.00*
	ภายในกลุ่ม	269.27	551.00	0.49		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	28.61	3.00	9.54	14.27	0.00*
	ภายในกลุ่ม	368.36	551.00	0.67		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	35.97	3.00	11.99	29.15	0.00*
	ภายในกลุ่ม	226.67	551.00	0.41		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	15.26	3.00	5.09	10.72	0.00*
	ภายในกลุ่ม	261.58	551.00	0.48		
	รวม	276.84	554.00			
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	17.96	3.00	5.99	14.13	0.00*
	ภายในกลุ่ม	233.46	551.00	0.42		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	50.92	3.00	16.97	31.07	0.00*
	ภายในกลุ่ม	300.99	551.00	0.55		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	27.58	3.00	9.19	18.82	0.00*
	ภายในกลุ่ม	269.23	551.00	0.49		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	14.05	3.00	4.68	11.96	0.00*
	ภายในกลุ่ม	215.78	551.00	0.39		
	รวม	229.83	554.00			

ตาราง 28 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
ศักยภาพการท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	25.81	3.00	8.60	30.00	0.00*
โดยชุมชนโดยรวม	ภายในกลุ่ม	158.04	551.00	0.29		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=30.00$) และเมื่อพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านที่พักแรม 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวก ในการคมนาคม 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านองค์กรชุมชน 7) ด้านการจัดการ และ 8) ด้านการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทาง มาท่องเที่ยวต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=24.82, 14.27, 29.15, 10.72, 14.13, 31.07, 18.82$ และ 11.96 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังกล่าวต้องทำ การทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งรายด้านและโดยรวม เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวใดมีค่าเฉลี่ยศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตาราง 29

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน
และภาพรวม จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	ช่วงเวลาในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			3.32	2.90	3.58	3.31
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.32	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	2.90	-0.43*	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.58	0.25*	0.67*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.31	-0.02	0.41*	-0.30*	-
2. ด้านที่พักแรม			3.11	2.89	3.46	3.21
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.11	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	2.89	-0.21	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.46	0.35*	0.57*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.21	0.10	0.32*	-0.25	-
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม			3.13	2.78	3.45	3.20
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.13	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	2.78	-0.34*	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.45	0.32*	0.66*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.20	0.07	0.41*	-0.25*	-
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว			3.33	3.07	3.51	3.47
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.33	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	3.07	-0.26*	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.51	0.17*	0.44*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.47	0.14	0.40*	-0.04	-
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			3.19	3.14	3.54	3.41
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.19	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	3.14	-0.04	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.54	0.36*	0.40*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.41	0.22	0.26*	-0.14	-
6. ด้านองค์กรชุมชน			3.25	2.73	3.53	3.40
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.25	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	2.73	-0.52*	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.53	0.28*	0.81*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.40	0.15	0.67*	-0.31	-

ตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นรายคู่

ศักยภาพการท่องเที่ยว	ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
7. ด้านการจัดการ			3.49	2.97	3.56	3.48
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.49	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	2.97	-0.51*	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.56	0.07	0.59*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.48	-0.01	0.50*	-0.09	-
8. ด้านการเรียนรู้			3.33	3.24	3.62	3.49
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.33	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	3.24	-0.09	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.62	0.28*	0.38*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.49	0.16	0.26*	-0.12	-
ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม			3.27	2.97	3.53	3.37
	เดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (A1)	3.27	-			
	เดือนมีนาคม-พฤษภาคม (A2)	2.97	-0.30*	-		
	เดือนมิถุนายน-สิงหาคม (A3)	3.53	0.26*	0.56*	-	
	เดือนกันยายน-พฤศจิกายน (A4)	3.37	0.10	0.40*	-0.16	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านและโดยรวม จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวรายคู่ พบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ($\bar{X}=3.27$) และช่วงระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ($\bar{X}=2.97$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ($\bar{X}=3.27$) และช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ($\bar{X}=3.53$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ($\bar{X}=2.97$) และช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ($\bar{X}=3.53$) และ 4) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนมีนาคม-กุมภาพันธ์ ($\bar{X}=2.97$) และช่วงระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน ($\bar{X}=3.37$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

ในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ($\bar{X}=2.73$) และช่วงระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน ($\bar{X}=3.40$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ($\bar{X}=3.49$) และช่วงระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ($\bar{X}=2.97$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ($\bar{X}=2.97$) และช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ($\bar{X}=3.56$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ($\bar{X}=3.56$) และช่วงระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน ($\bar{X}=3.48$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการ

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้: 1) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ ($\bar{X}=3.33$) และช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ($\bar{X}=3.62$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนมีนาคม-พฤษภาคม ($\bar{X}=3.24$) และช่วงระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ($\bar{X}=3.62$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวระหว่างเดือนมิถุนายน-สิงหาคม ($\bar{X}=3.62$) และช่วงระหว่างเดือนกันยายน-พฤศจิกายน ($\bar{X}=3.49$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้

ตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้านและภาพรวม จำแนกตามความถี่ในการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยว
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
โดยชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	29.35	3.00	9.78	19.51	0.00*
	ภายในกลุ่ม	276.32	551.00	0.50		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	32.69	3.00	10.90	16.48	0.00*
	ภายในกลุ่ม	364.28	551.00	0.66		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	16.34	3.00	5.45	12.18	0.00*
	ภายในกลุ่ม	246.31	551.00	0.45		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	15.85	3.00	5.28	11.16	0.00*
	ภายในกลุ่ม	260.99	551.00	0.47		
	รวม	276.84	554.00			
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	11.55	3.00	3.85	8.84	0.00*
	ภายในกลุ่ม	239.88	551.00	0.44		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	27.70	3.00	9.24	15.70	0.00*
	ภายในกลุ่ม	324.20	551.00	0.59		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	22.00	3.00	7.33	14.70	0.00*
	ภายในกลุ่ม	274.81	551.00	0.50		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	19.08	3.00	6.36	16.63	0.00*
	ภายในกลุ่ม	210.76	551.00	0.38		
	รวม	229.83	554.00			
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	20.12	3.00	6.71	22.57	0.00*
	ภายในกลุ่ม	163.73	551.00	0.30		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามความถี่ในการเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีตามความถี่ในการเดินทางต่างกัน มีค่าเฉลี่ยคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=6.60$) และเมื่อพิจารณาคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านสิ่งดึงดูด 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 3) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ด้านองค์กรชุมชน และ 6) ด้านการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีตามความถี่ในการเดินทางต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=14.23, 16.49, 11.99, 3.19, 4.04$ และ 3.42 ตามลำดับ) ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังกล่าวต้องทำการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งรายด้านและโดยรวม เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทางใดมีค่าเฉลี่ยคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตาราง 30 ส่วนค่าเฉลี่ยคักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ด้านที่พักแรมและด้านการจัดการ ไม่พบความต่างระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน

ตาราง 31 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน
และภาพรวม จำแนกตามความถี่ในการเดินทางเป็นรายคู่

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	ความถี่ในการเดินทาง	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			3.16	3.40	3.80	3.71
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.16	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.40	0.24*	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.80	0.63*	0.39*	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.71	0.54*	0.30*	-0.09	-
2. ด้านที่พักแรม			3.06	3.28	3.36	3.79
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.06	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.28	0.22*	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.36	0.30*	0.08	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.79	0.73*	0.51*	0.43*	-
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม			3.07	3.28	3.54	3.48
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.07	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.28	0.21*	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.54	0.46*	0.26*	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.48	0.40*	0.19*	-0.06	-
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว			3.23	3.39	3.68	3.65
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.23	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.39	0.16*	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.68	0.45*	0.29*	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.65	0.42*	0.26*	-0.02	-
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			3.30	3.33	3.59	3.68
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.30	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.33	0.03	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.59	0.29*	0.26*	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.68	0.38*	0.35*	0.09	-
6. ด้านองค์กรชุมชน			3.10	3.36	3.50	3.74
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.10	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.36	0.26*	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.50	0.40*	0.14	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.74	0.64*	0.38*	0.24	-

ตาราง 31 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	ความถี่ในการเดินทาง	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
7. ด้านการจัดการ			3.24	3.47	3.64	3.80
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.24	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.47	0.23*	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.64	0.39*	0.16	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.80	0.56*	0.33*	0.16	-
8. ด้านการเรียนรู้			3.29	3.54	3.77	3.73
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.29	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.54	0.25*	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.77	0.48*	0.23*	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.73	0.45*	0.19*	-0.03	-
ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน โดยรวม			3.18	3.38	3.61	3.70
	1-2 ครั้งต่อปี (A1)	3.18	-			
	3-4 ครั้งต่อปี (A2)	3.38	0.20*	-		
	5-6 ครั้งต่อปี (A3)	3.61	0.43*	0.22*	-	
	มากกว่า 6 ครั้งต่อปี (A4)	3.70	0.52*	0.32*	0.09	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และโดยรวม จำแนกตามความถี่ในการเดินทางรายคู่ พบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.18$) และ 3-4 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.38$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.18$) และ 5-6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.61$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.18$) และมากกว่า 6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.70$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 3-4 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.38$) และ 5-6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=2.61$) และ 5) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 3-4 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.38$) และมากกว่า 6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.70$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.16$) และ 3-4 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.40$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.16$) และ 5-6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.80$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.16$) และมากกว่า 6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.71$)

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้: 1) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.29$) และ 3-4 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.54$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.29$) และ 5-6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.77$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 1-2 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.29$) และมากกว่า 6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.73$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 3-4 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.54$) และ 5-6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.77$) และ 5) นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทาง 3-4 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.54$) และ มากกว่า 6 ครั้งต่อปี ($\bar{X}=3.73$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้

ตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้านและภาพรวม จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวของ
กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยว
ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ระหว่างกลุ่ม	21.98	3.00	7.33	14.23	0.00*
	ภายในกลุ่ม	283.69	551.00	0.52		
	รวม	305.66	554.00			
2. ด้านที่พักแรม	ระหว่างกลุ่ม	2.77	3.00	0.92	1.29	0.28
	ภายในกลุ่ม	394.20	551.00	0.72		
	รวม	396.97	554.00			
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	ระหว่างกลุ่ม	21.64	3.00	7.21	16.49	0.00*
	ภายในกลุ่ม	241.01	551.00	0.44		
	รวม	262.65	554.00			
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	16.97	3.00	5.66	11.99	0.00*
	ภายในกลุ่ม	259.88	551.00	0.47		
	รวม	276.84	554.00			

ตาราง 32 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว โดยชุมชน	แหล่ง ความแปรปรวน	SS	df	MS	F	p-value
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ระหว่างกลุ่ม	4.29	3.00	1.43	3.19	0.02*
	ภายในกลุ่ม	247.14	551.00	0.45		
	รวม	251.43	554.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	7.58	3.00	2.53	4.04	0.01*
	ภายในกลุ่ม	344.33	551.00	0.63		
	รวม	351.91	554.00			
7. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	1.81	3.00	0.60	1.13	0.34
	ภายในกลุ่ม	295.00	551.00	0.54		
	รวม	296.81	554.00			
8. ด้านการเรียนรู้	ระหว่างกลุ่ม	4.20	3.00	1.40	3.42	0.02*
	ภายในกลุ่ม	225.64	551.00	0.41		
	รวม	229.83	554.00			
ศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม	ระหว่างกลุ่ม	6.38	3.00	2.13	6.60	0.00
	ภายในกลุ่ม	177.48	551.00	0.32		
	รวม	183.85	554.00			

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 32 แสดงผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวต่างกัน มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=30.00$) และเมื่อพิจารณาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูด 2) ด้านที่พักแรม 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 5) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 6) ด้านองค์กรชุมชน 7) ด้านการจัดการ และ 8) ด้านการเรียนรู้ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ทุกด้านแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=24.82, 14.27, 29.15, 10.72, 14.13, 31.07, 18.82$ และ 11.96 ตามลำดับ)

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่ได้ดังกล่าวต้องทำการทดสอบเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งรายด้านและโดยรวม เพื่อดูว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวใด มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนต่างกัน รายละเอียดแสดงตามตาราง 33

ตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้าน และภาพรวม จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว เป็นรายคู่

ศักยภาพการท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			3.22	3.58	3.48	3.94
	น้อยกว่า 2,000 บาท (A1)	3.22	-			
	2,001-5,000 บาท (A2)	3.58	0.36*	-		
	5,001-8,000 บาท (A3)	3.48	0.26*	-0.09	-	
	มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.94	0.72*	0.37*	0.46*	-
2. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม			3.08	3.41	3.39	3.84
	น้อยกว่า 2,000 บาท (A1)	3.08	-			
	2,001-5,000 บาท (A2)	3.41	0.33*	-		
	5,001-8,000 บาท (A3)	3.39	0.30*	-0.03	-	
	มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.84	0.76*	0.43*	0.45*	-
3. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว			3.23	3.57	3.58	3.70
	น้อยกว่า 2,000 บาท (A1)	3.23	-			
	2,001-5,000 บาท (A2)	3.57	0.33*	-		
	5,001-8,000 บาท (A3)	3.58	0.34*	0.01	-	
	มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.70	0.47*	0.14	0.13	-
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			3.37	3.40	3.30	3.80
	น้อยกว่า 2,000 บาท (A1)	3.37	-			
	2,001-5,000 บาท (A2)	3.40	0.03	-		
	5,001-8,000 บาท (A3)	3.30	-0.08	-0.11	-	
	มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.80	0.42*	0.39*	0.50*	-
5. ด้านองค์กรชุมชน			3.24	3.41	3.33	3.75
	น้อยกว่า 2,000 บาท (A1)	3.24	-			
	2,001-5,000 บาท (A2)	3.41	0.17	-		
	5,001-8,000 บาท (A3)	3.33	0.10	-0.08	-	
	มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.75	0.51*	0.34*	0.42*	-

ตาราง 33 (ต่อ)

ศักยภาพ การท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในการท่องเที่ยว	$\bar{X}$	A1	A2	A3	A4
ด้านการเรียนรู้			3.47	3.40	3.67	3.70
	น้อยกว่า 2,000 บาท (A1)	3.47	-			
	2,001-5,000 บาท (A2)	3.40	-0.06	-		
	5,001-8,000 บาท (A3)	3.67	0.20*	0.26*	-	
	มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.70	0.24	0.30*	0.04	-
ศักยภาพ			3.28	3.45	3.41	3.73
การท่องเที่ยว	น้อยกว่า 2,000 บาท (A1)	3.28	-			
โดยชุมชนโดยรวม	2,001-5,000 บาท (A2)	3.45	0.17*	-		
	5,001-8,000 บาท (A3)	3.41	0.13	-0.04	-	
	มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป (A4)	3.73	0.44*	0.28*	0.32*	-

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 33 แสดงผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านและโดยรวม จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวรายคู่ พบว่า

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม: 1) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 2,000 บาท ($\bar{X}=3.28$) และ 2,001-5,000 บาท ($\bar{X}=3.45$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 2,000 บาท ($\bar{X}=3.28$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.73$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 2,001-5,000 บาท ($\bar{X}=3.45$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.73$) และ 4) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 5,001-8,000 บาท ($\bar{X}=3.41$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.73$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ: 1) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 2,000 บาท ($\bar{X}=3.22$) และ 2,001-5,000 บาท ($\bar{X}=3.58$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 2,000 บาท ($\bar{X}=3.22$) และ 5,001-8,000 บาท ($\bar{X}=3.48$) 3) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 2,000 บาท ($\bar{X}=3.22$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.94$) 4) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 2,001-5,000 บาท ($\bar{X}=3.58$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป

ที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน: 1) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 2,000 บาท ($\bar{X}=3.24$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.75$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 2,001–5,000 บาท ($\bar{X}=3.41$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.75$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 5,001–8,000 บาท ($\bar{X}=3.33$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.75$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน

ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้: 1) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว น้อยกว่า 2,000 บาท ($\bar{X}=3.47$) และ 5,001–8,000 บาท ($\bar{X}=3.67$) 2) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 2,001–5,000 บาท ($\bar{X}=3.40$) และ 5,001–8,000 บาท ($\bar{X}=3.67$) และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว 2,001–5,000 บาท ($\bar{X}=3.40$) และมากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป ($\bar{X}=3.70$) มีค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนคู่อื่น ๆ ไม่พบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้

สมมติฐานที่ 3 เพื่อทดสอบว่าศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน มีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ โดยมีรายละเอียดตามตาราง 34

ตาราง 34 แสดงความสัมพันธ์สหสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
รายด้าน แต่ละด้าน

ตัวแปร	1	2	3	4	5	6	7	8
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	1.00							
2. ด้านที่พักแรม	0.66*	1.00						
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม	0.66*	0.59*	1.00					
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	0.64*	0.65*	0.71*	1.00				
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.49*	0.54*	0.50*	0.55*	1.00			
6. ด้านองค์กรชุมชน	0.47*	0.53*	0.63*	0.60*	0.61*	1.00		
7. ด้านการจัดการ	0.54*	0.46*	0.54*	0.46*	0.61*	0.74*	1.00	
8. ด้านการเรียนรู้	0.38*	0.45*	0.51*	0.50*	0.53*	0.71*	0.71*	1.00

หมายเหตุ: *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 34 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านแต่ละด้าน ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้น โดยใช้การตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองตัวแปร (Bivariate Relationship) ด้วยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient) พบว่า ทุกคู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกันทุกคู่ตัวแปร ซึ่งแสดงให้เห็นว่า หากตัวแปรตัวหนึ่งมีค่าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยอีกตัวแปรหนึ่งก็จะมีค่าเพิ่มขึ้นตามในทางเดียวกัน โดยคู่ที่มีความสัมพันธ์กันมากที่สุด คือ ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชน และศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน เท่ากับ 0.74 รองลงมา คือ ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม และศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชน และศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้ ความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการ และศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเท่ากัน คือ เท่ากับ 0.71

เมื่อพิจารณาระดับความสัมพันธ์ตามเกณฑ์การพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของ เบสท์ (Best, 1977) ซึ่งได้แบ่งระดับความสัมพันธ์ตามเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.81–1.00 มีความสัมพันธ์มาก

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.51–0.80 มีความสัมพันธ์ปานกลาง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.21–0.50 มีความสัมพันธ์น้อยหรือต่ำ

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.00–0.20 มีความสัมพันธ์น้อยมาก

พบว่า ค่าความสัมพันธ์ทั้งหมด 28 คู่ ส่วนใหญ่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.51–0.74 จำนวน 20 คู่ความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 71.43 และมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับน้อยหรือต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.38–0.50 จำนวน 8 คู่ความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57

สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

ตาราง 35 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 “ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านความศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวม แตกต่างกัน”

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สรุปผล
1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน แตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกันจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ($t=-5.87$)	ยอมรับสมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน แตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกันจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ($F=10.58$)	ยอมรับสมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน แตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน จะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=7.07$)	ยอมรับสมมติฐาน
4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน แตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ($F=9.06$)	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 35 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สรุปผล
5. นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ($t=-2.19$)	ยอมรับสมมติฐาน
6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน แตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน จะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=5.90$)	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 36 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 “ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม และรายด้านแตกต่างกันหรือไม่”

ศักยภาพการท่องเที่ยวฯ	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์					
	เพศ	ช่วงอายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	สถานภาพ	รายได้ต่อเดือน
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. ด้านที่พักแรม	✓	✓	✓	✓	X	✓
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	✓	✓	✓	✓	X	X
6. ด้านองค์กรชุมชน	✓	✓	✓	✓	X	✓
7. ด้านการจัดการ	✓	✓	✓	✓	X	X
8. ด้านการเรียนรู้	✓	✓	✓	✓	X	X
ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม	✓	✓	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ✓ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

X พบความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 36 กล่าวโดยสรุป ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เมื่อจำแนกตามช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่ต่างกันทำให้ความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนมีความแตกต่างกันในทุกด้าน และเพศหญิงมีความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนโดยรวมดีกว่าเพศชาย และเมื่อจำแนกตามสถานภาพ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส มีความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนดีกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด

ตาราง 37 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 “ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน แตกต่างกัน”

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สรุปผล
1. นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวต่างกันมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวยที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวต่างกันจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=1.90$)	ปฏิเสธสมมติฐาน
2. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการท่องเที่ยวต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวยที่มีลักษณะการท่องเที่ยวต่างกัน จะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=0.66$)	ปฏิเสธสมมติฐาน
3. นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางต่างกันมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวยที่มีลักษณะการท่องเที่ยวต่างกัน จะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน นแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=7.91$)	ยอมรับสมมติฐาน
4. นักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวยที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=30.00$)	ยอมรับสมมติฐาน
5. นักท่องเที่ยวที่มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกันมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวยที่มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต่างกัน จะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=22.57$)	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 37 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	สรุปผล
6. นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในการท่องเที่ยวต่างกันมีคะแนนเฉลี่ย ความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนแตกต่างกัน	นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในการท่องเที่ยวต่างกันจะมีคะแนนเฉลี่ย ความคิดเห็นของศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 (F=6.60)	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 38 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 “ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว
แตกต่างกัน มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
โดยรวมและรายด้านแตกต่างกัน”

ศักยภาพการท่องเที่ยวฯ	พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว					
	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	ลักษณะการท่องเที่ยว	จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง	ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ	✓	X	✓	✓	✓	✓
2. ด้านที่พักแรม	X	X	✓	✓	✓	X
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการคมนาคม	✓	✓	✓	✓	✓	✓
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	X	X	X	✓	✓	✓
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	X	X	✓	✓	✓	✓
6. ด้านองค์กรชุมชน	X	X	✓	✓	✓	✓
7. ด้านการจัดการ	X	X	✓	✓	✓	X
8. ด้านการเรียนรู้	X	X	✓	✓	✓	✓
ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม	X	X	✓	✓	✓	✓

หมายเหตุ: ✓ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

X พบความแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 38 กล่าวโดยสรุป ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อคน) มีความสัมพันธ์ต่อระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ยกเว้นปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์ต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตาราง 39 แสดงสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 “ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน รายด้านมีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกัน”

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	ระดับขนาดความสัมพันธ์	สรุปผล
1. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.66$)	ปานกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
2. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการคมนาคม	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการคมนาคม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.66$)	ปานกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
3. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.64$)	ปานกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
4. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.49$)	น้อยหรือต่ำ	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 39 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	ระดับขนาด ความสัมพันธ์	สรุปผล
11. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.53$)	ปานกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
12. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.46$)	น้อยหรือต่ำ	ยอมรับสมมติฐาน
13. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านที่พักแรม มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.45$)	น้อยหรือต่ำ	ยอมรับสมมติฐาน
14. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการคมนาคม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการคมนาคม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.71$)	ปานกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
15. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการคมนาคม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกในการคมนาคม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.50$)	น้อยหรือต่ำ	ยอมรับสมมติฐาน

ตาราง 39 (ต่อ)

สมมติฐาน	ผลการทดสอบ	ระดับขนาด ความสัมพันธ์	สรุปผล
27. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชนมีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านองค์กรชุมชน มีความสัมพันธ์ กับศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชนด้านการเรียนรู้ อย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.71$)	ปานกลาง	ยอมรับสมมติฐาน
28. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการมีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้	ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการจัดการ มีความสัมพันธ์กับ ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านการเรียนรู้ อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($r=0.71$)	ปานกลาง	ยอมรับสมมติฐาน

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) กับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) รวมถึงการวิเคราะห์ข้อมูลจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร บทความวิชาการ งานวิจัย และการลงสำรวจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยเพื่อศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญเป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐ (GO) กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชน (CM) และกลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชน (PS) รวมทั้งสิ้น 28 คน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล เพื่อสอบถามความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งผลการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์มีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน รวม 4 คน ได้แก่ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครราชสีมาหรือผู้แทนที่เกี่ยวข้อง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา และผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการ

ในการนำเสนอผลการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำตัวอย่าง GO1, GO2, GO3 และ GO4 มากำหนดเพื่อใช้ในการนำเสนอข้อมูลในกลุ่มผู้แทนภาครัฐ

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ มี 3 ประเด็นดังนี้

คำถามที่ 1 นโยบายภาครัฐที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว
2. ด้านที่พักแรม
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
6. ด้านองค์กรชุมชน
7. ด้านการจัดการ
8. ด้านการเรียนรู้

คำถามที่ 2 ด้านสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย 1) จุดแข็ง 2) จุดอ่อน 3) โอกาส และ 4) อุปสรรค

คำถามที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีข้อมูล ดังนี้

ประเด็นที่ 1 นโยบายภาครัฐ ที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยวของ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดนครราชสีมามีทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียง คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด สามารถแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 เขต ได้แก่ เขตท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และเขตท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ซึ่งรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมด้วย ด้านนโยบายทางภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามนโยบายของจังหวัด โดยมีโครงการไทยนิยม ยั่งยืน ภายในโครงการมีการจัดงาน “มหกรรมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี นครราชสีมา” โครงการ OTOP Village และโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อให้การสนับสนุนชุมชนให้สามารถพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

“...แหล่งท่องเที่ยวที่นิยมในจังหวัด คือ อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทางธรรมชาติ...” (GO1)

“...แหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งเป็น 2 เขต ได้แก่ เขตท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเขตท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์แหล่งท่องเที่ยวด้านประวัติศาสตร์ซึ่งรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมด้วย...” (GO2) (GO4)

“...มีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตามนโยบายของจังหวัด...” (GO1)

“...หน่วยงานจัดโครงการ ไทยนิยม ยั่งยืน ภายในโครงการมีการจัดงานมหกรรมชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี นครราชสีมา...” (GO1) (GO3)

“...ภาครัฐมีการจัดโครงการ OTOP Village และโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี...” (GO3) (GO4)

2. ด้านที่พักแรม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนด้านการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยหน่วยงานที่ดูแลเรื่องการอบรมจะเป็นสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา โดยเป็นการให้ความรู้เรื่องการจัดที่พักแรมรวมถึงการเป็นเจ้าบ้านที่ดีแก่ชุมชน และหน่วยงานที่ดูแลด้านการประชาสัมพันธ์จะเป็นสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา ทั้งนี้ ชุมชนมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้จำนวนไม่มาก หากนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากส่วนใหญ่จะไม่สามารถพักกับชุมชนได้ ต้องเข้ามาพักในเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีที่พักให้บริการ

“...หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนด้านการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว...” (GO1) (GO4)

“...ทางเราจะดูแลเรื่องการอบรม ให้ความรู้ด้านการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์แก่ชุมชนเป็นหลัก...” (GO2)

“...นอกจากนี้ เรายังลงพื้นที่และอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีแก่ชุมชนด้วย...” (GO2)

“...ในชุมชนไม่สามารถรับนักท่องเที่ยวได้ที่ละมาก ๆ นักท่องเที่ยวจะต้องไปพักในเมืองหรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงที่มีที่พักให้บริการ...” (GO3)

“...ด้านการประชาสัมพันธ์ หน่วยงานที่ดูแลจะเป็นสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย...” (GO4)

3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ทางภาครัฐมีการสนับสนุนและการพัฒนาด้านการคมนาคม เพื่อให้การเดินทางมีความสะดวก ในปัจจุบันการเดินทางมายังจังหวัดนครราชสีมา มีความสะดวกสบาย โดยสามารถเลือกเดินทางได้ 2 เส้นทาง คือ เส้นทางที่ 1 ใช้ถนนทางหลวงหมายเลข 1 ถนนพหลโยธิน โดยผ่านจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และผ่านจังหวัดสระบุรี เพื่อเชื่อมต่อกับถนนทางหลวงหมายเลข 2 คือ ถนนมิตรภาพ ซึ่งเป็นถนนที่วิ่งตรงสู่ตัวเมืองนครราชสีมา เส้นทางที่ 2 ใช้เส้นทางจากกรุงเทพฯ ไปยังจังหวัดฉะเชิงเทรา เข้าทางหลวงหมายเลข 304 ผ่านอำเภอสรีมาโพธิ์ กบินทร์บุรี และนาดี จังหวัดปราจีนบุรี เข้าเขตนครราชสีมาที่อำเภอวังน้ำเขียว สะดวกสำหรับการออกจากกรุงเทพฯทางทิศตะวันออก ทั้งนี้สามารถเดินทางโดยรถยนต์ รถประจำทางหรือรถไฟได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวโดยรถยนต์ หากเดินทางโดยรถไฟ จะมีรถไฟมาที่จังหวัดนครราชสีมาทุกวันโดยออกจากสถานีหัวลำโพง นอกจากนี้ จังหวัดนครราชสีมา มีนโยบายในการพัฒนาและเชื่อมโยงด้านการคมนาคมขนส่งในจังหวัดไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ โดยปัจจุบันมีโครงการพัฒนาการคมนาคม ได้แก่ โครงการสร้างถนนมอเตอร์เวย์ เส้นทางปะอิน-นครราชสีมาคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี พ.ศ. 2563 โครงการรถไฟความเร็วสูงที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2565

“...มีการสนับสนุนการพัฒนาด้านการคมนาคม...” (G01) (G02) (G03)

“...การเดินทางสะดวกสามารถเดินทางโดยรถยนต์และรถประจำทาง...” (G01) (G03)

“...สามารถเดินทางโดยรถยนต์ รถไฟ จากหัวลำโพงได้ มีทุกวัน...” (G02)

“...นั่งรถไฟจากหัวลำโพงได้ มีทุกวัน...” (G04)

“...นักท่องเที่ยวที่มาโคราช ส่วนมากจะมาโดยรถยนต์ตนเอง...” (G04)

“...เดินทางได้อย่างสะดวก มี 2 เส้นทาง คือ ถนนพหลโยธิน ที่วิ่งตรงสู่ตัวเมืองนครราชสีมาและจากกรุงเทพฯทางทิศตะวันออก ใช้เส้นทางจากกรุงเทพฯ-ฉะเชิงเทรา เข้าถนน 304 เข้าทางวังน้ำเขียว...” (G02)

“...นโยบายด้านนี้ เพื่อเชื่อมโยงด้านการคมนาคมขนส่งในจังหวัดไปสู่ภูมิภาคอื่น ๆ...” (G01) (G02)

“...ทางจังหวัดมีโครงการสร้างถนนมอเตอร์เวย์ เส้นทางปะอิน-นครราชสีมา คาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี พ.ศ. 2563 โครงการรถไฟความเร็วสูงที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2565...” (G01) (G04)

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีกิจกรรมของชุมชนอยู่แล้ว ทางภาครัฐให้การสนับสนุนชุมชนในด้านการพัฒนากิจกรรมหรือสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นกิจกรรมในการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่และมีความเหมาะสมกับชุมชนและสามารถทำกิจกรรมได้ในทุก ๆ วัน อาทิ กิจกรรมการเพาะเห็ด สามารถจัดเป็นกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวทดลองเพาะเห็ดได้ และจะมีบางกิจกรรมที่ชุมชนทำอยู่แล้วแต่หากนักท่องเที่ยวต้องการที่จะทำกิจกรรมด้วยจะต้องมีการแจ้งล่วงหน้า เช่น การทดลองปั่นเครื่องปั่นดินเผา เพราะเจ้าของกิจกรรมจะต้องมีการเตรียมอุปกรณ์ให้ด้วย นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ชุมชนจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ การจัดกิจกรรมโดยชุมชนสิ่งสำคัญที่จะสามารถทำให้ประสบความสำเร็จได้นั้น คือ ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน คนในชุมชนมีแนวคิดที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน การจัดกิจกรรมต่าง ๆ เกิดจากความร่วมมือ ความสามัคคีของคนในชุมชน จะทำให้ชุมชนทำการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

“...ชุมชนมีกิจกรรมของตนอยู่แล้ว...” (GO1) (GO3)

“...ทางเราจะมีมีการมีการจัดอบรมให้ชุมชนพัฒนากิจกรรมหรือคิดกิจกรรมใหม่ ๆ ที่เป็นกิจกรรมในชีวิต เพื่อให้เห็นถึงวิถีชีวิต...” (GO2)

“...อาจจะจัดกิจกรรมให้สามารถในทุก ๆ วัน เหมาะสมกับลักษณะของชุมชน...” (GO3)

“...ควรมีกิจกรรมหลาย ๆ กิจกรรมให้เลือกได้ มีพัฒนาการที่คอยแนะนำ...” (GO3)

“...กิจกรรมที่หลากหลาย โดดเด่น หรือกิจกรรมใหม่ ๆ...” (GO4)

“...กิจกรรมควรเกิดจากงานที่ที่ชุมชนทำอยู่ทุกวันอยู่แล้ว เช่น การเพาะเห็ด...”

