

การบูรณาการศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา
อย่างยั่งยืนภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง
Interdisciplinary study for Community-Based Tourism Development
in Nakhon Ratchasima Province in accordance with
the Sufficiency Economy Philosophy

ยุทธกร ฤทธิไธสง¹ และ เอกรัตน์ เอกศาสตร์^{2,*}
Yuttakorn Ritthaisong¹ and Ekkarat Ekkasart^{2,*}

Received 21 May 2025
Revised 18 June 2025
Accepted 23 June 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจ ศักยภาพ และแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยมีกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ผู้นำชุมชน จำนวน 36 คน และภาคที่เกี่ยวข้อง จำนวน 25 คน ด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้งข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม แบบประเมิน และแบบสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิ ในส่วนของ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติ เช่น ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหาผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด พื้นที่มีศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีจำนวน 3 แนวทาง คือ 1) แนวทางตามหลักการบริหารจัดการทางธุรกิจ 2) แนวทางตามหลักการพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน และ 3) แนวทางตามปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งทั้งสามแนวทางอยู่ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, แรงจูงใจ, ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง, ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว

ABSTRACT

This study aimed to investigate the motivation, potential, and management guidelines for community-based tourism (CBT) in Muen Wai Sub-district, Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. The sample group consisted of 400 tourists, 36 community leaders, and 25 related stakeholders. Both primary and secondary data were collected using

¹ ปร.ด. ธุรกิจระหว่างประเทศ, สถาบันเทคโนโลยีแห่งเอเชีย, 2555. อาจารย์สังกัดคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

¹ Ph.D. International Business, Asian Institute of Technology, 2012. Lecturer of Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

² บธ.ด. บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 2565. รองศาสตราจารย์สังกัดสาขาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

² DBA. Business Administration, Nakhon Ratchasima Rajabhat University, 2022. Assoc. Prof. of Faculty of Management Science, Nakhon Ratchasima Rajabhat University.

* Corresponding author, email: ekarat.ekasart@gmail.com

questionnaires, assessment forms, interview forms, and document review. Data analysis was performed using descriptive statistics such as frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as content analysis.

The results revealed that tourists were highly motivated to engage in community-based tourism. The study area demonstrated a high level of potential for CBT management. Three key management approaches for CBT were identified: 1) a business management-oriented approach, 2) a fundamental principle-based approach for community tourism development, and 3) a success factor-based approach for CBT development. All three approaches were aligned with the Sufficiency Economy Philosophy.

Keywords: Community based tourism, Motivation, Sufficiency economy philosophy,
Tourism management potential

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community based tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวโดยสมาชิกในชุมชน จัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ ผู้มาเยือน (พจนานุกรม และสมภาพ ยี่จ่อหอ. 2556) ดังนั้น หากสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ประสบความสำเร็จได้ ก็จะทำให้ชุมชนสามารถยกระดับทางเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นได้

ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ตั้งอยู่ตอนกลางของจังหวัด โดยมีระยะห่างจากที่ว่าการอำเภอเมือง ประมาณ 7 กิโลเมตร มีเนื้อที่ จำนวน 6,254 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่ของตำบลเป็นที่ราบลุ่มเหมาะสำหรับการทำนา และปลูกพืชผักสวนครัว เนื่องจากในพื้นที่ตำบลมีคลองบริบูรณ์และคลองชลประทานผ่านหลายสาย ด้านเขตการปกครองในพื้นที่ มีจำนวน 9 หมู่บ้าน มีประชากรทั้งสิ้น จำนวน 10,637 คน ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คำชาย และเกษตรกรรม พื้นที่แห่งนี้มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก เช่น เทศกาลขนมจีนประโดกโบสถ์ 300 ปี และหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงโพเพียงสูง ซึ่งมีการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่

อย่างไรก็ตาม พื้นที่ยังขาดด้านการบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ ทำให้ไม่สามารถกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่ต้องแก้ไขด้วยการศึกษาทั้งในส่วนของผู้ปกครองซึ่งต้องมีการศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว และด้านของอุปทานที่จะประเมินถึงศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อค้นหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบบูรณาการกับหลักการบริหารจัดการทางธุรกิจ หลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สำเร็จ และปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยอยู่ภายใต้ของหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง อันจะก่อให้เกิดกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ที่เพียงพอต่อการใช้จ่าย

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงได้ศึกษาถึงการบูรณาการศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครราชสีมาอย่างยั่งยืนภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านแรงจูงใจ และศักยภาพ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาพื้นที่ด้วยการใช้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่ โดยความร่วมมือกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น องค์กรภาคเอกชน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง และประชาชนในพื้นที่ รวมทั้งการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาชาวบ้าน และการพัฒนาการสู่การปฏิบัติจริงกับชุมชน จะส่งผลให้ประชาชนมีรายได้เพียงพอกับการใช้จ่ายและสามารถดำเนินชีวิตไปตามวิถีของชุมชนอย่างเป็นปกติสุข

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
2. เพื่อศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
3. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ทราบถึงแรงจูงใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งจะทำให้ทราบถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนแห่งนั้น
2. ทราบถึงศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา อันนำไปสู่การวิเคราะห์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา
3. ได้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในตำบลหมื่นไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้

การทบทวนวรรณกรรม

1. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจในการท่องเที่ยว (Travel Motivation) เป็นแนวคิดทางด้านจิตวิทยาและสังคมวิทยาที่สะท้อนถึงแรงผลักดัน หรือความปรารถนาที่ทำให้เกิดการกระทำ หรือเป็นความต้องการหรือความเต็มใจภายใน ที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมที่พึงประสงค์ต่อการท่องเที่ยวในสถานที่ใดสถานที่หนึ่งตามแต่ความปรารถนา หรือเกิดการกระตุ้นอย่างรุนแรงเพื่อให้การตอบสนองที่พอใจ

