

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชน
กรณีศึกษาบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู
Components of Tourism Destination Influence Community-Based Tourism Demand:
A Case Study of Baan Tad Hai, Tumbon Khok Muang, Amphoe Non Sang,
Chang Wat Nong Bua Lum Phu

นพพรดา มณีสุด^{1*} เมษธาวิณ พลโยธี²

Noppharada Maneesut^{1*} Maythawin Polnyotee²

Corresponding Author's Email: Nopp.m@kku.ac.th, Maytpo@kku.ac.th

(Received: March 27, 2023; Revised: July 2, 2023; Accepted: July 24, 2023)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในจังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งดึงดูด ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) ให้ค่าเฉลี่ยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) ให้ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$) ให้ค่าเฉลี่ยด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.58$) ให้ค่าเฉลี่ยด้านที่พัก ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) ให้ค่าเฉลี่ยด้านการประชาสัมพันธ์ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) และให้ค่าเฉลี่ยด้านการจัดการ ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.70$)

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์ประกอบ ความต้องการ บ้านตาตไฮ

Abstract

This research aimed to study the components of tourism destination influence community-based tourism demand: A case study of Baan Tad Hai, Tumbon Khok Muang, Amphoe Non Sang, Chang Wat Nong Bua Lum Phu. This study is quantitative research that involves questionnaire from 400 tourists who traveled in Nong Bua Lam Phu province. The statistics used for data analysis are percentage, mean, and standard deviation.

The results of this research show that, the external factors influenced the travel needs for tourism destinations that are managed by community found that survey respondents gave the average attraction factor at a high level ($\bar{X} = 4.16$); the average accessibility factor at a high level ($\bar{X} = 3.82$); the average amenity factor at a high level ($\bar{X} = 3.84$); the average activity factor at a highest level is ($\bar{X} = 4.58$); the average accommodation factor at a high level ($\bar{X} = 4.07$); the average advertising factor at a high level ($\bar{X} = 3.66$) and lastly, the average administration factor at a high level ($\bar{X} = 3.70$).

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

² อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการนวัตกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

¹ Master's Student, Master of Business Administration Major Innovative Tourism Management and Commerce, Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

² Lecturer, Master of Business Administration Major Innovative Tourism Management and Commerce, Business Administration and Accountancy, Khon Kaen University

Keywords: community-based tourism, components, demand, Baan Tad Hai

ความเป็นมาของปัญหา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นอีกพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญในประเทศไทย เนื่องจากเป็นดินแดนที่ราบสูง ซึ่งเต็มไปด้วยเรื่องราวประวัติศาสตร์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านทางโบราณคดีมากมายหลายแห่ง เช่น ปราสาทหิน ผาแต้ม พิพิธภัณฑสถานต่างๆ ภาคอีสานมีวัฒนธรรมที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนต่างๆ ในแต่ละท้องถิ่นด้วย ไม่ว่าจะเป็นด้านการแต่งกาย อาหาร รวมไปถึงภาษาที่มีสำเนียงบ่งบอกถึงท้องถิ่นที่ตนอาศัย นอกจากนี้ยังมีธรรมชาติที่สวยงาม ยังมีแม่น้ำสำคัญที่ไหลผ่านภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คือ แม่น้ำชี และแม่น้ำมูล ซึ่งไหลจากบริเวณตะวันตกลงสู่แม่น้ำโขงทางตะวันออกเฉียงใต้ ช่วยสร้างธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และทัศนียภาพที่สวยงามให้กับภาคอีสานมากยิ่งขึ้น อีกทั้งภาคอีสานยังมีเขื่อนสำคัญที่ใช้เพื่อกักเก็บน้ำอยู่เป็นจำนวนมาก เช่น เขื่อนอุบลรัตน์ เขื่อนสิรินธร เขื่อนจุฬาภรณ์ เป็นต้น ซึ่งนับเป็นอีกจุดที่น่าสนใจแก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