“...บางกิจกรรมที่ชุมชนทำอยู่ เช่น ปั่นเครื่องปั่นดินเผา ต้องมีการแจ้งก่อนเพราะต้องมีการเตรียมอุปกรณ์ให้ด้วย ...” (GO4)

“...การจัดกิจกรรมในชุมชนความร่วมมือของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ...” (GO1)

“...คนในชุมชนต้องร่วมมือร่วมใจในการจัดกิจกรรม จะทำให้ประสบผลสำเร็จได้...” (GO2)

“...หากชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน มีแนวคิดไปในแนวเดียวกันจะทำให้ชุมชนทำการท่องเที่ยวได้ดีและยั่งยืน...” (GO4)

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดนครราชสีมา มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของที่ระลึก โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในบริเวณอำเภอเมืองและเขาใหญ่ การบริการด้านร้านอาหารมีจำนวนที่เพียงพอต่อการให้บริการด้านอาหาร โดยเฉพาะในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวอยู่แล้ว แต่สำหรับ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ชุมชนอยู่ห่างจากอำเภอเมืองหรือบริเวณเขาใหญ่ออกไป ร้านอาหารที่จะคอยให้บริการจะมีน้อยและส่วนใหญ่จะเป็นเพียงร้านอาหารที่ให้บริการสำหรับคนในพื้นที่เท่านั้น สำหรับร้านขายของที่ระลึกทางจังหวัดมีสินค้า OTOP ที่หลากหลาย ทั้งนี้มีการสนับสนุนจากภาครัฐ ในด้านการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สินค้าเพื่อพัฒนา ปรับปรุงในโครงการ OTOP นวัตกรรม โดยมีทั้งหมด 87 ชุมชน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและเป็นการเดินทางแบบ One Day Trip โดยหาข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือหาข้อมูลผ่านทางสื่อ Social Media ต่าง ๆ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook) มีความสัมพันธ์ต่อความต้องการใช้บริการในด้านบริษัทนำเที่ยวนั้นมีจำนวนน้อย โดยพบว่า บริษัทนำเที่ยวภายในจังหวัดมีเพียง 59 รายเท่านั้น

“...ในจังหวัดมีสิ่งอำนวยความสะดวก...” (GO1) (GO2) (GO3) (GO4)

“...สิ่งอำนวยความสะดวก มีศูนย์บริการข้อมูลข่าวสาร ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว ห้างสรรพสินค้า ร้านขายของที่ระลึก...” (GO1) (GO2)

“...สิ่งอำนวยความสะดวกส่วนใหญ่จะอยู่ในอำเภอเมืองเขาใหญ่...” (GO1)

“...บริเวณชุมชนจะมีร้านสะดวกซื้อน้อย และในบางชุมชนที่อยู่ไกลจากตัวเมืองออกไปจะหาร้านอาหารค่อนข้างยาก...” (GO3)

“...ร้านขายของที่ระลึกทางจังหวัดมีสินค้า OTOP ที่หลากหลายที่ภาครัฐให้การสนับสนุนเพื่อพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าในชุมชน เป็นโครงการ OTOP นวัตกรรม มี 87 ชุมชน...” (GO3)

“...ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการอาหารมีเพียงพอต่อการให้บริการ ยกเว้นชุมชนอยู่ห่างจากอำเภอเมืองหรือบริเวณเขาใหญ่ออกไป ร้านจะมีน้อยและส่วนใหญ่จะเป็นเพียงร้านอาหารที่ให้บริการสำหรับคนในพื้นที่เท่านั้น...” (GO4)

“...ด้านบริษัทนำเที่ยวนั้นมีจำนวนน้อยโดยพบว่า บริษัทนำเที่ยวภายในจังหวัดมีเพียง 59 ราย...” (GO2)

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย เที่ยวแบบไปเช้าเย็นกลับและส่วนใหญ่หาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตผ่านทางเฟซบุ๊ก (Facebook)...” (GO4)

6. ด้านองค์กรชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา นั้น ทางภาครัฐมีนโยบายในการสนับสนุนเพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถขับเคลื่อนชุมชนได้ และแต่ละชุมชนจะมีนักพัฒนากรให้คำปรึกษา มีการสนับสนุนด้านการให้ความรู้ เพื่อคนในชุมชนเกิดความเข้าใจ โดยชุมชนจะมีการดำเนินงานเรื่องการบริหารชุมชนโดยใช้วิธีจัดตั้ง

กองทุนหมู่บ้าน เพื่อดำเนินงานกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน และภาครัฐมีการสนับสนุน โดยจัดอบรมเรื่องการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่ชุมชน เพื่อสร้างความเข้าใจในเรื่องการต้อนรับนักท่องเที่ยวให้แก่ชุมชน และด้านการจัดการพื้นที่ในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีพื้นที่ในการจัดกิจกรรม และทำให้ชุมชนดูสะอาดด้วย นอกจากนี้ ในแต่ละชุมชนจะมีผู้แทนของชุมชน/ ปราชญ์ชาวบ้าน เป็นตัวแทนของชุมชนในด้านการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวด้วย

“...มีการสนับสนุนชุมชนด้านการจัดการพื้นที่ในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีพื้นที่ในการจัดกิจกรรม และทำให้ชุมชนดูสะอาด...” (GO1)

“...สนับสนุนด้านการให้ความรู้เพื่อคนในชุมชนเกิดความเข้าใจในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว...” (GO2)

“...จัดอบรมเรื่องการเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่ชุมชน...” (GO2)

“...มีนโยบายในการสนับสนุนเพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถขับเคลื่อนชุมชนได้ โดยมีนักพัฒนากรให้คำปรึกษา...” (GO3)

“...ให้ความรู้ แนะนำการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน...” (GO3)

“...ชุมชนจะมีผู้แทนของชุมชน/ปราชญ์ชาวบ้าน เป็นตัวแทนของชุมชนในด้านการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ และนักท่องเที่ยวด้วย...” (GO4)

7. ด้านการจัดการ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภาครัฐให้การสนับสนุนชุมชน โดยมีการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการด้านต่าง ๆ โดยแต่ละหน่วยงานจะจัดอบรมให้ความรู้ตามหน้าที่ของหน่วยงานที่ตนได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบ โดยมีการอบรมให้ความรู้แก่ชุมชนในเรื่องกองทุนหมู่บ้านการให้ความรู้ด้านการจัดสรรรายได้ การอบรมเกี่ยวกับการบริหารจัดการโฮมสเตย์เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว การให้บริการต้อนรับแขกหรือนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนยังมีผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากคนในชุมชนร่วมกันผลิต ทางภาครัฐมีนโยบายในการพัฒนาและหาช่องทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าไหมและเครื่องปั้นดินเผาตามเกวียน เพื่อเป็นของที่ระลึกของชุมชนด้วย

“...สนับสนุนให้ชุมชนได้รับการอบรมเกี่ยวกับการจัดการด้านต่าง ๆ ...” (GO1)

“...ส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์...” (GO1)

“...ให้ความรู้ในด้านการพัฒนาและอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องการต้อนรับแขก...”

(GO2)

“...การบริหารจัดการโฮมสเตย์ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว...” (GO2)

“...การให้ความรู้ด้านการจัดสรรรายได้และกองทุนหมู่บ้าน...” (GO3)

“...หน่วยงานภาครัฐมีการให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดการด้านต่าง ๆ...” (GO4)

“...หน่วยงานแต่ละหน่วยงานจะจัดอบรมให้ความรู้ตามหน้าที่ของหน่วยงานที่ได้รับผิดชอบ...” (GO4)

“...สนับสนุนด้านการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และเครื่องปั้นดินเผาตามถาด...” (GO1)

8. ด้านการเรียนรู้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ด้านการเรียนรู้ของชุมชน มีการร่วมมือกันระหว่างภาครัฐและภาคการศึกษาที่ให้ความรู้ด้านต่าง ๆ โดยชุมชนจะได้รับการอบรม เช่น เรื่องการใช้สื่อต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ชุมชน โดยใช้เฟสบุ๊ก (Facebook) ทำให้ชุมชนได้เกิดการเรียนรู้ การประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย การให้ความรู้เรื่องผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ เป็นต้น อีกทั้งมีโครงการอบรม/ให้ความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรในชุมชนและผู้ประกอบการในชุมชน เรื่องการให้บริการเพื่อสร้างทักษะในการบริการ การพัฒนาทางด้านภาษาอังกฤษให้กับผู้ให้บริการในร้านค้า ร้านอาหารต่าง ๆ รวมถึงการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกต้องแก่คนในชุมชน การสนับสนุนให้ชุมชนสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้เกี่ยวกับชุมชน/วิถีชีวิตของชุมชน เพื่อสร้างการเรียนรู้ระหว่างนักท่องเที่ยวและชุมชน และส่วนที่สำคัญ คือ คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของชุมชน จะทำให้สามารถดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ต่อไป

“...ให้ความรู้ในเรื่องการใช้สื่อต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ชุมชน เพื่อให้ชุมชนได้เกิดการเรียนรู้การประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย...” (GO1)

“...หน่วยงานจะมีการอบรมให้ความรู้เพื่อพัฒนาด้านการบริการให้แก่ชุมชนและผู้ประกอบการ...” (GO2)

“...ด้านภาษา มีอบรมการใช้ภาษาอังกฤษให้กับชุมชน ร้านค้า ร้านอาหาร...” (GO2)

“...สนับสนุนให้ชุมชนสร้างกิจกรรมที่ให้ความรู้เกี่ยวกับชุมชนหรือวิถีชีวิตของชุมชน...” (GO3)

“...คนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม เพื่อให้เกิดความรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของจะทำให้ชุมชนทำกิจกรรมนี้ต่อไปได้...” (GO3)

“...ภาครัฐและภาคการศึกษามีการร่วมมือกันในการส่งเสริมความรู้ด้านต่าง ๆ แก่ชุมชน...” (GO4)

“...การให้ความรู้เรื่องผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ...” (GO4)

ประเด็นที่ 2 ด้านสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1. ด้านจุดแข็งของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดแข็งของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา นั้น มีจุดแข็งที่โดดเด่น คือ แหล่งท่องเที่ยว เพราะเป็นมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นมรดกโลก เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่กว้างขวางมาก โดยมีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอารยธรรมขอม มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ สมัยทวารวดี และยุคของเขมรโบราณ ซึ่งมีความสำคัญทางด้านวัฒนธรรมอีกด้วย นอกจากนี้ ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจทั้งทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม แต่ละชุมชนมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดนั้น ถือว่ามีความเหมาะสม ไม่สูงจนเกินไป เมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่จังหวัดอื่น โดยค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ที่ 1,415 บาท เท่านั้น โดยข้อมูลนี้ได้จากสถิติของสำนักงานสถิติ จังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ ค่าใช้จ่ายในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งสามารถเข้าชมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น พิพิธภัณฑ์เมืองนครราชสีมา การแสดงเพลงโคราช และในสถานที่ท่องเที่ยวทางโบราณสถานมีอัตราค่าเข้าชม อยู่ระหว่าง 20-40 บาท ผู้สูงอายุและเด็กเข้าชมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ด้านราคาที่พักจะเห็นได้ว่าอยู่ในราคาพันบาทต้น ๆ ราคานี้พร้อมอาหารเช้าด้วย ซึ่งถือว่าค่าใช้จ่ายด้านที่พักมีราคาถูกมาก อีกเรื่องที่เกี่ยวข้องเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา นั้น คือ จิตบริการ คนในชุมชนที่ทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว นั้น มีความพร้อมที่จะให้บริการ และพร้อมในการเรียนรู้เพื่อที่จะให้บริการ

“...แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เป็นมรดกโลก...” (GO1) (GO2)

“...มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านวัฒนธรรม (GO2) (GO4)

“...แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยมีพื้นที่มากที่สุดในประเทศไทย...” (GO3)

“...มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์เกี่ยวกับอารยธรรมขอม มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน ตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ สมัยทวารวดี และยุคของเขมรโบราณ...” (GO4)

“...ชุมชนมีวัฒนธรรมที่โดดเด่น...” (GO2) (GO3) (GO4)

“...การใช้จ่ายในจังหวัดของนักท่องเที่ยวชาวไทย อยู่ที่ 1,415 บาทต่อคน มีความเหมาะสม เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นจากสำนักงานสถิติจังหวัด...” (GO2)

“...การเข้าพิพิธภัณฑ์เมืองนครราชสีมาหรือการดูการแสดงเพลงโคราช สามารถดูฟรี...”

(GO4)

“...เข้าชมโบราณสถาน ราคาอยู่ระหว่าง 20-40 บาท ผู้สูงอายุและเด็กเข้าฟรี...”

(GO1) (GO4)

“...ห้องพักรมมีราคาถูกลง...” (GO2)

“...คนในชุมชนมีความเป็นมิตรและมีจิตบริการ...” (GO2)

“...คนที่ร่วมทำกิจกรรมมีความพร้อมที่จะให้บริการ มีจิตบริการ...” (GO4)

2. ด้านจุดอ่อนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา คือ การเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ด้วยจังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่กว้างขวาง มีความสัมพันธ์ต่อการเดินทางเชื่อมโยงกันของแหล่งท่องเที่ยว โดยการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวนั้น ใช้เวลานานและการคมนาคมในบางพื้นที่ไม่สะดวก ดังนั้น การเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละแห่งใช้เวลาค่อนข้างนาน คือ นักท่องเที่ยวต้องตั้งใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวจริง ๆ ตัวอย่างเช่น ชุมชนบ้านปราสาท จะอยู่ห่างจากตัวเมือง 45 กิโลเมตร ซึ่งใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมงขึ้นไป ในการเดินทางไป นอกจากนี้เรื่องการขนส่งสาธารณะในจังหวัด การเดินทางโดยรถสาธารณะไม่เอื้ออำนวยต่อนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เพราะมีรถสาธารณะไม่มาก และสภาพค่อนข้างทรุดโทรม ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล ซึ่งการเดินทางที่ใช้เวลามาก จึงมีความสัมพันธ์ทำให้ความต้องการในการท่องเที่ยวลดลง ด้านการประชาสัมพันธ์ของชุมชน ในแต่ละชุมชน พบปัญหาด้านการทำการประชาสัมพันธ์ เนื่องจากผู้ที่ดูแลรับผิดชอบในด้านของแต่ละชุมชน ยังขาดทักษะในการทำการประชาสัมพันธ์ อีกทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง ทั้งนี้ การทำประชาสัมพันธ์ภาพรวมของจังหวัดขาดความต่อเนื่องเช่นกัน โดยสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมาเน้นดูแลการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมาแต่ก็ยังดูแลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิด้วย จึงทำให้บุคลากรที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อการทำงานในปัจจุบัน ทั้งนี้ โคราชมีความพร้อมด้านการท่องเที่ยว แต่ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง จึงต้องให้ความสำคัญด้านนี้มาก ๆ ด้านความเข้มแข็งของชุมชน ในหลาย ๆ ชุมชนยังขาดความเข้มแข็งสามัคคี โดยการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น ควรเกิดจากความต้องการของชุมชนก่อน และต้องประกอบด้วยปัจจัยอื่น ๆ เช่น ความพร้อมของชุมชน ความต้องการ หรือความอยากที่จะทำของชุมชน รวมถึงต้องมีผู้นำที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ ชุมชนแต่ละชุมชนจะเข้มแข็งและสามารถดำเนินงาน ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้นั้นยังต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของคน

ในชุมชนที่เกิดจากความร่วมมือจากช่วงอายุต่าง ๆ เพราะในปัจจุบันผู้ที่ดำเนินงานส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากคนในวัยหนุ่มสาวไปทำงานโรงงานเสียส่วนมาก ขาดการสืบทอด จึงอาจทำให้เกิดการขาดช่วง เพื่อดำเนินงานต่อไปในอนาคต ในด้านระบบการจัดการ ทางชุมชนยังขาดความรู้ความสามารถด้านการบริหารจัดการทั้งในเรื่อง ของการจัดกิจกรรม การจัดระบบ การกระจายรายได้ ทำให้เกิดความไม่ชัดเจนในการดำเนินการจึงเกิดเป็นจุดอ่อนภายในชุมชน

“...การเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวมีระยะทางที่ไกลกัน...” (GO1) (GO4)

“...การเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยว ใช้เวลานานในการเดินทางและการคมนาคมในบางพื้นที่ไม่สะดวก...” (GO2)

“...การขนส่งสาธารณะไม่เอื้ออำนวยต่อนักท่องเที่ยว เพราะมีรถน้อย และทราดโถม...” (GO2)

“...การเดินทางโดยรถสาธารณะ มีให้บริการไม่มาก และสภาพค่อนข้างเก่า...” (GO3)

“...การเดินทางนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล...” (GO4)

“...การทำประชาสัมพันธ์ของแต่ละชุมชน ขาดทักษะในการทำ...” (GO4)

“...การทำการประชาสัมพันธ์ที่ไม่มีความต่อเนื่อง...” (GO1) (GO2)

“...บุคลากรที่มีอยู่ไม่เพียงพอต่อการทำงาน การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานดูแลจังหวัดนครราชสีมาแต่ก็ยังดูแลการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิด้วย...” (GO1)

“...ชุมชนหลาย ๆ ชุมชน ยังขาดความสามัคคี...” (GO2) (GO3)

“...ชุมชนต้องมีความต้องการที่จะทำกิจกรรมด้านท่องเที่ยวก่อนจะทำให้ได้รับความร่วมมือภายในชุมชน...” (GO4)

“...ยังมีเรื่องอื่นที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญ เช่น ความพร้อม ความต้องการของชุมชนในการทำกิจกรรม...” (GO2)

“...ต้องมีผู้นำที่เข้มแข็ง...” (GO2) (GO3)

“...ในชุมชนมีแต่คนแก่ วัยรุ่นไปทำงานโรงงานกันหมด ขาดคนที่จะทำกิจกรรมท่องเที่ยวต่อ...” (GO3)

“...ความไม่ชัดเจนในการแบ่งรายได้ของชุมชน...” (GO1)

“...ชุมชนยังขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ เรื่องการกระจายรายได้...” (GO4)

3. ด้านโอกาสของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดนครราชสีมา มีแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว ทำให้โอกาสในการขยายพื้นที่ในการท่องเที่ยวมีมากยิ่งขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น หากชุมชนอยู่ใกล้หรืออยู่ในแหล่งท่องเที่ยวเดิม การทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางมากท่องเที่ยวนั้นมีมากยิ่งขึ้น เพราะมีกิจกรรมและงานต่าง ๆ ให้ดูหรือมีกิจกรรมให้ร่วมทำเพิ่มขึ้น อีกทั้งสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวแล้วเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้อีกด้วย นอกจากนี้ มีนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น สำนักงานจังหวัด โดยผู้ว่าสนับสนุนการจัดกิจกรรมในชุมชนซึ่งจะใช้พื้นที่ในแต่ละชุมชนในการประชุมสัญจร นอกจากนี้ ยังมีโครงการพัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่น โครงการพัฒนาบุคลากรชุมชน ซึ่งจัดโดยสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาชุมชนสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยเน้นให้นำเสนอในรูปแบบวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนแก่นักท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาการคมนาคม ทางจังหวัดได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาเส้นทางให้มีความสะดวก เช่น โครงการสร้างถนนมอเตอร์เวย์ เส้นทางปะอิน-นครราชสีมา ซึ่งคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี พ.ศ. 2563 ทั้งนี้ เส้นทางดังกล่าวสามารถลดระยะเวลาในการเดินทางได้ โดยจะใช้เวลาในการเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง ในการเดินทางจากกรุงเทพมหานครมายังจังหวัดนครราชสีมา และยังมีโครงการรถไฟความเร็วสูง ช่วงที่ 1 กรุงเทพฯ นครราชสีมา ระยะทาง 259 กิโลเมตร โดยมีสถานีรถไฟ 6 สถานี ได้แก่ บางซื่อ-ดอนเมือง-อยุธยา-สระบุรี-ปากช่อง-นครราชสีมา ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมง 17 นาที คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2565

“..มีแหล่งท่องเที่ยวเดิม จึงสามารถขยายพื้นที่และกิจกรรมในการท่องเที่ยวมากขึ้น...”

(GO1)

“...ชุมชนที่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาที่ชุมชนได้...”

(GO2)

“...ชุมชนที่อยู่ใกล้หรือในแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว จะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากกว่าจากการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวทำเพิ่มขึ้น...” (GO3)

“...ผู้ว่าสนับสนุนการจัดกิจกรรมในชุมชนซึ่งจะใช้พื้นที่ในแต่ละชุมชนในการประชุมสัญจร...” (GO1)

“...มีโครงการพัฒนามัคคุเทศก์ท้องถิ่น โครงการพัฒนาบุคลากรชุมชน...” (GO2)

“...ให้การสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น โดยนำวัฒนธรรมของชุมชนมานำเสนอ...” (GO3)

“...จังหวัดได้รับการสนับสนุนในการพัฒนาด้านการคมนาคม เช่น โครงการสร้างถนนมอเตอร์เวย์ เส้นทางปะอิน-นครราชสีมาซึ่งจะเปิดใช้ปี พ.ศ. 2563 และยังมีโครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูง...” (GO4)

4. ด้านอุปสรรคของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดนครราชสีมา มีอุปสรรคในด้านภัยธรรมชาติ ด้วยสภาพอากาศที่ร้อนจัดในหน้าร้อนทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงมาก อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ อาทิ ภัยแล้ง รวมถึงด้านเศรษฐกิจตกต่ำ ด้วยค่าครองชีพที่สูงขึ้น ทั้งในส่วนของน้ำมันเชื้อเพลิง อาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยววันน้อยลง นอกจากนี้ สภาพแวดล้อมทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คนในชุมชนที่อยู่ในช่วงวัยทำงานต้องออกไปทำงานนอกพื้นที่หรือไปทำงานตามโรงงานทำให้ผู้ที่มาต่อยอดการทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะเป็นผู้สูงอายุ เป็นส่วนมากทำให้เกิดช่องว่างในการทำกิจกรรมและมีความสัมพันธ์ต่อการสืบทอดวัฒนธรรมในชุมชน อีกทั้งแนวโน้มการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม กระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นไปตามลักษณะทางสังคมอีกด้วย

“...สภาพอากาศที่ร้อนจัดในหน้าร้อน ทำให้นักท่องเที่ยววันน้อย...” (GO1)

“...ด้านภัยธรรมชาติ เช่น ภัยแล้ง อากาศที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอด และมีช่วงที่อากาศที่ร้อนจัด...” (GO2)

“...ค่าครองชีพที่สูงขึ้น มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวทำให้ลดลง...” (GO3)

“...เศรษฐกิจตกต่ำในระดับประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยววันน้อยลง...” (GO4)

“...การหางานทำนอกพื้นที่ของวัยทำงาน ทำให้คนที่อาศัยในชุมชนส่วนใหญ่เป็นคนสูงอายุ...” (GO2)

“...ในชุมชนส่วนใหญ่ผู้ที่อาศัยอยู่จะเป็นผู้สูงอายุ...” (GO4)

“...แนวโน้มและกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมตามลักษณะทางสังคมในปัจจุบัน...” (GO1)

ประเด็นที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา นั้น หากต้องการพัฒนาเพิ่มเติมจากส่วนที่มีอยู่นั้น คือ ต้องพัฒนาเรื่องระบบ Wifi ภายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว การกระจาย

พื้นที่ในการเดินทางท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น เขาใหญ่ เมือง ไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ด้วย ให้ข้อมูลสำหรับการติดต่อและการทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น ด้านระบบ การคมนาคม การขนส่งสาธารณะ เช่น ระบบรถเมล์ รถรางในชุมชน ควรให้ความสำคัญ และพัฒนา เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ภาพรวมของการท่องเที่ยว โดยชุมชน จะสามารถดำเนินได้อย่างยั่งยืนต้องได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเป็นหลัก และพื้นที่ในชุมชนยังต้องมีความพร้อมในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกด้วย

“...ให้ข้อมูลสำหรับการติดต่อและการทำประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น...” (G01)

“...การทำประชาสัมพันธ์ให้มีการกระจายพื้นที่ สำหรับท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้น นอกเหนือจาก แหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น เขาใหญ่ เมือง ไปสู่ชุมชนต่าง ๆ ...” (G02)

“...พัฒนาระบบ Wifi ในชุมชน...” (G01) (G03)

“...พัฒนาระบบการคมนาคม การขนส่งสาธารณะ เช่น ระบบรถเมล์...” (G04)

“...ความร่วมมือของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญ...” (G02) (G04)

สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาครัฐในภาพรวม มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 40 แสดงสรุปประเด็นที่ 1 นโยบายภาครัฐ ที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม

องค์ประกอบ	สรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์ในภาพรวม
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/ แหล่งท่องเที่ยว	จังหวัดมีนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น โครงการ ไทยนิยม ยั่งยืน โครงการ OTOP Village และโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี
2. ด้านที่พักแรม	มีนโยบายสนับสนุนการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ โดยการอบรม ให้ความรู้ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวและความสะดวก ในการคมนาคม	สามารถเดินทางได้อย่างสะดวก โดยใช้ถนนทางหลวง มีโครงการพัฒนา การคมนาคมสำหรับการเดินทางมายังจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ โครงการ สร้างถนนมอเตอร์เวย์ เส้นบางปะอิน-นครราชสีมาคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ ในปี พ.ศ. 2563 โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงที่คาดว่าจะแล้วเสร็จ ในปี พ.ศ. 2565
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ชุมชนมีกิจกรรมอยู่แล้วแต่ยังขาดความโดดเด่นและสร้างสรรค์ ภาครัฐ ให้การสนับสนุนโดยการให้ความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และส่งเสริม การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายเพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ตลอดทั้งปี

ตาราง 40 (ต่อ)

องค์ประกอบ	สรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์ในภาพรวม
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	มีโครงการอบรม/ให้ความรู้เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการ ในด้านทักษะการให้บริการ รวมถึงการพัฒนาการสื่อสารให้กับร้านค้า ร้านอาหารต่าง ๆ
6. ด้านองค์กรชุมชน	ภาครัฐมีนโยบายในการสนับสนุนเพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถขับเคลื่อนชุมชนได้ โดยการสนับสนุนด้านการให้ความรู้ การดูแลเรื่องกองทุนชุมชน โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด
7. ด้านการจัดการ	ภาครัฐมีนโยบายที่สนับสนุนให้แก่ชุมชนในการอบรมให้ความรู้เป็นหลัก โดยแต่ละหน่วยงานจะจัดอบรมให้ความรู้ตามหน้าที่ของหน่วยงานที่ตนได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบ
8. ด้านการเรียนรู้	ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้แก่ชุมชนในการอบรม ให้ความรู้ในเรื่องการใช้สื่อต่าง ๆ ในการประชาสัมพันธ์ชุมชน เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นต้น

สรุปประเด็นที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัด

นครราชสีมา

1. พัฒนาเรื่องระบบ Wifi ภายในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวไปสู่ชุมชน
3. ระบบการคมนาคม การขนส่งสาธารณะ ต้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้

4. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น

กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ชุมชนละ 2 คน จาก 6 ชุมชน รวมจำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้แทนชุมชนเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่สามารทำให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลาเพียงพอในการให้ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำด้วยย่อ CM1, CM2, CM3, CM4, CM5, CM6, CM7, CM8, CM9, CM10, CM11, และ CM12 มากำหนดเพื่อใช้ในการนำเสนอข้อมูลในกลุ่มผู้แทนชุมชน

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ มี 3 ประเด็น ดังนี้

คำถามที่ 1 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วยองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว
2. ด้านที่พักแรม

3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
6. ด้านองค์กรชุมชน
7. ด้านการจัดการ
8. ด้านการเรียนรู้

คำถามที่ 2 ด้านสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ 1) จุดแข็ง 2) จุดอ่อน 3) โอกาส และ 4) อุปสรรค

คำถามที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ประเด็นที่ 1 ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า

1. ชุมชนบ้านสันกำแพง

1.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนบ้านสันกำแพง ตั้งอยู่ตำบลวังหมี อำเภอน้ำเหียว มีลักษณะภูมิอากาศที่เย็นสบายตลอดปี และชุมชนมีพื้นที่ติดกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติทำให้สามารถพบสัตว์ป่าในบริเวณชุมชนบ้านสันกำแพงได้ นับเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวที่ชุมชน ซึ่งมีสัตว์ป่าที่มากอาศัยอยู่ในบริเวณชุมชนมีเป็นจำนวนมาก เช่น ช้างป่า นกเหียง กะโหลก ชุมชนบ้านสันกำแพง จึงมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย เรียนรู้การใช้ชีวิตของสัตว์ป่า คือ กิจกรรมส่องสัตว์ ที่ได้รับการดูแลจากเจ้าหน้าที่จากอุทยานฯ และผู้ใหญ่บ้าน ที่จะนำชมสัตว์ป่าในบริเวณชุมชนด้วย นอกจากนี้ ชุมชนยังมีอ่างเก็บน้ำบ้านสันกำแพง ที่สามารถเดินออกกำลังกายในยามเช้า หรือปั่นจักรยานรอบอ่างเก็บน้ำบ้านสันกำแพงซึ่งได้ โดยรอบอ่างเก็บน้ำได้มีพื้นที่สำหรับเดิน วิ่ง ปั่นจักรยานได้ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ชุมชนให้ความสำคัญอีกด้วย

“...ชุมชนอยู่ติดกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ มีสัตว์ป่าอยู่ในบริเวณชุมชน มีเป็นจำนวนมาก เช่น ช้างป่า นกเหียง กะโหลก...” (CM1)

“...ชุมชนภูมิอากาศที่เย็นสบายตลอดปี มีกิจกรรมส่องสัตว์ เพราะมีสัตว์ป่ามาก...” (CM2)

“...มีกิจกรรมเชิงผจญภัย เช่น ดูชีวิตของสัตว์ป่า กิจกรรมส่องสัตว์...” (CM1)

“...มีกิจกรรมได้รับการดูแลจากเจ้าหน้าที่จากอุทยานฯและผู้ใหญ่บ้าน...”

(CM1) (CM2)

“...อ่างเก็บน้ำสามารถเดินออกกำลังกาย หรือปั่นจักรยานได้...” (CM1) (CM2)

1.2 ด้านที่พักแรม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า บริเวณชุมชน มีที่พักที่หลากหลายให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักได้ เนื่องจากชุมชนตั้งอยู่ในอำเภอวังน้ำเขียวก็จะมีเอกชนที่เข้ามาดำเนินการด้านธุรกิจที่พัก จึงทำให้ทางชุมชนยังไม่มีมีการดำเนินการเรื่องที่พักแบบโฮมสเตย์

“...มีที่พักสามารถเลือกพักเพราะอยู่ในวังน้ำเขียว...” (CM1)

“...ชุมชนยังไม่มีมีการดำเนินการเรื่องที่พักแบบโฮมสเตย์...” (CM1) (CM2)

1.3 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สามารถเดินทางโดยรถยนต์ มีถนนที่เข้ามาสู่ชุมชนได้รับการพัฒนาแล้วทำให้การเดินทางมีความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ สามารถขึ้นรถโดยสารประจำทางจากสถานีขนส่งหมอชิตไปลงที่จังหวัดนครราชสีมา แล้วต่อรถประจำทางที่สถานีขนส่งนครราชสีมา สายนครราชสีมา-ปักธงชัย ไปยังอำเภอวังน้ำเขียวได้ นอกจากนี้สามารถเดินทางจากกรุงเทพฯ โดยรถทัวร์ซึ่งมีบริษัทรถทัวร์ให้บริการหลายบริษัท

“...ชุมชนได้รับการพัฒนาถนน สามารถเดินทางโดยรถยนต์...” (CM1)

“...นั่งรถประจำทางได้จากสถานีขนส่งหมอชิตลงที่อำเภอเมือง และต่อรถสายนครราชสีมา-ปักธงชัย...” (CM2)

“...มีรถทัวร์สามารถนั่งมาลงที่เมืองได้...” (CM1)

1.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เนื่องจากชุมชนอยู่ใกล้กับอุทยานแห่งชาติฯ ทำให้พบสัตว์ป่าอยู่เป็นประจำทางชุมชนจึงมีกิจกรรมส่องสัตว์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบกิจกรรมในด้านนี้ และยังมีกิจกรรมตกบาตรตอนเช้า กิจกรรมที่บริเวณอ่างเก็บน้ำมีหลายกิจกรรม อาทิ การออกกำลังกาย กิจกรรมเดิน วิ่ง รวมถึงการปั่นจักรยานรอบอ่างเก็บน้ำด้วย

“...ชุมชนอยู่ใกล้กับอุทยานแห่งชาติและมีสัตว์ป่า จึงมีกิจกรรมส่องสัตว์...” (CM1)

“...ที่อ่างเก็บน้ำมีการตกบาตร...” (CM1) (CM2)

“...มีการออกกำลังกาย เดิน วิ่ง ปั่นจักรยานรอบอ่างเก็บน้ำ...” (CM1)

1.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สิ่งอำนวยความสะดวก ภายในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหารและที่พัก เรื่องร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ 7-11 มีน้อยมากต้องขับรถออกไป

“...สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหารและที่พักเรื่องร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ 7-11 มีน้อย...” (CM1)

“...ร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ 7-11 มีน้อยต้องขับรถออกไปนอกชุมชน...” (CM2)

1.6 ด้านองค์กรชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีผู้นำชุมชน มีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง และได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน และหากมีนักท่องเที่ยวที่จองทัวร์เข้ามาก่อนทางชุมชนจะมีการจัดประชุมเพื่อแบ่งงานกัน

“...ชุมชนมีผู้นำชุมชน...” (CM1) (CM2)

“...มีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง โดยได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน...” (CM2)

“...นักท่องเที่ยวที่จองทัวร์เข้ามาก่อนทางชุมชนจะมีการจัดประชุมเพื่อแบ่งงานกัน...” (CM1)

1.7 ด้านการจัดการ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนชุมชนท่องเที่ยว และทางชุมชนจะมีการวางแผน-กติกาในการเข้าร่วมในการทำงาน ทุกบ้านจะต้องได้รับประโยชน์จากการทำกิจกรรมด้วยและทุกบ้านที่เข้าร่วมจะต้องให้ความร่วมมือในการต้อนรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งการแบ่งรายได้จากการทำกิจกรรมโดยเท่าเทียมกัน และชุมชนมีกองทุนหมู่บ้านด้วย

“...ชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนชุมชนท่องเที่ยว...” (CM1) (CM2)

“...ชุมชนมีกฎ-กติกาในการเข้าร่วมกิจกรรม ทุกบ้านจะต้องได้รับประโยชน์...” (CM2)

“...ชุมชนมีกองทุนหมู่บ้าน...” (CM1) (CM2)

1.8 ด้านการเรียนรู้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว และชุมชนให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยชุมชนบ้านสันกำแพงมีลักษณะวัฒนธรรมที่โดดเด่นของไทยวน เช่น การแต่งกาย การรำลีลาไทยวน ซึ่งการรำไทยวนของชุมชนได้รับการสืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น โดยปัจจุบันผู้ที่สืบทอดนี้ค่อนข้างหายาก เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญเพื่อรักษาวัฒนธรรมนี้ไว้ นอกจากนี้ ยังมีอาหารพื้นบ้านไทยวนที่มีรสชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ ต้มยำไก่วน

“...มีกิจกรรมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว เช่น การไปส่องสัตว์ การรำลือลาไทยญวน...” (CM1)

“...ชุมชนสนใจการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมของ ชุมชน เช่น การแต่งกาย การรำลือลาไทยญวน...” (CM2)

“...การรำไทยญวนมีการสืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น ในปัจจุบันมีผู้ที่สนใจน้อย ทำให้ทำรำต่าง ๆ อาจจะหายไป...” (CM1)

“...ต้มยำไก่ญวน เป็นอาหารพื้นบ้านไทยญวนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ...” (CM1) (CM2)

2. ชุมชนบ้านไทยสามัคคี

2.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ด้วยชุมชนตั้งอยู่ในอำเภอวังน้ำเขียว จึงมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่นักท่องเที่ยวรู้จัก โดยเฉพาะความโดดเด่นทางธรรมชาติที่สวยงาม จนวังน้ำเขียวได้รับการกล่าวขานว่า เป็น “สวิสแลนด์แดนอีสาน” ซึ่งจะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ผาเก็บตะวัน ที่อุทยานแห่งชาติทับลาน ซึ่งสามารถชมพระอาทิตย์ขึ้น-ลง เป็นที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวที่จะต้องเดินทางผ่านชุมชนก่อนที่จะเดินทางไปถึง ผาเก็บตะวัน และยังมีวัดบ้านไทยสามัคคี ที่ชุมชนเคารพนับถือด้วย นอกจากนี้ บ้านไทยสามัคคี จะมีแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ไร่ผักผ่อน จิบกาแฟ รวมถึงซื้อของฝาก เช่น แผลงดอกเบญจมาศ รักจังฟาร์ม ศูนย์การเรียนรู้เพาะเห็ด โรงคั่วกาแฟ เป็นต้น

“...ชุมชนตั้งอยู่ในอำเภอวังน้ำเขียว นักท่องเที่ยวรู้จัก...” (CM3) (CM4)

“...มีธรรมชาติที่สวยงาม ได้ชื่อว่าเป็น “สวิสแลนด์แดนอีสาน...” (CM3)

“...ถ้ามาแล้วต้องมาให้ถึง ผาเก็บตะวัน ดูพระอาทิตย์ขึ้น-ลง...” (CM3) (CM4)

“...มีที่ท่องเที่ยวอื่น เช่น วัดบ้านไทยสามัคคี แผลงดอกเบญจมาศ รักจังฟาร์ม ศูนย์การเรียนรู้เพาะเห็ด โรงคั่วกาแฟ มีฟาร์มด้านการเกษตร...” (CM4)

2.2 ด้านที่พักแรม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เนื่องจากชุมชนตั้งอยู่ในอำเภอวังน้ำเขียวที่บริเวณชุมชนจึงอยู่ในพื้นที่ที่มีที่พักมากมายให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกพักได้ ด้านที่พักส่วนมากก็จะเป็นนักธุรกิจ/ภาคเอกชนที่เข้ามาดำเนินกิจการด้านธุรกิจที่พัก ซึ่งที่พักส่วนใหญ่มีบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

“...มีที่พักมากมายให้เลือกพักได้...” (CM3)

“...มีที่พักที่ให้บริการโดยเอกชน ทำสร้างที่พัก...” (CM4)

“...ที่พักส่วนมีบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว...”