Swarbrooke and Horner (2007) ได้พัฒนารูปแบบของแรงจูงใจหรือแรงกระตุ้นในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในหลายมิติ และอธิบายว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมีจำนวน 6 ด้าน ดังนี้ 1) แรงจูงใจด้านสรีระหรือทางกายภาพ (Physical) เช่น ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจในการท่องเที่ยวจากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน ความต้องการจะได้พักผ่อนเพราะต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ ความต้องการออกกำลังกายและรักษาสุขภาพ ความต้องการที่จะได้รับแสงแดดหรืออากาศของชาวตะวันตก ความต้องการที่จะหาความสุขทางเพศสัมพันธ์ เป็นต้น 2) แรงจูงใจด้านอารมณ์ (Emotional) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความรู้สึกบางอย่างตามอารมณ์ เช่น ความต้องการค้นหาอดีตหรือชีวิตแบบดั้งเดิมที่หาได้ยากในปัจจุบัน ความต้องการความตื่นเต้นผจญภัย ความต้องการปลื้มใจไปอยู่ในที่ที่ไม่ต้องการพบปะผู้คน ความต้องการทดลองอยู่ในโลกจินตนาการ ความต้องการความอิจฉาหรือเป็นสุขจากการทำบุญ หรือไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น 3) แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal) เป็นความต้องการส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล โดยเกิดจากเหตุผลส่วนตัวของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติพี่น้อง ความต้องการได้พบเพื่อนใหม่ ความต้องการทำให้ผู้อื่นพึงพอใจด้วยการพาไปเที่ยว ความต้องการท่องเที่ยวในราคาพิเศษ เป็นต้น 4) แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง (Personal development) เกิดจากความต้องการเดินทางเพื่อหาความรู้และทักษะใหม่ ๆ เช่น ความต้องการได้รับความรู้เพิ่มเติม ความต้องการเรียนรู้ทักษะใหม่ เป็นต้น 5) แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม (Cultural) เกิดจากความสนใจที่จะสัมผัสวัฒนธรรมที่แปลกใหม่หรือแตกต่างจากวัฒนธรรมของตนเอง การได้รับประสบการณ์จากวัฒนธรรมอื่น การร่วมงานเทศกาลและประเพณีต่าง ๆ ในแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น และ 6) แรงจูงใจด้านสถานภาพ (Status) เป็นการได้ท่องเที่ยวเพื่อจะทำให้มีหน้ามีตาในสังคม หรือความโก้เก๋ทำให้

คนอื่นสนใจ เช่น ความต้องการท่องเที่ยวให้ทันสมัยตามแฟชั่นเพื่อซื้อสินค้าตามกระแสนิยม ความต้องการแสดงสถานภาพว่ามีความสามารถในการใช้จ่ายเงินท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ไปได้ยากลำบากและมีค่าใช้จ่ายสูง เป็นต้น

2. ศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดตั้งแต่ขั้นตอนเริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้าย หรือตั้งแต่ขั้นตอนของการวางแผน การดำเนินงาน การติดตาม และการประเมินผล รวมถึงการแก้ไขปัญหา ร่วมกันด้วยการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่น

พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจย์ (2553) กล่าวถึงองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สำเร็จ คือ ต้องมี “5 A” ดังนี้ 1) ทักษะจิตของคนในชุมชน (Attitude) การท่องเที่ยวเป็นธุรกิจของชุมชนส่วนรวม ชุมชนนั้นอาจมีทรัพยากร เช่น วิถีชีวิตที่งดงาม หรือที่พักที่สวยงาม แต่นักท่องเที่ยวอาจไม่รู้สึกรู้ว่าได้รับการต้อนรับที่ดี ไม่ประทับใจ ทำให้ตัดสินใจไม่กลับมาเที่ยวอีก รวมถึงกลับไปบอกต่อ ทำให้คนอื่น ๆ ไม่อยากจะมาด้วยก็ได้ ดังนั้น ชุมชนที่มีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยวจะแสดงความช่วยเหลือหรือแสดงมิตรภาพออกมาอย่างจริงใจต่อนักท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นกุญแจสู่ความสำเร็จอย่างหนึ่งที่ขาดเสียมิได้ 2) การเข้าถึง (Access) คนส่วนใหญ่จะเดินทางไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เข้าถึงได้สะดวกมากกว่าที่จะไปในที่ที่เดินทางเข้าถึงลำบาก หรือต้องมียาจ่ายสำหรับค่าเดินทางมาก สิ่งนี้จึงเป็นอีกองค์ประกอบพื้นฐานที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม สำหรับชุมชนที่อยู่ห่างไกล หากแก้ปัญหาโดยมีการบริการด้านรับ-ส่งสำหรับนักท่องเที่ยวตรงตามเวลา ไม่ว่าจะประจำวันเสาร์และอาทิตย์ หรืออื่น ๆ หากมีการจัดตารางที่แน่นอนลงตัวและสม่ำเสมอ นักท่องเที่ยวก็จะรับทราบข้อมูลและสามารถเดินทางมาได้เช่นกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดำเนินการจัดการที่ดี 3) สถานที่พัก (Accommodation) มิได้หมายถึงเพียงที่พักเพื่อนอนอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงบริการต่าง ๆ ประกอบด้วย สถานที่รับประทานอาหาร ห้างสรรพสินค้า และการบริการขนส่งคมนาคมโดยเฉพาะในชุมชน เป็นต้น 4) สิ่งดึงดูดที่นำเสนอสำหรับการท่องเที่ยว (Attractions) นักท่องเที่ยวต้องมีเหตุผลที่จะมาเที่ยวในชุมชน ดังนั้น สิ่งสำคัญที่ต้องมีในชุมชนคือ สิ่งที่น่าสนใจที่น่าเยี่ยมชม หรือน่ามีส่วนร่วม บางครั้งสิ่งดึงดูดนั้นอาจถูกสร้างขึ้นมา แต่โดยทั่วไปความสำเร็จจะเกิดขึ้นได้มากหากชุมชนเน้นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่มีรากฐานจากชุมชน เช่น ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ หรือวัฒนธรรม เป็นต้น และ 5) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising) เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์ ลงในนิตยสาร หนังสือพิมพ์ โทรทัศน์ หรือร่วมมือกับบริษัทท่องเที่ยว สายการบิน เป็นต้น รวมถึงสื่อสังคมออนไลน์ และบางครั้งอาจมีการประชาสัมพันธ์ในงานแสดงสินค้าการท่องเที่ยวที่ต่าง ๆ

3. ประโยชน์เศรษฐกิจพอเพียง

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2550) ได้จัดทำสาระสำคัญของเศรษฐกิจพอเพียง โดยระบุหลักแนวความคิดของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง คือ การพัฒนาที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของทางสายกลาง และความไม่ประมาท โดยคำนึงถึงความพอประมาณ ความมีเหตุผล การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว ตลอดจนใช้ความรู้ ความรอบคอบ และคุณธรรม ประกอบการวางแผน การตัดสินใจ และการกระทำ

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นกรอบแนวคิดที่ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา และเป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤต เพื่อการพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืน พร้อมรับการเปลี่ยนแปลงในทุกด้าน ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม ความรู้ และเทคโนโลยี

เศรษฐกิจพอเพียงสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติตนได้ในทุกระดับโดยเน้นการปฏิบัติบนทางสายกลาง และการพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอน “ความพอเพียง” จะต้องประกอบด้วย 3 คุณลักษณะพร้อม ๆ กัน คือ ความพอประมาณ ความมีเหตุผล และการมีระบบภูมิคุ้มกันที่ดีต่อผลกระทบของการเปลี่ยนแปลง หากขาดองค์ประกอบใด ก็ไม่เป็นความพอเพียงที่สมบูรณ์ โดยความพอประมาณ จะหมายถึง ความพอดี ที่ไม่น้อยเกินไปและไม่มากเกินไป โดยไม่เบียดเบียนตนเอง และผู้อื่น ความมีเหตุผล หมายถึง การตัดสินใจเกี่ยวกับระดับของความ