จังหวัดหนองบัวลำภู เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย มีพื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูง สภาพจังหวัดหนองบัวลำภูจะถูกโอบล้อมด้วยเทือกเขาภูพานและภูเก้า โดยเทือกเขาภูพานจะเป็นแนวเทือกเขาทอดยาวจากเหนือลงมาได้ ส่วนเทือกเขาภูเก้าอยู่ทางทิศใต้ของจังหวัดหนองบัวลำภู ทำให้จังหวัดหนองบัวลำภู มีลักษณะเป็นวงกลมตรงกลางและเป็นแอ่งที่ราบระหว่างหุบเขา ทำให้จังหวัดหนองบัวลำภูนั้น มีแหล่งท่องเที่ยวมากมาย อาทิ ถ้ำผาเจาะ ถ้ำเขาวัว พิพิธภัณฑสถาน 150 ล้านปี วนอุทยานน้ำตกเต่าไต่ โดยหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ของจังหวัด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู (สำนักงานพัฒนาชุมชนหนองบัวลำภู, 2562)

ชุมชนบ้านตาตไฮ เป็นหมู่บ้านเล็กๆ ที่อยู่ในอำเภอโนนสัง จ.หนองบัวลำภู เริ่มเปิดรับการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เมื่อปี พ.ศ. 2562 และได้รับโล่รางวัลพระราชทานสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี หมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง

อยู่เย็นเป็นสุข ภายในพื้นที่ล้อมรอบไปด้วยบรรยากาศที่อุดมสมบูรณ์ โดยมีอ่างเก็บน้ำที่นักท่องเที่ยวสามารถล่องเรือไปยังอีกฝั่งเพื่อสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ โดยระหว่างล่องเรื่อนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสบรรยากาศที่สดชื่นและใกล้ชิดกับธรรมชาติ ขณะนั่งเรื่อนักท่องเที่ยวจะได้เห็นถึงวิถีชีวิตการหาปลาของชุมชนบ้านตาตไฮด้วย นอกจากนี้ยังมีฐานกิจกรรมการเรียนรู้ต่างๆ มากมายที่จัดขึ้นและดำเนินการโดยชาวบ้านภายในชุมชน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตหรือการใช้ชีวิตของคนในชุมชนอย่างใกล้ชิดมากขึ้นจากชาวบ้านซึ่งเป็นเจ้าของพื้นที่ หลังจากเที่ยวชมจุดน่าสนใจต่างๆ ภายในชุมชนนักท่องเที่ยวยังสามารถผ่อนคลายด้วยบรรยากาศธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์และทัศนียภาพที่สวยงาม โดยทางชุมชนได้จัดเตรียมศาลาพักผ่อนอย่างเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว (สำนักงานพัฒนาชุมชนหนองบัวลำภู, 2562)

ถึงแม้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านตาตไฮจะมีศักยภาพทางแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมสมบูรณ์ แต่อย่างไรก็ตามยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย อีกทั้งสถานการณ์ปัจจุบันของการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาและศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู เพื่อเป็นข้อมูลแนวทางในการวางแผนบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนให้ตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดหนองบัวลำภู ทั้งที่เคยและยังไม่เคยเดินทางไปยังชุมชนบ้านตาตไฮ เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ไม่ทราบตัวเลขที่แน่ชัดของกลุ่มประชากร จึงได้ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Nonprobability procedures) ของ Cochran (1953) โดยได้กำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ดังนั้นสูตรในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยครั้งนี้ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2548) คือ

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

การคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้นอย่างน้อย 384 คน จึงจะมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นเพื่อความสะดวกสำหรับการประเมินผลและวิเคราะห์ผลของข้อมูล ผู้ศึกษาจึงใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งมีรูปแบบคำถามเป็นชนิดคำถามปลายปิด (Close-ended questions) และคำถามปลายเปิด (Open-ended questions) เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม โดยผู้วิจัยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ส่วนที่ 2 องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว (7A) ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) ที่พัก (Accommodation) การประชาสัมพันธ์ (Advertising) และการจัดการ (Administration) จำนวน 35 ข้อ ซึ่งมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนน จำนวน 5 ระดับ โดยพิจารณา

ตามเกณฑ์การประเมินค่า (Rating scale) ดังต่อไปนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความต้องการในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความต้องการในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความต้องการในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความต้องการในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความต้องการในระดับน้อยที่สุด และส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู

3.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การศึกษาริบททั่วไปของพื้นที่ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการสร้างแบบสอบถาม หลังจากนั้นกำหนดหัวข้อในการสร้างแบบสอบถาม โดยมีทั้งคำถามปลายปิดและปลายเปิด เสนอแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ศึกษาวิจัยเป็นผู้ตรวจสอบและแก้ไขตามข้อเสนอแนะ เพื่อพัฒนาแบบสอบถามให้ถูกต้องสมบูรณ์ เพื่อนำแบบสอบถามไปประเมินค่า IOC โดยผ่านผู้เชี่ยวชาญอย่างน้อย 3 ท่าน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ตรงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ 40 ชุด และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87 ซึ่งมากกว่า 0.70 เป็นค่าที่ยอมรับได้ แล้วนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้เพื่อเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ดังนี้

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิด้วยวิธีการแจกแบบสอบถาม (Questionnaire Survey) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น จำนวน 400 ชุด

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลทั้งหมดที่สอดคล้องกับงานวิจัย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาวิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมประมวลผล (SPSS) ในคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ข้อมูลในมาตราวัดนามบัญญัติ โดยวิเคราะห์สถิติการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และนำเสนอในรูปแบบของตารางพร้อมคำอธิบายผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ซึ่งประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และภูมิลำเนา ซึ่งสามารถสรุปเป็นได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	253	63.25
หญิง	147	36.75
2. อายุ		
ไม่เกิน 20 ปี	96	24
21-30 ปี	158	39.50
31-40 ปี	82	20.50
41-50 ปี	38	9.50
51-60 ปี	26	6.50
61 ปีขึ้นไป	0	0
3. สถานภาพ		
โสด	224	56
สมรส	149	37.25
หย่าร้าง/แยกกันอยู่	27	6.75

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
4. ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษาตอนต้น	6	1.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	30	7.50
อนุปริญญา/ปวส.	170	42.50
ปริญญาตรี	183	45.75
สูงกว่าปริญญาตรี	11	2.75
5. อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	190	47.50
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	121	30.25
พนักงานบริษัท	23	5.75
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	30	7.50
เกษตรกร	4	1
รับจ้างทั่วไป	7	1.75
อาชีพอิสระ	25	6.25
6. รายได้ต่อเดือน		
ไม่เกิน 10,000 บาท	143	35.75
10,001-15,000 บาท	89	22.25
15,001-20,000 บาท	53	13.25
20,001-25,000 บาท	50	12.50
25,001-30,000 บาท	38	9.50
มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป	27	6.75
7. ภูมิลำเนา		
จังหวัดหนองบัวลำภู	167	41.75
มีภูมิลำเนาต่างจังหวัด	233	58.25
รวม	400	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการศึกษาข้อมูล จำแนกตามเพศ พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง โดยเป็นเพศชาย จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.25 เพศหญิง จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.75 ตามลำดับ การศึกษาข้อมูลจำแนกอายุ พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.50 รองลงมา มีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 การศึกษาข้อมูลจำแนกสถานภาพ พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมี

สถานภาพโสด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56 รองลงมา มีสถานภาพสมรส จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 การศึกษาข้อมูลจำแนกตามระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมา มีระดับการศึกษานุปริญญา/ ปวส. จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 42.50 การศึกษาข้อมูล จำแนกตามอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมา มีอาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.25 การศึกษาข้อมูลจำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.75 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,001- 15,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.25 การศึกษา ข้อมูลจำแนกตามภูมิลำเนา พบว่า ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยว มีภูมิลำเนาอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมา มีภูมิลำเนาอยู่จังหวัดหนองบัวลำภู จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาข้อมูลองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 7 ด้าน ดังนี้ ระดับความคิดเห็นในด้านสิ่งดึงดูด ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ด้านที่พัก ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการจัดการ ซึ่งจากข้อมูลที่ได้สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปได้โดยการพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งสามารถสรุปดังตารางที่ 2-8

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบ ด้านสิ่งดึงดูด

สิ่งดึงดูด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. ความแปลกใหม่และหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	4.73	0.445	มากที่สุด