(CM3)

2.3 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า มีถนนที่เข้ามาสู่ชุมชนสะดวกสบาย ซึ่งได้รับการพัฒนาแล้ว ทำให้การเดินทางมีความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ สามารถขึ้นรถโดยสารประจำทางจากสถานีขนส่งหมอชิตไปลงที่จังหวัดนครราชสีมา แล้วต่อรถประจำทางสายนครราชสีมา-ปักธงชัยไปยังอำเภอด่านช้างได้ที่สถานีขนส่งนครราชสีมา จากกรุงเทพฯ มีบริษัทรถทัวร์ให้บริการหลายบริษัท

“...ชุมชนมีถนน ทำให้เดินทางสะดวก...” (CM3)

“...นั่งรถโดยสารประจำทางจากหมอชิต และต่อรถที่ตัวจังหวัดมาด่านช้างได้...”

(CM4)

“...ใช้บริษัทรถทัวร์มีให้บริการ...” (CM3)

2.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีฟาร์มต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเกษตร นักท่องเที่ยวสามารถมาร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนได้ เช่น กิจกรรมเพาะเห็ด กิจกรรมเกี่ยวกับการเมล็ดกาแฟ และที่รักจังฟาร์มเมล่อน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปถ่ายรูปในแปลงเมล่อนได้อย่างใกล้ชิด

“... มีฟาร์มต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการเกษตร ที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาร่วมทำกิจกรรมกับชุมชนได้ เช่น กิจกรรมเพาะเห็ด กิจกรรมเกี่ยวกับการเมล็ดกาแฟ...” (CM3)

“...ในรักจังฟาร์มเมล่อน เข้าไปถ่ายรูปในแปลงเมล่อนได้...” (CM4)

2.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภายในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นร้านอาหาร ที่พัก และร้านผักปลอดสารพิษที่บริเวณปากทางเข้าชุมชน ซึ่งเป็นที่ที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อผัก ผลไม้ เป็นของฝาก ด้านร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ 7-11 มีน้อยมาก หากต้องการไปจะต้องขับรถออกไปด้านนอก

“...มีร้านค้า ร้านอาหาร และร้านผักปลอดสารพิษ ที่บริเวณปากทางเข้าชุมชน...”

(CM3)

“...นักท่องเที่ยวนิยมซื้อผัก ผลไม้ ที่บริเวณทางเข้าชุมชน...” (CM4)

“...ร้านสะดวกซื้อ 7-11 มีน้อย หากต้องการไปจะต้องขับรถออกไปด้านนอก...”

(CM3)

2.6 ด้านองค์กรชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการร่วมมือจากคนในชุมชน เมื่อมีนักท่องเที่ยวที่จองทัวร์เข้ามาก่อน ทางชุมชนจะมีการจัดประชุมเพื่อแบ่งงานกัน มีการจัดกิจกรรมสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว และมีการนำของที่ระลึกมาจัดตั้งขายในการจัดกิจกรรมในวันดังกล่าวด้วย เพื่อเพิ่มช่องทางการขายของที่ระลึกของชุมชน

“...คนในชุมชนมีการร่วมมือกัน ในการจัดกิจกรรมและมีการขายของที่ระลึก...”

(CM3)

“...ชุมชนจะมีการจัดประชุมเพื่อแบ่งงานกัน เมื่อมีทัวร์มา...” (CM4)

2.7 ด้านการจัดการ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนชุมชนท่องเที่ยว ด้านพื้นที่มีการจัดการโดยชุมชนจะมีการจัดแบ่งเขตที่พัก แยกออกจากพื้นที่อุทยาน ฯ เพื่อไม่ให้เกิดการลุกล้ำพื้นที่ป่า นอกจากนี้ ชุมชนมีกองทุนหมู่บ้านด้วย

“...ชุมชนมีการจัดตั้งคณะกรรมการชุมชน และมีกองทุนหมู่บ้าน...” (CM3)

(CM4)

“...มีการแบ่งเขตระหว่างที่พักและอุทยาน ฯ ป้องกันการลุกล้ำพื้นที่ป่า...”

(CM4)

2.8 ด้านการเรียนรู้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรม ชุมชนจะมีศาลากลางที่ไว้สำหรับการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และการจัดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการทำท่องเที่ยวให้แก่คนในชุมชนเพื่อให้สามารถเป็นเจ้าบ้านที่ดีเมื่อมีนักท่องเที่ยว

“...เราคำนึงถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติ และวัฒนธรรม...” (CM3)

“...ชุมชนเรามีศาลากลาง ไว้เป็นศูนย์การเรียนรู้ และจัดกิจกรรม...” (CM4)

“...มีการสร้างความเข้าใจ เพื่อให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีเมื่อมีนักท่องเที่ยว...” (CM3)

3. ชุมชนบ้านดอนเปล้า

3.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนบ้านดอนเปล้า มีความโดดเด่น คือ บึงขนาดใหญ่ มีชื่อเรียกว่า หุบบัวแดงบึงละหานลูกนก และมีคำขวัญของชุมชน คือ หุบบัวแดงงามตา กลุ่มปลามากมี ประเพณีแข่งเรือยาว แหล่งเกลือสินเธาว์ ชุมชนบ้านดอนเปล้า มีเส้นทางด้านท่องเที่ยว พายเรือชมหุบบัวแดง เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันยังมีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อย

เนื่องจากชุมชนไม่ได้ตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวรู้จัก

“...ชุมชนมี บึงขนาดใหญ่ เรียกว่า ทุ่งบัวแดงบึงสะพานลูกนก...” (CM5)

“...ชุมชนมีคำขวัญของชุมชน คือ ทุ่งบัวแดงงามตา กลุ่มปลามากมี ประเพณี แข่งเรือยาว แหล่งเกลือสินเธาว์...” (CM6)

“...พายเรือชมทุ่งบัวแดง เป็นเสน่ห์ของชุมชน...” (CM5)

“...นักท่องเที่ยวไม่ค่อยรู้จักชุมชน เพราะไม่ได้ตั้งอยู่ในบริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก...” (CM6)

3.2 ด้านที่พักแรม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนตั้งอยู่ในพื้นที่ชนบท จึงมีการจัดบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยว แต่จะมีจำนวนจำกัด และเนื่องจากเป็นการเริ่มกิจการ ดังนั้นจึงยังไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวมากนัก หากต้องการพัก สามารถเลือกพักได้ที่เมืองชัยภูมิ จะเดินทางไกลกว่าเมืองโคราช ซึ่งมีระยะทาง 90 กิโลเมตร จากเมืองโคราชมาถึงชุมชน

“...ชุมชนมีการจัดบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยว เพราะอยู่ห่างไกลตัวเมือง...” (CM5)

“...ที่พักมีจำกัด...” (CM6)

“...ที่พักยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก...” (CM5)

“...นักท่องเที่ยวเลือกไปพักที่ชัยภูมิจะใกล้กว่าเข้าเมืองโคราช...” (CM6)

3.3 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สามารถเดินทางได้โดยรถยนต์ แต่ถนนจะไม่ได้สะดวกมากนัก เพราะยังเป็นถนนลูกรัง

“...ถนนยังเป็นถนนลูกรัง ทำให้เดินทางไม่สะดวก...” (CM5)

“...เดินทางได้โดยรถยนต์...” (CM5) (CM6)

3.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมที่สามารถทำได้ คือ ล่องเรือในบึง ซึ่งมีพื้นที่ 3,600 ไร่ โดยเรือที่ให้บริการเป็นเรือพาย และยังสามารถส่องนก เพราะพื้นที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์อยู่มาก และถ่ายภาพที่เกาะมะขาม

“...กิจกรรมที่ทำได้ คือ ล่องเรือในบึง...” (CM5) (CM6)

“...บึงมีพื้นที่ 3,600 ไร่...” (CM6)

“...ยังมีนกต่าง ๆ ให้ส่องดู และถ่ายภาพได้บนเกาะมะขาม...” (CM5)

3.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภายในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ โดยคนในชุมชนเท่านั้น

“...มีร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ ของคนในชุมชน...” (CM5) (CM6)

3.6 ด้านองค์กรชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการร่วมมือจากคนในชุมชน มีการจัดกิจกรรมสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวเพื่อพานักท่องเที่ยว พายเรือดูบัวแดงด้วย

“...ชุมชนมีการร่วมมือกันของคนในชุมชน...” (CM5)

“...ชุมชนร่วมกันจัดกิจกรรมในการพานักท่องเที่ยว พายเรือดูบัวแดงในบึง...” (CM6)

3.7 ด้านการจัดการ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีกองทุนหมู่บ้าน คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการเรื่องการจัดกิจกรรมของชุมชน

“...ชุมชนมีกองทุนหมู่บ้าน...” (CM5)

“...รวมกันการจัดกิจกรรมของชุมชน...” (CM6)

3.8 ด้านการเรียนรู้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการดำรงชีพอย่างพอเพียง เช่น เกษตรกร จับสัตว์น้ำ การจักรสานจากต้นธูป และให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ มีการให้ความรู้แก่คนในชุมชน เพื่อให้สามารถเป็นเจ้าบ้านที่ดีเมื่อมีนักท่องเที่ยว

“...มีอาชีพ เกษตรกร จับสัตว์น้ำ การจักรสานจากต้นธูป โดยยึดหลักเศรษฐกิจพอเพียง...” (CM5)

“...มีการอนุรักษ์ธรรมชาติ จากชุมชน...” (CM6)

“...มีการให้ความรู้เรื่องเป็นเจ้าบ้านที่ดีแก่คนในชุมชน...” (CM5)

4. ชุมชนบ้านปราสาทใต้

4.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนบ้านปราสาทใต้ เป็นแหล่งโบราณคดีแห่งที่สอง ต่อจากบ้านเชียง เป็นพิพิธภัณฑสถานกลางแจ้ง และชุมชนมีประวัติศาสตร์อันยาวนานจากหลักฐานที่ค้นพบสันนิษฐานว่า มีชุมชนอาศัยอยู่ในบริเวณนี้มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์จนถึงสมัยประวัติศาสตร์ มีหลักฐานของกลุ่มวัฒนธรรมแบบทวารวดีและแบบเขมรโบราณ ช่วงระหว่าง 1,500–3,000 ปี ภายในชุมชนบ้านปราสาทมีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ เช่น

พิพิธภัณฑ์บ้านปราสาท ศาลปู่ตา ซึ่งมีต้นมะขามใหญ่ขนาด 9 คนโอบ อายุหลายร้อยปี

“...ชุมชนมีแหล่งโบราณคดีแห่งที่สองต่อบ้านเชียง มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน...” (CM7)

“...พิพิธภัณฑ์บ้านปราสาท เป็นพิพิธภัณฑ์กลางแจ้ง...” (CM7)

“...พบหลักฐานว่า มีชุมชนอาศัยอยู่ในบริเวณนี้มาตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์...” (CM8)

“...มีหลักฐานของกลุ่มวัฒนธรรมแบบทวารวดีและแบบเขมรโบราณ ช่วงระหว่าง 1,500–3,000 ปี...” (CM7)

“...เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์...” (CM7) (CM8)

“...ศาลปู่ตา ซึ่งมีต้นมะขามใหญ่อายุหลายร้อยปี ขนาด 9 คนโอบ...” (CM8)

4.2 ด้านที่พักแรม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภายในชุมชนมีที่พักแบบโฮมสเตย์คอยให้บริการ ซึ่งที่พักนี้ได้รับมาตรฐานที่พักแบบโฮมสเตย์ รับรองโดยกรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ชุมชนตั้งอยู่ใกล้ปราสาทหินพิมายจึงยังมีที่พักแบบอื่น ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ด้วย

“... มีที่พักแบบโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐานที่พักแบบโฮมสเตย์...” (CM7)

“...มีที่พักแบบโฮมสเตย์ที่รับรองโดยกรมการท่องเที่ยว...” (CM8)

“...มีที่พักแบบอื่น ๆ ให้เลือกพัก ในพื้นที่ใกล้เคียง คือ บริเวณปราสาทหินพิมาย...” (CM7)

4.3 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สามารถเดินทางได้โดยรถยนต์ โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2 เส้นมิตรภาพนครราชสีมา-หนองคาย ซึ่งชุมชนอยู่ห่างจากตัวจังหวัด 45 กิโลเมตร

“...เดินทางได้โดยรถยนต์ จากตัวเมืองประมาณ 45 กิโลเมตร...” (CM7)

“...ใช้ถนนหมายเลข 2 เส้นมิตรภาพนครราชสีมา-หนองคาย ในการเดินทางมายังชุมชน...” (CM8)

4.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมที่สามารถทำได้ คือ ชมพิพิธภัณฑ์ แหล่งโบราณคดี เป็นโครงกระดูกมนุษย์พร้อมภาชนะดินเผา ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำนา การเกี่ยวข้าว

“...ชมพิพิธภัณฑ์ แหล่งโบราณคดี...” (CM7) (CM8)

“...ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำนา การเกี่ยวข้าว...” (CM7)

4.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภายในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ โดยคนในชุมชนเท่านั้น

“...ในชุมชนมีร้านค้าของชุมชนเท่านั้น...” (CM7) (CM8)

4.6 ด้านองค์กรชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการรวมตัวกันจัดเป็นที่พักแบบโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยว โดยในปัจจุบันมีทั้งหมด 24 บ้านที่เข้าร่วม อีกทั้งชุมชนมีการร่วมมือจากคนในชุมชน มีการจัดกิจกรรมสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย

“...มีการรวมกันจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ มีทั้งหมด 24 บ้านที่เข้าร่วม...” (CM7)

“...คนในชุมชนมีการร่วมมือกันจัดกิจกรรมสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว...” (CM8)

4.7 ด้านการจัดการ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีกองทุนหมู่บ้าน คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการเรื่องการจัดกิจกรรมของชุมชนและดำเนินการเรื่องโฮมสเตย์

“...ชุมชนมีกองทุนหมู่บ้าน...” (CM7)

“...การจัดกิจกรรมของและการจัดที่พักโฮมสเตย์นั้น คนในชุมชนมีส่วนร่วมตลอด...” (CM8)

4.8 ด้านการเรียนรู้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนให้ความสำคัญด้านการจัดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการเจ้าบ้านที่ดีเมื่อมีนักท่องเที่ยว

“...ชุมชนมีการสร้างความเข้าใจในเรื่องการเจ้าบ้านที่ดีเมื่อมีนักท่องเที่ยว...”

(CM7) (CM8)

5. ชุมชนบ้านด่านเกวียน

5.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หมู่ชุมชนบ้านด่านเกวียนเป็นชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่งของที่ราบลุ่มแม่น้ำมูล เป็นเมืองหน้าด่าน เรียกว่า ด่านกระโทก และเคยเป็นที่พักกองคาราวานเกวียนสินค้าที่ขึ้นล่องระหว่างโคราช-เขมร จึงทำให้ชุมชนนี้ได้มีชื่อเรียกขานกันมาว่า “ด่านเกวียน” สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ งานเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนที่มีความแข็งแกร่งทนทาน และพื้นผิววัตถุมีความมันวาวสวยงาม ที่ไม่มีเครื่องปั้นดินเผาที่ไหนเหมือน เนื่องจากดินที่นำมาใช้จะเป็นดินที่ขุดขึ้นมาจากริมฝั่งแม่น้ำมูล เป็นดินเหนียวเนื้อละเอียด มีสีแดงหรือ

สีน้ำตาลดำ ซึ่งมีแร่เหล็กผสมอยู่มาก ทำให้ได้ชิ้นงานที่มีสีเป็นธรรมชาติออกสีดำนํ้าหรือสีน้ำตาลแดง หรือสีเลือดปลาไหล

“...เป็นชุมชนเก่าแก่แห่งหนึ่งของที่ราบลุ่มแม่น้ำมูล...” (CM9)

“...เป็นเมืองหน้าด่าน เรียกว่า ด่านกระโทก...” (CM10)

“...เป็นที่พักกองคาราวานเกวียนสินค้าที่ขึ้นล่องระหว่างโคราช-เขมร...”

(CM10)

“...งานเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียนมีความแข็งแกร่ง ทนทาน...” (CM9)

“...ดินที่นำมาใช้จะเป็นดินที่ขุดขึ้นมาจากริมฝั่งแม่น้ำมูล...” (CM9)

“...งานเครื่องปั้นดินเผา ทำมาจากดินเหนียวเนื้อละเอียด มีสีแดงหรือสีน้ำตาลดำ เพราะมีแร่เหล็กผสมอยู่มาก ทำให้มีสีดำนํ้าหรือสีน้ำตาลแดง หรือสีเลือดปลาไหล...” (CM10)

5.2 ด้านที่พักแรม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภายในชุมชนมีที่พักแบบโฮมสเตย์คอยให้บริการ และยังมีที่พักแบบอื่น ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ด้วย

“...ที่พักแบบโฮมสเตย์คอยให้บริการ...” (CM9)

“...ที่พักหลายแบบ ทั้งโฮมสเตย์หรือโรงแรม...” (CM10)

5.3 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สามารถเดินทางได้โดยรถยนต์ ซึ่งชุมชนอยู่ห่างจากตัวเมือง 15 กิโลเมตร เดินทางโดยใช้ทางหลวงสาย 224 (นครราชสีมา-โชคชัย)

“...เดินทางได้โดยรถยนต์ ขับตามทางสาย 224...” (CM9)

“...ขับรถมาได้ โดยห่างจากเมืองโคราช 15 กิโลเมตร...” (CM10)

5.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสนใจกับการปั้นเครื่องปั้นดินเผา เพราะยังปั้นโดยใช้กรรมวิธีแบบโบราณที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน

“...มีกิจกรรม คือ การปั้นเครื่องปั้นดินเผา ชมความเป็นอยู่ของคนในชุมชน...”

(CM9)

“...การปั้นยังปั้นโดยใช้วิธีโบราณที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น...” (CM10)

5.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภายในชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อ โดยคนในชุมชนเท่านั้น

“...สิ่งอำนวยความสะดวก ร้านค้า จำหน่ายโดยคนในชุมชน...” (CM9) (CM10)

5.6 ด้านองค์กรชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการร่วมมือจากคนในชุมชนในการดูแลชุมชน การจัดกิจกรรมสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วย

“...ชุมชนร่วมกันดูแลชุมชน...” (CM9)

“...ชุมชนมีความร่วมมือกันในการจัดกิจกรรมและดูแลชุมชน...” (CM10)

5.7 ด้านการจัดการ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา และมีกิจกรรมที่ให้เรียนรู้การทำเครื่องปั้นดินเผาแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่สนใจด้วย

“...ชุมชนมีการให้ความรู้เกี่ยวกับเครื่องปั้นดินเผา...” (CM9)

“...ชุมชนมีกิจกรรมที่ให้เรียนรู้การทำเครื่องปั้นดินเผา...” (CM10)

5.8 ด้านการเรียนรู้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียน ที่เป็นแหล่งรวบรวมเครื่องปั้นดินเผาโบราณของอำเภอด้านเกวียนด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้หรือศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นได้

“...ชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาด้านเกวียน...” (CM9)

“...มีแหล่งรวบรวมเครื่องปั้นดินเผาโบราณของอำเภอด้านเกวียน...” (CM10)

6. ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ

6.1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ เป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านผ้าไหม โดยในชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าไหมลวดลายต่าง ๆ เช่น ลายขอทบเชือก ลายลูกแก้ว และได้รับการพัฒนาจัดเป็นชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมผ้าไหม

“...ชุมชนมีชื่อเสียงด้านผ้าไหม...” (CM11)

“...มีศูนย์การเรียนรู้ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าไหม...” (CM12)

“...ผ้าไหมมีลายขอทบเชือก ลายลูกแก้ว ที่มีชื่อเสียง...” (CM12)

“...เป็นชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมผ้าไหม...” (CM11)

6.2 ด้านที่พักแรม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนตั้งอยู่ในพื้นที่ชนบท หากนักท่องเที่ยวต้องการพักแรม จะต้องพักในตัวเมืองถึงจะสะดวกสบาย ในบริเวณชุมชนไม่มีที่พักให้บริการ

“...ชุมชนไม่มีที่พักให้บริการ...” (CM11)

“...ชุมชนไม่มีที่พักหากต้องพัก เข้าไปพักที่ในตัวเมืองจะสะดวกสบายกว่า...” (CM12)

6.3 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า สามารถเดินทางได้โดยรถยนต์ โดยทางหลวงแผ่นดิน หมายเลข 2 เส้นมิตรภาพ ซึ่งชุมชนอยู่ห่างจากตัวจังหวัด 80 กิโลเมตร

“...ใช้ถนนหมายเลข 2 เส้นมิตรภาพ โดยสามารถขับรถมาได้...” (CM11)

“...ขับรถมาจากตัวเมือง ประมาณ 80 กิโลเมตร ...” (CM12)

6.4 ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมที่สามารถทำได้ คือ ชมศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมผ้าไหม และชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การดำนา การเกี่ยวข้าว

“...ที่ทำได้ในชุมชน ก็เดินชมศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมผ้าไหม...” (CM11)

“...ดูวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว...” (CM12)

6.5 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภายในชุมชนไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร หรือ ที่พัก ร้านค้าส่วนใหญ่จะเป็นร้านค้าที่ขายจากคนในชุมชนเท่านั้น

“...ชุมชนไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวก...” (CM11)

“...ในชุมชนไม่มีร้านอาหาร หรือที่พักให้บริการ...” (CM12)

“...ร้านค้าที่มีเป็นของคนในชุมชน...” (CM11)

6.6 ด้านองค์กรชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการร่วมมือกันเพื่อจัดกิจกรรมสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยวและช่วยกันดูแลชุมชนให้สะอาด

“...มีการร่วมมือกันในการจัดกิจกรรม...” (CM11)

“...ช่วยกันดูแลความสะอาดในชุมชน...” (CM12)

6.7 ด้านการจัดการ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมผ้าไหม โดยกลุ่มแม่บ้านเป็นผู้ให้ความรู้แก่ผู้ที่มาท่องเที่ยว หรือมาศึกษาทางด้านผ้าไหม

“...ศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมผ้าไหม...” (CM11)

“...มีศูนย์การเรียนรู้วัฒนธรรมผ้าไหม นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวหรือผู้มาดูงาน สามารถดูและมีกลุ่มแม่บ้านคอยอธิบาย...” (CM12)

6.8 ด้านการเรียนรู้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการสาธิตการทอผ้าไหม ให้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้ศึกษาดูงานด้านผ้าไหม ในกรณีที่มีการติดต่อไว้ล่วงหน้า

“...มีการสาธิตการทอผ้าไหม...” (CM11)

“...สาธิตการทอผ้าไหม สำหรับกลุ่มที่ติดต่อไว้ก่อน...” (CM12)

ประเด็นที่ 2 ด้านสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ชุมชนบ้านสันกำแพง

1.1 ด้านจุดแข็ง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า คือ กิจกรรมส่องสัตว์ ซึ่งมีสัตว์ป่า ที่ออกมาจากป่า เข้ามาในบริเวณชุมชน เช่น ช้างป่า นกเหียง เก้ง เพราะบริเวณชุมชนพื้นที่ติดกับอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยชุมชนร่วมกับเจ้าหน้าที่จากอุทยานฯ และผู้ใหญ่บ้าน เป็นผู้ดำเนินกิจกรรม แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจ ซึ่งเป็นชุมชนเดียวที่สามารถทำกิจกรรมประเภทนี้ได้

“...กิจกรรมที่ไม่เหมือนกับชุมชนอื่น...” (CM1)

“...การจัดกิจกรรมร่วมกับเจ้าหน้าที่อุทยานฯ สามารถรอดูสัตว์ที่จะออกมาจากป่าได้...” (CM2)

1.2 ด้านจุดอ่อน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จุดอ่อนของชุมชน คือ ทางชุมชนยังไม่มีมีการดำเนินการ เรื่องที่พักแบบโฮมสเตย์

“...คิดว่าเป็นเรื่องที่พักแบบโฮมสเตย์...” (CM1)

“...การทำที่พักของชุมชน เพราะชุมชนอื่นมี...” (CM2)

1.3 ด้านโอกาส

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนอยู่ในบริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมอยู่แล้ว ซึ่งมีจุดเด่นที่ลักษณะอากาศที่เย็นตลอดปี เป็นสิ่งในสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

“...สภาพอากาศที่เย็นสบายตลอดปี...” (CM1)

“...พื้นที่ชุมชนอยู่ในวังน้ำเขียว...” (CM2)

1.4 ด้านอุปสรรค

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว และด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ไม่สามารถเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้เทคโนโลยีสำหรับการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

“...คนเที่ยวน้อยลง จากการที่ค้าขายไม่ดี ไม่มีเงิน...” (CM1)

“...การทำประชาสัมพันธ์โดยใช้พวกคอมพิวเตอร์ ทำไม่ค่อยเป็น...” (CM2)

2. ชุมชนบ้านไทยสามัคคี

2.1 ด้านจุดแข็ง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ด้านองค์กรชุมชน เพราะมีความเข้มแข็ง สามัคคีกัน และให้ความร่วมมือในการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

“...ความร่วมมือกันของคนในชุมชน...” (CM3)

“...ชุมชนเรามีความสามัคคีในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ...” (CM4)

2.2 ด้านจุดอ่อน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ด้านการบริหารจัดการ ยังขาดความรู้ความสามารถ ในการดำเนินงานให้เป็นระบบที่ชัดเจน อีกเรื่อง คือ การดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ไม่มีความต่อเนื่อง จะจัดกิจกรรมก็ต่อเมื่อมีการติดต่อประสานงานมาก่อนเท่านั้น

“...การทำงานอย่างมีหน้าที่ที่ชัดเจนยังไม่ได้กำหนด...” (CM3)

“...การจัดกิจกรรมจะจัดให้ได้เฉพาะกลุ่มที่มีการติดต่อไว้อ่อน...” (CM4)

2.3 ด้านโอกาส

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ที่ตั้งของชุมชนตั้งอยู่ในอำเภอวังน้ำเขียว จึงมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่นักท่องเที่ยวรู้จัก และสภาพอากาศที่เย็นตลอดปี ที่ได้รับการกล่าวขานว่า เป็น “สวิสแลนด์แดนอีสาน”

“...ชุมชนเป็นทางผ่านไป ผาเก็บตะวันนี้นักท่องเที่ยวรู้จัก...” (CM3)

“...สภาพอากาศเย็น นักท่องเที่ยวรู้จักว่าเป็นสวิสแลนด์แดนอีสาน...” (CM4)

2.4 ด้านอุปสรรค

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ด้านการขนส่งเดินทาง เนื่องจากชุมชนอยู่ห่างจาก ปากทางเข้าชุมชนค่อนข้างไกล ทำให้การเดินทางเข้ามาในชุมชนจะสะดวกสำหรับผู้ที่มี รถส่วนบุคคลเท่านั้น

“...เหมาะกับคนที่มึนหรือมาเป็นกับรถทัวร์...” (CM3)

“...ชุมชนอยู่ลึกต้องขับรถเข้ามาเอง...” (CM4)

3. ชุมชนบ้านดอนเปลา

3.1 ด้านจุดแข็ง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีความร่วมมือด้านการจัดกิจกรรม และภายในชุมชน มีการจัดบริการที่พักแบบโฮมสเตย์ให้นักท่องเที่ยว

“...มีบ้านพักจากชุมชน...” (CM5)

“...ชุมชนทำกิจกรรมร่วมกัน...” (CM6)

3.2 ด้านจุดอ่อน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ด้านการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นชุมชนที่เพิ่งมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้ความสามารถและความเข้าใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยวมีน้อย

“...การพูดกับนักท่องเที่ยว ไม่ค่อยเข้าใจเท่าไร...” (CM5)

“...ชุมชนเป็นชุมชนใหม่ที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว...” (CM6)

3.3 ด้านโอกาส

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีทรัพยากรที่สวยงาม คือ ทุ่งบัวแดง เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน สามารถทำกิจกรรมภายในบึงได้ เพราะบึงมีขนาดใหญ่ และมีความอุดมสมบูรณ์ สวยงาม

“...บึงใหญ่ในชุมชนที่มีความสวยงาม...” (CM5)

“...บึงใหญ่สามารถพายเรือได้...” (CM6)

3.4 ด้านอุปสรรค

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เวลาที่ในการเดินทาง เพราะไกลจากอำเภอเมือง ซึ่งมีระยะทาง 90 กิโลเมตร จากเมืองโคราชมาถึงชุมชน โดยใช้เวลาเดินทางประมาณ 2 ชั่วโมง หนาวมีสภาพร้อนจัด

“...นั่งรถนานจากตัวเมือง ประมาณ 2 ชั่วโมง...” (CM5)

“...จากเมืองห่างกันไกล น่าจะ 90 กิโลเมตร...” (CM6)

“...อากาศที่ร้อนจัด...” (CM5)

4. ชุมชนบ้านปราสาทใต้

4.1 ด้านจุดแข็ง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีความเข้มแข็ง เพราะทำกิจกรรมท่องเที่ยวหลายปีแล้ว อีกทั้งชุมชนได้รับรางวัลด้านการจัดการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์อีกด้วย

“...ชุมชนมีความเข้มแข็ง ทำมานาน...” (CM7)

“...ชุมชนมีความเข้มแข็ง...” (CM8)

“...ได้รางวัลด้านการจัดการด้านที่พักแบบโฮมสเตย์...” (CM7)

4.2 ด้านจุดอ่อน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ภายในชุมชนส่วนใหญ่มีอาชีพทำเกษตรกรรม ทำให้การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวไม่มีความโดดเด่น กิจกรรมที่ทำส่วนใหญ่จะเป็นการชมพิพิธภัณฑ์ และแหล่งโบราณคดีเท่านั้น อีกทั้งคนในชุมชนยังขาดความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีหรือการใช้สื่อสังคมออนไลน์ เนื่องจากคนในชุมชนส่วนใหญ่อยู่ในช่วงสูงวัย

“...กิจกรรมไม่มีความโดดเด่น ส่วนใหญ่มา ก็มาดูพิพิธภัณฑ์ และแหล่งโบราณคดี...” (CM7)

“...ส่วนใหญ่ทำเกษตรกัน ให้คิดกิจกรรมใหม่ ๆ มันก็ยาก และก็มีคนแก่...” (CM8)

“...ติดต่อกับนักท่องเที่ยวผ่านพวก คอม ๗ มือถือ มันยาก...” (CM7)

4.3 ด้านโอกาส

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เป็นชุมชนที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และทางด้านประวัติศาสตร์ที่สำคัญ เช่น แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท พิพิธภัณฑ์บ้านปราสาท ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จัก

“...มีแหล่งโบราณคดี ที่นักท่องเที่ยวรู้จัก ทำให้เค้าอยากมา...” (CM7)

“...คนส่วนใหญ่มาดูโบราณคดีและประวัติศาสตร์ ในพิพิธภัณฑ์...” (CM8)

4.4 ด้านอุปสรรค

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า เนื่องจากชุมชนอยู่ใกล้ปราสาทหินพิมาย ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมพักโฮมสเตย์มากนัก อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เปิดให้บริการทุกวัน ทำให้มีความสัมพันธ์กระทบต่อการท่องเที่ยวกับชุมชน

“...คนมาแล้วก็ไปพักที่ปราสาทหินพิมาย เพราะมีร้านอาหารเยอะกว่า...” (CM7)

“...เราไม่มีพวกร้านอาหารหรือโรงแรม คนส่วนใหญ่มาแล้วก็ไปเที่ยวที่ปราสาทหินพิมาย...” (CM8)

“...ที่ปราสาทหินพิมาย ร้านค้าเปิดทุกวัน...” (CM7)

5. ชุมชนบ้านด่านเกวียน

5.1 ด้านจุดแข็ง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมการปั้นเครื่องปั้นดินเผาที่เป็นเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงของชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยว ชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ หรือ ศึกษาด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ที่นี้

“...ชุมชนมีศูนย์การเรียนรู้ชุมชนเครื่องปั้นดินเผาด่านเกวียน ที่ให้ศึกษาได้...” (CM9)

“...คนสนใจการปั้นเครื่องปั้นดินเผา...” (CM10)

“...คิดว่าการปั้นเครื่องปั้นดินเผาเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน...” (CM9)

5.2 ด้านจุดอ่อน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การจัดการเรื่องการบริหารเวลา และจำนวนผู้ทำการสาธิตเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถร่วมกิจกรรมได้มีน้อย เพราะการปั้นเครื่องปั้นดินเผา ผู้ปั้นส่วนใหญ่จะต้องมีสมาธิในการปั้น หากมีนักท่องเที่ยวมาร่วมทำผู้ปั้นจะไม่มีเวลาทำงานของตน

“...งานส่วนใหญ่ของเรา คือ ปั้น พอคนมาขอดูทำให้เราไม่มีเวลาปั้นงาน...” (CM9)

“...ตอนปั้นต้องใช้สมาธิ คนที่มาดูส่วนใหญ่จะขอทำด้วยทำงานช้าลง...” (CM10)