พอเพียงนั้น จะต้องเป็นไปอย่างมีเหตุมีผล โดยพิจารณาจากเหตุปัจจัยและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ และการมีภูมิคุ้มกันที่ดีในตัว หมายถึง การเตรียมตัวพร้อมรับผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นโดยคำนึงถึงความเป็นไปได้ของสถานการณ์ต่าง ๆ ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งใกล้และไกล และเงื่อนไขสำคัญที่จะทำให้การตัดสินใจและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ อยู่ในระดับพอเพียงนั้นจะประกอบด้วยเงื่อนไขความรอบรู้และเงื่อนไขคุณธรรมเป็นพื้นฐาน เงื่อนไขความรู้ คือ มีความรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาเชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผนและความระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ สำหรับเงื่อนไขคุณธรรมจะประกอบด้วยมีความตระหนักในคุณธรรม มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความอดทน มีความเพียร ใช้สติปัญญาในการดำเนินชีวิต ไม่โลภ และไม่ตระหนี่

4. หลักการบริหารจัดการทางธุรกิจ

ธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม โดยสามารถจำแนกหน้าที่หลัก ๆ ได้ดังนี้ (พสุ เดชะรินทร์, 2561)

4.1 การผลิตสินค้าและบริการ (Production) ธุรกิจมีหน้าที่ในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 การตลาด (Marketing) สร้างความต้องการและตอบสนองลูกค้าผ่านการวิเคราะห์ตลาด การส่งเสริมการขาย การตั้งราคา การกระจายสินค้า และการบริการลูกค้า

4.3 การจัดการทางการเงิน (Finance) บริหารการ จัดหา ใช้จ่าย และควบคุมเงินทุน รวมถึงการตัดสินใจด้านการลงทุน และการบริหารความเสี่ยงทางการเงิน

4.4 การจัดการทรัพยากรมนุษย์ (Human resource management) การวางแผน การสรรหา การพัฒนา และการรักษาพนักงาน ซึ่งเป็นทรัพยากรสำคัญขององค์กร

4.5 การบริหารทั่วไป (General administration) การวางแผน การควบคุม และการประสานงานระหว่างแผนกต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานของธุรกิจเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

5. ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้คนในชุมชนที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดการท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการคิดร่วมกัน วางแผน ตัดสินใจ ดำเนินการ และมีส่วนร่วมในการรับประโยชน์ทางการท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งการมีส่วนร่วมเป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับคนในชุมชนสำหรับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน (รุ่งรวี จิตภักดี, 2566)

ทั้งนี้ การประเมินความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชนมีทั้งสิ้น 6 ตัวชี้วัดหลัก ดังนี้ (พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์, 2553) ดังนี้

5.1 การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะเป็นการท่องเที่ยวชุมชนที่สำเร็จได้ต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงและอย่างทั่วถึง

5.2 ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องกระจายสู่ชุมชนอย่างยุติธรรม

5.3 การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องดำเนินไปอย่างมีระบบที่ดีและอย่างระมัดระวังเป็นสำคัญ

5.4 ควรที่จะมีความร่วมมือและสนับสนุนจากภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน

5.5 ชุมชนต้องมีเอกลักษณ์หรือจุดเด่นหรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลักของชุมชนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

5.6 การท่องเที่ยวโดยชุมชนต้องมีการพิจารณาเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมไปด้วย

สรุปได้ว่า การวิจัยในครั้งนี้ได้นำแนวคิดของ Swarbrooke and Horner (2007) ไปใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แนวคิดของพิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจด์ (2553) ไปใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และ

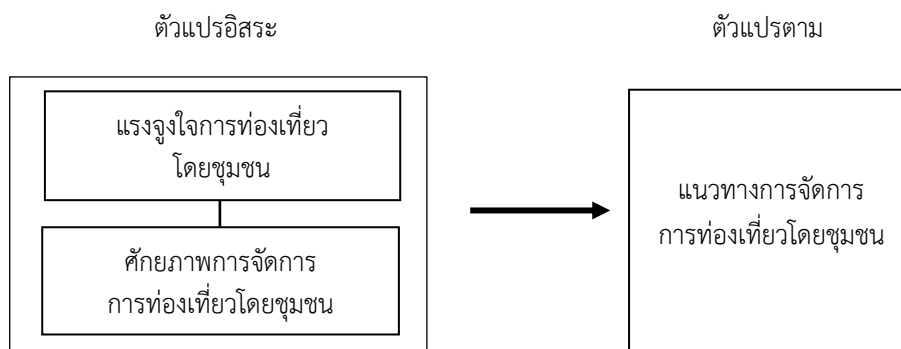
แนวคิดของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (2550); พสุ เดชะรินทร์ (2561); พิมพ์ระวี วิจารณ์รุ่งสัจด์ (2553) ไปใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในเรื่องนี้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว (ณัฐธินิ ทองดี และคณะ. 2558; ชุติรัตน์ จันทร์เชื้อ และคณะ. 2557; เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และอำนาจ รักษาพล. 2556) การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน (กฤตดา อีราทิยกุล และคณะ. 2559; พงนา สวนศรี และคณะ. 2559; ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ. 2558; จิตติ จิตติจำเริญพร และคณะ. 2557) และการศึกษาเกี่ยวกับแนวทางการจัดการด้านการท่องเที่ยว (เบญจวรรณ เขียวขาว. วรเชษฐ์ อินทามา และมัลลิกา นาจันทอง. 2560; พงนา สวนศรี และคณะ. 2559; สวิษฐา ศุภอุดมฤกษ์ และคณะ. 2558)

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ปรับปรุงแนวคิดทางบริหารธุรกิจด้านการวิเคราะห์การแรงจูงใจและการวิเคราะห์ศักยภาพ เพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : ผู้นิพนธ์, 2562.

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือนแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน กลุ่มตัวอย่าง คือได้ใช้วิธีการคำนวณของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % ทำให้ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง อย่างน้อยเท่ากับ 384.16 คน (ธานินทร์ ศิลปจารุ. 2553) โดยการศึกษาในครั้งนี้ นักวิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างโดยไม่ใช้ความน่าจะเป็น ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ประชากร คือผู้นำชุมชนที่เป็นทางการในระดับหมู่บ้าน และระดับตำบลในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา รวมทั้งหมด จำนวน 39 คน ประกอบด้วย 1) ผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 18 คน และ 2) ผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 21 คน ขนาดตัวอย่างคำนวณตามหลักเกณฑ์ของ Taro Yamane โดยกำหนดให้ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้เกิดขึ้น ร้อยละ 5 ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 36 คน (บุญใจ ศรีสถิตนรากร. 2550) แบ่งเป็น ผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น 17 คน และผู้ปกครองส่วนท้องถิ่น 19 คน การสุ่มใช้หลักความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยใช้ตารางเลขสุ่ม