ตารางที่ 2 (ต่อ)

สิ่งดึงดูด	\bar{X}	S.D.	แปลผล
2. ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	4.58	0.494	มากที่สุด
3. ความน่าสนใจของเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และประเพณี	4.33	0.558	มาก
4. ความสวยงามและอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ	3.73	0.535	มาก
5. การต้อนรับที่อบอุ่นจากคนภายในท้องถิ่น	3.45	0.586	ปานกลาง
รวม	4.16	0.524	มาก

จากตารางที่ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งดึงดูดในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$, S.D.= 0.524) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือความแปลกใหม่และหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.73$, S.D.= 0.445) รองลงมาคือ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.494) ความน่าสนใจของเอกลักษณ์ วัฒนธรรม และประเพณี ($\bar{X} = 4.33$, S.D.= 0.558) ความสวยงามและอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.73$, S.D.= 0.535) และการต้อนรับที่อบอุ่นจากคนภายในท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.45$, S.D.= 0.586) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ	4.86	0.467	มากที่สุด
2. รถโดยสารสาธารณะมีความทันสมัยและปลอดภัย	3.87	0.754	มาก
3. มีป้ายแสดงที่ตั้ง/ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	3.55	0.651	มาก
4. มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	3.54	0.499	มาก

ตารางที่ 3 (ต่อ)

การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
5. มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก ปลอดภัย ไม่ซับซ้อน	3.27	0.446	ปานกลาง
รวม	3.82	0.563	มาก

จากตารางที่ 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในระดับมาก โดยที่ ($\bar{X} = 3.82$, S.D.= 0.563) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ($\bar{X} = 4.86$, S.D.= 0.467) รองลงมาคือรถโดยสารสาธารณะมีความทันสมัยและปลอดภัย ($\bar{X} = 3.87$, S.D.= 0.754) มีป้ายแสดงที่ตั้ง/ป้ายบอกเส้นทางในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 3.55$, S.D.= 0.651) มีรถโดยสารสาธารณะให้บริการอย่างสม่ำเสมอ ($\bar{X} = 3.54$, S.D.= 0.499) มีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก ปลอดภัย ไม่ซับซ้อน ($\bar{X} = 3.27$, S.D.= 0.446) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นระเบียบและมีความสะอาด	4.17	0.623	มาก
2. มีป้ายสื่อความหมาย และสัญลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน	3.95	0.829	มาก
3. มีการบริการของร้านค้า อาหาร และเครื่องดื่มที่ถูกสุขอนามัย	3.73	0.450	มาก
4. มีระบบสาธารณูปโภค (ห้องน้ำ душลักษณะ ไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ฯลฯ) เพียงพอต่อความต้องการ	3.70	0.715	มาก
5. สิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับผู้พิการ เด็ก และ ผู้สูงอายุ	3.64	0.480	มาก
รวม	3.84	0.619	มาก

จากตารางที่ 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับมาก โดยที่ ($\bar{X} = 3.84$, S.D.= 0.619) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นระเบียบและมีความสะอาด ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 0.623) รองลงมาคือมีป้ายสื่อความหมาย และสัญลักษณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.95$, S.D.= 0.829) มีการบริการของร้านค้า อาหาร และเครื่องดื่มที่ถูกสุขอนามัย ($\bar{X} = 3.73$, S.D.= 0.450) มีระบบสาธารณูปโภค (ห้องน้ำ душลักษณะ ไฟฟ้า ประปา สัญญาณโทรศัพท์ ฯลฯ) เพียงพอต่อความต้องการ ($\bar{X} = 3.70$, S.D.= 0.715) และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เด็ก และผู้สูงอายุ ($\bar{X} = 3.64$, S.D.= 0.480) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบ ด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

กิจกรรมทางการท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย อาทิ กิจกรรมเรียนรู้ การทำขนม กิจกรรมล่องเรือ	4.91	0.283	มากที่สุด
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถมอบประสบการณ์ที่ดี	4.86	0.467	มากที่สุด
3. มีการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับสถานที่ท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.69	0.729	มากที่สุด
4. ผู้ดำเนินกิจกรรมมีองค์ความรู้และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี	4.29	0.494	มาก
5. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	4.17	0.661	มาก
รวม	4.58	0.527	มากที่สุด