“...เราไม่มีที่สาธิต คนที่มาจะมาดูที่เราทำงานกันจริง ๆ ทำให้ร่วมทำได้จำนวนน้อย...” (CM9)

5.3 ด้านโอกาส

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนได้รับการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมจากทางภาครัฐ รวมถึงการช่วยทำการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากยิ่งขึ้น

“...การสนับสนุนการทำกิจกรรมจากรัฐ...” (CM9)

“...ช่วยเรื่องการประชาสัมพันธ์ให้กับชุมชน...” (CM10)

5.4 ด้านอุปสรรค

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า แนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่สนใจการปั่นโดยเฉพาะมีจำนวนน้อย

“...คนที่สนใจจริง ๆ มีน้อย...” (CM9)

“...ส่วนใหญ่จะมาซื้อเป็นของฝากมากกว่า..” (CM10)

6. ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ

6.1 ด้านจุดแข็ง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของคนในชุมชน เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว และชุมชนยังเป็นศูนย์การเรียนรู้ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าไหม ได้รับรางวัลชนะเลิศพระราชนิพนธ์ และเป็นที่ศึกษาดูงานด้านผ้าไหมด้วย

“...เป็นศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าไหม ได้รางวัลชนะเลิศพระราชนิพนธ์...” (CM11)

“...ผ้าไหมของคนในชุมชน เป็นเรื่องที่คนที่มาสนใจมาก...” (CM12)

6.2 ด้านจุดอ่อน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ความพร้อมในการดำเนินงานเรื่องการท่องเที่ยวมีจำกัด คนในชุมชนส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก ทำให้ขาดความรู้ในการให้ข้อมูลและการบริการด้านการท่องเที่ยว ในด้านที่พักในชุมชนและบริเวณใกล้เคียงไม่มีที่พักคอยให้บริการ

“...ส่วนใหญ่คนออกไปทำนา ไม่มีคนคอยอยู่ที่ศูนย์ตลอด...” (CM11)

“...กลุ่มแม่บ้านไม่ได้ทอผ้าทุกวัน พอมีคนมาก็ไม่มีคนทอผ้าให้ดู...” (CM12)

“...ชาวบ้านยังไม่ค่อยเข้าใจ อธิบายไม่ค่อยเป็น...” (CM12)

“...ที่นี่ไม่มีที่พักเลย...” (CM11)

6.3 ด้านโอกาส

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นที่นิยม จึงได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ อีกทั้งจังหวัดยังมีนโยบายในการพัฒนาชุมชนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยวอีกด้วย

“...ทางรัฐสนับสนุนให้เป็นชุมชนท่องเที่ยว เน้นเรื่องผ้าไหม...” (CM11)

“...คนที่มาส่วนใหญ่สนใจเรื่องผ้าไหม...” (CM12)

6.4 ด้านอุปสรรค

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า อากาศที่ร้อนจัด การเดินทางต้องใช้เวลานาน และไม่อยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เลย โดยชุมชนอยู่ห่างจากตัวจังหวัด 80 กิโลเมตร ทำให้ได้รับความสนใจไม่มากเท่าที่ควร

“...ต้องตั้งใจมาดูผ้าไหมเลย เราอยู่ไกล...” (CM11)

“...เราไม่เป็นทางผ่านหรือไม่ใกล้ที่ไหนเลย...” (CM12)

“...มีคนมาน้อย อากาศที่ร้อนจัด...” (CM12)

“...เราอยู่ห่างประมาณ 80 กิโลเมตร...” (CM11)

ประเด็นที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ชุมชนบ้านสันกำแพง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า มีความต้องการเรื่องป้ายบอกทางของชุมชน เพื่อสะดวกในการเดินทาง การทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ อาทิ เฟซบุ๊ก (Facebook)

“...อยากให้ป้ายให้มากขึ้น...” (CM1)

“...การใช้เฟซบุ๊ก (Facebook) เพื่อประชาสัมพันธ์...” (CM2)

2. ชุมชนบ้านไทยสามัคคี

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ต้องการให้มีรถรับ-ส่ง นักท่องเที่ยว

“...รถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว และนำเที่ยว...” (CM3)

“...มีรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว เพราะเราอยู่ไกลจากทางเข้ามา...” (CM4)

3. ชุมชนบ้านดอนเปลา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีความร่วมมือด้านการจัดกิจกรรม และการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ และต้องการให้มีการดูแล ให้ความรู้การทำการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาเรื่องถนน ป้ายบอกทาง

“...เราเพิ่งเริ่มทำก็อยากให้มีความต่อเนื่อง...” (CM5)

“...การให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น...” (CM6)

“...พวกป้ายบอกทาง ถนนอยากให้ดีกว่านี้...” (CM5)

4. ชุมชนบ้านปราสาทใต้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ต้องการให้มีการพัฒนาด้านระบบการขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว

“...ระบบการขนส่งสาธารณะที่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเดินทางได้ง่ายขึ้น...” (CM7)

“...รถสาธารณะ ต้องมีให้นักท่องเที่ยวใช้..” (CM8)

5. ชุมชนบ้านด่านเกวียน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ควรคำนึงถึงความพร้อมของชุมชนเป็นหลักและ การมีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ต่อเนื่อง หรือเป็นประจำ

“...ความพร้อมของคนในชุมชนเป็นเรื่องสำคัญ...” (CM9)

“...การมีกิจกรรมที่เป็นประจำหรือมีต่อเนื่อง ให้นักท่องเที่ยวมาร่วมได้ในเวลานั้น...”

(CM10)

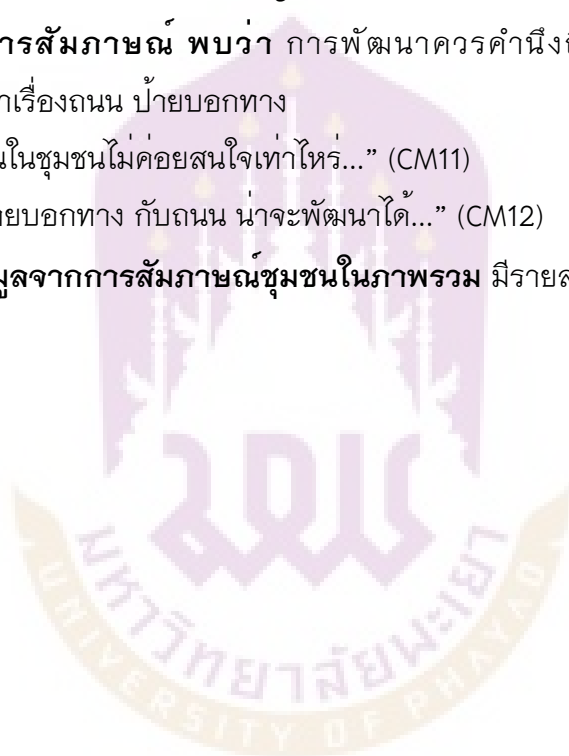
6. ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การพัฒนาควรคำนึงถึงความพร้อมของชุมชน เป็นหลักการพัฒนาเรื่องถนน ป้ายบอกทาง

“...คนในชุมชนไม่ค่อยสนใจเท่าไร...” (CM11)

“...ป้ายบอกทาง กับถนน น่าจะพัฒนาได้...” (CM12)

สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์ชุมชนในภาพรวม มีรายละเอียดตามตาราง 41 ดังนี้



ตาราง 41 แสดงประเด็นคำถามที่ 1 ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวม

องค์ประกอบ	ศักยภาพ											
	ชุมชน บ้านสันกำแพง			ชุมชน บ้านไทยสามัคคี			ชุมชน บ้านดอนเปล้า			ชุมชน บ้านปราสาทใต้		
	ปาน มาก	น้อย	กลาง	ปาน มาก	น้อย	กลาง	ปาน มาก	น้อย	กลาง	ปาน มาก	น้อย	กลาง
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/ แหล่งท่องเที่ยว	✓			✓			✓			✓		✓
2. ด้านที่พักแรม	✓			✓			✓			✓		✓
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว	✓			✓			✓			✓		✓
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	✓			✓			✓			✓		✓
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	✓			✓			✓			✓		✓
6. ด้านองค์กรชุมชน	✓			✓			✓			✓		✓
7. ด้านการจัดการ	✓			✓			✓			✓		✓
8. ด้านการเรียนรู้	✓			✓			✓			✓		✓

จากตาราง สรุปผลได้ ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ชุมชนที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ชุมชนบ้านสันกำแพงและชุมชนบ้านไทยสามัคคี

2. ด้านที่พักแรม

พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีชุมชนบ้านปราสาทใต้ที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก

3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีศักยภาพ อยู่ในระดับปานกลาง

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีศักยภาพ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีชุมชนที่มีศักยภาพอยู่ในระดับมาก 2 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนบ้านสันกำแพงและชุมชนบ้านไทยสามัคคี

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีศักยภาพอยู่ในระดับน้อย ต้องได้รับการส่งเสริมหรือสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

6. ด้านองค์กรชุมชน

พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีศักยภาพ อยู่ในระดับปานกลาง โดยชุมชนที่มีศักยภาพด้านนี้สูง ได้แก่ ชุมชนบ้านไทยสามัคคีและชุมชนบ้านปราสาทใต้

7. ด้านการจัดการ

พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีศักยภาพ อยู่ในระดับปานกลาง โดยชุมชนที่มีศักยภาพด้านนี้สูง ได้แก่ ชุมชนบ้านไทยสามัคคีและชุมชนบ้านปราสาทใต้

8. ด้านการเรียนรู้

พบว่า ชุมชนส่วนใหญ่มีศักยภาพ อยู่ในระดับปานกลาง

สรุปประเด็นคำถามที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. การพัฒนาควรคำนึงถึงความพร้อมของชุมชนเป็นหลัก
2. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวหลักไปสู่ชุมชน
3. ระบบการคมนาคม การขนส่งสาธารณะ ต้องได้รับการพัฒนาเพื่อให้สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว เดินทางภายในจังหวัดได้มากขึ้น
4. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น

5. การพัฒนาเรื่องป้ายบอกทางให้แก่ชุมชนท่องเที่ยวต่าง ๆ
6. การพัฒนารูปแบบกิจกรรมที่เหมาะสมกับชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
ชุมชนละ 2 คน จาก 6 ชุมชน รวมจำนวน 12 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว
จังหวัดนครราชสีมา

ในการนำเสนอผลการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยนำตัวอย่าง PS1, PS2, PS3, PS4, PS5, PS6, PS7, PS8, PS9, PS10, PS11, และ PS12 มากำหนดเพื่อใช้ในการนำเสนอข้อมูลในกลุ่มผู้แทนภาคเอกชน

ประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์ มี 3 ประเด็นดังนี้

คำถามที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5A's และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว
2. ด้านที่พักแรม
3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม
4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
6. ด้านองค์กรชุมชน
7. ด้านการจัดการ
8. ด้านการเรียนรู้

คำถามที่ 2 ด้านสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ 1) จุดแข็ง 2) จุดอ่อน 3) โอกาส และ 4) อุปสรรค

คำถามที่ 3 ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ควรได้รับการส่งเสริมหรือพัฒนา จังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ ผู้ประกอบการท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านที่พัก/โฮมสเตย์ บริษัทนำเที่ยว ร้านขายของที่ระลึก ร้านอาหาร ธุรกิจการขนส่ง ในจังหวัดนครราชสีมา เนื่องจากผู้ประกอบการท้องถิ่นเป็นผู้มีความเกี่ยวข้องที่ได้รับผลประโยชน์และได้รับผลกระทบมากที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเลือกบุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน มีเวลา

เพียงพอในการให้ข้อมูล เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่แท้จริงจากตัวแทนความคิดเห็นของผู้ประกอบการท้องถิ่น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาได้รับการสนับสนุนจากจังหวัด โดยเห็นได้จากการลงพื้นที่ของนักพัฒนากร อีกทั้งมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ งาน “มหกรรมชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม นครราชสีมา” ในจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ตามสื่อต่าง ๆ ถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ และทางวัฒนธรรม ในแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนว่ามีอะไรบ้าง และแต่ละชุมชนมีความโดดเด่นด้านใด การประชาสัมพันธ์เรื่องความสวยงามและประวัติความเป็นมา ทั้งนี้เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจ หน่วยงานหรือภาครัฐที่เกี่ยวข้องนั้น ควรสนับสนุนในด้านการดูแลรักษา หรือบูรณะแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีความสวยงาม สมบูรณ์ และมีความสะอาด และการสนับสนุนด้านวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชนให้ยังคงรักษาความมีเอกลักษณ์ของชุมชนเอาไว้ เช่น การรำลือลาไทยญวน ชุมชนบ้านล้นกำแพงที่ในปัจจุบันมีเพียงผู้เฒ่าผู้แก่ที่ยังคงจดจำทำรำได้ เป็นต้น

“...มีการสนับสนุนจากจังหวัดจากการจัดงานมหกรรมชุมชน ท่องเที่ยว OTOP นวัตกรรม นครราชสีมา...” (PS1)

“...ในจังหวัดมีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย...” (PS2) (PS5)

“...การทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อให้รู้ว่ามีอะไรบ้างในแต่ละชุมชน...” (PS3)

“...บอกให้นักท่องเที่ยวรู้จักประวัติ ความเป็นมา...” (PS4)

“...หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้การดูแลรักษา บูรณะแหล่งท่องเที่ยว...” (PS7)

“...การรักษาเอกลักษณ์ชุมชน เช่น การรำลือลาไทยญวน เพราะตอนนี้มีแค่ผู้เฒ่าที่จะทำรำได้...” (PS8)

“...ควรบอกว่าแต่ละชุมชนมีความโดดเด่นด้านใด...” (PS11)

2. ด้านที่พักแรม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเฉพาะที่พักแบบโฮมสเตย์ เพื่อเอาไว้รองรับนักท่องเที่ยว โดยที่พักจะได้รับการตรวจสอบสภาพและความสะอาดภายในห้องพักให้มีสภาพที่สมบูรณ์สะอาดพร้อมสำหรับแขกที่จะเข้าพัก ซึ่งมีชุมชนที่ได้รับการรับรองว่ามีมาตรฐานที่พักแบบโฮมสเตย์ ได้แก่ ชุมชนบ้านปราสาทใต้ อำเภอโนนสูง นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้สื่อต่าง ๆ นำเสนอความหลากหลาย

ของที่พัก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้สำหรับการตัดสินใจเพื่อเดินทางท่องเที่ยวหรือเข้าพักได้ โดยอาจมีการจัดกลุ่มแยกประเภทของที่พัก เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ฯลฯ รวมถึงมีการแสดงราคาของที่พักประเภทต่าง ๆ ให้ชัดเจน

“...ที่พักแบบโฮมสเตย์ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ...” (PS4) (PS10)

“...ที่พักได้รับการตรวจสอบสภาพและความสะอาดพร้อมสำหรับเข้าพัก...” (PS5)

“...การแสดงราคาของที่พักประเภทต่าง ๆ ให้ชัดเจน...” (PS7)

“...ได้รับการรับรองว่ามีมาตรฐานที่พักแบบโฮมสเตย์ ได้แก่ ชุมชนบ้านปราสาทใต้...”

(PS9)

“...การแยกประเภทของที่พัก เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ฯลฯ...” (PS10)

“...นำเสนอความหลากหลายของที่พักใน...” (PS12)

3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ความสะดวกในการคมนาคมภายในจังหวัดเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่มีรถยนต์ส่วนบุคคล เพราะรถประจำทางมีค่อนข้างน้อยทำให้ไม่สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้มากเท่าที่ควร อีกทั้งหากเป็นการจ้างเหมารถ ควรมีการควบคุมและกำหนดราคาค่าเดินทางให้ชัดเจนโดยการกำหนดราคาตามระยะทางการปรับปรุงป้ายจราจรให้มีมาตรฐาน สามารถเห็นได้ชัดเจน รวมถึงป้ายแนะนำสถานที่หรือป้ายบอกทางแหล่งท่องเที่ยวมีจำนวนเพียงพอ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนำรถยนต์มาเอง

“...การเดินทางเหมาะสมกับคนที่มีรถมาเอง...” (PS1) (PS12)

“...รถประจำทางมีน้อย ไม่สะดวกสำหรับคนมาเที่ยว...” (PS4) (PS7)

“...การจ้างเหมารถ ไม่มีราคาแจ้ง ควรดูแลให้นักท่องเที่ยว...” (PS8)

“...ป้ายจราจรน่าจะให้เห็นได้ชัด...” (PS11)

“...ป้ายบอกทางมีน้อย หายาก...” (PS6)

4. ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า กิจกรรมส่วนใหญ่จะเป็นกิจกรรมที่อยู่ในการดำรงชีวิต เป็นวิถีชีวิตของชุมชนอยู่แล้ว จึงสามารถให้นักท่องเที่ยวร่วมทำกิจกรรมได้ตลอด ทั้งนี้ ผู้ที่มีความเกี่ยวข้องควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอะไร ในแต่ละชุมชน เพื่อสร้างความน่าสนใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยว และทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น

“...กิจกรรม เป็นสิ่งที่ทำอยู่ประจำ...” (PS1)

“...ในแต่ละชุมชนมีกิจกรรมที่ต่างกัน...” (PS3) (PS6)

“...การประชาสัมพันธ์ กิจกรรมในแต่ละชุมชน มีความต่างกันอย่างใด...” (PS7)

“...เป็นกิจกรรมที่สร้างจาก อาชีพของชุมชน...” (PS11)

5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นภายในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความสะดวกในการเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต่าง ๆ โดยเฉพาะการปรับปรุงถนน ในบางชุมชนที่ถนนเป็นหลุมเป็นบ่อค่อนข้างมาก เช่น ชุมชนบ้านแฝก-โนนสำราญ เป็นต้น และร้านอาหารที่ให้บริการในชุมชนมีน้อยบางชุมชนมีเพียงร้านค้า เนื่องจากส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวไม่ได้มีตลอดเวลา จึงทำให้ชุมชนจะจัดอาหารให้เฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการจองมาล่วงหน้า ส่วนนักท่องเที่ยวแบบทัศนอาจรนั้น จะไม่มีอาหารที่คอยให้บริการ บางชุมชนอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชุมชนไทยสามัคคี ชุมชนบ้านสันกำแพง อำเภอวังน้ำเขียว จะมีร้านอาหารเปิดให้บริการทุกวัน ด้านของร้านค้า/ร้านขายของที่ระลึกสินค้าที่ระลึกควรแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมและวิถีการดำเนินชีวิตเพื่อเพิ่มความแปลกใหม่และจูงใจนักท่องเที่ยวให้ซื้อ นอกจากนี้ ยังควรปรับปรุงพัฒนาและยกระดับการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกสิ่งจำเป็นพื้นฐานเช่น โรงพยาบาล ธนาคาร ที่จอดรถ ไว้คอยบริการนักท่องเที่ยวเพื่อรองรับช่วงเทศกาลการท่องเที่ยว

“...ที่ชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีร้านอาหาร...” (PS1)

“...ไม่ได้คนเที่ยวตลอด ทางชุมชนมีอาหารให้ แต่ต้องติดต่อมาล่วงหน้า...” (PS2)

“...ร้านอาหารเปิดทุกวัน ก็มีนักท่องเที่ยวตลอดขายได้...” (PS3)

“...การปรับปรุงถนน จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง...” (PS7)

“...สินค้าที่ระลึก น่าจะแสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมหรือวิถีของชุมชน...” (PS8)

“...ในชุมชนมีแต่ร้านค้าของคนในชุมชน...” (PS10)

“...สิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ เช่น โรงพยาบาล ธนาคาร ที่จอดรถ ควรมีการเตรียมไว้ในช่วงเทศกาล...” (PS11)

“...ในพื้นที่บ้านแฝกถนนเป็นหลุมเป็นบ่อค่อนข้างมาก ...” (PS12)

6. ด้านองค์กรชุมชน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนจะมีผู้นำชุมชนที่ผู้ตัวแทนในการประสานงานระหว่างภาครัฐ นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่จะมาเป็นผู้คณะ ซึ่งผู้แทนชุมชนจะทำการประสานงานและจัดเตรียมที่พัก กิจกรรม

อาหารให้แก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ชุมชนยังมีการรวมตัวกันเพื่อประชุมวางแผนการดำเนินงานในแต่ละครั้งด้วย

“...มีผู้นำชุมชน...” (PS1) (PS3) (PS5) (PS7)

“...ผู้นำจะเป็นผู้ติดต่อกับทุกคน...” (PS10) (PS10)

“...มีการประชุมเพื่อเตรียมงาน...” (PS4)

“...เราวางแผนกันก่อนทำงาน...” (PS9)

7. ด้านการจัดการ

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนจะมีการจัดตั้งกองทุนหมู่บ้าน มีการจัดการด้านการวางแผนของชุมชน เช่น ชุมชนบ้านปราสาทใต้ อำเภอโนนสูง จะมีการกำหนดการจัดการด้านพื้นที่ ในการรักษาความสะอาดของบริเวณข้างถนน ตัวบ้านรวมถึงแหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท ผู้นำจะมีรายละเอียดค่าใช้จ่ายและแบ่งค่าตอบแทนให้แก่คนในชุมชนที่เข้ามาช่วยงานในแต่ละครั้ง ด้านการทำการประชาสัมพันธ์ ชุมชนจะมีตัวแทนในการจัดทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องรวมถึงการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ด้วย

“...ชุมชนมีกองทุนหมู่บ้าน...” (PS2) (PS8) (PS10)

“...มีการประชุมก่อนทำงาน...” (PS3) (PS11)

“...เราให้ทุกคนช่วยกันรักษาความสะอาด...” (PS9)

“...แบ่งรายได้ให้กับคนที่มาร่วมกิจกรรม...” (PS3)

“...มีหน่วยงานดูแลเรื่องการทำประชาสัมพันธ์...” (PS12)

“...มีการการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์...” (PS3)

8. ด้านการเรียนรู้

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ชุมชนมีการประชุมเพื่อสร้างความเข้าด้านวิถีชีวิตการจัดกิจกรรมภายในชุมชน เพื่อให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมทั้งในส่วนที่เป็นชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ชุมชนให้ความสำคัญในเรื่องของการอนุรักษ์ธรรมชาติโดยมีการแบ่งเขตพื้นที่ (Zoning) เพื่อกำหนดพื้นที่อยู่อาศัย ไม่ให้บุกรุกเข้าเขตอุทยาน ฯ และป่า

“...จัดประชุม ช่วยกันคิดกิจกรรมและให้ทุกคนได้มีส่วนร่วม...” (PS1)

“...ให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนที่เกี่ยวข้อง...” (PS8)

“...มี Zoning เพื่อกำหนดพื้นที่อยู่อาศัย ไม่ให้บุกรุกเข้าเขตอุทยานและป่า...” (PS4)

“...ศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน...” (PS9)

ด้านสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านจุดแข็ง

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า จังหวัดเป็นประตูสู่ภาคอีสาน เป็นทางผ่านไปสู่อำเภออื่น ๆ ทางภาคอีสาน มีความสัมพันธ์ดีต่อธุรกิจที่อยู่ในบริเวณเส้นทางหลักของจังหวัด เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่สามารถมาพักผ่อนเพื่อหลีกเลี่ยงจากสังคมเมือง เดินทางได้สะดวกและอยู่ไม่ไกลกรุงเทพฯ มากนัก ในชุมชนแต่ละชุมชนมีเอกลักษณ์/อัตลักษณ์ ทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจ อีกทั้งหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนในส่วนที่ให้ความรู้และส่วนงานที่สนับสนุนด้านผลิตภัณฑ์เพื่อให้ชุมชนสร้างผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากชุมชน

“...เป็นประตูสู่ภาคอีสาน...” (PS1)

“...เส้นทางที่คนผ่านไปอีสาน ชายของบริเวณทางหลักได้...”(PS3)

“...มีธรรมชาติที่สวยงาม อยู่ใกล้กรุงเทพฯ ...” (PS4)

“...ภาครัฐเข้ามาให้ความรู้...” (PS5)

“...เป็นทางผ่านเพื่อไปจังหวัดทางอีสาน...” (PS8)

“...ชุมชนมีความแตกต่างกันทางวัฒนธรรม...” (PS10)

“...ภาครัฐดูแลเรื่องการสร้างสินค้าของชุมชน...”(PS11)

2. ด้านจุดอ่อน

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การเดินทางและระยะเวลาในการเดินทาง เนื่องจากแต่ละชุมชนท่องเที่ยวอยู่ใกล้กันและต้องใช้เวลาในการเดินทางมาก นักท่องเที่ยวไม่รู้จักแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน มีความสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ด้านที่พักภายในชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมีน้อย และบางชุมชนไม่มีเลย นอกจากนี้ ยังพบว่า ร้านอาหารในชุมชนไม่ได้มีให้บริการตลอด เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้มีตลอดเวลา ชุมชนจะจัดให้เฉพาะผู้ที่ติดต่อมาล่วงหน้า

“...แต่ละชุมชนอยู่ใกล้กัน ต้องใช้เวลาในการเดินทาง...”(PS1)

“...ชุมชนท่องเที่ยวอยู่กระจายทั่วไป ทำให้เดินทางลำบาก...” (PS12)

“...ที่พักมีน้อย...” (PS3) (PS6)

“...นักท่องเที่ยวไม่รู้จักรวบรวมแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน...” (PS7)

“...ร้านอาหารมีให้เฉพาะผู้ที่ติดต่อไว้...” (PS9)

“...ในชุมชนไม่มีที่พัก...” (PS11)

3. ด้านโอกาส

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ในปีที่ผ่านมา ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นอย่างดี มีนักพัฒนากรเข้ามามีบทบาทในการประสานงานระหว่างชุมชนและภาครัฐ มีนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้น การประชาสัมพันธ์ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลของชุมชนได้ และโครงการของภาครัฐ อาทิ โครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ที่เข้ามามีบทบาทในการช่วยพัฒนาชุมชนในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน

“...ปีที่ผ่านมาได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ...” (PS10)

“...นักพัฒนากรเข้าประสานงานระหว่างชุมชนและหน่วยงาน...” (PS3)

“...มีนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพิ่มขึ้น...” (PS5)

“...มีหน่วยงานทำการประชาสัมพันธ์ให้...” (PS6)

“...OTOP นวัตวิถี พัฒนาสินค้า...” (PS9)

“...มีโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี...” (PS11) (PS12)

4. ด้านอุปสรรค

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ทางสาธารณะที่ใช้เพื่อการคมนาคมยังไม่สะดวกสบายเท่าที่ควร จึงควรให้ความสำคัญด้านการคมนาคม เพื่อพัฒนา/ปรับปรุงให้เหมาะสม ให้สามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบายในทุกฤดูกาล นอกจากนี้ ด้านเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยค่าครองชีพและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้นมีความสัมพันธ์ให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทยเมื่อได้รับผลกระทบด้านการเงิน ก็มีความสัมพันธ์ต่อเนื่องมาถึงการท่องเที่ยวด้วย

“...ครองชีพและค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น...” (PS4) (PS9)

“...ถนนที่ใช้ เดินทางความพัฒนา เพราะเป็นหลุม เป็นบ่อ...” (PS6)

“...ทางชำรุดควรซ่อมแซม...” (PS12)

ประเด็นการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ควรได้รับการส่งเสริมหรือพัฒนา จังหวัดนครราชสีมา

ผลการสัมภาษณ์ พบว่า ประเด็นที่ภาคเอกชนต้องการให้พัฒนาและได้รับการส่งเสริม ได้แก่ เรื่องการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ถนน บ้ายบอกทาง เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ การสร้างกิจกรรมใหม่ การพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ของชุมชน ในด้านอื่น ๆ เช่น การประชาสัมพันธ์ชุมชน นอกจากนี้ การส่งเสริมเรื่องการให้ความรู้เกี่ยวกับระบบการทำงานให้แก่ชุมชน เพื่อให้เกิดระบบการทำงานที่มีความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจำเป็นต้องร่วมมือกันอย่างจริงจัง การร่วมกันแก้ไขปัญหาที่พบเจอ

เพื่อก่อให้เกิดการแก้ปัญหา หรือการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน ด้านการกระจายรายได้ที่โปร่งใส เพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนาและคนในชุมชนจะได้เห็น ความสำคัญ และประโยชน์จากการท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งส่วนใหญ่ต้องการการสนับสนุน ส่งเสริมจากภาครัฐเป็นหลัก

“...ภาครัฐควรให้การสนับสนุนชุมชนด้านการพัฒนาต่าง ๆ ...” (PS1)

“...การพัฒนาเรื่องถนน ป้ายบอกสถานที่...” (PS2)

“...การแสดงให้เห็นการกระจายรายได้ที่โปร่งใส...” (PS3)

“...ต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมการพัฒนาสินค้า...” (PS4)

“...การสร้างกิจกรรมที่มีความแตกต่างกันแต่ละชุมชน...” (PS5)

“...ป้ายบอกทางควรมีมากกว่านี้...” (PS6)

“...กิจกรรมที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐ...” (PS7)

“...ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน...” (PS8)

“...ควรส่งเสริมให้ชุมชนมีการทำงานร่วมกันมาก ๆ...” (PS9)

“...การพัฒนาสินค้าของชุมชน...” (PS10)

“...หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมาสร้างระบบการทำงานให้เรา...” (PS11)

“...การพัฒนากิจกรรมในชุมชน...” (PS12)

สรุปข้อมูลจากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชนในภาพรวม มีรายละเอียด

ดังนี้

ตาราง 42 แสดงสรุปประเด็นคำถามที่ 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยว
โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว
5A's และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในภาพรวม

องค์ประกอบ	สรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์ในภาพรวม
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/ แหล่งท่องเที่ยว	การสนับสนุนจากภาครัฐ ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มิงงานมหกรรม ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. ด้านที่พักแรม	ที่พักแบบโฮมสเตย์ ได้รับการดูแลจากภาครัฐ โดยการอบรม ให้ความรู้ เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยในชุมชนมีการให้บริการที่พักน้อยมาก
3. ด้านการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการคมนาคม	เดินทางได้ แต่ชุมชนอยู่ห่างไกลกัน การพัฒนา ปรับปรุงเรื่องถนน ให้มีความสมบูรณ์
4. ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว	ชุมชนมีกิจกรรมอยู่แล้วแต่ยังขาดความโดดเด่น การส่งเสริมการจัดกิจกรรม จากการดำเนินชีวิตประจำวัน
5. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกน้อย โดยเฉพาะชุมชนที่ไม่อยู่ใกล้ แหล่งท่องเที่ยว
6. ด้านองค์กรชุมชน	ชุมชนมีผู้นำชุมชน เป็นตัวแทนในการทำกิจกรรมต่าง ๆ
7. ด้านการจัดการ	ชุมชนกองทุนหมู่บ้าน และมีความร่วมมือจากคนในชุมชน
8. ด้านการเรียนรู้	มีการเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน และมีการอนุรักษ์ธรรมชาติโดยมีการแบ่งเขต พื้นที่ (Zoning)

สรุปประเด็นคำถามที่ 3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
จังหวัดนครราชสีมา จากการสัมภาษณ์หน่วยงานภาคเอกชน

1. การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ถนน ป้ายบอกทาง
2. ส่งเสริมการสร้างกิจกรรมใหม่ การพัฒนาสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์
ของชุมชน
3. การส่งเสริมเรื่องการทำงานในชุมชน ระบบการทำงานให้แก่ชุมชน เพื่อให้เกิด
ระบบการทำงานที่มีความร่วมมือในการทำกิจกรรม
4. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ให้มากขึ้น
5. การสนับสนุนส่งเสริมจากภาครัฐเป็นหลัก

การวิเคราะห์ SWOT Analysis และการสังเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix Analysis

ผู้วิจัยวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis ประกอบด้วย การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคจากการสัมภาษณ์จากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม และนำไปสู่การสร้างกลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 43 แสดงผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมนอก

จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
- มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นที่หลากหลาย - กิจกรรมของชุมชนมีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่ - ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม - ค่าใช้จ่ายในการทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีราคาที่เหมาะสม ไม่สูงจนเกินไป - จิตบริการ คนในชุมชนที่ทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว นั้น มีความพร้อมที่จะให้บริการ	- ระยะทางการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยู่ห่างไกลกันทำให้ใช้เวลานาน - ขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก - ขาดความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว - ขาดมาตรฐานด้านการให้บริการ ความสะอาด - บุคลากรมีความรู้ด้านภาษาที่จำกัด
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
- ชุมชนอยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีชื่อเสียง - ภาครัฐ มีนโยบายสนับสนุนทั้งในด้านการอบรมให้ความรู้ และการหาช่องทางการตลาด รวมทั้งการทำประชาสัมพันธ์ - การพัฒนาด้านการคมนาคม ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและรวดเร็วขึ้น - ภาครัฐสนับสนุนการทำประชาสัมพันธ์ให้แก่ชุมชน - การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่น	- การพัฒนาด้านโครงสร้างขั้นพื้นฐานภายในตัวจังหวัด เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง - ด้านเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว - ด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ - แนวโน้มและกระแสการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

การกำหนดกลยุทธ์ในภาพรวมโดยการสังเคราะห์ด้วยเทคนิค TOWS Matrix Analysis

เมื่อผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT Analysis แล้วผู้วิจัยได้ใช้แนวทางของ TOWS Matrix Analysis เพื่อเป็นกรอบในการวางกลยุทธ์การพัฒนา แบ่งได้ 4 ประเภท คือ 1) กลยุทธ์เชิงรุก 2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน 3) กลยุทธ์แก้ไข 4) กลยุทธ์เชิงรับ ดังต่อไปนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO: Strengths and Opportunities–Leverage The Strengths to Take Advantage of The Opportunities) จากการพิจารณาจุดแข็งและโอกาส ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการกำหนดยุทธศาสตร์จากปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นจุดแข็งในบริบทแห่งโอกาส (Leveraging Strategy) ดังนี้

ตาราง 44 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ด้านกลยุทธ์เชิงรุก (SO) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

TOWS Matrix	
จุดแข็ง (Strengths)	กลยุทธ์เชิงรุก (SO)
S1 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นที่หลากหลาย	SO1 การพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางภายในจังหวัด เพื่อเชื่อมโยง
S2 กิจกรรมของชุมชนมีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่	SO2 การปรับปรุงและพัฒนาความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน
S3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	SO3 การพัฒนาส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ของชุมชน
S4 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในจังหวัด มีราคาที่เหมาะสม ไม่สูงจนเกินไป	SO4 การส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงกับชุมชนอื่น
S5 จิตบริการ คนในชุมชนที่ทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว มีความพร้อมที่จะให้บริการ	SO5 การส่งเสริม สนับสนุนความรู้ด้านการจัดการการท่องเที่ยว
โอกาส (Opportunities)	
O1 ชุมชนอยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเดิม ที่มีชื่อเสียง	
O2 ภาครัฐ มีนโยบายสนับสนุนทั้งในด้านการอบรมให้ความรู้ และการหาช่องทางการตลาด รวมทั้งการทำประชาสัมพันธ์	
O3 การพัฒนาด้านการคมนาคม ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและรวดเร็วขึ้น	
O4 ภาครัฐสนับสนุนการทำประชาสัมพันธ์ให้แก่ชุมชน	
O5 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่น	