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ประชากร คือ ภาควิชาภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับสาขาการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน 2) ตัวแทนจากหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่น/ท้องที่ จำนวน 5 คน 3) ตัวแทนจากภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสาขาเศรษฐกิจ จำนวน 5 คน 4) ตัวแทนจากนักวิชาการ/สถาบันการศึกษา จำนวน 5 คน และ 5) ตัวแทนภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องกับสาขาเศรษฐกิจ จำนวน 5 คน รวมทั้งหมด 25 คน สำหรับการสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นด้วยวิธีการสุ่มแบบเจาะจง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 คือ แบบสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 คือ แบบประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 คือ แบบสัมภาษณ์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมาภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่รวบรวมจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาในด้านแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยชุมชน จำนวน 6 ด้าน คือ แรงจูงใจด้านสรีระหรือทางกายภาพ แรงจูงใจด้านอารมณ์ แรงจูงใจส่วนบุคคล แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม และแรงจูงใจด้านสถานภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่รวบรวมจากแบบประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 5 ด้าน คือ ทักษะคติของคนในชุมชน การเข้าถึง สถานที่พัก สิ่งดึงดูดที่น่าสนใจสำหรับการท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เป็นข้อมูลปฐมภูมิที่รวบรวมจากแบบสัมภาษณ์แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมาภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 3 ด้าน คือ 1) หลักการบริหารจัดการทางธุรกิจ ได้แก่ การผลิต การตลาด การเงิน บุคลากรและการบริหาร 2) หลักการพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ได้แก่ ทักษะคติของคนในชุมชน สิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว) การเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) สิ่งอำนวยความสะดวก (ที่พัก/อาหาร/ของฝาก) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และ 3) หลักการปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ได้แก่ การสร้างรายได้ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการส่งเสริมคุณค่าของชุมชนภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 การใช้ค่าสถิติอย่างง่าย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับหลักเกณฑ์การหาค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแรงจูงใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา มีหลักเกณฑ์ในการประเมิน (สรชัย พิศาลบุตร, เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัสวเดชาอนุกรม, 2549) คือ ระดับคะแนน 4.21-5.00 หมายความว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับคะแนน 3.41-4.20 หมายความว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับมาก ระดับคะแนน 2.61-3.40 หมายความว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง ระดับคะแนน 1.81-2.60 หมายความว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับน้อย และระดับคะแนน 1.00-1.80 หมายความว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 การใช้ค่าสถิติอย่างง่าย คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับหลักเกณฑ์การหาค่าเฉลี่ยในการวิเคราะห์ข้อมูลศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน

พื้นที่จังหวัดนครราชสีมา มีหลักเกณฑ์ในการประเมิน (สรชัย พิศาลบุตร, เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัสวเดชาอนุกรม. 2549) คือ ระดับคะแนน 4.21-5.00 หมายความว่า ศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด ระดับคะแนน 3.41-4.20 หมายความว่า ศักยภาพอยู่ในระดับมาก ระดับคะแนน 2.61-3.40 หมายความว่า ศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ระดับคะแนน 1.81-2.60 หมายความว่า ศักยภาพอยู่ในระดับน้อย และระดับคะแนน 1.00-1.80 หมายความว่า ศักยภาพอยู่ในระดับน้อยที่สุด

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงพรรณนา (Content analysis) เพื่อค้นหาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมาภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงด้วยกระบวนการแบบมีส่วนร่วมกับภาคีในพื้นที่ โดยเป็นการเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่าง 1) ปัจจัยหลักการบริหารจัดการทางธุรกิจกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง 2) ปัจจัยหลักการพัฒนาที่สำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และ 3) ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

1.1 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 (S.D.=0.71) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าแรงจูงใจด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.49 รองลงมา คือ แรงจูงใจด้านอารมณ์ แรงจูงใจด้านสรีระหรือทางกายภาพ และแรงจูงใจส่วนบุคคล ขณะที่แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเองและแรงจูงใจด้านสถานภาพอยู่ในระดับมาก ตามลำดับ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา เมื่อพิจารณาในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
แรงจูงใจด้านสรีระหรือทางกายภาพ	4.24	0.62	แรงจูงใจมากที่สุด
แรงจูงใจด้านอารมณ์	4.28	0.66	แรงจูงใจมากที่สุด
แรงจูงใจส่วนบุคคล	4.22	0.62	แรงจูงใจมากที่สุด
แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง	4.19	0.87	แรงจูงใจมาก
แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม	4.49	0.81	แรงจูงใจมากที่สุด
แรงจูงใจด้านสถานภาพ	4.12	0.58	แรงจูงใจมาก
รวม	4.25	0.71	แรงจูงใจมากที่สุด

1.2 ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวรายประเด็น มีดังนี้

1.2.1 แรงจูงใจด้านสรีระหรือทางกายภาพ พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการจะได้พักผ่อน เพราะต้องการหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจมากที่สุด รองลงมา คือ มีความต้องการออกกำลังกายและรักษาสุขภาพให้มีความแข็งแรงตลอดเวลา และความต้องการพักผ่อนหย่อนใจในการท่องเที่ยวจากความเหน็ดเหนื่อยจากการทำงาน

1.2.2 แรงจูงใจด้านอารมณ์ พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการค้นหาอดีต หรือวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ที่หาได้ยากในปัจจุบันมากที่สุด รองลงมา คือ ความต้องการที่จะหาความสงบทางจิตใจ หรือเป็นสุขจากการทำบุญ หรือไหว้พระและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และความต้องการไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดกิจกรรมที่สร้างความตื่นเต้นผจญภัย

1.2.3 แรงจูงใจส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการไปแหล่งท่องเที่ยวที่เพื่อนและญาติพี่น้องอาศัยอันเป็นการเยี่ยมเยียนเพื่อนและญาติพี่น้องมีแรงจูงใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการประสบการณ์จากการเดินทางและได้พบเพื่อนใหม่ ๆ ในสถานที่ต่างๆ อยู่เสมอ และความต้องการทำให้บุคคลอื่น ๆ มีความพึงพอใจในตัวเราด้วยการพาไปเที่ยวยังแหล่งต่าง ๆ

1.2.4 แรงจูงใจด้านการพัฒนาตนเอง พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการเรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ เช่น การเป็นช่างปั้น นักเขียน นักเขียน และนักวาดการ์ตูน เป็นต้น มากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการได้รับความรู้ทางวิชาการเพิ่มเติม เช่น ภาษาอังกฤษ และภาษาท้องถิ่น เป็นต้น และความต้องการที่สนใจเรียนทักษะการประกอบอาหาร เช่น อาหารฝรั่งเศส หรืออาหารไทย เป็นต้น

1.2.5 แรงจูงใจด้านวัฒนธรรม พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะได้รับประสบการณ์จากประเพณีและวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นมากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการในการเห็นศิลปะและวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นที่แตกต่างกันไป และความต้องการพบเห็นสถาปัตยกรรมที่แปลกใหม่ที่แตกต่างจากบ้านเรือนของตนเอง