จากตารางที่ 5 การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด โดยที่

($\bar{X} = 4.58$, S.D.= 0.527) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย อาทิ กิจกรรมเรียนรู้การทำขนม กิจกรรมล่องเรือ ($\bar{X} = 4.91$, S.D.= 0.283) รองลงมาคือกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนสามารถมอบประสบการณ์ที่ดี ($\bar{X} = 4.86$, S.D.= 0.467) มีการจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับสถานที่ท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X} = 4.69$, S.D.= 0.729) ผู้ดำเนินกิจกรรมมีองค์ความรู้และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.29$, S.D.= 0.494) และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.17$, S.D.= 0.661) ตามลำดับ

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบ ด้านที่พัก

ที่พัก	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. บริเวณที่พักมีความสะอาดและสวยงาม	4.69	0.464	มากที่สุด
2. มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน	4.27	0.446	มาก
3. ไม่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยว	4.18	0.492	มาก
4. มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมประเพณี	3.81	0.778	มาก
5. มีการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความทันสมัย	3.41	0.503	ปานกลาง
รวม	4.07	0.537	มาก

จากตารางที่ 6 การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านที่พัก ที่ส่งผลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านที่พัก ในระดับมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 4.07$, S.D.= 0.537) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือบริเวณที่พักมีความสะอาดและสวยงาม ($\bar{X} = 4.69$, S.D.= 0.464) รองลงมาคือมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= 0.446) ไม่ห่างไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.18$, S.D.= 0.492) มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าทางวัฒนธรรมประเพณี ($\bar{X} = 3.81$, S.D.= 0.778) และมีการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความทันสมัย ($\bar{X} = 3.41$, S.D.= 0.503) ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์

การประชาสัมพันธ์	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook เว็บไซต์)	4.27	0.446	มาก
2. เนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน	4.23	0.421	มาก
3. รูปภาพในการประชาสัมพันธ์ที่สวยงาม	3.40	0.495	ปานกลาง
4. ช่วงระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม	3.33	0.555	ปานกลาง
5. การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออฟไลน์ (สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์)	3.05	0.895	ปานกลาง
รวม	3.66	0.562	มาก

จากตารางที่ 7 การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการประชาสัมพันธ์ ที่ส่งผลการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านการประชาสัมพันธ์ ในระดับมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 3.66$, S.D.= 0.562) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook, เว็บไซต์) ($\bar{X} = 4.27$, S.D.= 0.446) รองลงมาคือเนื้อหาในการประชาสัมพันธ์ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.23$, S.D.= 0.421) รูปภาพในการประชาสัมพันธ์ที่สวยงาม ($\bar{X} = 3.40$, S.D.= 0.495) ช่วงระยะเวลาในการประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสม ($\bar{X} = 3.33$, S.D.= 0.555) และการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออฟไลน์ (สื่อสิ่งพิมพ์ ป้ายประชาสัมพันธ์) ($\bar{X} = 3.05$, S.D.= 0.895) ตามลำดับ

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จำแนกตามองค์ประกอบ ด้านการจัดการ

การจัดการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1. มีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลความรู้ด้านการท่องเที่ยว	4.60	0.497	มากที่สุด
2. ระบบการจัดเก็บรายได้โปร่งใสและเป็นธรรม	3.86	0.632	มาก

ตารางที่ 8 (ต่อ)

การจัดการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
3. มีการจัดการความปลอดภัยของทรัพย์สินและชีวิตของนักท่องเที่ยว	3.79	0.954	มาก
4. มีการรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน	3.16	0.899	ปานกลาง
5. ท่านได้เข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว	3.07	0.870	ปานกลาง
รวม	3.70	0.770	มาก