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST: Strengths and Threats–Take Advantage of The Strengths to Avoid The Potential Threats) จากการพิจารณาจุดแข็งและอุปสรรค ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้น (Avoiding Strategy) ด้วยการกำหนดยุทธศาสตร์ ดังนี้

ตาราง 45 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ด้านกลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

TOWS Matrix	
จุดแข็ง (Strengths)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)
S1 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นที่หลากหลาย	ST1 การพัฒนาและส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน
S2 กิจกรรมของชุมชนมีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่	ST2 การพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน
S3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม	ST3 การพัฒนาและส่งเสริมความรู้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน
S4 ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีราคาที่เหมาะสม ไม่สูงจนเกินไป	
S5 จิตบริการ คนในชุมชนที่ทำการกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว นั้น มีความพร้อมที่จะให้บริการ	
อุปสรรค (Threats)	
T1 การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ภายในตัวจังหวัด เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง	
T2 ด้านเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	
T3 ด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ไม่สามารถเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ	
T4 แนวโน้ม และ กระแสการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป	

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO: Weaknesses and Opportunities–Use The Opportunities to Overcome The Weaknesses) จากการพิจารณาจุดอ่อนและโอกาส ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขจุดอ่อนในบริบทของโอกาสที่มีอยู่ (Correcting Strategy) ดังนี้

ตาราง 46 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ด้านกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

TOWS Matrix	
จุดอ่อน (Weaknesses)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
W1 ระยะทางการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยู่ห่างไกลกันทำให้ใช้เวลานาน	WO1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชน
W2 ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก	WO2 การส่งเสริมการขาย WO3 การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
W3 ขาดความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว	
W4 ขาดมาตรฐานด้านการให้บริการ ความสะอาด	
W5 บุคลากรมีความรู้ด้านภาษาที่จำกัด	
โอกาส (Opportunities)	
O1 ชุมชนอยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเดิม ที่มีชื่อเสียง	
O2 ภาครัฐ มีนโยบายสนับสนุนทั้งในด้านการอบรมให้ความรู้ และการหาช่องทางการตลาด รวมทั้งการทำประชาสัมพันธ์	
O3 การพัฒนาด้านการคมนาคม ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและรวดเร็วขึ้น	
O4 ภาครัฐสนับสนุนการทำประชาสัมพันธ์ให้แก่ชุมชน	
O5 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่น	

กลยุทธ์เชิงรับ (WT: Weaknesses and Threats–Minimize The Weaknesses to Avoid The Potential Threats) จากการพิจารณาจุดอ่อนและอุปสรรค ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการลดจุดอ่อนที่มีอยู่เพื่อเลี่ยงอุปสรรคที่มาทำลายโอกาสที่อาจจะเกิดขึ้น (Defending Strategy) ดังนี้

ตาราง 47 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis ด้านกลยุทธ์เชิงรับ (WT) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

TOWS Matrix	
จุดอ่อน (Weaknesses)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
W1 ระยะทางการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยู่ห่างไกลกันทำให้ใช้เวลานาน	WT1 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน WT2 สร้างจิตสำนึกรักชุมชน
W2 ขาดการประชาสัมพันธ์ต่อเนื่องและการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก	WT3 การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม
W3 ขาดความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว	
W4 ขาดมาตรฐานด้านการให้บริการ ความสะอาด	
W5 บุคลากรมีความรู้ด้านภาษาที่จำกัด	
อุปสรรค (Threats)	
T1 การพัฒนาด้านโครงสร้างขั้นพื้นฐานภายในตัวจังหวัด เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง	
T2 ด้านเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว	
T3 ด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ	
T4 แนวโน้ม และกระแสการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป	

ตาราง 48 แสดงสรุปกลยุทธ์แนวทางการพัฒนาในภาพรวมโดยใช้เทคนิคการวิจัย
การสังเคราะห์ TOWS Matrix

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)
SO1 การพัฒนาระบบการขนส่งและ การเดินทางภายในจังหวัด เพื่อเชื่อมโยง การเดินทาง	WO1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวในชุมชน
SO2 การปรับปรุงและพัฒนาความพร้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน	WO2 การส่งเสริมการขาย
SO3 การพัฒนาส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ ของชุมชน	WO3 การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์
SO4 การส่งเสริมกิจกรรมเพื่อเชื่อมโยงกับ ชุมชนอื่น	
SO5 การส่งเสริม สนับสนุนความรู้ ด้านการจัดการการท่องเที่ยว	
กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT)
ST1 การพัฒนาและส่งเสริมเอกลักษณ์ของ ชุมชน	WT1 การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วม ในชุมชน
ST2 การพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน	WT2 สร้างจิตสำนึกรักชุมชน
ST3 การพัฒนาและส่งเสริมความรู้ แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน	WT3 การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริม การมีส่วนร่วม

จากการสังเคราะห์เพื่อกำหนดกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้กำหนดร่าง
ยุทธศาสตร์เป็น 4 ด้าน ได้ดังนี้

วิสัยทัศน์ (Vission)

“นครราชสีมา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน”

พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น
2. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมในชุมชนของตน

ตาราง 49 แสดงสรุปร่างแผนยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ (Strategic)	กลยุทธ์ (Strategy)	โครงการ (Project)
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยชุมชน	กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาและส่งเสริม เอกลักษณ์ของชุมชน	1. โครงการศึกษาเอกลักษณ์ของชุมชน 2. โครงการส่งเสริมและสืบสานเอกลักษณ์ ของชุมชน 3. โครงการพัฒนาสินค้าให้โดดเด่นตาม เอกลักษณ์ของชุมชน
	กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนาและส่งเสริม กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยชุมชน	1. โครงการพัฒนากิจกรรมให้สอดคล้อง กับวิถีชีวิตชุมชน 2. โครงการจัดทำโปรแกรมกิจกรรม มาตรฐานสำหรับชุมชน 3. โครงการส่งเสริมการพัฒนากิจกรรม ให้เชื่อมโยงกับชุมชนอื่น
	กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาและส่งเสริม ความรู้แก่บุคลากร ทางการท่องเที่ยวในชุมชน	1. โครงการอบรมความรู้ ด้านการเป็นเจ้าบ้านและการให้บริการที่ดี 2. โครงการส่งเสริม พัฒนาบุคลากร ในชุมชนเป็นมัคคุเทศก์ได้ทุกระดับ 3. โครงการพัฒนามาตรฐานการบริการ ทางการท่องเที่ยวแก่ชุมชน 4. โครงการอบรมทักษะด้านภาษา และการสื่อสารแก่ชุมชน 5. โครงการอบรมให้ความรู้ ด้านความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาด้านการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการท่องเที่ยว	กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบ การขนส่งและการเดินทาง ภายในจังหวัด	1. โครงการพัฒนาระบบรถโดยสารสำหรับ นักท่องเที่ยว 2. โครงการพัฒนาระบบการขนส่ง ที่เหมาะสมภายในชุมชนและระหว่างชุมชน ท่องเที่ยว 3. โครงการจัดทำแผนที่การท่องเที่ยว โดยชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการเดินทาง ท่องเที่ยว 4. โครงการพัฒนาเส้นทางและถนน เพื่อให้การเดินทางมีความสะดวกปลอดภัย

ตาราง 49 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ (Strategic)	กลยุทธ์ (Strategy)	โครงการ (Project)
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาด้านการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการท่องเที่ยว	กลยุทธ์ที่ 2 การปรับปรุงและพัฒนา ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในชุมชน	1. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชน 2. โครงการปรับปรุงป้ายบอกทาง ในบริเวณชุมชนและบริเวณโดยรอบชุมชน เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง 3. โครงการส่งเสริม จัดสร้างระบบบรณาง ในชุมชนสำหรับนำเที่ยวโดยรอบ 4. โครงการส่งเสริมพัฒนาระบบ Free-Wifi ภายในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนส่งเสริม
	กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาที่พักสำหรับ นักท่องเที่ยว	1. โครงการศึกษาความพร้อมของชุมชน ด้านการจัดการที่พัก 2. โครงการอบรมให้ความรู้ ด้านการจัดการที่พัก 3. โครงการสนับสนุนการดำเนินการ ด้านที่พักในชุมชน
	กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมระบบ ความปลอดภัยในชุมชน	1. โครงการอบรมความรู้ด้านการดูแล ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 2. โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของ ชุมชนเพื่อดูแลความปลอดภัยในชุมชน 3. โครงการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วม ระหว่างชุมชนและสถานีตำรวจในบริเวณ ชุมชน
	กลยุทธ์ที่ 5 การส่งเสริม สนับสนุน การลงทุนภายในชุมชน	โครงการส่งเสริมการลงทุน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร เป็นต้น)

ตาราง 49 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ (Strategic)	กลยุทธ์ (Strategy)	โครงการ (Project)
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริม การทำการตลาด เพื่อการท่องเที่ยว โดยชุมชน	กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางการท่องเที่ยวในชุมชน	1. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามเอกลักษณ์ชุมชน 2. โครงการพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยว โดยชุมชนโคราช 3. โครงการพัฒนาสินค้าที่ระลึก ตามเอกลักษณ์ชุมชน
	กลยุทธ์ที่ 2 การส่งเสริมการขาย	1. โครงการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะ กลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ พิเศษ ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น 2. โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับ สินค้าที่ระลึกของชุมชน 3. โครงการอบรมการกำหนดราคา ที่เหมาะสมของสินค้า 4. โครงการส่งเสริมการจัดทำปฏิทิน กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยว
	กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาสื่อ เพื่อการประชาสัมพันธ์	1. โครงการการประชาสัมพันธ์ชุมชน ผ่านสื่อออนไลน์ 2. โครงการ Road Show ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน
	กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริมและสร้าง มูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว	1. โครงการท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้วิถีชีวิต โคราช 2. โครงการส่งเสริมการรับรู้ ด้านคุณค่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว 3. โครงการสร้างสรรค์คุณค่าของการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน 4. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี

ตาราง 49 (ต่อ)

ยุทธศาสตร์ (Strategic)	กลยุทธ์ (Strategy)	โครงการ (Project)
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมองค์กรชุมชน ด้านกระบวนการมีส่วนร่วม และสร้างจิตสำนึก	กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริมกระบวนการ มีส่วนร่วมในชุมชน	1. โครงการอบรม เพื่อสร้างกระบวนการ มีส่วนร่วมในชุมชน 2. โครงการศึกษาดูงานการท่องเที่ยว โดยชุมชน เพื่อเปิดประสบการณ์ 3. โครงการเสริมสร้างความเป็นเจ้าของ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน 4. โครงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ จากปราชญ์ชุมชนสู่ภาคีในชุมชน
	กลยุทธ์ที่ 2 สร้างจิตสำนึกรักชุมชน	1. โครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ วัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน 2. โครงการท่องเที่ยวกับชุมชนไม่สร้างขยะ ลดมลภาวะ
	กลยุทธ์ที่ 3 การสร้างแรงจูงใจ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม	1. โครงการเสริมสร้างความผูกพันและ แรงจูงใจในการทำงานร่วมกันภายในชุมชน 2. โครงการพัฒนาทักษะการทำงาน ร่วมกันในชุมชน

การประเมินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยดำเนินการโดยวิธีการ Focus Group เพื่อประเมินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีผู้เกี่ยวข้องร่วมประเมินแผนยุทธศาสตร์จำนวน 3 กลุ่ม ทั้งหมด 8 คน ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้แทนภาครัฐ จำนวน 2 คน กลุ่มที่ 2 ผู้แทนชุมชน จำนวน 3 คน และกลุ่มที่ 3 ผู้แทนภาคเอกชน จำนวน 3 คน ในวันที่ 8 พฤศจิกายน 2562 ที่โรงแรมสีมาธานี เวลา 10.00 น.-16.00 น.

โดยได้ดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยเสนอแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ให้แก่ผู้เข้าร่วมประเมินเพื่อศึกษาข้อมูลก่อน

2. ผู้วิจัยเสนอหัวข้อการประเมินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เป็นประเด็นเพื่อให้ผู้ประเมินแสดงความคิดเห็นในแต่ละประเด็นว่าเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

3. ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากผลประเมินของผู้ประเมินทั้งหมด 8 คน ได้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 50 แสดงผลสรุปการประเมินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ประเด็นการประเมินแผนยุทธศาสตร์	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ข้อเสนอแนะ
วิสัยทัศน์ (Vission)			
“นครราชสีมา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน”	✓		เดิมคำว่า จังหวัด
พันธกิจ (Mission)			
1. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น		✓	ข้อ 1 เพิ่ม พัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว...
2. ส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว	✓		
3. ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรมในชุมชนของตน		✓	ข้อ 3 เพิ่มคำว่า และภูมิปัญญาท้องถิ่น หลังคำว่า วัฒนธรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 1			
การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน		✓	เพิ่ม จังหวัด นครราชสีมา หลังคำว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน
กลยุทธ์ที่ 1			
การพัฒนาและส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน	✓		
โครงการ			
1. โครงการศึกษาเอกลักษณ์ของชุมชน		✓	ปรับชื่อเป็น โครงการศึกษาและจัดทำเอกลักษณ์ของชุมชน

ตาราง 50 (ต่อ)

ประเด็นการประเมินแผนยุทธศาสตร์	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
โครงการ			
2. โครงการส่งเสริมและสืบสานเอกลักษณ์ของชุมชน	✓		
3. โครงการพัฒนาสินค้าให้โดดเด่นตามเอกลักษณ์ของชุมชน		✓	เพิ่มคำว่า และบริการ หลังคำว่า สินค้า
กลยุทธ์ที่ 2			
การพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน	✓		
โครงการ			
1. โครงการพัฒนากิจกรรมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน	✓		
2. โครงการจัดทำโปรแกรมกิจกรรมมาตรฐานสำหรับชุมชน		✓	ตัดคำว่า มาตรฐาน เป็น โครงการจัดทำ โปรแกรมกิจกรรม การท่องเที่ยวสำหรับ ชุมชน
3. โครงการส่งเสริมการพัฒนากิจกรรมให้เชื่อมโยงกับชุมชนอื่น	✓		
กลยุทธ์ที่ 3			
การพัฒนาและส่งเสริมความรู้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน	✓		
โครงการ			
1. โครงการอบรมความรู้ด้านการเป็นเจ้าบ้านและการให้บริการที่ดี	✓		
2. โครงการส่งเสริม พัฒนาบุคลากรในชุมชนเป็นมัคคุเทศก์ได้ทุกวัย		✓	ตัดคำว่า ส่งเสริม ออก
3. โครงการพัฒนามาตรฐานการบริการทางการท่องเที่ยวแก่ชุมชน	✓		
4. โครงการอบรมทักษะด้านภาษาและการสื่อสารแก่ชุมชน		✓	แก้คำว่า แก่ชุมชน เป็น แก่บุคลากร ในชุมชน

ตาราง 50 (ต่อ)

ประเด็นการประเมินแผนยุทธศาสตร์	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
โครงการ			
5. โครงการอบรมให้ความรู้ด้านความปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยว	✓		
ยุทธศาสตร์ที่ 2			
การพัฒนาด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกด้านการท่องเที่ยว	✓		
กลยุทธ์ที่ 1			
การพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทาง ภายในจังหวัด	✓		
โครงการ			
1. โครงการพัฒนาระบบรถโดยสารสำหรับ นักท่องเที่ยว		✓	เพิ่มคำว่า เพื่อเดินทาง ภายในจังหวัด
2. โครงการพัฒนาระบบการขนส่งที่เหมาะสม ภายในชุมชนและระหว่างชุมชนท่องเที่ยว	✓		
3. โครงการจัดทำแผนที่การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางท่องเที่ยว		✓	เพิ่มคำว่า ระหว่าง ชุมชน
4. โครงการพัฒนาเส้นทางและถนน เพื่อให้การเดินทางมีความสะดวกปลอดภัย	✓		
กลยุทธ์ที่ 2			
การปรับปรุงและพัฒนาความพร้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน	✓		
โครงการ			
1. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ในชุมชน		✓	เพิ่มคำว่า ภายใน หน้า คำว่า ชุมชน
2. โครงการปรับปรุงป้ายบอกทางในบริเวณ ชุมชนและบริเวณโดยรอบชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวก ความสะดวกในการเดินทาง	✓		
3. โครงการส่งเสริม จัดสร้างระบบรกราง ในชุมชนสำหรับนำเที่ยวโดยรอบ	✓		
4. โครงการส่งเสริมพัฒนาระบบ Free-Wifi ภายในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน		✓	ตัดคำว่า ส่งเสริม ออก

ตาราง 50 (ต่อ)

ประเด็นการประเมินแผนยุทธศาสตร์	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
กลยุทธ์ที่ 3			
การพัฒนาที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว	✓		
โครงการ			
1. โครงการศึกษาความพร้อมของชุมชนด้านการจัดการที่พัก	✓		
2. โครงการอบรมให้ความรู้ด้านการจัดการที่พัก	✓		
3. โครงการสนับสนุนการดำเนินการด้านที่พักในชุมชน	✓		
กลยุทธ์ที่ 4			
การส่งเสริมระบบความปลอดภัยในชุมชน	✓		
โครงการ			
1. โครงการอบรมความรู้ด้านการดูแลความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว		✓	เปลี่ยนเป็น โครงการอบรมความรู้ด้านความปลอดภัยสำหรับการท่องเที่ยวในชุมชน
2. โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อดูแลความปลอดภัยในชุมชน	✓		
3. โครงการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและสถานีตำรวจในบริเวณชุมชน	✓		
กลยุทธ์ที่ 5			
การส่งเสริม สนับสนุนการลงทุนภายในชุมชน	✓		
โครงการ			
1. โครงการส่งเสริมการลงทุน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร เป็นต้น)	✓		
ยุทธศาสตร์ที่ 3			
การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน	✓		

ตาราง 50 (ต่อ)

ประเด็นการประเมินแผนยุทธศาสตร์	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
กลยุทธ์ที่ 1			
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชน	✓		
โครงการ			
1. โครงการส่งเสริมภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามเอกลักษณ์ชุมชน	✓		
2. โครงการพัฒนาเส้นทางทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนโคราช	✓		
3. โครงการพัฒนาสินค้าที่ระลึกตามเอกลักษณ์ชุมชน	✓		
กลยุทธ์ที่ 2	✓		
การส่งเสริมการขาย			
โครงการ			
1. โครงการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น	✓		
2. โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ระลึกของชุมชน	✓		
3. โครงการอบรมการกำหนดราคาที่เหมาะสมของสินค้า		✓	เพิ่มคำว่า ให้ความรู้เรื่องหน้าคำว่า การกำหนดราคา
4. โครงการส่งเสริมการจัดทำปฏิทินกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว	✓		
กลยุทธ์ที่ 3			
การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์	✓		
โครงการ			
1. โครงการการประชาสัมพันธ์ชุมชนผ่านสื่อออนไลน์		✓	ตัดคำว่า การออก 1 คำ
2. โครงการ Road Show ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	✓		ดำเนินการแล้ว แต่ควรทำอย่างต่อเนื่องต่อไป

ตาราง 50 (ต่อ)

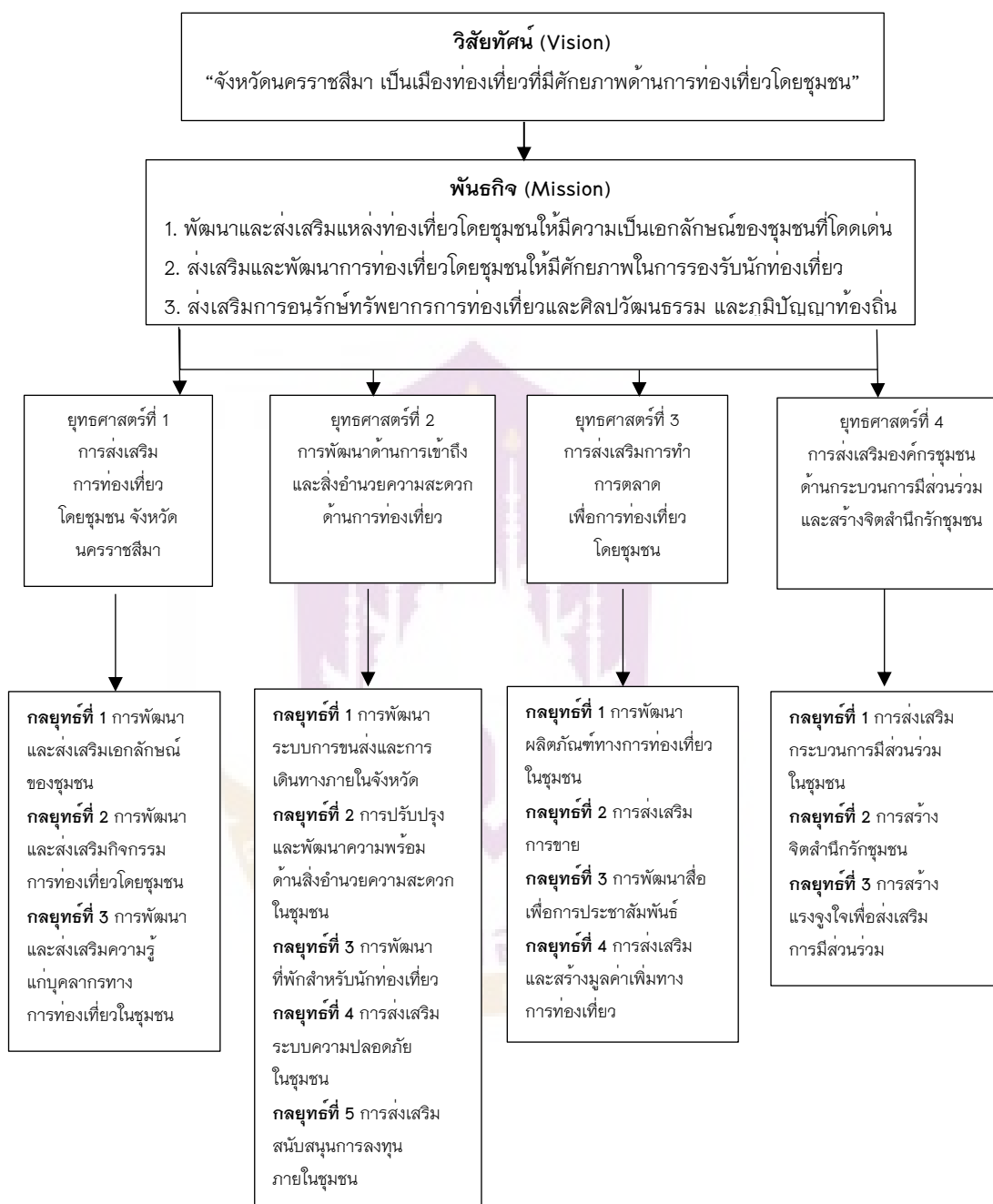
ประเด็นการประเมินแผนยุทธศาสตร์	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
กลยุทธ์ที่ 4			
การส่งเสริมและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว	✓		
โครงการ			
1. โครงการท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้วิถีชีวิตโคราช	✓		
2. โครงการส่งเสริมการรับรู้ ด้านคุณค่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว	✓		
3. โครงการสร้างสรรค์คุณค่าของการท่องเที่ยว โดยชุมชน		✓	ปรับแก้ เป็น โครงการ ให้ความรู้ ด้านการท่องเที่ยว โดยชุมชน
4. โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปี	✓		ดำเนินการแล้ว แต่ควรทำอย่าง ต่อเนื่องต่อไป
ยุทธศาสตร์ที่ 4			
การส่งเสริมองค์กรชุมชนด้านกระบวนการ มีส่วนร่วมและสร้างจิตสำนึก	✓		
กลยุทธ์ที่ 1			
การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน	✓		
โครงการ			
1. โครงการอบรม เพื่อสร้างกระบวนการ มีส่วนร่วมในชุมชน	✓		
2. โครงการศึกษาดูงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเปิดประสบการณ์	✓		
3. โครงการเสริมสร้างความเป็นเจ้าของ ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน		✓	เพิ่มคำว่า ใน หน้าคำว่า ทรัพยากร...
4. โครงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ จากปราชญ์ชุมชนสู่ภาคีในชุมชน	✓		
กลยุทธ์ที่ 2			
สร้างจิตสำนึกรักชุมชน		✓	เพิ่มคำว่า การ

ตาราง 50 (ต่อ)

ประเด็นการประเมินแผนยุทธศาสตร์	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ขอเสนอแนะ
โครงการ			
1. โครงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน		✓	เพิ่มคำว่า ส่งเสริมการหน้าคำว่า อนุรักษ์
2. โครงการท่องเที่ยวกับชุมชนไม่สร้างขยะ	✓		
ลดมลภาวะ			
กลยุทธ์ที่ 3			
การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม	✓		
โครงการ			
1. โครงการเสริมสร้างความผูกพันและแรงจูงใจในการทำงานร่วมกันภายในชุมชน	✓		
2. โครงการพัฒนาทักษะการทำงานร่วมกันในชุมชน	✓		

จากการประเมินแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ ปรับปรุงและแก้ไขแล้วนั้น ได้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีทั้งหมด 4 ยุทธศาสตร์ 15 กลยุทธ์ 47 โครงการ

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา



ภาพ 4 สรุปแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
จังหวัดนครราชสีมา

การตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation Validity Test)

ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลมากกว่าหนึ่งวิธี ได้แก่ การใช้การสัมภาษณ์เป็นหลัก แล้วใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและการใช้การศึกษาเอกสารควบคู่กับการสัมภาษณ์ โดยปรากฏผลดังตาราง 50

ตาราง 51 แสดงการตรวจสอบข้อมูลความเที่ยงตรงแบบสามเส้า (Triangulation Validity Test)

การสังเกต	วรรณกรรม	การสัมภาษณ์
จังหวัดนครราชสีมา มีสิ่งดึงดูดใจ และแหล่งท่องเที่ยว มีความหลากหลาย	จังหวัดนครราชสีมา มีความหลากหลาย ทางด้านทรัพยากร ทางการท่องเที่ยวที่สามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ อันประกอบไปด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่เป็นมรดกโลก แหล่งท่องเที่ยว ทางประวัติศาสตร์ อารยธรรม ขอม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ สร้างขึ้น (คณะกรรมการ พัฒนาการท่องเที่ยวประจำ เขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมอีสานใต้, 2558)	มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งทางธรรมชาติและที่มนุษย์ สร้างขึ้นและสามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวได้
จังหวัดนครราชสีมา เป็นเมืองผ่าน	เป็นจังหวัดที่เรียกได้ว่า “ประตู สู่อีสาน” ผู้ที่จะเดินทางไปจังหวัด อื่น ๆ ของภาคอีสาน ต้องผ่าน จังหวัดนครราชสีมา เพราะเป็น จังหวัดแรกของภาคอีสาน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561ข)	จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัด ที่ทุกคนต้องผ่านหากต้องการ เดินทางไปยังภาคอีสาน ทำให้ จังหวัดนครราชสีมาเป็น เมืองผ่านและเป็นที่รู้จัก นอกจากนี้ยังมีความสัมพันธ์ กระทบแก่จังหวัด คือ ในช่วงเทศกาลจะเกิดปัญหา เรื่องการจราจรมาก ซึ่งจะมี นักท่องเที่ยวเพียงส่วนหนึ่ง ที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดเท่านั้น

ตาราง 51 (ต่อ)

การสังเกต	วรรณกรรม	การสัมภาษณ์
จังหวัดนครราชสีมา มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและมีความสะดวกในการเข้าถึงจังหวัด	มีโครงการพัฒนาการคมนาคมสำหรับการเดินทางมายังจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ โครงการสร้างถนนมอเตอร์เวย์เส้นบางปะอิน-นครราชสีมา คาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี พ.ศ. 2563 โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี พ.ศ. 2565 (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา, 2561)	สามารถเดินทางมายังจังหวัดได้อย่างสะดวกโดยใช้ถนนทางหลวง อนาคตมีโครงการพัฒนาการคมนาคมสำหรับการเดินทางมายังจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ โครงการสร้างถนนมอเตอร์เวย์เส้นบางปะอิน-นครราชสีมา คาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี 2563 โครงการรถไฟฟ้าความเร็วสูงที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2565 สำหรับการเดินทางภายในจังหวัดควรปรับปรุงด้านการขนส่งภายในจังหวัดและการเดินทางระหว่างชุมชน
บุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีไม่เพียงพอ	สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา ดูแลการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวและยังดูแลจังหวัดชัยภูมิด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)	การประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่สามารถทำได้อย่างต่อเนื่อง เพราะมีบุคลากรน้อย อีกทั้งจังหวัดนครราชสีมา มีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ใน 32 อำเภอ ทำให้เป็นอุปสรรคในการทำงาน
จังหวัดนครราชสีมา ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน	ปี 2562 จังหวัดนครราชสีมา ได้ให้ความสำคัญและสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยผู้ว่าราชการจังหวัดได้ประกาศให้ เป็น “ปีท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม” สนับสนุนการจัดกิจกรรมทาง	จังหวัดมีการสนับสนุนและส่งเสริมให้ชุมชนจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ที่แสดงเอกลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องกับวิถีชีวิตเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

ตาราง 51 (ต่อ)

การสังเกต	วรรณกรรม	การสัมภาษณ์
นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกระจุกตัว อยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะกระจุก ตัวกันที่อำเภอปากช่อง และอำเภอด่านช้าง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ นักท่องเที่ยวนิยม โดยเฉพาะ ในช่วงอากาศหนาว เพราะเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง (จังหวัดนครราชสีมา, 2561)	นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ จะท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ทางธรรมชาติ บริเวณอุทยาน แห่งชาติเขาใหญ่ ทำให้ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ท่องเที่ยวภายในชุมชนมีน้อย อีกทั้งบางชุมชนอยู่ห่างไกล ออกไป
จังหวัดนครราชสีมามีมรดก ทางวัฒนธรรมและประเพณี ที่ดึงดูดของชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา มีความสำคัญทั้งทาง ประวัติศาสตร์ความเป็นมา มีธรรมชาติที่ดึงดูด การยกย่องให้เป็นมรดกโลก มีกิจกรรมท่องเที่ยว ที่หลากหลาย ความยิ่งใหญ่ ของอารยธรรมขอมโบราณ วัฒนธรรมพื้นบ้าน อาหารอีสาน ต้นตำหรับ อีกทั้งสินค้า เกษตรกรรมและหัตถกรรม พื้นบ้าน (สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดนครราชสีมา, 2561, สือออนไลน์)	ชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา มีความหลากหลายแตกต่างกัน ทำให้แต่ละชุมชน สามารถสร้าง หรือดึงดูดความโดดเด่นของชุมชน เพื่อส่งเสริมให้เป็นเอกลักษณ์ ของชุมชน ไม่ว่าจะเป็น ด้านธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรม เพราะเป็นจังหวัดที่มีมรดก ทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

บทที่ 5

บทสรุป

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 3) เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา 4) เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งการศึกษานี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการศึกษาโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อทราบถึงปัจจัยที่สามารถช่วยพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งเป็นการศึกษาโดยละเอียดในทุกด้าน การสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการ (Informal Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Interview) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจะถูกนำมาใช้ในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา ตามหลักการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อเสนอเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำมาสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

การศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ในการศึกษาและประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว 5 A's และองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน สามารถสรุปได้ 8 ด้าน ดังนี้

1. ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยมีนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน เช่น โครงการไทยนิยมยั่งยืน โครงการ OTOP Village และโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เป็นต้น

2. ศักยภาพด้านที่พักแรม (Accommodation) หน่วยงานของรัฐมีนโยบายสนับสนุนการจัดที่พักแบบโฮมสเตย์ มีการอบรมให้ความรู้เพื่อให้ชุมชนสามารถบริการที่พักแก่นักท่องเที่ยวได้ อย่างไรก็ตามที่พักในชุมชนยังมีจำนวนน้อยและขาดการบริการที่ดี

3. ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม (Accessibility) สามารถเดินทางมายังจังหวัดได้อย่างสะดวกโดยใช้ถนนทางหลวง อนาคตมีโครงการพัฒนาการคมนาคมสำหรับการเดินทางมายังจังหวัดนครราชสีมา ได้แก่ โครงการสร้างถนนมอเตอร์เวย์เส้นบางปะอิน-นครราชสีมา คาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี 2563 โครงการรถไฟความเร็วสูงที่คาดว่าจะแล้วเสร็จในปี 2565 สำหรับการเดินทางภายในจังหวัดควรปรับปรุงด้านการขนส่งภายในจังหวัดและการเดินทางระหว่างชุมชน

4. ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) หน่วยงานของรัฐให้การสนับสนุนโดยจัดให้มีการให้ความรู้จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในหัวข้อส่งเสริมการให้แต่ละชุมชนแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนให้โดดเด่นหัวข้อการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายและสอดคล้องกับวิถีชีวิตและเอกลักษณ์ของชุมชนเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวอยู่แล้วแต่ยังขาดความโดดเด่นและสร้างสรรค์

5. ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ในชุมชนมีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวน้อย ควรสนับสนุนให้ชุมชน มีการลงทุน/พัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านสะดวกซื้อ ร้านอาหาร และควรจัดให้มีโครงการอบรมให้ความรู้เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการด้านทักษะการให้บริการและการทักษะการสื่อสารให้กับร้านค้า ร้านอาหารต่าง ๆ ที่มีอยู่ เป็นต้น

6. ศักยภาพด้านองค์กรชุมชน (Community Organizations) ชุมชนมีผู้นำชุมชนเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน นอกจากนี้ ชุมชนควรมีการส่งเสริมเรื่องกระบวนการมีส่วนร่วมภายในชุมชน หน่วยงานภาครัฐควรให้การสนับสนุนเพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็ง

และสามารถขับเคลื่อนชุมชนได้ โดยการสนับสนุนด้านการให้ความรู้ การดูแลเรื่องกองทุนชุมชนโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด

7. ศักยภาพด้านการจัดการ (Management) หน่วยงานภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนให้การอบรมและให้ความรู้แก่ชุมชน โดยแต่ละหน่วยงานจัดอบรมตามหน้าที่ของหน่วยงานที่ตนได้รับมอบหมายหรือรับผิดชอบ แต่ชุมชนยังขาดความรู้เรื่องการจัดการ เช่น การจัดสรรรายได้จากการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในชุมชน การจัดการเรื่องที่พัก เป็นต้น

8. ศักยภาพด้านการเรียนรู้ (Learning) ชุมชนมีปราชญ์ชาวบ้านที่สามารถถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมถึงความเป็นมาของชุมชนได้ มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการจัดการเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ แต่กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยมากมักขาดการเชื่อมโยงกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ คนในชุมชนมีความสามารถในการสื่อสารไม่ดีพอ หน่วยงานภาครัฐจึงให้การสนับสนุนชุมชนในการพัฒนาด้านความรู้ของชุมชน เช่น เรื่องการสื่อสาร การใช้สื่อต่าง ๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์ชุมชน การให้ความรู้ด้านการอนุรักษ์ที่เป็นระบบ เป็นต้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

การศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 52.97) ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี (ร้อยละ 39.28) รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี (ร้อยละ 29.55, 18.92 ตามลำดับ) โดยมีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา มากที่สุด (ร้อยละ 47.39) รองลงมา มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษา (ร้อยละ 33.51, 16.04 ตามลำดับ) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา (ร้อยละ 29.19) รองลงมาประกอบอาชีพพนักงานบริษัท (ร้อยละ 21.44) ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 66.67) โดยมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 15,000 บาทหรือต่ำกว่า (ร้อยละ 50.27) รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 32.79)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 58.74) รองลงมา คือ

เพื่อการศึกษาหาความรู้ (ร้อยละ 20.36) ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว นั้น ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล (ร้อยละ 89.19) จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยวด้วยกัน ส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยกัน 2-3 คน (ร้อยละ 40.90) รองลงมา คือ เดินทางมาด้วยกัน 4-5 คน (ร้อยละ 33.87) ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม (ร้อยละ 54.41) รองลงมาเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์ (ร้อยละ 19.64) สำหรับความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 43.60) รองลงมาคือ 3-4 ครั้งต่อปี (ร้อยละ 32.61) โดยมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่อคนน้อยกว่า 2,000 บาท (ร้อยละ 56.40) รองลงมา จะใช้จ่ายระหว่าง 2,001- 5,000 บาท (ร้อยละ 28.83) โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จักแหล่งท่องเที่ยว ผ่านเฟสบุ๊ค (Facebook) เว็บไซต์ (Web Site) เพื่อน และครอบครัว ตามลำดับ และให้ความสนใจรูปแบบกิจกรรมในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ กิจกรรมถ่ายภาพ กิจกรรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณคดี กิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากชุมชน กิจกรรมทางการเกษตร และกิจกรรมพจญภัย ตามลำดับ

นอกจากนี้ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามสมมติฐาน 3 ข้อตามงานวิจัย ได้ผลสรุป ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ทั้ง 6 ข้อ พบว่า

1. จำแนกตามเพศ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิง มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t = -5.87$) โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X} = 3.51$) มากกว่าเพศชาย ($\bar{X} = 3.23$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

2. จำแนกตามช่วงอายุ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=10.58$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

3. จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=7.07$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

4. จำแนกตามอาชีพ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=9.06$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

5. จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสภาพต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($t=-2.19$) โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสจะมีค่าเฉลี่ย ความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X} = 3.43$) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด ($\bar{X} = 3.33$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

6. จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=9.06$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ สามารถกล่าวโดยสรุปได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์เมื่อจำแนกตาม ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือนที่ต่างกัน ทำให้ความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีความแตกต่างกันในทุกด้าน และเพศหญิงมีความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมดีกว่าเพศชาย และเมื่อจำแนกตามสถานภาพ นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสมีความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนดีกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน

ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทั้ง 6 ข้อ พบว่า

1. จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=1.90$) ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน

2. จำแนกตามลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F=0.66$) ดังนั้น จึงปฏิเสธสมมติฐาน

3. จำแนกตามจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางต่างกัน มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 7.91$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

4. จำแนกตามช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว มีคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 30.00$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

5. จำแนกตามความถี่ในการเดินทาง พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีตามความถี่ในการเดินทางต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 22.57$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

6. จำแนกตามค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวต่างกัน มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ($F = 6.60$) ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐาน

ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว สามารถกล่าวโดยสรุปได้ ดังนี้

ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยด้านจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อคน) ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ยกเว้น ปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สมมติฐานที่ 3 ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน มีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกัน

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ พบว่า ทุกคู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกทุกคู่ตัวแปร แสดงให้เห็นว่า หากตัวแปรตัวหนึ่งมีค่าเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยอีกตัวแปรหนึ่ง

ก็จะมีค่าเพิ่มขึ้นตามในทางเดียวกัน และพบว่าคู่ความสัมพันธ์ทั้งหมด 28 คู่ ส่วนใหญ่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.51–0.74 จำนวน 20 คู่ความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 71.43 และมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับน้อยหรือต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ อยู่ระหว่าง 0.38–0.50 จำนวน 8 คู่ความสัมพันธ์ คิดเป็นร้อยละ 28.57

จากผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 ผู้วิจัยจึงเลือกคู่ความสัมพันธ์ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด 6 อันดับแรก เพื่อนำมาพัฒนาให้เกิดศักยภาพควบคู่กันไป ดังนี้

1. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชน มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการ ($r=0.74$)

2. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านองค์กรชุมชนมีความสัมพันธ์กับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้ ($r=0.71$)

3. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการจัดการมีความสัมพันธ์กับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเรียนรู้ ($r=0.71$)

4. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($r=0.71$)

5. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านที่พักแรม ($r=0.66$)

6. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งดึงดูดใจ มีความสัมพันธ์กับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม ($r=0.66$)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

การศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ โดยมีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) เป็นผู้ให้ข้อมูล สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ด้านสภาพแวดล้อมภายในที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1.1 จุดแข็ง (Strengths)

1.1.1 มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นที่หลากหลาย

1.1.2 กิจกรรมของชุมชนมีความโดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะแต่ละพื้นที่

- 1.1.3 ชุมชนมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรม
- 1.1.4 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด มีราคาที่เหมาะสม ไม่สูงจนเกินไป
- 1.1.5 จิตบริการ คนในชุมชนที่ทำกิจกรรมด้านการท่องเที่ยววันนั้น มีความพร้อมที่จะให้บริการ
- 1.2 จุดอ่อน (Weaknesses)
- 1.2.1 ระยะทางการเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดอยู่ห่างไกลกัน ทำให้ใช้เวลานาน
- 1.2.2 ขาดการประชาสัมพันธ์ที่ต่อเนื่องและการเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จัก
- 1.2.3 ขาดความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว
- 1.2.4 ขาดมาตรฐานด้านการให้บริการ ความสะอาด
- 1.2.5 บุคลากรมีความรู้ด้านภาษาที่จำกัด
2. ด้านสภาพแวดล้อมภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
- 2.1 โอกาส (Opportunities)
- 2.1.1 ชุมชนอยู่ใกล้บริเวณแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีชื่อเสียง
- 2.1.2 ภาครัฐ มีนโยบายสนับสนุนทั้งในด้านการอบรมให้ความรู้ และการหาช่องทางการตลาด รวมทั้งการทำประชาสัมพันธ์
- 2.1.3 การพัฒนาด้านการคมนาคม ทำให้การเดินทางมาท่องเที่ยวสะดวกและรวดเร็วขึ้น
- 2.1.4 ภาครัฐสนับสนุนการทำประชาสัมพันธ์ให้แก่ชุมชน
- 2.1.5 การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับชุมชนอื่น
- 2.2 อุปสรรค (Threats)
- 2.2.1 การพัฒนาด้านโครงสร้างขั้นพื้นฐาน ภายในตัวจังหวัด เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทาง
- 2.2.2 ด้านเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว
- 2.2.3 ด้านเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทำให้ไม่สามารถเข้าถึงและใช้งานเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2.2.4 แนวโน้มและกระแสการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

การศึกษาวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 เพื่อสร้างแนวทางผู้วิจัยนำเทคนิค TOWS Matrix Analysis มาเพื่อกำหนดกลยุทธ์และได้กำหนดยุทธศาสตร์เป็น 4 ด้าน โดยนำผลการวิจัยเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำเสนอกลยุทธ์และโครงการ นำมาร่างแผนยุทธศาสตร์ การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำไป Focus Group สามารถสรุปเป็น แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเป็น แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่เหมาะสมกับจังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัยเชิงปริมาณ พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่นักท่องเที่ยว ให้ระดับความคิดเห็นทุกด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้านนั้น ผู้วิจัยจึงนำข้อที่นักท่องเที่ยว ให้ความคิดเห็นในระดับมาก เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จากการวิเคราะห์ผลการวิจัยรายข้อ พบว่า ด้านที่ 1 ด้านสิ่งดึงดูดใจ ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติมีความอุดมสมบูรณ์ ด้านที่ 8 ด้านการเรียนรู้ ได้แก่ มีกิจกรรมระหว่างคนในชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

ทั้งนี้ ผลการวิจัยเชิงปริมาณดังกล่าว มีความสอดคล้องกับผลวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มีจุดแข็งด้านแหล่งท่องเที่ยวและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงนำมากำหนด เป็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ที่มุ่งเน้นการสร้าง ความโดดเด่นนี้ให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

จากสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็น ด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน พบว่า เพศหญิงและนักท่องเที่ยว ที่มีสถานภาพสมรสมีความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน อยู่ในระดับดีกว่าเพศชาย และสถานภาพโสด และสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านพฤติกรรมกรการท่องเที่ยวแตกต่างกันส่งผลต่อ ความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านจำนวนสมาชิก ที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อคน) ส่งผลต่อระดับความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยว โดยชุมชน ยกเว้นปัจจัยด้านวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวและลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

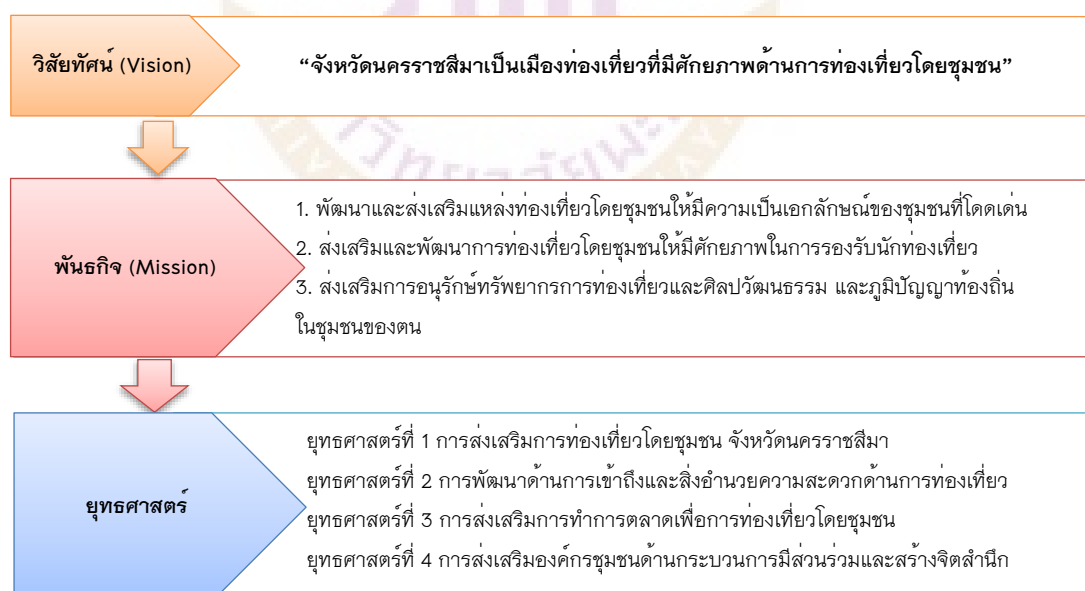
ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำปัจจัยด้านประชากรศาสตร์และด้านพฤติกรรมมาวิเคราะห์ และสังเคราะห์ร่วมกับผลการวิจัยเชิงคุณภาพด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยพบว่า ทั้ง 2 ปัจจัยส่งผลต่อการทำการตลาด สามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้านการตลาด

เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านมีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน จากสรุปผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ส่วนใหญ่มีขนาดความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง จำนวน 20 คู่ โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกทุกคู่ตัวแปร ผู้วิจัยนำผลที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับผลวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกคู่ความสัมพันธ์ที่มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุด 6 อันดับแรก โดยมี 1) ด้านองค์กรชุมชน 2) ด้านการจัดการ 3) ด้านการเรียนรู้ 4) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม 5) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 6) ด้านสิ่งดึงดูดใจ และ 7) ด้านที่พักแรม ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญศักยภาพทั้ง 7 ด้าน เพื่อนำมาพัฒนาให้เกิดศักยภาพควบคู่กัน

สรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยนำเสนอร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนำไป Focus Group ประเมินโดยมีผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมประเมินร่างแผนยุทธศาสตร์แล้วนั้น ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ ปรับปรุงและแก้ไข ได้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา มีทั้งหมด 4 ยุทธศาสตร์ 15 กลยุทธ์ 45 โครงการ โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา



ภาพ 5 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน
จังหวัดนครราชสีมา



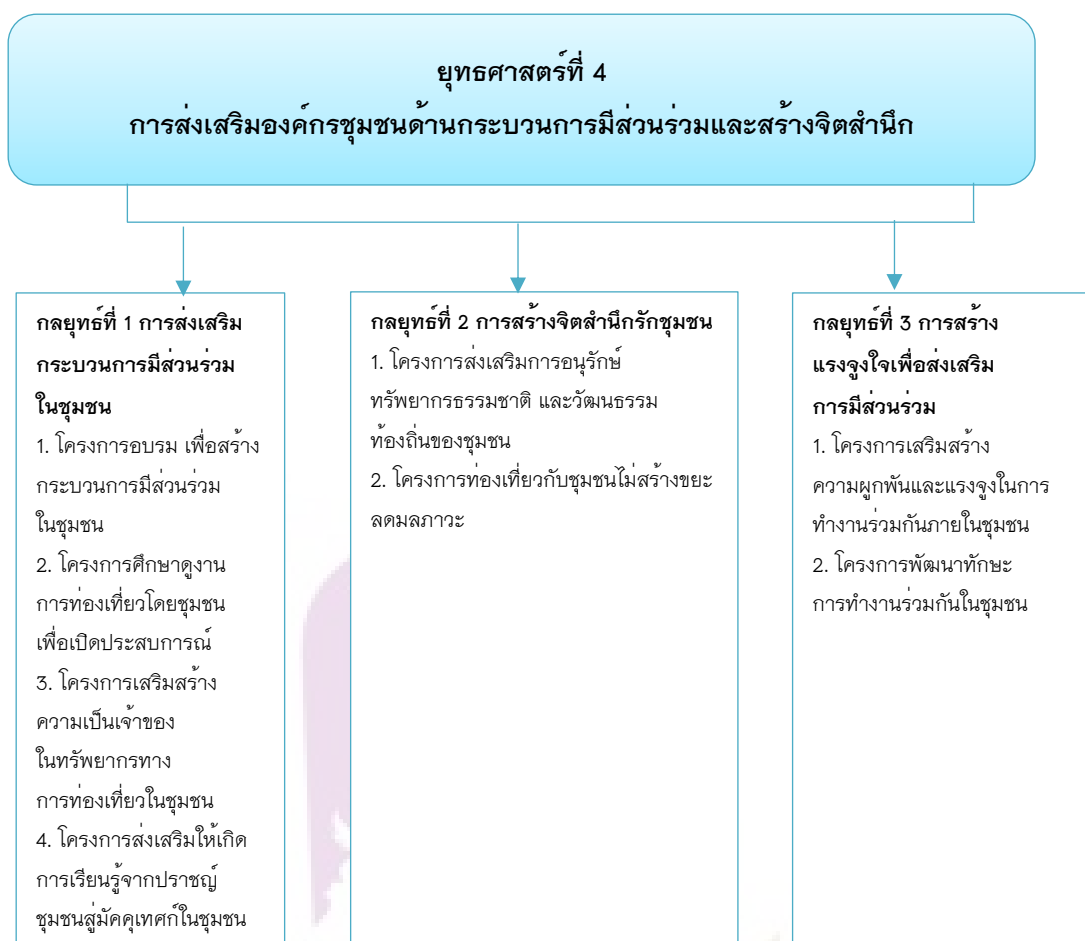
ภาพ 6 แผนยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา



ภาพ 7 แผนยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว



ภาพ 8 แผนยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน



ภาพ 9 แผนยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมองค์กรชุมชนด้านกระบวนการมีส่วนร่วมและสร้างจิตสำนึก

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
วิสัยทัศน์ (Vision)

“จังหวัดนครราชสีมา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน”

พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาและส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น
2. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนของตน

ตาราง 52 แสดงสรุปหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับโครงการในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา
ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา			
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนา และส่งเสริม เอกลักษณ์ของ ชุมชน	1. โครงการศึกษาและจัดทำ เอกลักษณ์ของชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา/พัฒนาชุมชนจังหวัด นครราชสีมา	
	2. โครงการส่งเสริมและ สืบสานเอกลักษณ์ของชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา/พัฒนาชุมชนจังหวัด นครราชสีมา/วัฒนธรรมจังหวัด นครราชสีมา	
	3. โครงการพัฒนาสินค้า และบริการให้โดดเด่นตาม เอกลักษณ์ของชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา/พัฒนาชุมชนจังหวัด นครราชสีมา	
กลยุทธ์ที่ 2 การพัฒนา และส่งเสริม กิจกรรม การท่องเที่ยว โดยชุมชน	1. โครงการพัฒนากิจกรรม ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา/วัฒนธรรมจังหวัด นครราชสีมา	
	2. โครงการจัดทำโปรแกรม กิจกรรมการท่องเที่ยว สำหรับชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา	
	3. โครงการส่งเสริม การพัฒนากิจกรรม ให้เชื่อมโยงกับชุมชนอื่น	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา/พัฒนาชุมชนจังหวัด นครราชสีมา	

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนา และส่งเสริม ความรู้ แก่บุคลากร ทางการท่องเที่ยว ในชุมชน	1. โครงการอบรมความรู้ ด้านการเป็นเจ้าบ้านและ การให้บริการที่ดี	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา/สถาบันการศึกษา	
	2. โครงการพัฒนาบุคลากร ในชุมชนเป็นมัคคุเทศก์ได้ ทุกวัย	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา/สถาบันการศึกษา	
	3. โครงการพัฒนามาตรฐาน การบริการทางการท่องเที่ยว แก่บุคลากรในชุมชน	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา/สถาบันการศึกษา	
	4. โครงการอบรมทักษะ ด้านภาษาและการสื่อสาร แก่บุคลากรในชุมชน	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา/สถาบันการศึกษา/ พัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา	
	5. โครงการอบรมให้ความรู้ ด้านความปลอดภัยสำหรับ นักท่องเที่ยว	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา/สถาบันการศึกษา	
ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาด้านการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว			
กลยุทธ์ที่ 1 การพัฒนาระบบ การขนส่ง และการเดินทาง ภายในจังหวัด	1. โครงการพัฒนาระบบ รถโดยสารสำหรับ นักท่องเที่ยว เพื่อเดินทาง ภายในจังหวัด	จังหวัดนครราชสีมา/องค์กรบริหาร ส่วนจังหวัด/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	
	2. โครงการพัฒนาระบบ การขนส่งที่เหมาะสมภายใน ชุมชนและระหว่างชุมชน ท่องเที่ยว	จังหวัดนครราชสีมา/องค์กรบริหาร ส่วนจังหวัด/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	
	3. โครงการจัดทำแผนที่ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเชื่อมโยงการเดินทาง ท่องเที่ยวระหว่างชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/พัฒนาชุมชน จังหวัด	
	4. โครงการพัฒนาเส้นทาง และถนนเพื่อให้การเดินทางมี ความสะดวกปลอดภัย	จังหวัดนครราชสีมา/องค์กรบริหาร ส่วนจังหวัด/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กลยุทธ์ที่ 2 การปรับปรุง และพัฒนา ความพร้อม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาด ในชุมชน	1. โครงการปรับปรุงภูมิทัศน์ ภายในชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	
	2. โครงการปรับปรุงป้าย บอกทางในบริเวณชุมชนและ บริเวณโดยรอบชุมชนเพื่อ อำนวยความสะดวกในการ เดินทาง	จังหวัดนครราชสีมา/องค์กรบริหาร ส่วนจังหวัด/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	
	3. โครงการส่งเสริม จัดสร้าง ระบบรางในชุมชนสำหรับ นำเที่ยวโดยรอบ	จังหวัดนครราชสีมา/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	
	4. โครงการพัฒนาระบบ Free-Wifi ภายใน แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	
กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาที่พัก สำหรับ นักท่องเที่ยว	1. โครงการศึกษา ความพร้อมของชุมชน ด้านการจัดการที่พัก	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา	
	2. โครงการอบรมให้ความรู้ ด้านการจัดการที่พัก	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา	
	3. โครงการสนับสนุน การดำเนินการด้านที่พัก ในชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา	
กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริม ระบบความ ปลอดภัย ในชุมชน	1. โครงการอบรมความรู้ ด้านความปลอดภัยสำหรับ การท่องเที่ยวในชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	
	2. โครงการส่งเสริม การมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อดูแลความปลอดภัย ในชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา/องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่น	

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กลยุทธ์ที่ 4	3. โครงการส่งเสริม	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน	
การส่งเสริม	กระบวนการมีส่วนร่วม	การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
ระบบความ	ระหว่างชุมชนและสถานี	นครราชสีมา/องค์กรปกครอง	
ปลอดภัย	ตำรวจในบริเวณชุมชน	ส่วนท้องถิ่น/พัฒนาชุมชนจังหวัด	
ในชุมชน			
กลยุทธ์ที่ 5	การส่งเสริม สนับสนุน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน	
การส่งเสริม	การลงทุนภายในชุมชน	การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
สนับสนุน	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	นครราชสีมา	
การลงทุน			
ภายในชุมชน			
ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน			
กลยุทธ์ที่ 1	1. โครงการส่งเสริม	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว	
การพัฒนา	ภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยว	แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด	
ผลิตภัณฑ์	โดยชุมชน ตามเอกลักษณ์	นครราชสีมา	
ทางการท่องเที่ยว	ชุมชน		
ในชุมชน	2. โครงการพัฒนาเส้นทาง	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน	
	การท่องเที่ยวโดยชุมชน	การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
	โคราช	นครราชสีมา	
	3. โครงการพัฒนาสินค้า	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน	
	ที่ระลึกตามเอกลักษณ์ชุมชน	การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
		นครราชสีมา	
กลยุทธ์ที่ 2	1. โครงการส่งเสริมการตลาด	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว	
การส่งเสริม	สำหรับนักท่องเที่ยว	แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด	
การขาย	มีความสนใจพิเศษ	นครราชสีมา	
	ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน		
	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม		
	ท้องถิ่น		
	2. โครงการพัฒนาบรรจุ	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน	
	ภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ระลึก	การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด	
	ของชุมชน	นครราชสีมา/พัฒนาชุมชนจังหวัด	
		นครราชสีมา	

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
	3. โครงการอบรม ให้ความรู้ เรื่องการกำหนดราคา ที่เหมาะสมของสินค้า	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด นครราชสีมา/สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดนครราชสีมา	
	4. โครงการส่งเสริม การจัดทำปฏิทินกิจกรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด นครราชสีมา	
กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนา สื่อเพื่อ การประชาสัมพันธ์	1. โครงการประชาสัมพันธ์ ชุมชนผ่านสื่อออนไลน์	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด นครราชสีมา	
	2. โครงการ Road Show ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด นครราชสีมา/สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดนครราชสีมา	
กลยุทธ์ที่ 4 การส่งเสริม และสร้าง มูลค่าเพิ่ม ทางการท่องเที่ยว	1. โครงการท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้วิถีชีวิตโคราช	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด นครราชสีมา	
	2. โครงการส่งเสริมการรับรู้ ด้านคุณค่าการท่องเที่ยว โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยว	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด นครราชสีมา/สำนักงานการท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดนครราชสีมา	
	3. โครงการให้ความรู้ ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงาน การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด นครราชสีมา	
	4. โครงการส่งเสริม การท่องเที่ยวตลอดปี	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัด นครราชสีมา	

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมองค์การชุมชนด้านกระบวนการมีส่วนร่วมและสร้างจิตสำนึกรักชุมชน			
กลยุทธ์ที่ 1 การส่งเสริม กระบวนการ มีส่วนร่วม ในชุมชน	1. โครงการอบรม เพื่อสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา/องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น	
	2. โครงการศึกษาดูงานการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อเปิดประสบการณ์	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา	
	3. โครงการเสริมสร้างความเป็นเจ้าของในทรัพยากรทาง	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา	
	การท่องเที่ยวในชุมชน		
กลยุทธ์ที่ 2 การสร้าง จิตสำนึก รักชุมชน	4. โครงการส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้จากปราชญ์ชุมชน สัมผัสคุณค่าในชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา/พัฒนาชุมชนจังหวัดนครราชสีมา	
	1. โครงการส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน	จังหวัดนครราชสีมา/การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดนครราชสีมา/องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น/สำนักงานจัดการทรัพยากรป่าไม้ที่ 8 (นครราชสีมา)	
	2. โครงการท่องเที่ยวกับชุมชนไม่สร้างขยะ ลดมลภาวะ	จังหวัดนครราชสีมา/สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา/เทศบาลนครราชสีมา	

ตาราง 52 (ต่อ)

กลยุทธ์	โครงการ	หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง/ผู้รับผิดชอบ	หมายเหตุ
กลยุทธ์ที่ 3 การสร้าง แรงจูงใจ เพื่อส่งเสริม การมีส่วนร่วม	1. โครงการเสริมสร้าง ความผูกพันและแรงจูงใจ ในการทำงานร่วมกันภายใน ชุมชน	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา/พัฒนาชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	
	2. โครงการพัฒนาทักษะ การทำงานร่วมกันในชุมชน	สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา/พัฒนาชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา พบประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ได้ศึกษา ดังนี้

ผลการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ

พบว่า จังหวัดนครราชสีมาเป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นที่หลากหลาย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสนใจทำการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคิดของ Choi and Sirakaya (2006) กล่าวไว้ว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติมีประโยชน์ทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงทรัพยากรของแต่ละชุมชนมี

2. ศักยภาพด้านที่พักแรมของชุมชน

เป็นจุดอ่อนที่ชุมชนควรทำการพัฒนาเพื่อให้สามารถเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับการศึกษา ไตรภพ โคตรวงษา, ครรชิต มาระโกชน์ และ ชุตินา รุ่งพันธ์ (2555) เรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบโฮมสเตย์โดยอาศัยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสามารถสร้างความดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้

3. ศักยภาพด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม

การเดินทางไปจังหวัดนครราชสีมาสามารถเดินทางได้โดยสะดวก มีถนนทางหลวง และโครงการพัฒนาการคมนาคม แต่การเดินทางภายในจังหวัดระหว่างแหล่งท่องเที่ยวยังขาด

ระบบการขนส่งที่ดี ซึ่งต้องได้รับการพัฒนาเพราะเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนให้เกิดการเดินทางระหว่างชุมชนให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rout and Gupta (2017) เรื่องกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการพัฒนาทรัพยากรของชุมชนที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ราบสูงภูเขา ภูมิภาค Jaunsar-Bawar Uttarakhand ประเทศอินเดีย ความว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ควรให้ความสำคัญต่อการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคให้ดียิ่งขึ้น

4. ศักยภาพด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวชุมชนมีการสร้างกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชนมีการนำเอกลักษณ์ของชุมชนที่เกิดจากทรัพยากรหรือวัฒนธรรมของชุมชนมาสร้างกิจกรรม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2556) ศึกษาวิจัยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ความว่า ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

5. ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ชุมชนควรพัฒนาถนน ป้ายบอกทาง รวมถึงการบริการด้านอื่น ๆ สอดคล้องกับศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์, โอษฐ์ญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559) ที่กล่าวว่า ควรจัดให้มีการบริการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมและทั่วถึงซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

6. ศักยภาพด้านองค์กรชุมชน

พบว่า ชุมชนแต่ละชุมชนมีผู้นำของชุมชน แต่ยังขาดระบบการดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสม อีกทั้งเรื่องของกระบวนการมีส่วนร่วมภายในชุมชนที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญ เพราะกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ Dodds, Ali and Galaski (2018) ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยกล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะประกอบด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาศักยภาพคนในชุมชนให้มีทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

7. ศักยภาพด้านการจัดการ

พบว่า การจัดการชุมชนในแต่ละชุมชนเป็นด้านที่ชุมชนมีการดำเนินงานน้อย ซึ่งด้านการจัดการเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน ดังนั้น แต่ละชุมชน

จะต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาในด้านการจัดการนี้ สอดคล้องกับ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัคภิบาล (2556) ได้กล่าวถึงแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน และเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าโดยมุ่งเน้นด้านการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมของชุมชน อีกทั้งการกำหนดกฎกติกาและจัดการร่วมกันในด้านการจัดการสิ่งปฏิภูล นอกจากนี้ คนในชุมชนต้องมีความรู้สึกรับรู้ความเป็นเจ้าของในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมในชุมชน เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความสำเร็จได้ สอดคล้องกับ Zapata, et al. (2011) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถช่วยในการพัฒนาและบรรเทาความยากจนของชุมชนได้ และบทเรียนจากประเทศนิการากัวพบว่า การจัดการชุมชนที่ดีเป็นปัจจัยความสำเร็จและความยั่งยืนของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเริ่มต้นจากการที่คนในชุมชนมีความรู้สึกรับรู้เป็นเจ้าของกิจกรรมนั้น ๆ เนื่องจากมีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน สินค้าทางการท่องเที่ยวเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของของคนในชุมชน และตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนในระยะยาว

8. ศักยภาพด้านการเรียนรู้ ในการพัฒนาชุมชนเพื่อสร้างการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องเริ่มจากการสร้างความตระหนักรู้และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้คนในชุมชนก่อนเสมอ Razzaq, et al. (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างขีดความสามารถของชุมชนสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประสพการณ์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน Miso Walai Homestay

ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

สมมติฐานที่ 1 “ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลให้ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกันหรือไม่”

ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน จะมีความศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งยอมรับสมมติฐานการวิจัยในทุกประเด็นของลักษณะทางประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยดังกล่าว สอดคล้องกับการวิจัยของ ปิยวรรณ ไทยเกิด (2560, สื่อออนไลน์) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และภูมิลำเนา มีความสัมพันธ์กับทัศนคติด้านศักยภาพการท่องเที่ยว

ชุมชนเมืองเวียงสระ จากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวดังกล่าว ทำให้ผู้วิจัยสรุปแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเมืองเวียงสระ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ดังนี้ คือ เรื่องสำคัญที่ควรพัฒนาอย่างเร่งด่วน คือ ควรพัฒนาด้านข้อมูลข่าวสารในการประชาสัมพันธ์ นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนาปรับปรุงในด้านการคมนาคม คือ เส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ต้องกระตุ้นให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมเรื่องการจัดการความปลอดภัย และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความพร้อมเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว และควรพัฒนารูปแบบกิจกรรมเพื่อให้เกิดความหลากหลาย นอกจากนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญในการรักษาและพัฒนา คุณภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเมืองเวียงสระให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวมากขึ้น และผลการวิจัยหรือข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ยังเทียบเคียงได้กับแนวคิดของ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538) เห็นว่า การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์นั้น สามารถช่วยแบ่งส่วนการตลาดและช่วยกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ ลักษณะประชากรศาสตร์ดังกล่าวประกอบด้วยอายุ เพศ ลักษณะครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา สอดคล้องกับ นิศา ชัชกุล (2557); นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร (2543) กล่าวว่า การตลาดสามารถแบ่งส่วนตามตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ได้ ดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพ ครอบครัว จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเนื่อง โดย 1) อายุ (Age) มีความสัมพันธ์ต่อการบริโภคสินค้าหรือบริการที่จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีอายุแตกต่างกัน นักการตลาดจึงใช้ประโยชน์จากด้านอายุเพื่อเป็นตัวแปรทางด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันของส่วนตลาดได้ ทำการค้นคว้าหาความต้องการของตลาดส่วนเล็ก (Niche Market) โดยมุ่งความสำคัญตลาดอายุส่วนนั้น 2) เพศ (Sex) เป็นตัวแปรทางที่เป็นส่วนในการแบ่งส่วนการตลาด เนื่องจากปัจจุบันนี้ตัวแปรทางด้านเพศและการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของการบริโภค 3) ลักษณะครอบครัว (Marital Status) นักการตลาดจะสนใจจำนวน และลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใด สินค้าหนึ่ง รวมถึงยังใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัวเพื่อที่จะช่วยทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม และ 4) รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นตัวแปรที่สำคัญต่อการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปแล้วนักการตลาดจะสนใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้สูง แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญของการแบ่งส่วน การตลาดโดยยึดถือเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียว ก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถของผู้บริโภค ในการซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า

ในขณะเดียวกันการเลือกซื้อ สินค้า แท้ที่จริงแล้วอาจใช้เกณฑ์รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้เช่นกัน แม้รายได้เป็นตัวแปรที่นิยมใช้ แต่นักการตลาดส่วนใหญ่จะเชื่อมโยงเกณฑ์รายได้รวมกับตัว แปรด้านประชากรศาสตร์หรืออื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดตลาดเป้าหมายให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ในการพัฒนาศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยว จึงควรพัฒนาให้สอดคล้องกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้สร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว และช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ให้กับชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้

สมมติฐานที่ 2 “ปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันส่งผลให้ศักยภาพ การท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกันหรือไม่”

ผลการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว หรือใช้บริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ของการวิจัยครั้งนี้ พบว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนบุคคล โดยมีสมาชิกที่ร่วมเดินทางท่องเที่ยว 2-3 ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือน มิถุนายน-สิงหาคม โดยเดินทางมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้งต่อปี มีค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่อคน น้อยกว่า 2,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรู้จักแหล่งท่องเที่ยว ผ่านเฟสบุ๊ค (Facebook) เว็บไซต์ (Web Site) เพื่อน และครอบครัว ตามลำดับ และให้ความสนใจรูปแบบกิจกรรมในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ กิจกรรมถ่ายภาพ กิจกรรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณคดี กิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากชุมชน กิจกรรมทางการเกษตร และกิจกรรมผจญภัย ตามลำดับ ผลการศึกษาดังกล่าวเทียบเคียงได้กับผลการวิจัยของ ผกามาต ชัยรัตน์ และชวลีย์ ณ ถลาง (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านพฤติกรรม ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เดินทางมากับกลุ่มเพื่อนประเภทของยานพาหนะที่ใช้โดยรถยนต์ ส่วนตัว เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน ส่วนมากรู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,000-3,000 บาท มากกว่าครึ่งจะกลับมาเที่ยวอีก และการวิจัยของ ดลใจ มณีงาม (2550) ที่ศึกษาพฤติกรรมของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริการจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท และเทียบเคียงได้กับการวิจัยของ นิตยา งามยิ่งยง และละเอียต ศิลาณ้อย (2560) ที่ได้ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี พบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ได้รับข่าวสาร ของแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนรู้จักแนะนำ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ

เป็นการเดินทางมากับครอบครัว/คู่สมรส และมีค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวต่อคนประมาณ 2,001– 4,000 บาท

ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จำแนกตามปัจจัยด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทาง และค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยวต่างกัน จะมีความศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ต่างกัน จะมีคะแนนเฉลี่ยศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยรวมแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งการศึกษาและทราึงถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและแนวทางพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวตามข้อค้นพบจากการวิจัย จะมีประโยชน์ต่อผู้บริโภค ธุรกิจ และต่อประเทศชาติ โดยประโยชน์ที่ต่อผู้บริโภค คือ ผู้บริโภค จะได้รับการตอบสนองความต้องการและได้รับการพัฒนาคุณภาพชีวิต ประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยว คือ จะช่วยให้ธุรกิจเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภค ทำให้ธุรกิจสามารถขยายตัว เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ และสามารถแบ่งส่วนทางการตลาด เพื่อผลิตสินค้าหรือบริการให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคได้ (จาริณี แซ่ว่อง, 2556)

สมมติฐานที่ 3 “ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน มีความสัมพันธ์กันซึ่งกันและกัน”

ผลการทดสอบความสัมพันธ์ของศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านที่พักแรม ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ พบว่า ทุกคู่ความสัมพันธ์ของตัวแปรศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้านมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกทุกคู่ตัวแปร ส่วนใหญ่ขนาดความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.51–0.74 ร้อยละ 71.43 และมีขนาดความสัมพันธ์ในระดับน้อยหรือต่ำ ซึ่งมีค่าความสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.38–0.50 ร้อยละ 28.57 ลักษณะความสัมพันธ์ของตัวแปรศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน ตามลักษณะดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มทิศทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน หากมีการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านใดด้านหนึ่งก็จะส่งผลให้ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านอื่น ๆ พัฒนาขึ้นด้วย เช่น หากดำเนินการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ก็จะส่งผลให้ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีการพัฒนาขึ้นด้วย ผลที่เกิดขึ้นดังกล่าว

เป็นสิ่งที่อธิบายด้วยมุมมองทางสถิติวิจัย ซึ่งพิจารณาตัวเลขเป็นสำคัญ เมื่อนำมุมมองดังกล่าวเชื่อมโยงเข้ากับมุมมองทางด้านสังคมที่มองความรู้สึกนึกคิดของผู้คนในสังคม ความเคลื่อนไหวทางสังคมที่มีลักษณะเป็นพลวัตตามกระแสการเปลี่ยนแปลง การอธิบายข้อค้นพบที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สู่การนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์เพื่อการพัฒนาศักยภาพการของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ต้องพัฒนาศักยภาพในแต่ละด้านให้สอดคล้องกับสภาพบริบท ความเป็นไปได้ของชุมชน ต้องพัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน และต้องพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้ทุกด้านไปพร้อมกัน ซึ่งศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนรายด้าน จะได้หนุนเสริมซึ่งกันและกันตามผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งผลการวิจัยดังกล่าวเทียบเคียงได้กับผลการวิจัยของ ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์, โอษฐ์ญา บัวธรรม และชัชชญา ยอดสุวรรณ (2559) ที่ได้ให้ข้อเสนอแนะและแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ควรออกระเบียบข้อบังคับเพื่อเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว 2) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรจัดระบบคมนาคมและการสัญจรให้ชัดเจน พร้อมกับป้ายบอกทางให้ถูกต้องและติดตั้งเป็นระยะ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกควรจัดให้มีการบริการที่ครอบคลุมและทั่วถึง 4) ด้านความปลอดภัย ควรจัดระบบรักษาความปลอดภัยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว 5) ด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่ควรทำการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ และ 6) ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ให้ประชาชนมีส่วนร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาถึงศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวไว้ คือ 1) การพัฒนาปรับปรุงด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน 2) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและชุมชนในระบบการท่องเที่ยว 3) การเฝ้าระวังและรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม 4) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยว และ 5) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบโครงข่าย ปัจจัยความสำเร็จ คือ กลุ่มคนที่มีศักยภาพร่วมบริหารจัดการองค์กรที่ให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง การสนับสนุนของฝ่ายวิชาการ และการพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านที่เป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยวและด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว พบว่า จังหวัดนครราชสีมา เป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้นที่หลากหลายทำให้นักท่องเที่ยวสนใจท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดคิดของ Choi and Sirakaya (2006) กล่าวไว้ว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติมีประโยชน์ทางเศรษฐกิจทางการท่องเที่ยว โดยการพัฒนาการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงทรัพยากรที่แต่ละชุมชนมี นอกจากนี้ ชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวยังมีเอกลักษณ์ของชุมชนที่เกิดจากทรัพยากรหรือวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ มนัสสินี บุญมีศรีสง่า (2556) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการสร้างอัตลักษณ์การท่องเที่ยวที่โดยงานวิจัยได้ศึกษาในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

2. ด้านที่เป็นจุดอ่อน

ด้านที่แพคเกจของชุมชน เป็นจุดอ่อนที่ชุมชนควรทำการพัฒนาเพื่อให้สามารถเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้ สอดคล้องกับ ไตรภพ โคตรวงษา, ครรชิต มาระโกชน์ และชุติมา รุ่งพันธ์ (2555) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา กล่าวว่า การพัฒนารูปแบบโฮมสเตย์โดยอาศัยศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว สามารถสร้างความดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้

ด้านองค์กรชุมชน พบว่า ชุมชนแต่ละชุมชนมีผู้นำของชุมชน แต่ยังขาดระบบการดำเนินกิจกรรมที่เหมาะสม อีกทั้งเรื่องของกระบวนการมีส่วนร่วมภายในชุมชนที่ชุมชนต้องให้ความสำคัญเพราะกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่จะทำให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิด Dodds, et al. (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะประกอบด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาศักยภาพคนในชุมชนให้มีทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

3 ด้านที่ต้องได้รับการพัฒนา

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม การเดินทางไปยังจังหวัดนครราชสีมา สามารถเดินทางได้โดยสะดวก มีถนนทางหลวงและโครงการพัฒนาการคมนาคม แต่การเดินทางภายในจังหวัด ระหว่างแหล่งท่องเที่ยวยังขาดระบบการขนส่งที่ดี ซึ่งต้องได้รับการพัฒนา เพราะเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่จะสนับสนุนให้เกิดการเดินทางระหว่างชุมชนมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Rout and Gupta (2017) ได้เสนอกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ผ่านการพัฒนาทรัพยากรของชุมชนที่มีสภาพทางภูมิศาสตร์ที่ราบสูงภูเขา ภูมิภาค Jaunsar-Bawar Uttarakhand ประเทศอินเดีย ได้กล่าวว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ คือ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภคให้ดียิ่งขึ้น

4. ด้านที่ต้องทำการพัฒนาเพื่อสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยว

ด้านการจัดการในแต่ละชุมชน ด้านการจัดการชุมชนเป็นด้านที่ชุมชนมีการดำเนินงานน้อย ซึ่งด้านการจัดการเป็นส่วนสำคัญในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน ดังนั้น แต่ละชุมชนจะต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาในด้านการจัดการนี้ สอดคล้องกับ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และภาคภูมิ ภัควิภาส (2556) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน เสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่า โดยมุ่งเน้นด้านการบริหารการจัดและการมีส่วนร่วมของชุมชน อีกทั้งการกำหนดกฎกติกาและจัดการร่วมกันในด้านการจัดการสิ่งปฏิกูล นอกจากนี้ คนในชุมชนต้องมีความรู้สึกความเป็นเจ้าของในแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมในชุมชน เพราะเป็นปัจจัยหนึ่งที่สามารถดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวชุมชนให้เกิดความสำเร็จได้ สอดคล้องกับ Zapata, et al. (2011) ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถช่วยในการพัฒนาและบรรเทาความยากจนของชุมชนได้หรือไม่? บทเรียนจาก Nicaragua ได้กล่าวว่า การแสดงถึงปัจจัยความสำเร็จและความยั่งยืนของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประเด็นการก้าว เริ่มต้นจากการที่คนในชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมนั้น ๆ เนื่องจากมีการเปิดโอกาสให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการออกความคิดเห็นในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน สินค้าทางการท่องเที่ยวเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของคนในชุมชนและตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนในระยะยาว

ด้านการเรียนรู้ ในการพัฒนาชุมชนเพื่อสร้างการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องเริ่มจากการสร้างความตระหนักรู้และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้คนในชุมชนก่อนเสมอ Razzaq, et al. (2012) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างขีดความสามารถของชุมชนสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ประสพการณ์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชน Miso Walai Homestay

กล่าวโดยสรุป แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะประสบความสำเร็จได้ต้องได้รับการสนับสนุนจากผู้ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Strydom, Mangope and Henama (2018a) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง บทเรียนจากความสำเร็จ กรณีศึกษาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากกลุ่มประเทศโลกใต้ กล่าวว่า ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะต้องได้รับการสนับสนุนจากทุกหน่วยงาน ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานอิสระไม่หวังผลกำไร หน่วยงานสนับสนุนการพัฒนาด้านสาธารณูปโภค หน่วยงานท้องถิ่นภาครัฐ กระทรวงการท่องเที่ยว สหกรณ์ และผู้ประกอบการท้องถิ่น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Dodds, Ali and Galaski (2018) ที่กล่าวว่า ปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย ความร่วมมือจากทุกภาคส่วนเพื่อสร้างตลาดการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้สู่ชุมชน นอกจากนี้ ในด้านของชุมชนปัจจัยที่สำคัญของชุมชนที่ส่งผลให้ชุมชนประสบความสำเร็จ ได้แก่ การมีส่วนร่วมกันในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับ Dodds, Ali and Galaski (2018) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กล่าวถึงปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศที่กำลังพัฒนา ประเทศแอฟริกาใต้ อินเดีย บราซิล และประเทศในกลุ่มทะเลแคริบเบียน ซึ่งปัจจัยความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนประกอบด้วย 1) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาศักยภาพคนในชุมชนให้มีทักษะการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สามารถนำมากำหนดเป็นแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 ยุทธศาสตร์ 15 กลยุทธ์ 45 โครงการ สามารถนำมาสู่การอภิปรายผลได้ 2 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 1 ด้านนโยบาย พบว่า นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน นโยบายการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว นโยบายการส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน และนโยบายการส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมและสร้างจิตสำนึกรักชุมชนเป็นผลมาจากการวิเคราะห์ในวัตถุประสงค์ที่ 3 นโยบายนี้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การพัฒนาในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ที่กำหนดวิสัยทัศน์ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทยเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน”

ประเด็นที่ 2 ด้านกลยุทธ์และโครงการในการพัฒนา ผลการวิจัยได้จากการวิเคราะห์ TOWS Matrix Analysis จึงได้กลยุทธ์ 4 กลยุทธ์ ดังนี้

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) เป็นการใช้จุดแข็งและโอกาสทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบไปด้วย การพัฒนาและส่งเสริมเอกลักษณ์ของชุมชน การพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน การพัฒนาและส่งเสริมความรู้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวในชุมชน สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน และยุทธศาสตร์ที่ 3 คือ การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วม

2. กลยุทธ์ป้องกัน (ST Strategy) เป็นการใช้จุดแข็งทางการท่องเที่ยวมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาให้เกิดประโยชน์สูงสุด และแก้ไขหรือทำให้อุปสรรคภายนอกทางการท่องเที่ยวให้ลดน้อยลงเท่าที่เป็นไปได้ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย การพัฒนาระบบการขนส่งและการเดินทางภายในจังหวัด การปรับปรุงและพัฒนาความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน การพัฒนาที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมระบบความปลอดภัยในชุมชน การส่งเสริม สนับสนุนการลงทุนภายในชุมชน สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) เป็นหาการหาวิธีแก้ไขจุดอ่อนทางการท่องเที่ยว โดยพิจารณานำเอาโอกาสทางการท่องเที่ยวที่เอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ในเชิงแก้ไขทาง การส่งเสริมการตลาดเพื่อการท่องเที่ยว โดยชุมชน ประกอบไปด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในชุมชน การส่งเสริมการขาย การพัฒนาสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมและสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ในยุทธศาสตร์ที่ 4 คือ การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว โดยมีการส่งเสริมเอกลักษณ์ความเป็นไทยในแต่ละท้องถิ่น

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategy) เป็นการพยายามแก้ไขหรือลดความเสียหายที่เกิดจากการท่องเที่ยวอันเกิดจากจุดอ่อนและอุปสรรคทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วม

และสร้างจิตสำนึกรักชุมชน ประกอบไปด้วย การส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมในชุมชน การสร้างจิตสำนึกรักชุมชน การสร้างแรงจูงใจเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วม สอดคล้องกับ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560-2564 ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนา คุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. เชิงนโยบาย

1.1 หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำแผนยุทธศาสตร์ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1.2 สามารถนำนโยบายด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น มาใช้เพื่อการอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวภายในชุมชนของ จังหวัดนครราชสีมาให้คงอยู่

1.3 โครงการด้านการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปดำเนินกิจกรรม เพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนของ จังหวัดนครราชสีมา ต่อไป

1.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการสนับสนุนและการสร้างองค์ความรู้ให้กับชุมชน สามารถนำโครงการไปดำเนินการอบรมในเรื่องที่ชุมชนต้องการพัฒนาได้อย่างเหมาะสม

2. เชิงปฏิบัติการ

2.1 หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดตั้งคณะทำงานเพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวโดยชุมชน ในจังหวัดนครราชสีมาเพื่อดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ต่อไป

2.2 ส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยว ภายในจังหวัดมีความสะดวกมากขึ้น

2.3 ส่งเสริมและผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมแบบเครือข่ายภาคี เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา

2.4 ส่งเสริมด้านจิตบริการ การเป็นเจ้าบ้านที่ดีให้แก่ชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา

2.5 ส่งเสริมการสร้างจุดถ่ายภาพภายในชุมชน เช่น Selfie Spot เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

2.6 ส่งเสริมการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์โดยเน้นกลุ่มที่เป็นเพศหญิง

3. เชิงวิชาการ

3.1 ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนางานวิจัยในเชิงลึกต่อไป เช่น

3.1.1 ศึกษารูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวโดยแยกศึกษาเฉพาะชุมชน

3.1.2 การพัฒนาด้านทักษะการบริการให้เหมาะกับกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนชุมชน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับลักษณะของชุมชน

3.1.3 การพัฒนาด้านการจัดระบบการท่องเที่ยวภายในชุมชน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับลักษณะของชุมชน เป็นต้น

3.2 ผลการวิจัยสามารถนำไปศึกษาเรื่องการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อเชื่อมโยงชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาได้

จากข้อเสนอแนะผู้วิจัยขอเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ได้จากหน้าที่ของหน่วยงานหรือองค์กรนั้น

ตาราง 53 แสดงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สามารถนำผลงานวิจัยไปใช้ได้

หน่วยงาน/องค์กร	หน้าที่	ประโยชน์
จังหวัดนครราชสีมา	วางแผนและพัฒนาจังหวัด	นำแผนยุทธศาสตร์ที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาจังหวัดได้
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดนครราชสีมา	สร้าง ส่งเสริม การท่องเที่ยว และกีฬา จังหวัดนครราชสีมา	นำโครงการตามแผนยุทธศาสตร์ไปใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะโครงการที่เน้นเรื่อง การอบรมให้ความรู้ ซึ่งทางสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา ดูแลเรื่องการอบรมให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้ว
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดนครราชสีมา	ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์	นำโครงการตามแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาด และการส่งเสริมการทำประชาสัมพันธ์ไปใช้
สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดนครราชสีมา	ส่งเสริม สนับสนุน และ พัฒนาการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และการบริหารจัดการชุมชน	นำโครงการตามแผนยุทธศาสตร์ไปใช้เพื่อพัฒนาชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้

ตาราง 53 (ต่อ)

หน่วยงาน/องค์กร	หน้าที่	ประโยชน์
หน่วยงานด้านการศึกษา	ศึกษา สร้าง ส่งเสริม และพัฒนา ในด้านการท่องเที่ยว	สามารถนำผลงานวิจัยไปดำเนิน วิจัยต่อด้านที่เกี่ยวข้อง เช่น การสร้างกระบวนการมีส่วนร่วม ของชุมชนให้เหมาะสม แต่ละชุมชน การศึกษากิจกรรม ที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อให้สามารถดำเนินกิจกรรม ทางการท่องเที่ยวได้อย่าง เหมาะสม เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เหมาะสมกับลักษณะของชุมชนนั้น ๆ โดยเฉพาะ เพื่อเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เหมาะสมกับแต่ละชุมชน
2. ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อแสวงหาตลาดนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมแต่ละชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาต่อไป
3. ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นเชิงประสบการณ์จากนักท่องเที่ยว เพื่อกำหนดกิจกรรมและการสร้างเสน่ห์ของกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมาต่อไป
4. ศึกษาแนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละชุมชน เพื่อให้สามารถจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน
5. ศึกษาวิจัยด้านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนเชิงลึก โดยเลือกเจาะจงศึกษาเป็นชุมชน เพื่อพัฒนากระบวนการมีส่วนร่วมและให้ชุมชนสามารถดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้เหมาะสมและมีอย่างยั่งยืนต่อไป
6. ศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน หากผู้วิจัยต้องการศึกษาเพิ่มเติม ควรเพิ่มเรื่องปัจจัยที่เกี่ยวกับกระบวนการมีส่วนร่วมภายในชุมชน เพื่อให้สามารถพัฒนากระบวนการดำเนินการในชุมชนให้สมบูรณ์
7. ศึกษาเฉพาะความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงเส้นทางของผู้บริโภค (Customer Journey) เพื่อให้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นได้
8. องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการวิจัยกับจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านศิลปวัฒนธรรม ประเพณีได้

9. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทย สามารถนำองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนทั้ง 8 ด้านนี้ ไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนั้น ๆ ได้



บรรณานุกรม



บรรณานุกรม

- กนกพร นิมพลี. (2559). แนวทางการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในชุมชนบ้านตะคุ ตำบลตะคุ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**, 10(1), 7-19.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2557). **คู่มือตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กรมการพัฒนาชุมชน. (2561). **แนวทางการดำเนินงานโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี**. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2560). **แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน พ.ศ. 2559-2563 (CBT Thailand)**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2554). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558ก). **แถลงข่าวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา วันที่ 8 กรกฎาคม 2558**. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.mots.go.th/content.php?nid=6745&filename>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558ข). **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2558-2560**. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- กัลยา วานิชย์บัญชา และฐิตา วานิชย์บัญชา. (2558). **การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล** (พิมพ์ครั้งที่ 27). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- กัลยา สว่างคง. (2558). การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวกรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตกในจังหวัดสระบุรี. **วารสารสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**, 18, 10-25.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **คำศัพท์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). **คู่มือแนวทางการจัดการที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Bann Phak)**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). **แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา**. สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2561, จาก <http://thai.tourismthailand.org>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561ก). **Tourism Go Local ชุมชนเติบโตใหญ่ เมืองไทยเติบโต**. สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2561, จาก <https://www.tatreviewmagazine.com/article/tourism-go-local/>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561ข). **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2561**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2561ค). **ปลายทางเกี่ยวกับนครราชสีมา**. สืบค้นเมื่อ 10 ธันวาคม 2561, จาก <https://thai.tourismthailand.org/เกี่ยวกับประเทศไทย/ปลายทาง/นครราชสีมา>
- กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย. (2554). **แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดลำปาง**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาครัฐ. (2561). **แผนพัฒนาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ: คณะกรรมการบูรณาการนโยบายพัฒนาภาครัฐ.
- จังหวัดนครราชสีมา. (2561). **แผนพัฒนาจังหวัดนครราชสีมา ระยะ 4 ปี (พ.ศ. 2561-2564)**. นครราชสีมา: จังหวัดนครราชสีมา.
- จาริณี แช่ว่อง. (2556). **พฤติกรรมผู้บริโภค**. สงขลา: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- จำรัส นวลนิ่ม. (2540). **การศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาประเทศ: แนวคิดและวิธีปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2556). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชนิตา รักษ์พลเมือง. (2532). **การศึกษาเพื่อพัฒนาประเทศ**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

- ชยางกูร จันทะวัน, รุจิรา แหวนนิล และธิปไตย พงษ์ศาสตร์. (2560). การระบุความเสี่ยงด้วย SWOT Analysis. สืบค้นเมื่อ 7 พฤษภาคม 2561, จาก http://sc2.kku.ac.th/stat/statweb/images/Eventpic/60/Seminar/02_02_-SWOT-Analysis.pdf
- ชุดิกาญจน์ กันทะอุ. (2560). การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐาน: กรณีศึกษา บ้านร่องฟอง ตำบลร่องฟอง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์ และสุวิทย์ สุวรรณโณ. (2560). การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบ การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวแบบไม่รีบเร่ง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 14(1), 202-213.
- ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารวิชาการ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 13(2), 25-46.
- ณัฐดนัย วัฒนสุภิญญา. (2558). โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้โดยสารภายในห้องพักรู้โดยสารภายในสนามบิน: กรณีศึกษาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. วิทยานิพนธ์ ศป.บ., มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- ดร.ชนันท์ เอ็มพันธุ์. (2550). การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ดลใจ มณีงาม. (2550). พฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้มาเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, อยุธยา.
- ดารา ทีปะปาล. (2538). การศึกษากับการพัฒนาประเทศ. กรุงเทพฯ: อมร.
- ไตรภพ โคตรวงษา, ครรชิต มาระโกชน และชุดิมา รุ่งพันธ์. (2555). แนวทางการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอำเภอบางคล้า จังหวัดฉะเชิงเทรา. วารสารการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, 5(2), 103-113.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561, จาก http://www.kpi.ac.th/media_kpiacth/pdf/M10_213.pdf
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมอันดามันจุดเปลี่ยนอันดามันสู่ความยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS** (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: ปิซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นพรัตน์ ภูมิวุฒิสาร. (2543). **การจัดการการส่งเสริมการตลาด** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาควิชาการตลาด คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นิคม จารุมณี. (2544). **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- นิตยา งามยิ่งยง และละเอียด ศิลาน้อย. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 11(1), 149–166.
- นิพล เชื้อเมืองพาน, นีออน ศรีสมยง, ธรรม วชิรขจร, ใจนุช ประยูรชาติ และชินการ สมะลาภา (ผู้บรรยาย). (8 มิถุนายน 2561). การศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน แหล่งน้ำพุร้อนหนองหญ้าปล้อง จังหวัดเพชรบุรี. ใน **การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day ครั้งที่ 2** (หน้า 1250–1264). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- นิตา ชัชกุล. (2557). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว, อำนาจ รักษาพล, จุฑามาส เพ็งโคณา และบุญศิลป์ จิตตะประพันธ์. (2560). ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่**, 9(2), 106–121.
- ประกิจ ลอยเลิศฤทธิ์ และระชานนท์ ทวีผล (ผู้บรรยาย). (7–9 สิงหาคม 2560). การประเมินศักยภาพขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในจังหวัดเพชรบุรี กรณีศึกษา: พระราชนิเวศน์มฤคทายวัน. ใน **การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9** (หน้า 1452–1459). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ปรัชญากรณ์ ไชยคช, นิตาชล สกุลชาณูณรงค์ และนิติกิตติกานต์ เหมสุวรรณ (ผู้บรรยาย). (23 มิถุนายน 2559). ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาหมู่บ้านจุฬารัตน์พัฒนา 10 อำเภอเบตง จังหวัดยะลา. ใน **การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติ และนานาชาติ ครั้งที่ 7** (หน้า 424–436). หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: คณะอุตสาหกรรม
การบริการ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี. (2556). การศึกษาศักยภาพและแนวทางการ
พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอดอนดินและ
บ้านดอนพานัน อำเภอดอนกาหลง จังหวัดสตูล. **สุทธิปริทัศน์**, 27(83), 97-112.
- ปิยวรรณ คงประเสริฐ. (2551). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบบูรณาการเพื่อการวางแผน
พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. วิทยานิพนธ์
วท.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.
- ปิยวรรณ ไทยเกิด. (2560). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพ การท่องเที่ยวชุมชนเมืองเวียงสระ
จังหวัดสุราษฎร์ธานี**. สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2561, จาก <http://tour.nida.ac.th/wp-content/uploads/2017/05/wiang-sa.pdf>
- พกามาศ ชัยรัตน์ และชวลีย์ ณ ถลาง. (2560). ศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัด
อุดรธานี. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 11(2), 124-142.
- แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้
พ.ศ. 2559-2563. (19 สิงหาคม 2558). **ราชกิจจานุเบกษา**. 132(ตอนพิเศษ 213 ง).
หน้า 1-56.
- พงศ์ประสิทธิ์ อ่อนจันทร์, จิตติมา ดารงวัฒนะ, เดโช แชนาแก้ว และบุญยิ่ง ประทุม. (2561).
แนวทางการพัฒนาองค์กรชุมชนเพื่อเตรียมความพร้อมรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
กรณีศึกษา: ผู้นำชุมชนและชมรมการท่องเที่ยว อำเภอพิบูล จังหวัดนครศรีธรรมราช.
มหาจุฬานาครธรรม, 5(1), 79-90.
- พจนา สอนศรี และสมภพ ยี่จ่อหอ. (2556). **คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน**.
กรุงเทพฯ: วนิดา.
- พัทธนันท์ ภูมิเวช. (2554). **การจัดการเชิงกลยุทธ์ กลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อเพิ่มความสามารถ
ในการแข่งขันด้านเครื่องจักรกลการเกษตร: กรณีศึกษา บริษัท ยันมาร์ เอส.พี.จำกัด**.
วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, กรุงเทพฯ.
- พิมพ์ระวี ไรจน์รุ่งลัดด์. (2553). **การท่องเที่ยวชุมชน**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- พิมพ์มล พลเวียง. (2543). **ศักยภาพและผลในการดำเนินงานพัฒนาระบบการบริหารงาน
ของสถานสงเคราะห์เด็กในสังกัดกรมประชาสงเคราะห์**. กรุงเทพฯ: สำนักงาน
คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

- เพชรน้อย ม่วงงาม. (2539). **ศักยภาพชุมชน: กรณีการจัดตั้งหมู่บ้านปลอดภัยจังหวัดสุพรรณบุรี**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- ภาคจิรา แสนใจ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2558). แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวรูปแบบไมซ์ (MICE) ในจังหวัดขอนแก่น. **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ**, 11(1), 54-67.
- มติชนออนไลน์. (2561). **ปลายฝนต้นหนาว นักท่องเที่ยวแห่กางเต็นท์ชมกระทิง”เขาแผงม้า” คึกคัก**. สืบค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2561, จาก https://www.matichon.co.th/region/news_1188816
- มนัสสินี บุญมีศรีสง่า. (2556). การสร้างอัตลักษณ์ตราสินค้าแหล่งท่องเที่ยวอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในมุมมองนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น. **Veridian E-Journal Silpakorn University**, 6(1), 548-560.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2561). **การวิเคราะห์ SWOT (SWOT Analysis)**. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2561 จาก <http://www.stou.ac.th/Offices/rdec/headquater/upload/การวิเคราะห์%20SWOT.pdf>
- มีชัย สายอร่าม. (2540). การพัฒนาในมิติสังคมศาสตร์. **วารสารลีมาจารย์**, 12, 57-60.
- ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580). (8 ตุลาคม 2561). **ราชกิจจานุเบกษา**. 135(82 ก). 1-74.
- โยธิน แสงวดี. (2556). **การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)**. นครปฐม: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รวีวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. (2558). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist Behavior)**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รัชฎาพร เลิศโกคานนท์ และวิเชียร เลิศโกคานนท์. (2557). การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. **วารสารการจัดการสมัยใหม่**, 12(1), 22-38.
- รัชดา จิราธมากุล. (2559). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมในชุมชนบ้านแซน อำเภอดงหลวง จังหวัดสุโขทัย. **วารสารกระแสวัฒนธรรม**, 17(31), 3-17.
- รัฐนันท์ พงศ์วิทธิธรร และภาคภูมิ ภาควิภาส. (2556). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชนเผ่าเพื่อความยั่งยืน. **วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน**, 6(1), 42-60.

- ราชบัณฑิตยสถาน. (2554). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554**. กรุงเทพฯ: สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
- ราณี อิลิชัยกุล และชัชพล ทรงสุนทรวง. (2552). **การส่งเสริมการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากทวีปยุโรปสู่ประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 8 กันยายน 2561, จาก <http://ird.stou.ac.th/dbresearch/fDetail.php?fID=6>
- ราณี อิลิชัยกุล. (2557). **การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง: Niche Tourism Management**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รุ่งฤดี เมืองสีอ. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลตะวันออกอย่างยั่งยืน ในจังหวัดชลบุรี. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**, 11(ฉบับพิเศษ), 31-57.
- ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2540). **สถิติวิทยาทางการวิจัย** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ละเอียด คิลาน้อย. (2549). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน. **eTAT Tourism Journal**, 1, 1-4.
- วรรณนา วงษ์วานิช. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว** (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิศรา บุญสมเกียรติ. (2555). **แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดนครศรีธรรมราช: วัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร วัดธาตุน้อย และโบราณสถานวัดโมคลาน**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- วิวัฒน์ชัย บุญยกักดี. (2532). ศักยภาพสำคัญอย่างไรต่อการท่องเที่ยว. **จุลสารการท่องเที่ยว**, 8(2), 25-42.
- วีระพล ทองมา. (2561). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) สำหรับการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในเขตที่ดินป่าไม้**. กรุงเทพฯ: กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช.
- ศรัณญา เลิศมนไพโรจน์. (2550). **การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว เนื้อหาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร์, โอษฐ์ญา บัวธรรม และชัชญา ยอดสุวรรณ. (2559). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข.**, 9(1), 234-259.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ขวลิศ ประภาวนนท์, จิรศักดิ์ จิยะจันทร์, ธนดา จันทร์สม, สมชาย หิรัญกิตติ และวลัยลักษณ์ อัครธีรวงศ์. (2541). **การวิจัยธุรกิจ..** กรุงเทพฯ: A.N. การพิมพ์..
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2538). **พฤติกรรมผู้บริโภค: ฉบับพื้นฐาน**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). **พฤติกรรมผู้บริโภค** (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: ชีระฟิล์ม.
- ศุภวรัช เชื้อเมืองพาน, ปารณีย์ เผ่าภูธร, สังคม แสบบุตรดี & จักรพงษ์ พวงงามชื่น. (2556). การศึกษาเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาร้านไร่กองซิง ตำบลหนองควาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่. **แก่นเกษตร**, 41(ฉบับพิเศษ 1), 676-684.
- ศูนย์บริการข้อมูลท่องเที่ยวชุมชนบ้านปราสาท. (2561). **ชุมชนบ้านปราสาท**. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561, จาก <http://sawitreeeng.wixsite.com/banprasat>
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2561). **แนวโน้มเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ปี 2561**. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561, จาก <http://ttaa.or.th/wp-content/uploads/2017/09/เศรษฐกิจและการท่องเที่ยว18012561.pdf>
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. (2560). **สถิตินักท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด: รายได้จากการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 31 พฤศจิกายน 2561, จาก <http://intelligencecenter.tat.or.th/articles/11859>
- เศกสรรค์ ยวงนิษฐ์. (2555). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน แนวคิดหลักการ และการจัดการ**. ขอนแก่น: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน. (2561). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2561, จาก http://www.cbt-i.or.th/?ge=show_pages&gen_lang=20112012094103#.XCKbuy2B0II
- สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. (5 มกราคม 2561). **หมู่บ้านวัฒนธรรมใหม่จะไป**. สืบค้นเมื่อ 31 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.ldm.in.th/cases/4992>
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). **นันทนาการและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมหมาย ตามประวัติ. (2555). **การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)**. สืบค้นเมื่อ 25 ธันวาคม 2561, จาก <https://www.nstda.or.th/th/nstda-knowledge/2854-content-analysis>

สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2532). **สังคมวิทยาการเมือง: หลักการและการประยุกต์**
(พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เจ้าพระยา.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.

สารสนเทศนครราชสีมา. (2561ก). **OTOP นวัตกรรม บ้านไทยสามัคคี อ.วังน้ำเขียว**. สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.youtube.com/watch?v=l3achp4fHOs>

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2547). **การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2561, จาก <https://www.trf.or.th/research-digest/957-2013-12-07-02-14-40>

สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครราชสีมา. (3 มีนาคม 2561). **รายงานสถิติรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2558-2560**. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2561, จาก https://nakhonratchasima.mots.go.th/more_news.php?cid=52

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). **รายงานภาวะเศรษฐกิจท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561, จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7533

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโชคชัย. (2560). **หมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว บ้านด่านเกวียน**. สืบค้นเมื่อ 23 ธันวาคม 2561, จาก <http://korat.cdd.go.th/services/หมู่บ้าน-otop-เพื่อการท่องเที่ยว>

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอโนนสูง. (2561). **ประวัติความเป็นมา**. สืบค้นเมื่อ 1 ธันวาคม 2561, จาก <http://district.cdd.go.th/nonsung/about-us/ประวัติความเป็นมา/>

สุรางค์ จันทวานิช. (2554). **การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ** (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สุมาลี สันติพลวุฒิ, สมหมาย อุดมวิทิต, รสตา เวชฎาพันธ์ และบัณฑิต ชัยวิชญชาติ. (2554). **การพัฒนาตัวชี้วัดการแก้ไขปัญหาความยากจนเพื่อการติดตามและประเมินผล**. **วารสารพัฒนบริหารศาสตร์**, 51(1), 19-46.