1.2.6 แรงจูงใจด้านสถานภาพ พบว่านักท่องเที่ยวมีความต้องการแสดงสถานภาพว่ามีความสามารถในการใช้จ่ายเงินท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ยากลำบากมากที่สุด รองลงมาคือ ความต้องการท่องเที่ยวที่จะทำให้มีหน้ามีตาในสังคม หรือความโก้เก๋ที่ทำให้คนอื่นสนใจ และความต้องการแสดงสถานภาพว่ามีความสามารถในการใช้จ่ายเงินท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูง

2. ผลศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา

2.1 ศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่าการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยภาพรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 (S.D.=0.74) เมื่อพิจารณารายละเอียด พบว่าด้านสิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว) มีศักยภาพในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ร้านอาหาร/ที่พัก/ของฝาก) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ระดับศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาพิจารณาในภาพรวม

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
สิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว)	4.39	0.67	ศักยภาพมากที่สุด
การเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม)	4.21	0.78	ศักยภาพมากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวก (ร้านอาหาร/ที่พัก/ของฝาก)	4.13	0.75	ศักยภาพมาก
รวม	4.24	0.74	ศักยภาพมากที่สุด

2.2 ระดับศักยภาพรายประเด็น มีดังนี้

2.2.1 สิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว) พบว่ามีศักยภาพมากที่สุด จำนวน 6 รายการ คือ ผลิตภัณฑ์บุคลากร ราคา การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย และกายภาพ และมีศักยภาพในระดับมาก จำนวน 1 รายการ คือ กระบวนการ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ พบว่าการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ 2) ราคา พบว่าค่าใช้จ่ายในการเข้าแหล่งท่องเที่ยวมีราคาไม่แพงเหมาะสมกับการเดินทางมาท่องเที่ยว 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าการมีช่องทางในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเองอย่างเพียงพอและเหมาะสม 4) การส่งเสริมการตลาด พบว่าการกำหนดเทศกาลหรืองานประจำปีเพื่อสร้างอัตลักษณ์ของพื้นที่อย่างชัดเจน 5) บุคลากร พบว่าการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่า มีความสอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตของ คนในหมู่บ้าน และเต็มใจในถ่ายทอดให้กับนักท่องเที่ยวได้ชื่นชมได้อย่างเหมาะสม 6) กายภาพ พบว่ารูปแบบการให้บริการเพื่อสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย

การเจรจา และการให้บริการ หรือผลประโยชน์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับ และ 7) กระบวนการ พบว่า กระบวนการในการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวไม่ซับซ้อน มีความสะดวกในการใช้บริการ

2.2.2 การเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) พบว่ามีศักยภาพมากที่สุด จำนวน 4 รายการ คือ ผลผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด ราคา และบุคลากร มีศักยภาพมาก จำนวน 3 รายการ คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการ และกายภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ผลผลิตภัณฑ์ พบว่าการมีเส้นทางคมนาคมที่สามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และรวดเร็วมีศักยภาพมากที่สุด 2) ราคา พบว่าค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีราคาไม่สูงนัก ทำให้สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้ในทุกเพศและทุกวัยมีศักยภาพมากที่สุด 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเส้นทางคมนาคมและการปรับเส้นทางคมนาคมให้สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายช่องทางมีศักยภาพมากที่สุด 4) การส่งเสริมการตลาด พบว่าแบบแผนการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวได้หลากหลาย เช่น เป็นหมู่คณะ ทั้งกลุ่มเล็กและกลุ่มใหญ่ หรือแบบส่วนตัวและครอบครัวมีศักยภาพมากที่สุด 5) บุคลากร พบว่าการที่ประชาชนในพื้นที่ให้ความช่วยเหลือด้านเส้นทางคมนาคมแก่นักท่องเที่ยวด้วยความตั้งใจ และเป็นกัลยาณมิตรมากที่สุด 6) กายภาพ พบว่าการที่สามารถเดินทางเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนได้หลายเส้นทางความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด และ 7) กระบวนการ พบว่ากระบวนการในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนที่ไม่มีความซับซ้อน และสะดวกต่อการใช้เส้นทางคมนาคมมีศักยภาพมากที่สุด

2.2.3 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ร้านอาหาร/ที่พัก/ของฝาก) พบว่ามีศักยภาพมากที่สุด จำนวน 3 รายการ คือ ผลผลิตภัณฑ์ บุคลากร และช่องทางการจัดจำหน่าย และมีศักยภาพมาก จำนวน 4 รายการ คือ ราคา การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ และกายภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) ผลผลิตภัณฑ์ พบว่าการมีสินค้าของฝากและของที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมมีศักยภาพมากที่สุด 2) ราคา พบว่าการมีสินค้าของฝากและของที่ระลึกหลากหลาย รวมทั้งมีการตั้งราคาที่มีความเหมาะสมในแต่ละประเภทสินค้ามีศักยภาพมากที่สุด 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าการที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวได้ง่าย รวมถึงสามารถติดต่อและสอบถามรายละเอียดได้เป็นอย่างดีมีศักยภาพมากที่สุด 4) การส่งเสริมการตลาด พบว่าความร่วมมือกันระหว่างผู้ประกอบการต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น สถานที่พัก ร้านอาหาร และร้านจำหน่ายของฝากและของที่ระลึกเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมีศักยภาพมากที่สุด 5) บุคลากร พบว่าการที่ประชาชนในพื้นที่มีความร่วมมือร่วมใจและพร้อมและพร้อมให้สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดีมีศักยภาพมากที่สุด 6) กายภาพ พบว่ารูปแบบการให้บริการของสิ่งอำนวยความสะดวกที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้าที่เดินทางเข้ามาใช้บริการมีศักยภาพมากที่สุด และ 7) กระบวนการ พบว่าระเบียบวิธีการและงานปฏิบัติในการบริการที่นำเสนอให้กับผู้ใช้บริการเพื่อมอบการให้บริการอย่างถูกต้องรวดเร็วมีศักยภาพมากที่สุด

3. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

3.1 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เมื่อพิจารณาจากหลักการบริหารจัดการทางธุรกิจ มีดังต่อไปนี้

3.1.1 ด้านการผลิต พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในท้องถิ่นทั้งในส่วนของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทรัพยากรมนุษย์ ทรัพยากรทุน และทรัพยากรด้านการประกอบการ 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การให้บริการสินค้าให้มีคุณภาพและมีความเป็นเอกลักษณ์ และสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การควบคุมกระบวนการให้บริการด้านการท่องเที่ยว และการเตรียมการรองรับการท่องเที่ยว รวมถึงการดูแลและให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการมีมาตรการในการติดตามและประเมินผล 4) ความรู้ ได้แก่ การให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีความหลากหลาย

มากขึ้น เพราะการให้บริการการท่องเที่ยวมีศาสตร์ที่เกี่ยวข้องหลายด้าน และต้องสามารถประยุกต์องค์ความรู้ เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ รวมทั้งมีความซื่อสัตย์กับนักท่องเที่ยว ไม่เอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

3.1.2 ด้านการตลาด พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มเด็กเล็ก กลุ่มเด็กโต กลุ่มวัยรุ่น กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ) ให้มีสอดคล้องกับทรัพยากรและกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การให้ความสำคัญกับการพึ่งพากลุ่มเป้าหมายในท้องถิ่น คือ จังหวัดนครราชสีมา แทนที่จะพึ่งพาตลาดจากบุคคลภายนอก รวมทั้งควรให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินค้าในท้องถิ่น เพื่อลดต้นทุนในการจำหน่ายสินค้าและบริการ 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดโดยผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งในส่วนของผู้ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การขอพื้นที่ส่วนหนึ่งขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น รวมทั้งสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Line และ Facebook เป็นต้น เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ 4) ความรู้ ได้แก่ การเข้าร่วมการฝึกอบรม การศึกษาดูงาน การศึกษาจากเอกสารและข้อมูลด้านการตลาดให้มากขึ้น และการประยุกต์ข้อมูลที่มีอยู่เพื่อให้บริการด้านการท่องเที่ยว และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การแสดงราคา การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งในส่วนของราคาค่าเข้าชมค่ากิจกรรม ค่าสถานที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของฝากและของที่ระลึก และอื่น ๆ เป็นต้น

3.1.3 ด้านการเงิน พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การสร้างกลุ่มที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีการระดมทุนจากสมาชิกของกลุ่มอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การออกหุ้นเพื่อจำหน่าย และบริหารจัดการใช้เงินทุนหมุนเวียนให้บริการด้านการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การจัดทำระบบการเงิน (บัญชี) อย่างเป็นระบบเพื่อทราบถึงที่มาของค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ และรักษาค่าใช้จ่ายในหมวดหลักที่นักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายเงินออกมา 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การจัดเก็บเงินทุนสำรองส่วนหนึ่งไว้สำหรับใช้ในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนโดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในส่วนกลาง เช่น ค่าสาธารณูปโภค ค่าโครงสร้างพื้นฐาน และอื่น ๆ เป็นต้น 4) ความรู้ ได้แก่ การศึกษาข้อมูลทางการเงินหรือเข้าฝึกอบรมข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้อง เช่น การคิดต้นทุน การบันทึกบัญชี และการตั้งราคาขาย เป็นต้น ตลอดจนการสร้างองค์ความรู้ในการเพิ่มรายได้ และลดค่าใช้จ่าย รวมทั้งการจัดสรรผลกำไรแก่ชุมชน และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การศึกษาข้อมูลทางการเงินหรือเข้าฝึกอบรมข้อมูลทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับกลุ่ม เช่น การคิดต้นทุน การบันทึกบัญชี และการตั้งราคาขาย เป็นต้น รวมถึงเปิดเผยข้อมูลทางการเงินแก่ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3.1.4 ด้านบุคลากร พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การใช้ทรัพยากรบุคคลในท้องถิ่นให้พอเหมาะหรือเหมาะสมกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การกำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของภาคีในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การกำหนดหลักเกณฑ์ และกฎระเบียบของภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน รวมทั้งเตรียมการสำรองบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนไว้อย่างเหมาะสม 4) ความรู้ ได้แก่ การสร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มากขึ้นกว่าเดิม รวมถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในชุมชน และการพัฒนาแสวงหาองค์ความรู้ใหม่ ๆ อย่างสม่ำเสมอ และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การสร้างขวัญ กำลังใจ ความพึงพอใจ และแรงจูงใจชุมชน รวมทั้งมีการรายงานผลการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3.1.5 การบริหาร พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายและทิศทางของชุมชนให้มีความเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงการทบทวนเป้าหมายและทิศทางของการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การกำหนดแผนงาน โครงการ และกิจกรรมของกลุ่มให้สอดคล้องกับความสามารถในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่วางเป้าหมายไว้อย่างเป็นรูปธรรม 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การทบทวน และการประเมินผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนของท้องถิ่น และประเมินผลการดำเนินงานด้านการ

ท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) ความรู้ ได้แก่ การนำองค์ความรู้มาปรับปรุงการบริหารงานด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน การแก้ไขปัญหาการปรับปรุง และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การบริหารงานกลุ่มด้วยการใช้หลักคุณธรรม และจริยธรรมต่อทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

3.2 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เมื่อพิจารณาจากองค์ประกอบที่เป็นพื้นฐานหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สำเร็จมีดังต่อไปนี้

3.2.1 ทักษะจิตของคนในชุมชน พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การปรับทัศนคติของคนในชุมชนให้เรียนรู้ในการให้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยความพอดี ที่ไม่น้อยเกินไป และไม่มากเกินไปรวมถึงการไม่เบียดเบียนเวลาของตนเอง และผู้อื่น 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การสร้างค่านิยมให้กับคนในชุมชนให้ร่วมมือกันในการให้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตลอดจนคำนึงถึงผลที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการกระทำนั้น ๆ อย่างรอบคอบ 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การสร้างอุดมการณ์ร่วมของชุมชนหรือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกันอย่างเป็นรูปธรรมในการพัฒนาทัศนคติที่ดีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4) ความรู้ ได้แก่ การพัฒนาคนในชุมชนให้มีความรู้ด้านทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่องเป็นประจำ และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การพัฒนาคนในชุมชนให้มีทัศนคติที่ดีในเรื่องคุณธรรมในการให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ รวมถึงคุณธรรมที่เกิดขึ้นภายในชุมชน

3.2.2 สิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว) พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชนให้มีความเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวโดยไม่มากเกินไปและไม่มากเกินไป 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีความสอดคล้องกับวิถีการดำรงชีวิตของคนในหมู่บ้านและสามารถถ่ายทอดวิถีชีวิตให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นปกติ 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การสร้างความพร้อมในการรองรับความต้องการนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ รวมถึงการปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือค้นหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ภายในชุมชนอย่างต่อเนื่อง 4) ความรู้ ได้แก่ การพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน รวมถึงการสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเรียนรู้หรือสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการกับนักท่องเที่ยว และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การสร้างแหล่งท่องเที่ยวที่สะท้อนถึงความซื่อสัตย์สุจริต ความอดทน และความเพียรในการใช้สติปัญญาที่เกิดขึ้นภายในชุมชน และพร้อมถ่ายทอดสู่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาภายในชุมชน

3.2.3 การเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การสร้างและปรับปรุงเส้นทางคมนาคมให้มีคุณภาพที่ดีเพื่อให้กับนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การพัฒนาช่องทางการคมนาคมขนส่งให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวภายในชุมชนได้หลายทาง เช่น รถยนต์ รถไฟ และรถประจำทาง 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การปรับเส้นทางคมนาคมที่เกิดขึ้นใหม่หรือช่องทางรูปแบบใหม่เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้หลายทิศทาง 4) ความรู้ ได้แก่ การจัดทำเส้นทางและรูปแบบการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาองค์ความรู้ด้านเส้นทางท่องเที่ยวได้หลายช่องทาง และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การร่วมมือกับภาคีภายในชุมชนในการคิดค่าขนส่งมีความเหมาะสมกับการเดินทางเมื่อเทียบกับความพึงพอใจที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