สุมิตร สุวรรณ. (2561). **การออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ**. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร์ และพัฒนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- สุรเชษฐ์ เชษฐุมาส และดร.ชนันท์ เอ็มพันธุ์. (2539). **องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**.
กรุงเทพฯ: การบริหารการจัดการพื้นที่อนุรักษ์และการอนุรักษ์ความหลากหลาย
ทางด้านชีวภาพ.
- สุริยกุล ชุมแสง. (2556). **การศึกษาเปรียบเทียบขีดความสามารถเชิงแข่งขัน
ห่วงโซ่อุปทานระหว่างตลาดน้ำวัดลำพญาและตลาดบางหลวง ร.ศ.122**.
วิทยานิพนธ์ วศ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- สุวัฒน์ บุญศักดิ์สกุล. (2548). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวไทยในจังหวัดชุมพร**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ,
กรุงเทพฯ.
- สุวิมล ตีรภานนท์. (2550). **การสร้างเครื่องมือวัดตัวแปรในการวิจัยทางสังคมศาสตร์:
แนวทางสู่การปฏิบัติ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). **การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- เสาวภา มีถาวรกุล. (2545). **แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว
ทางธรรมชาติ**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา. (2561). **คลังเตอร์ท่องเที่ยวโคราช**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์
2561, จาก <http://www.ncc.or.th>
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2558).
การท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: โคคูณ แอนด์ โค.
- อัจฉรา ศรีลาชัย, พงศ์เสวก เอนกจำนงค์พร และสุธี เสริฐศรี (ผู้บรรยาย). (8 มิถุนายน 2561).
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษา: ชุมชนบ้านซากแก้ว จังหวัดชลบุรี.
ใน การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิชาการระดับชาติ UTCC Academic Day
ครั้งที่ 2 (หน้า 1165–1178). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). **ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการ**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- อารยา อินทชสาร. (2554). **การประเมินศักยภาพของตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง เพื่อเป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- อิสริยา เลหาดีรานนท์. (2552). **ทรัพยากรการท่องเที่ยว**. สืบค้นเมื่อ 20 ธันวาคม 2561,
จาก <http://www.royin.go.th/?knowledge=ทรัพยากรการท่องเที่ยว-1>

เอี่ยมพร หลินเจริญ. (2555). เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ. **วารสารการวัดผลการศึกษา**, 17(1), 17-29.

Ahmad, R. O. (2011). Strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) analysis for farming system businesses management: Case of wheat farmers of Shadervan District, Shoushtar Township, Iran. **African journal of business management**, 5(22), 9448-9454.

Best, J. W. (1977). **Research in education** (3rd ed). New Jersey: Prentice-Hall.

Bettina, T. (2014). **Expert interviews and triangulation: foreign policy towards Latin America in Europe**. North America: Sage.

Bloom, B. S. (1976). **Human Characteristic and School Learning**. New York: McGraw-Hill.

Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. **Tourism management**, 21(1), 97-116.

Butler, R. and Hinch, T. (1996). **Tourism and indigenous peoples**. London: International Thomson Business.

Choi, H. C. and Sirakaya, E. (2006). "Sustainability Indicators for Managing Community tourism". **Tourism Management**, 27(6), 1274-1289.

Dickman, S. (1997). **Tourism: an introductory text** (3rd ed.). Sydney: Hodder Headline.

Giampiccoli, A. and Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. **Tourism and leisure**, 7(4), 1-27.

Greg, G., Emily, E. N. and Marilyn L. M. (2013). **In-Depth Interviews Collecting Qualitative Data: A Field Manual for Applied Research** North America: Sage.

Harold, G. and Rosa, S. (2009). **Community-based tourism: a success?**. Germany: The German Development Agency.

Harold, K. and Heinz, W. (2015). **Essentials of management: An International, innovation, and leadership perspective** (10th ed.). India: McGraw-Hill.

Hatton, M. J. (1999). **Community-based tourism in the Asia-Pacific**. Toronto: School of Media Studies at Humber College.

I Made Suniastha Amerta. (2017). Community based tourism development. **International Journal of Social Sciences and Humanities**, 1(3), 97-107.

- Jewell, B., Blackman, A., Kuilboer, A., Hyvonen, T., Moscardo, G. and Foster, F. (2004). Factors contributing to successful tourism development in peripheral regions. **Journal of Tourism Studies**, 15(1), 59–70.
- John, W. Best and James, V. K. (2006). **Research in Education** (10th ed.). New Jersey: Pearson.
- Joseph, F. H., William, C. B., Barry J. B. and Anderson, R. E. (2010). **Multivariate Data Analysis**. Retrieved May 15, 2019, from <https://www.pearson.com/us/higher-education/program/Hair-Multivariate-Data-Analysis-7th-Edition/PGM263675.html?tab=resources>
- Katherine, R. (2014). **Convenience Sampling through Facebook**. CA: Sage.
- Mastercard. (2015). **Mastercard Asia Pacific Destinations Index 2015**. Retrieved November 21, 2019, from <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2016/01/Report-MasterCard-Asia-Pacific-Destinations-Index.pdf>
- Mastercard. (2016). **Mastercard Asia Pacific Destinations Index 2016**. Retrieved November 21, 2019, from <https://newsroom.mastercard.com/asia-pacific/files/2016/06/Report-MasterCard-Asia-Pacific-Destinations-Index-final-160516.pdf>
- Mayaka, M., Croy, W. G. and Wolfram Cox, J. (2019). A dimensional approach to community-based tourism: Recognising and differentiating form and context. **Annals of Tourism Research**, 74, 177–190.
- Michael, D. W. (2007). **From SWOT to TOWS: Answering a Reader's Strategy Question**. Massachusetts: Harvard Business Review.
- Middleton, V. and Clarke, J. R. (2001). **Marketing in Travel and Tourism** (3rd ed.). UK: Butterworth-Heinemann.
- Murphy, L., Moscardo, G. and Blackman, A. (June 23–26, 2014) Tropical communities as resources for tourism or tourism as a resource for tropical communities: changing the perspective by applying a community well-being framework in the Mekong Delta. In: **Conference Proceedings of BEST EN Think Tank XIV: politics, policy and governance in sustainable tourism**. (pp. 232–250). Lyubljana: BEST EN Think Tank XIV: politics, policy and governance in sustainable tourism.

- Paul, J. L. (2008a). **Mixed-Mode. Thousand Oaks.** California: Sage Publications.
- Paul, J. L. (2008b). **Purposive Sample. Thousand Oaks.** California: Sage Publications.
- Pelasol, M. R. J., Tayoba, M. A. T., Mondero, E., Jugado, K. and Lahaylahay, C. (2012). Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines. **JPAIR Multidisciplinary Research**, 8(1), 5–25.
- Pike, S. D. (2008). **Destination Marketing : an integrated marketing communication approach.** Burlington: Butterworth–Heinemann.
- Prahalad, C. K. and Ramaswamy, V. (2000). Co-opting Customer Competence. **Harvard Business Review**, 78, 79–87.
- Rauch, P. A. (2006). SWOT analyses and SWOT strategy formulation for forest owner cooperations in Austria. European. **Journal of Forest Research**, 126(3), 413–420.
- Razzaq, A. R. A., Mustafa, M. Z., Ali Suradin, R. H., Hamzah, A. and Khalifah, Z. (2012). Community Capacity Building for Sustainable Tourism Development: Experience from Miso Walai Homestay. **Business and Management Review**, 2(5), 10.
- Ronald, F., Eun, L. and Mike, H. (2006). **Biostatistics: A Guide to Design, Analysis and Discovery.** USA: Elsevier Academic Press.
- Rout, P. C. and Gupta, S. K. (2017). Asset based community development in mountain environs: a strategic application for sustainable community based tourism development in the Jaunsar–Bawar region of Uttarakhand, India. **African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure**, 6(3), 1–11.
- Rozemeije, N., Gujadhur, T., Motshubi, C., Vandenberg, E. and Michael, V. F. (2001). **Community-based tourism in Botswana: the SNV experience in three community-tourism projects.** Retrieved November 21, 2019, from <https://bibalex.org/baifa/Attachment/Documents/116197.pdf>
- Sally, A., Louise, B., Naomi, C. and Michael, P. (2010). **Effective Community Based Tourism: A Best Practice Manual.** Australia: Sustainable Tourism Cooperative Research Centre.

- Strydom, A. J., Mangope, D. and Henama, U. S. (2018a). Lessons learned from successful community-based tourism case studies from the global south. **African journal of hospitality, tourism and leisure**, 7(5), 1–13.
- Strydom, A. J., Mangope, D. and Henama, U. S. (2018b). Making community-based tourism sustainable: evidence from The Free State Province, South Africa. **GeoJournal of tourism and geosites**, 24(1), 12.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. **Tourism Management**, 21(6), 613–633.
- Turner, R. (2018). **Travel and Tourism Economic Impact 2018**. Retrieved November 21, 2019, from <https://www.wttc.org/-/media/files/reports/economic-impact-research/regions-2018/world2018.pdf>
- Turner, R. and Carlson, L. (2003). Indexes of Item–Objective Congruence for Multidimensional Items. **International Journal of Testing**, 3(2), 163–171.
- UNWTO. (2018). 2017 **International Tourism Results: the highest in seven years**. Retrieved November 21, 2019, from <http://media.unwto.org/press-release/2018-01-15/2017-international-tourism-results-highest-seven-years>
- Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix—A tool for situational analysis. **Long Range Planning**, 15(2), 54–66.
- William, G. C. (1977). **Sampling Techniques** (3rd ed.). USA: John Wiley and Sons.
- Woodside, A. G. and Dubelaar, C. (2002). A General Theory of Tourism Consumption Systems: A Conceptual Framework and an Empirical Exploration. **Journal of Travel Research**, 41(2), 120–132.
- Yiran, D. and Chao–Ying, J. P. (2013). Principled missing data methods for researchers. **SpringerPlus 2013**, 2(222), 1–17.
- Zapata, M. J., Hall, C. M., Lindo, P. and Vanderschaeghe, M. (2011). Can community-based tourism contribute to development and poverty alleviation? Lessons from Nicaragua. **Current Issues in Tourism**, 14(8), 725–749.



ภาคผนวก

ภาคผนวก ก แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว



แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นสำหรับใช้ในการศึกษาและจัดทำวิทยานิพนธ์ โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนี้ จะถูกนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปผ่านการประมวลผล วิเคราะห์และสังเคราะห์ออกมาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สำหรับข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม ถือว่าเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจะถูกปิดเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยประโยชน์จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะสามารถนำไปเป็นข้อมูลและแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวได้

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามฉบับนี้ ตามความเป็นจริง และตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด ซึ่งแบบสอบถามนี้ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ขอขอบคุณอย่างสูง

นางสาวบุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ถูกต้องหรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. เพศ ☐ ชาย ☐ หญิง
2. อายุ ☐ ต่ำกว่า 25 ปี ☐ 25-34 ปี ☐ 35-44 ปี
☐ 45-54 ปี ☐ 55-64 ปี ☐ 65 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา ☐ ต่ำกว่ามัธยมศึกษา ☐ มัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา
☐ ปริญญาตรี ☐ สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป
4. อาชีพ ☐ ข้าราชการ/พนักงานรัฐ ☐ พนักงานบริษัท
☐ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ☐ เกษตรกร
☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
5. สถานภาพ ☐ โสด ☐ สมรส ☐ หย่าร้าง
6. รายได้ต่อเดือน ☐ 15,000 บาทหรือต่ำกว่า ☐ 15,001-30,000
☐ 30,001-45,000 ☐ 45,001 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ถูกต้องหรือใกล้เคียงกับความเป็นจริงมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวครั้งนี้

☐ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ	☐ เพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง
☐ เพื่อการศึกษาหาความรู้	☐ เพื่อการรักษาสุขภาพ
☐ เพื่อหาประสบการณ์ใหม่	☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
2. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้

☐ รถยนต์ส่วนบุคคล	
☐ รถโดยสารประจำทาง (ปลายทาง จังหวัดนครราชสีมา)	
☐ รถทัวร์ (ปลายทาง จังหวัดนครราชสีมา)	
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....	
3. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางในครั้งนี้

☐ มาคนเดียว	☐ 2-3 คน
☐ 4-5 คน	☐ 6 คนขึ้นไป
4. ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวของท่าน

☐ ช่วงเดือนธันวาคม-กุมภาพันธ์	☐ ช่วงเดือนมีนาคม-พฤษภาคม
☐ ช่วงเดือนมิถุนายน-สิงหาคม	☐ ช่วงกันยายน-พฤศจิกายน
5. ความถี่ในการเดินทาง

☐ 1-2 ครั้งต่อปี	☐ 3-4 ครั้งต่อปี
☐ 5-6 ครั้งต่อปี	☐ มากกว่า 6 ครั้งต่อปี

6. ค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการท่องเที่ยว (เฉลี่ยต่อครั้งต่อคน)

- ☐ น้อยกว่า 2,000 บาท ☐ 2,001-5000 บาท
☐ 5,000-8,000 บาท ☐ มากกว่า 8,001 บาทขึ้นไป

7. ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวจากสื่อใด (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ โทรทัศน์ ☐ เว็บไซต์ (Web Site) ☐ เฟสบุ๊ก (Facebook)
☐ อินสตาแกรม (Instagram) ☐ ไลน์ (Line) ☐ ครอบครั้ว
☐ เพื่อน ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

8. รูปแบบกิจกรรมที่ท่านสนใจในการท่องเที่ยวโดยชุมชน (สามารถเลือกได้มากกว่า 1 คำตอบ)

- ☐ กิจกรรมทางการเกษตร
☐ กิจกรรมแบบผจญภัย เช่น ส่องสัตว์ ขับ ATV
☐ กิจกรรมการเรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมจากชุมชน
☐ กิจกรรมการเรียนรู้ประวัติศาสตร์และแหล่งโบราณคดี
☐ กิจกรรมถ่ายภาพ
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

ศักยภาพด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
1. ท่านคิดว่า “ด้านสิ่งดึงดูดใจ” ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพในระดับใด					
1.1 แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าดึงดูดใจ					
1.2 แหล่งท่องเที่ยวมีวัฒนธรรมประเพณีที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
1.3 แหล่งท่องเที่ยวมีธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์					
1.4 แหล่งท่องเที่ยวมีการเผยแพร่ความรู้ด้านภูมิปัญญาโดยชุมชน					
2. ท่านคิดว่า “ด้านที่พักแรม” ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพในระดับใด					
2.1 มีที่พักให้เลือกหลากหลาย รูปแบบ					
2.2 ที่พักมีความสะอาด ปลอดภัย					
2.3 ที่พักอยู่ในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว					
2.4 ที่พัก เป็นที่พักของคนในชุมชน					

ศักยภาพด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
3. ท่านคิดว่า “ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม” ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพในระดับใด					
3.1 แหล่งท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้โดยสะดวก สบาย					
3.2 มีป้ายบอกเส้นทางอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย					
3.3 มีรถโดยสารรับจ้าง หรือ รถประจำทางให้บริการ					
3.4 ชุมชนมีความเชื่อมโยง / ใกล้แหล่งท่องเที่ยวหลัก					
4. ท่านคิดว่า “ด้านกิจกรรม” ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพในระดับใด					
4.1 กิจกรรมของชุมชน มีความโดดเด่น น่าดึงดูดใจ					
4.2 กิจกรรมของชุมชน มีให้เลือกทำหลากหลาย					
4.3 กิจกรรมของชุมชน มีความปลอดภัย					
4.4 กิจกรรมของชุมชน มีผู้ให้ความรู้หรือผู้ดูแล ในการทำกิจกรรม					
5. ท่านคิดว่า “ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก” ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพในระดับใด					
5.1 บริเวณชุมชนมีจุดบริการนักท่องเที่ยวให้สอบถามข้อมูล					
5.2 บริเวณชุมชน มีร้านค้า ร้านอาหารเพียงพอเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว					
5.3 บริเวณชุมชน มีร้านขายของที่ระลึกให้บริการ					
5.4 บริเวณชุมชน มีการให้บริการด้านสาธารณสุขปลอดภัยอย่างครบครัน					
6. ท่านคิดว่า “ด้านองค์กรชุมชน” ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา ท่านพึงพอใจในระดับใด					
6.1 ชุมชน มีปราชญ์ / ผู้มีความรู้เป็นตัวแทนของชุมชน					
6.2 ชุมชน มีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมภายในชุมชน					
6.3 ชุมชน มีรวมกลุ่มกันภายในชุมชน					
6.4 คนในชุมชนมีความห่วงหาพันต่อทรัพยากรในชุมชน					
7. ท่านคิดว่า “ด้านการจัดการ” ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพในระดับใด					

ศักยภาพด้านต่าง ๆ	ระดับความคิดเห็นต่อศักยภาพ				
	น้อย ที่สุด (1)	น้อย (2)	ปาน กลาง (3)	มาก (4)	มาก ที่สุด (5)
7.1 คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว					
7.2 ชุมชน มีผลิตภัณฑ์จากคนในชุมชน					
7.3 ชุมชนมีการให้คำแนะนำ/ให้ข้อมูลของเกี่ยวกับชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน					
7.4 ชุมชนมีการกระจายรายได้/ผลประโยชน์ภายในชุมชน					
8. ท่านคิดว่า “ด้านการเรียนรู้” ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา มีศักยภาพในระดับใด					
8.1 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้เกี่ยวกับชุมชน/ วิถีชีวิตของชุมชน					
8.2 มีกิจกรรมที่สร้างจิตสำนึก ด้านการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติ/วัฒนธรรมให้แก่คนในชุมชน และนักท่องเที่ยว					
8.3 มีการนำเสนอวัฒนธรรมที่โดดเด่นในชุมชน ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ เว็บไซต์ กิจกรรม					
8.4 มีกิจกรรมระหว่างคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้เสียสละเวลาให้ความร่วมมือ
ในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้
ผู้วิจัย

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์ ภาครัฐ ชุดที่.....
ผู้ให้สัมภาษณ์.....
วันที่สัมภาษณ์.....



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นสำหรับใช้ในการศึกษาและจัดทำวิทยานิพนธ์ โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา

สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์นี้ จะถูกนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปผ่านการประมวลผล วิเคราะห์และสังเคราะห์ออกมาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สำหรับข้อมูลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ถือว่าเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจะถูกปิดเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

โดยประโยชน์จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นข้อมูลและแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวได้

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้ตามความเป็นจริง และตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ขอขอบคุณอย่างสูง

นางสาวปณณวีร์ วิเศษสุนทรสกุล

ผู้วิจัย

โครงสร้างแบบสัมภาษณ์

รายละเอียด แบบสัมภาษณ์ หน่วยงานภาครัฐ มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
 2. อาชีพ/ตำแหน่ง
 3. หน่วยงาน
 4. สถานที่ติดต่อ โทรศัพท์
- วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์
- เริ่มการสัมภาษณ์เวลา น. จบการสัมภาษณ์เวลา น.

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. นโยบายภาครัฐ ที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน
 - 1.1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว ที่โดดเด่นมีอะไรบ้าง และมีแผนในการดูแล/พัฒนาอย่างไร
 - 1.1.1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
 - 1.1.2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (โบราณสถาน โบราณวัตถุ)
 - 1.1.3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม
 - 1.2. ด้านที่พักแรม ทางภาครัฐมีการวางแผน/พัฒนาอย่างไร เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
 - 1.2.1. มีการส่งเสริม/พัฒนารูปแบบ ประเภท ความเป็นเอกลักษณ์ของที่พักรมีความหลากหลาย
 - 1.2.2. การดูแลคุณภาพของห้องพัก
 - 1.2.3. จำนวนห้องพักมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
 - 1.3. ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม สำหรับการเดินทางในจังหวัด ทางภาครัฐมีการวางแผน/พัฒนา/ปรับปรุงอย่างไรบ้าง

1.4. **ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว** ที่สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยชุมชนได้ ในปัจจุบันทางภาครัฐมีการวางแผนเพื่อ พัฒนา/ปรับปรุงอย่างไรบ้าง

1.5. **ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก** ในจังหวัดเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอะไรบ้าง และมีเพียงพอหรือไม่อย่างไร เช่น

1.5.1. มีศูนย์บริการข้อมูล

1.5.2. มีร้านอาหาร

1.5.3. มีร้านขายของที่ระลึก

1.5.4. มีบริษัททัวร์

1.5.5. อื่น ๆ

1.6. **ด้านองค์กรชุมชน** ในการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทางภาครัฐมี นโยบายในการสนับสนุน อย่างไรบ้าง เพื่อให้แต่ละชุมชน มีองค์กรชุมชนที่เข้มแข็งและสามารถขับเคลื่อนชุมชนได้

1.7. **ด้านการจัดการ** ภาครัฐมีนโยบาย ที่สนับสนุนให้แก่ชุมชนอย่างไรบ้าง

1.7.1. การให้ความรู้ด้านการวางแผนการดำเนินงาน

1.7.2. ด้านการจัดการทรัพยากร

1.7.3. ด้านบุคลากร

1.7.4. ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์

1.7.5. ด้านกองทุนหมู่บ้าน การบริหารงบประมาณ การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม

1.8. **ด้านการเรียนรู้** ภาครัฐมีนโยบาย ที่สนับสนุนให้แก่ชุมชนอย่างไรบ้าง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัด นครราชสีมา

1. **ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน**

1.1 กลยุทธ์ในการบริหารงาน

1.2 โครงสร้าง รูปแบบการบริหารงาน

1.3 ความรู้ความสามารถของบุคลากร

1.4 การให้ความสำคัญด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากภาครัฐ

1.6 ท่านคิดว่า จุดแข็งของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอะไรบ้าง

1.6 ท่านคิดว่า จุดอ่อนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอะไรบ้าง

2. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

- 2.1 สภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม
- 2.2 เศรษฐกิจ
- 2.3 การเมืองและกฎหมาย
- 2.4 เทคโนโลยี
- 2.5 ท่านคิดว่า โอกาสของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอะไรบ้าง
- 2.6 ท่านคิดว่า อุปสรรคของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอะไรบ้าง

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ในทัศนคติของท่าน ควรพัฒนาอะไรบ้าง อย่างไร
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อเอกลักษณ์ หรือ ภาพรวมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้เสียสละเวลาให้ความร่วมมือ
ในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้
ผู้วิจัย

แบบสัมภาษณ์ ผู้แทนชุมชน ชุดที่.....
 ผู้ให้สัมภาษณ์.....
 วันที่สัมภาษณ์.....



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นสำหรับใช้ในการศึกษาและจัดทำวิทยานิพนธ์ โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา

สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์นี้ จะถูกนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปผ่านการประมวลผล วิเคราะห์และสังเคราะห์ออกมาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สำหรับข้อมูลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ถือว่าเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจะถูกปิดเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

โดยประโยชน์จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะสามารถนำไปเป็นข้อมูลและแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวได้

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้ตามความเป็นจริง และตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ขอพระคุณอย่างสูง

นางสาวปณณวีร์ วิเศษสุนทรสกุล

ผู้วิจัย

โครงสร้างแบบสัมภาษณ์

มีประเด็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ 3 ประเด็นดังนี้

1. ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา
2. ด้านสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา
3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

รายละเอียดแบบสัมภาษณ์ผู้แทนชุมชน มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. อาชีพ/ตำแหน่ง.....
3. หน่วยงาน.....
4. สถานที่ติดต่อ โทรศัพท์.....
วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....
เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา น.

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ในชุมชนของท่านมี **สิ่งดึงดูดใจ/แหล่งท่องเที่ยว** อะไรบ้าง
 - 1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
 - 1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (โบราณสถาน โบราณวัตถุ)
 - 1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม
2. ในชุมชนของท่านมี **ที่พักแรม** เป็นอย่างไร
 - 2.1 ที่พักมีรูปแบบ/ประเภท ที่หลากหลาย
 - 2.2 ที่พักความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

- 2.3 มีการดูแลความสะอาด/คุณภาพของที่พัก
- 2.4 จำนวนที่พักมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
3. ในชุมชนของท่านมี **การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคม** เป็นอย่างไร
 - 3.1 ทางบก
 - 3.2 รถส่วนบุคคล
 - 3.3 รถประจำทาง
 - 3.4 ด้านรถไฟ
4. ในชุมชนของท่านมี **กิจกรรม** ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอะไรบ้าง
 กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม เช่น การดูการทอผ้าไหม การชมธรรมชาติ การส่องสัตว์ การชมโบราณสถาน การชมพิพิธภัณฑ์ การทำเครื่องปั้นดินเผา
5. ในชุมชนของท่านมี **สิ่งอำนวยความสะดวก** ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวอะไรบ้าง
 - 5.1 มีศูนย์บริการข้อมูล
 - 5.2 ร้านอาหาร
 - 5.3 ร้านขายของที่ระลึก
 - 5.4 บริษัททัวร์
 - 5.5 อื่น ๆ
6. ในชุมชนของท่านมี **องค์กรชุมชน** เป็นอย่างไรบ้าง
 - 6.1 องค์กรของชุมชนมีความร่วมมือ/สามัคคีกัน
 - 6.2 องค์กรชุมชนมีปราชญ์ชาวบ้านผู้นำ
 - 6.3 องค์กรชุมชนมีปราชญ์ชาวบ้านหรือผู้ที่มีความรู้ความสามารถ คอยให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
 - 6.4 องค์กรชุมชนของท่านมีการทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง
 - 6.5 องค์กรของชุมชนมีส่วนร่วมจากคนในชุมชนทุกเพศ ทุกวัย
7. ในชุมชนของท่านมี **การจัดการ** ในชุมชนอย่างไรบ้าง
 - 7.1 ชุมชนมีการจัดการด้านการวางแผนของชุมชน (ด้านทรัพยากร ด้านพื้นที่ (Zoning) ด้านบุคลากร กฎ-กติกาในการท่องเที่ยว)
 - 7.2 ชุมชนมีการจัดเก็บข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว
 - 7.3 ชุมชนมีการดำเนินงานด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์
 - 7.4 ชุมชนมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม
 - 7.5 ชุมชนมีการบริหารจัดการ/บริหารงบประมาณ ชุมชนในรูปแบบใด

7.5.1 กองทุนหมู่บ้าน

7.5.2 สหกรณ์

7.5.3 ชมรม

7.5.4 อื่น ๆ

7.6 อื่น ๆ

8. ในชุมชนของท่านมี **การเรียนรู้** ในชุมชนอย่างไรบ้าง

8.1 ชุมชนของท่านมีการสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตของชุมชนให้นักท่องเที่ยว

8.2 ชุมชนของท่านจัดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

8.3 ชุมชนของท่านมีการให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติ และให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรม

8.4 อื่น ๆ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านปัจจัยภายใน ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในชุมชนของท่าน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

1.1 ความโดดเด่น ความเป็นเอกลักษณ์ มีอะไรบ้าง

1.2 ปัญหาหรือสิ่งที่ชุมชนควรพัฒนา/ปรับปรุงมีอะไรบ้าง เช่น การกระจายรายได้

2. ด้านปัจจัยภายนอกของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

2.1 ด้านเศรษฐกิจ

2.2 ด้านสังคมและวัฒนธรรม

2.3 ด้านสิ่งแวดล้อม

2.4 ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่

2.5 ด้านผลกระทบจากการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในทัศนคติของท่านเป็นอย่างไร

2. ประเด็น/เรื่องใด ที่ต้องการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐบ้าง

3. ผลกระทบที่ได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน
จังหวัดนครราชสีมา

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้เสียสละเวลาให้ความร่วมมือ
ในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้
ผู้วิจัย



แบบสัมภาษณ์ ภาคเอกชน ชุดที่.....
 ผู้ให้สัมภาษณ์.....
 วันที่สัมภาษณ์.....



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง แนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์นี้จัดทำขึ้นสำหรับใช้ในการศึกษาและจัดทำวิทยานิพนธ์ โดยเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในระดับปริญญาเอก หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยพะเยา

สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์นี้ จะถูกนำไปใช้ในการศึกษาเท่านั้น ซึ่งข้อมูลดังกล่าวจะถูกนำไปผ่านการประมวลผล วิเคราะห์และสังเคราะห์ออกมาเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน และเพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา สำหรับข้อมูลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ถือว่าเป็นข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งจะถูกลบเป็นความลับ ไม่มีผลกระทบใด ๆ ต่อ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

โดยประโยชน์จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จะสามารถนำไปเป็นข้อมูลและแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวได้

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสัมภาษณ์นี้ตามความเป็นจริง และตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ขอพระคุณอย่างสูง

นางสาวปณณวีร์ วิเศษสุนทรสกุล

ผู้วิจัย

โครงสร้างแบบสัมภาษณ์

รายละเอียด แบบสัมภาษณ์ ภาคเอกชน มีจำนวนทั้งสิ้น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

1. ชื่อ-สกุล
2. อาชีพ/ตำแหน่ง.....
3. หน่วยงาน.....
4. สถานที่ติดต่อ โทรศัพท์.....
วัน/เดือน/ปี ที่สัมภาษณ์.....
เริ่มการสัมภาษณ์เวลา.....น. จบการสัมภาษณ์เวลา น.

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

1. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ **สิ่งดึงดูด/แหล่งท่องเที่ยว** ในชุมชนของท่านมีอะไรบ้าง
 - 1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ
 - 1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (โบราณสถาน โบราณวัตถุ)
 - 1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม
2. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ **ด้านที่พักแรม** ในชุมชนของท่าน
 - 2.1 ที่พักมีรูปแบบ/ประเภทที่หลากหลาย
 - 2.2 ที่พักแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน
 - 2.3 มีการดูแลความสะอาด/คุณภาพของที่พัก
 - 2.4 จำนวนที่พักมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว
 - 2.5 ที่พักมีความปลอดภัยต่อการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

3. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความสะดวกในการคมนาคมในชุมชนของท่าน

มีความสะดวกสบายในการเดินทาง เช่น ถนนดี มีรถประจำทาง

4. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ กิจกรรม ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในชุมชนของท่าน

กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม เช่น การดูการทอผ้าไหม การชมธรรมชาติ การส่องสัตว์ การชมโบราณสถาน การชมพิพิธภัณฑ์ การทำเครื่องปั้นดินเผา

5. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ สิ่งอำนวยความสะดวก ในชุมชนของท่าน

5.1 มีศูนย์บริการข้อมูล

5.2 ร้านอาหาร

5.3 ร้านขายของที่ระลึก

5.4 บริษัททัวร์

5.5 อื่น ๆ

6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ องค์กรชุมชน ในชุมชนของท่าน

6.1 องค์กรของชุมชนมีความเข้าใจกัน

6.2 องค์กรชุมชนมีผู้นำ

6.3 องค์กรของชุมชนมีผู้เข้าร่วมองค์กรทุกเพศ ทุกวัย

6.4 อื่น ๆ

7. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ การจัดการ ในชุมชนของท่าน

7.1 ชุมชนของท่านมีการจัดการด้านการวางแผนของชุมชน (ด้านทรัพยากร ด้านพื้นที่ (Zoning) ด้านบุคลากร กฎ-กติกากในการท่องเที่ยว)

7.2 ชุมชนของท่านมีการจัดเก็บข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว

7.3 ชุมชนของท่านมีการดำเนินงานด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์

7.4 ชุมชนของท่านมีกองทุนหมู่บ้าน การบริหารงบประมาณ การกระจายรายได้ที่เป็นธรรม

7.5 อื่น ๆ

8. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ การเรียนรู้ ในชุมชนของท่าน

8.1 ชุมชนของท่านมีการสร้างความเข้าใจในวิถีชีวิตของชุมชน ให้แก่นักท่องเที่ยว

8.2 ชุมชนของท่านจัดการมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

8.3 ชุมชนของท่านมีการให้ความสำคัญในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและให้ความสำคัญกับคุณค่าทางวัฒนธรรม

8.4 อื่น ๆ

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมของการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครราชสีมา

1. ด้านปัจจัยภายใน ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีความโดดเด่น ความเป็นเอกลักษณ์ มีอะไรบ้าง

1.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีปัญหา หรือสิ่งที่ชุมชนควรพัฒนา/ปรับปรุงมีอะไรบ้าง

2. ด้านปัจจัยภายนอกของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

2.1 ด้านเศรษฐกิจ

2.2 ด้านสังคมและวัฒนธรรม

2.3 ด้านสิ่งแวดล้อม

2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1. ทิศทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในทัศนคติของท่านเป็นอย่างไร

2. การพัฒนา/ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในทัศนคติของท่านควรพัฒนาอะไรบ้าง อย่างไร

3. ประเด็น/เรื่องใด ที่ต้องการ การสนับสนุน จากหน่วยงานภาครัฐ

4. ผลกระทบที่ได้รับจากการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ท่านได้เสียสละเวลาให้มาร่วมมือ

ในการตอบแบบสัมภาษณ์ครั้งนี้

ผู้วิจัย

ภาคผนวก ค ภาพการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและนักท่องเที่ยว



ภาพ 10 การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญและนักท่องเที่ยว

ประวัติผู้วิจัย



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ นามสกุล	บุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล
วัน เดือน ปี เกิด	4 กุมภาพันธ์ 2529
ที่อยู่ปัจจุบัน	129/37 วิคอนโด แขวงลำปลาทิว เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520
ที่ทำงานปัจจุบัน	สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำ คณะศิลปศาสตร์
ประสบการณ์การทำงาน	
พ.ศ. 2560 – ปัจจุบัน	อาจารย์ประจำ สาขาวิชานวัตกรรมการท่องเที่ยว และการบริการ คณะศิลปศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2556 – 2558	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
พ.ศ. 2553 – 2556	อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2553	M.A. (International Tourism and Hotel Management), Southern Cross University, Australia
พ.ศ. 2553	ศศ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรมนานาชาติ), มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก
พ.ศ. 2551	ศศ.บ. (การโรงแรม), มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กรุงเทพ, กรุงเทพฯ

ผลงานตีพิมพ์

ที่เกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์

บุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล, ชวลีย์ ณ ถลาง, ชมพูนุช จิตติถาวร และสหพันธ์
ตั้งเบญจสิริกุล. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว
โดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. วารสารรัชต์ภาคย์ สถาบันรัชต์ภาคย์,
14(34).

บุญยวีร์ วิเศษสุนทรสกุล, ชวลีย์ ณ ถลาง, ชมพูนุช จิตติถาวร และสหพันธ์
 ตั้งเบญจสิริกุล. (อยู่ระหว่างการตีพิมพ์). แนวทางการพัฒนาศักยภาพ
 การท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. วารสารการวิจัยการบริหาร
 การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 10(3).
 ผลงานตีพิมพ์อื่น ๆ -