3.2.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (ที่พัก/อาหาร/ของฝาก) พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การสร้างแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในชุมชนให้มีความเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การสร้างแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยวภายในชุมชนที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การสร้างความยืดหยุ่นในการให้บริการด้านแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้สามารถปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว 4) ความรู้ ได้แก่ การพัฒนาแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยวให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น อาหารท้องถิ่น เครื่องดื่มท้องถิ่น

ของฝากและของที่ระลึกประจำถิ่น และอื่น ๆ และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การตั้งราคาแหล่งสนับสนุนการท่องเที่ยว เช่น ราคาที่พัก ราคาอาหารและเครื่องดื่ม และราคาของฝากและของที่ระลึก และอื่น ๆ มีความเหมาะสมกับต้นทุนและความต้องการของนักท่องเที่ยว

3.2.5 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ พบว่า 1) หลักความพอประมาณ ได้แก่ การให้ท้องถิ่นได้โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านช่องทางต่าง ๆ ทั้งสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อสังคมออนไลน์ที่หลากหลายอย่างสม่ำเสมอ 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การประเมินผลความสำเร็จของการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนจากบุคคลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมถึงนักท่องเที่ยว 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การให้ท้องถิ่นได้โฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในช่องทางใหม่ ๆ ที่เสียค่าใช้จ่ายในการให้บริการที่ลดลง และสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น 4) ความรู้ ได้แก่ การพัฒนาองค์ความรู้ด้านการจัดทำสื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับท้องถิ่นอย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถจัดทำและเผยแพร่การโฆษณาประชาสัมพันธ์ได้ด้วยตนเอง และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยชุมชนในสิ่งที่ เป็นข้อมูลที่ เป็นจริงตลอดเวลา ไม่มีการเสริมแต่งข้อมูลเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในชุมชน

3.3 แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา ภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เมื่อพิจารณาจากปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน มีดังต่อไปนี้

3.3.1 การสร้างรายได้ของชุมชน (เศรษฐกิจ) พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การจัดการรายได้จากการให้บริการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เกิดขึ้นได้จริงในท้องถิ่นของตนเองอย่างเพียงพอ และเหมาะสมต่อการดำรงชีวิตของคนในชุมชน 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งสนับสนุนการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชนในรูปแบบใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งภาคส่วนต่าง ๆ ภายในชุมชนสามารถได้รับผลประโยชน์กันอย่างถ้วนหน้า 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การให้บริการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นภายในชุมชนนั้น ทุกภาคส่วนของชุมชนสามารถได้รับผลประโยชน์จากการจัดสรรรายได้กันอย่างถ้วนหน้า รวมถึงสนับสนุนให้เกิดองค์การเพื่อกระจายรายได้ภายในชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วม 4) ความรู้ ได้แก่ การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือในการหารายได้ให้กับชุมชนอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การสร้างค่านิยมร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการหารายได้จากการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยความซื่อสัตย์และสุจริตโดยหวังผลการศึกษาของรายได้ในระยะยาวให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

3.3.2 การมีส่วนร่วมของชุมชน (สังคม) พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การให้ภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชนทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การให้ภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชนทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนได้ร่วมกันจัดตั้งองค์การเพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การให้ภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชนได้สร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภายในชุมชน และเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ภายนอกชุมชนเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคต 4) ความรู้ ได้แก่ การให้ภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชนได้เข้ามาเรียนรู้และพัฒนาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างชัดเจน และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในชุมชน และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การให้ภาคส่วนต่าง ๆ ในชุมชนมีค่านิยมร่วมกัน ในการรักษาคุณธรรมเป็นพื้นฐานในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3.3.3 การส่งเสริมคุณค่าของชุมชน (วัฒนธรรม) พบว่า 1) ความพอประมาณ ได้แก่ การส่งเสริมชุมชนในการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมคุณค่าของชุมชนเพื่อสร้างอัตลักษณ์ในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) ความมีเหตุผล ได้แก่ การให้ชุมชนสร้างกฎระเบียบและกติกาภายในชุมชนภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมภายในชุมชนเพื่อให้เกิดการส่งเสริมคุณค่าของชุมชนอย่างชัดเจน 3) การมีภูมิคุ้มกัน ได้แก่ การให้ชุมชนเผยแพร่ต้นแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อรักษามาตรฐานคุณค่าของชุมชนไว้อย่างต่อเนื่อง 4) ความรู้ ได้แก่ การให้ชุมชนได้เรียนรู้

ความสำคัญในเรื่องคุณค่าของชุมชนจากหน่วยงานที่ได้รับความน่าเชื่อถืออย่างชัดเจน และ 5) คุณธรรม ได้แก่ การให้ชุมชนได้รับการปลูกฝังคุณธรรมเพื่อสร้างวัฒนธรรมในการรักษาคุณค่าของชุมชนไว้ให้ยาวนานที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ข้อค้นพบที่สำคัญหลายประการ ได้แก่ ข้อค้นพบด้านอุปสงค์ (Demand) จากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ข้อค้นพบด้านอุปทาน (Supply) จากผู้นำชุมชนที่มีต่อศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน และข้อค้นพบแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจากภาคีที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถอภิปรายผลความสอดคล้องกับนักวิจัยท่านอื่น ๆ ได้ดังนี้

1. ด้านแรงจูงใจ

ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ 1.1) ญัฐินี ทองดี และคณะ (2558) ด้านการนำแรงจูงใจมาใช้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชน 1.2) ชุติรัตน์ จันทร์เชื้อ และคณะ (2557) ด้านการนำแรงจูงใจเข้ามาใช้ในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวและประเมินการรับรู้ ความเข้าใจเนื้อหา และความพอใจต่อการให้บริการของชุมชน 1.3) ศุภลักษณ์ วิริยะสุนทร และวาลิกา โพธิ์หิรัญ (2557) ด้านการใช้แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวมาออกแบบและพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มรดกวัฒนธรรมของชุมชน และ 1.4) เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และอำนาจ รักษาพล (2556) ได้นำประเด็นด้านแรงจูงใจ เข้ามาใช้ในการศึกษาความเหมาะสมของพื้นที่ต่อการรองรับนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบกับชุมชนและเกิดผลประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน

2. ด้านศักยภาพ

ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ 2.1) กฤตดา ธีราทิยกุล และคณะ (2559) ซึ่งพบว่าปัจจัยความสำเร็จในการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นอยู่กับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยเฉพาะด้านการมีช่องทางการตลาดที่หลากหลาย 2.2) พจนา สวนศรี และคณะ (2559) ซึ่งพบว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นตลาดที่มีศักยภาพในกลุ่มคนที่มีความสนใจในการเรียนรู้วิถีและวัฒนธรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อม 2.3) ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ (2558) ที่ได้พัฒนาเครื่องมือวัดศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพชุมชน การจัดทำฐานข้อมูลทรัพยากรชุมชน และการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 2.4) จูติ จูติจำเริญพร และคณะ (2557) ด้านการนำประเด็นด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม มาใช้วัดศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชน

3. ด้านแนวทางการจัดการ

ผลการศึกษามีความสอดคล้องกับการศึกษาของ 3.1) เบญจวรรณ เขียวขาว, วรเชษฐ์ อินทามา และมัลลิกา นาจันทอง (2560) ซึ่งพบว่าองค์ประกอบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สำคัญ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึง และกิจกรรมการท่องเที่ยว 3.2) พจนา สวนศรี และคณะ (2559) ในการนำเรื่องสื่อสังคมออนไลน์และสถาบันการศึกษาเข้ามาใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมการตลาดและแนวทางในการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3.3) พิศาพิมพ์ จันทร์พรหม และโฆษิต ไชยประสิทธิ์ (2558) ด้านการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้วยการใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชน และ 3.4) สวิขญา ศุภอุดมฤกษ์ และคณะ (2558) ที่ได้ให้ความสำคัญกับการนำทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมาเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้

1.1 ผลที่ได้จากการศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่าแรงจูงใจด้านวัฒนธรรมมีส่วนกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา ดังนั้น การที่จะกระตุ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยว

เกิดความต้องการในการเดินทางมาท่องเที่ยว ควรจะต้องคำนึงถึงการสร้างความโดดเด่นของวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่

1.2 ผลที่ได้จากการศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ร้านอาหาร/ที่พัก/ของฝาก) มีศักยภาพต่ำที่สุด ดังนั้น จังหวัดนครราชสีมา ควรมีนโยบายในการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งอาจจะดำเนินการภายใต้ของหลักการส่วนประสมทางการตลาด เช่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ การตั้งราคาสินค้า การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

1.3 ผลที่ได้จากการศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง พบว่าได้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สอดคล้องกับหลักการบริหารจัดการทางธุรกิจ หลักการพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน และหลักการปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ดังนั้น ภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรนำแนวทางต่าง ๆ ไปกำหนดเป็นนโยบายเพื่อนำไปใช้ปฏิบัติในพื้นที่

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครราชสีมาในครั้งนี้ได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการดำเนินการเพียงอย่างเดียว ดังนั้น ในการศึกษาครั้งต่อไปควรมีเครื่องมือในการดำเนินการวิจัยมากขึ้น เช่น แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการจัดเวทีประชุมกลุ่ม หรือแบบสังเกตการณ์ เป็นต้น เพื่อให้ได้รายละเอียดการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

2.2 การศึกษาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนในครั้งนี้ เป็นการศึกษาศักยภาพโดยใช้มุมมองด้านอุปทาน (Supply Side) คือ ผู้นำชุมชน (ผู้ประกอบการท้องถิ่น และผู้บริหารท้องถิ่น) ในพื้นที่ตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาในมุมมองด้านอุปสงค์ (Demand side) เพื่อให้ได้ข้อมูลจากมุมมองทั้งสองด้านอย่างชัดเจนมากขึ้น

2.3 การศึกษาในครั้งนี้ได้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมา โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของภาคีในพื้นที่ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน แต่ยังขาดการนำแนวทางมาใช้ปฏิบัติจริงในพื้นที่ ดังนั้น การศึกษาในครั้งต่อไปควรจะเป็นการศึกษาเพื่อติดตามและประเมินผลความสำเร็จของการใช้แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครราชสีมาภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

รายการอ้างอิง

กฤตดา อีราพิทยกุล และคณะ. (2559). รายงานการวิจัยเรื่องศึกษากรณีที่ประสบความสำเร็จทางการตลาด

ด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุริรัตน์ จันทรเชื้อ และคณะ. (2557). รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

เพื่อการเรียนรู้มรดกวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ฐิติ ฐิติจำเจริญพร และคณะ. (2557). รายงานการวิจัยเรื่องการศึกษาขีดความสามารถ การรองรับของพื้นที่

เพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านแม่กำปอง อ.แม่ออน จ.เชียงใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ณัฐฐินี ทองดี และคณะ. (2558). รายงานการวิจัยเรื่องการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน และกลไก

การจัดการตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง ซี มูล ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- ดวงพร อ่อนหวาน และคณะ. (2558). รายงานการวิจัยเรื่องการขยายผลการพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการจัดการความรู้อย่างมีส่วนร่วม. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : วี.อินเตอร์พรีนซ์.
- บุญใจ ศรีสถิตยารากร. (2550). ระเบียบวิธีการวิจัย : แนวทางปฏิบัติสู่ความสำเร็จ. กรุงเทพฯ : ยูแอนดีไอ อินเตอร์มีเดีย.
- เบญจวรรณ เขียวขาว, วรเชษฐ์ อินทามา และมัลลิกา นาจันทอง. (2560). รายงานการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านโนน อำเภอดำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์. กาฬสินธุ์: มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์.
- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และอำนาจ รักษาพล. (2556). รายงานการวิจัยเรื่องศึกษาขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) การท่องเที่ยวโดยชุมชนของเกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพร. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พจนา สวนศรี และคณะ. (2559). รายงานการวิจัยเรื่องศักยภาพและแนวทางการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในประเทศไทยและกลุ่มประเทศอาเซียน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พจนา สวนศรี และสมภพ ยี่จอหอ. (2556). คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่: สถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน.
- พสุ เดชะรินทร์. (2561). การจัดการยุคใหม่. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พิมพ์ระวี โรจน์รุ่งสัจ. (2553). การท่องเที่ยวชุมชน. กรุงเทพฯ: โอเอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- พิศำพิมพ์ จันทร์พรหม และโฆสิต ไชยประสิทธิ์. (2558). รายงานการวิจัยเรื่องการอนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาและวัฒนธรรม ชุมชนอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ยั่งยืน อำเภอกัลยาณิวัฒนา จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- รุ่งรวี จิตภักดี. (2566). นวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศุภลักษณ์ วิริยะสุนน และ วาฬิกา โพธิ์หิรัญ. (2557). รายงานการวิจัยเรื่องการสร้างแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้มรดกวัฒนธรรมโดยเครือข่ายชุมชนนครชุม อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สรชัย พิศาลบุตร, เสาวรส ใหญ่สว่าง และปรีชา อัศวเดชาบุตร. (2549). การสร้างและประมวลผลข้อมูลจากแบบสอบถาม. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สวิษฐา ศุภอุดมฤกษ์ และคณะ. (2558). รายงานการวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชนในการสร้างช่องทางการสื่อสารทางการตลาด ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในอำเภอมะแม่ง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2550). เศรษฐกิจพอเพียง ร่วมเรียนรู้ สานข่าย ขยายผล. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด (มหาชน).
- Swarbrooke, J. and Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Oxford : Butterworth-Heinemann.