จากตารางที่ 8 การวิเคราะห์องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวด้านการจัดการ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านการจัดการ ในระดับมากที่สุด โดยที่ ($\bar{X} = 3.70$, S.D.= 0.770) เมื่อพิจารณาโดยละเอียดพบว่าข้อที่ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลความรู้ด้านการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.60$, S.D.= 0.497) รองลงมาคือ มีระบบการจัดเก็บรายได้โปร่งใสและเป็นธรรม ($\bar{X} = 3.86$, S.D.= 0.632) มีการจัดการความปลอดภัยของทรัพย์สินและชีวิตของนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.79$, S.D.= 0.954) มีการรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{X} = 3.16$, S.D.= 0.899) และการเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของการจัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.07$, S.D.= 0.870) ตามลำดับ

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู

จากผลการศึกษาข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน กรณีศึกษาบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู พบว่าส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชนของบ้านตาตไฮ โดยนักท่องเที่ยวให้เหตุผลว่าแหล่งท่องเที่ยวมีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ แหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมมีความหลากหลาย นอกจากนี้แล้ว นักท่องเที่ยวยังมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่อยากให้แหล่งท่องเที่ยวพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวคือ อยากรู้ให้แหล่ง

ท่องเที่ยวเน้นกิจกรรมที่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ อยากรู้ให้มีการเรียนรู้วิถีชีวิตการทำอาหารพื้นถิ่นของชุมชน อยากรู้ให้มีการรวมทางเกษตร เช่น เก็บพืชผักมาแปรรูป อยากรู้ให้มีการเดิน/ตั้งแคมป์เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตธรรมชาติ เป็นต้น

อภิปรายผล

จากการศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยสอดคล้องกับวรภัทร์ ธรรมเกรียงไกร และ ณัฐพล อัสสระรัตน์ (2562) อธิบายไว้ว่าแรงจูงใจการท่องเที่ยวปัจจัยดึง (Pull factors) จะถูกแบ่งออกเป็น แรงดึงดูดของความจำเพาะของสถานที่ท่องเที่ยว แรงดึงดูดของสภาพแวดล้อมและอากาศ แรงดึงดูดของความเหมาะสมในการท่องเที่ยว แรงดึงดูดของความน่าสนใจของประวัติศาสตร์ แรงดึงดูดของแหล่งซื้อสินค้า และกิจกรรม และแรงดึงดูดของความสะดวกสบายในการเดินทาง ซึ่งพบว่า

ผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว (Activity) ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ค่าเฉลี่ยในกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนใจ จันทร์หมื่น (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบ การท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณา เป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ความเหมาะสมและความปลอดภัยของกิจกรรมการท่องเที่ยว ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การตกบาตรตอนเช้า การปั่นจักรยานชมเมือง การร่วมงานทานขันโตกตอนค่ำ เป็นต้น

ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งดึงดูด (Attraction) ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ค่าเฉลี่ยในความแปลกใหม่และหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัททัย มุขดีสุทธรวัฒน์ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า

ความคาดหวังด้านสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์อยู่ในระดับมาก ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเดินทางท่องเที่ยว

ค่าเฉลี่ยด้านที่พัก (Accommodation) ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับบริเวณที่พักมีความสะอาดและสวยงามมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วารุณี คำกระโทก (2558) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริการด้านที่พักเพื่อการท่องเที่ยว ของจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อการบริการด้านที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา มีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการให้ความมั่นใจแก่ลูกค้า มีความคาดหวังสูงสุดเป็นอันดับแรก

ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ค่าเฉลี่ยในการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นระเบียบและมีความสะอาดมากที่สุด ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนใจ จันทร์หมื่น (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุด คือ การให้บริการห้องน้ำ – ห้องสุขาในแหล่งท่องเที่ยว ที่จอดรถ มีความเพียงพอกับความต้องการแก่นักท่องเที่ยว

ค่าเฉลี่ยด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ค่าเฉลี่ยในการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตือนใจ จันทร์หมื่น (2562) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน พบว่า ด้านคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีความสำคัญมากที่สุด คือมีป้ายทางหลวงบอกทางอย่างชัดเจน สภาพถนนมีมาตรฐาน สามารถรองรับยานพาหนะของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ เส้นทางถนนเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวมี

ความสะอาดและมีไฟส่องสว่าง มีระบบการขนส่งที่ให้บริการอย่างสม่ำเสมอและเพียงพอ

ค่าเฉลี่ยด้านการจัดการ (Administration) ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ค่าเฉลี่ยเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลความรู้ด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัตริส อินกล้า (2557) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความคาดหวังในการขอรับบริการที่รวดเร็วและตรงความต้องการ รวมถึงการรับฟัง อย่างตั้งใจจะสามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวต่างชาติได้อย่างถูกต้องและตอบสนองกับความคาดหวัง

ค่าเฉลี่ยด้านการประชาสัมพันธ์ (Advertising) ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อผู้ตอบแบบสอบถามได้ให้ค่าเฉลี่ยในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ (Facebook เว็บไซต์) มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กันตภณ แก้วสง่า, บุษบา สุธีธร และ อภิขญา อยู่ในธรรม (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม พบว่า นักท่องเที่ยวใช้เฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านแฟนเพจการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เนื่องจากสะดวกสบายและส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กเป็นปกติอยู่แล้ว

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยด้วยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษาองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน กรณีศึกษาบ้านตาตไฮ ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู จากการแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างโดยได้สะท้อนให้เห็นว่า ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งดึงดูด ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือความแปลกใหม่และหลากหลายของกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือการต้อนรับที่อบอุ่นจากคนภายในท้องถิ่น ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ และ

ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือมีเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย สะดวก ปลอดภัย ไม่ซับซ้อน ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถาม ให้ค่าเฉลี่ยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เป็นระเบียบและมีความสะอาด และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ เด็กและผู้สูงอายุ ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ในระดับมากที่สุด โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย อาทิ กิจกรรมเรียนรู้การทำขนม กิจกรรมล่องเรือ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวมีการคำนึงถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านที่พัก ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือบริเวณที่พักมีความสะอาดและสวยงาม และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือมีการบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความทันสมัย ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านการประชาสัมพันธ์ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออฟไลน์ ในภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ค่าเฉลี่ยด้านการจัดการ ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือมีเจ้าหน้าที่คอยให้ข้อมูลความรู้ด้านการท่องเที่ยว และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือมีการรับฟังข้อเสนอแนะจากนักท่องเที่ยวเพื่อนำไปปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. สามารถนำผลการศึกษาในแต่ละองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนไปปรับใช้ในการวางแผนการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. สามารถนำผลการศึกษารวมองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความต้องการเดินทางท่องเที่ยวโดยชุมชนไปสร้างแผนพัฒนาขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ในด้านต่างๆ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเรื่องการสร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นให้กับชุมชนบ้านตาตไฮ เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น
2. ควรมีการศึกษาชุมชนใกล้เคียง เพื่อกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนในการสร้างโปรแกรมการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- กันตภณ แก้วสง่า, บุษบา สุธีธร และ อภิขญา อยู่ในธรรม. (2563). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 15(2), 14-28.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). ภาคตะวันออก เชียงเหนือ ประเทศไทย. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/Destinations/ภาคตะวันออก เชียงเหนือ/5>
- ณทัย มุขดีสุทนต์วัฒน์. (2564). ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/5086/1>
- เดือนใจ จันทร์หมื่น. (2562). การศึกษาองค์ประกอบการท่องเที่ยว 5A'S ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อำเภอเมือง จังหวัดน่าน. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://mmm.ru.ac.th>
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: วี อินเทอร์เน็ต.
- รติรส อินกล้า. (2557). คุณภาพการบริการของศูนย์บริการข่าวสารการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ณ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 10(1), 59-71

- วรภัทร์ ธรรมเกรียงไกร และณัฐพล อัสสระรัตน์. (2562). อิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวต่อพฤติกรรมการแบ่งปันข้อมูลและประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านสมาร์ตโฟนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย. *จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์*, 42(164), 1-29.
- วารุณี ดำกระโทก. (2558). *แนวทางการเพิ่มศักยภาพการบริการด้านที่พักเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดนครราชสีมา* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ). สืบค้นจาก <https://repository.nida.ac.th/>
- สำนักงานพัฒนาชุมชนหนองบัวลำภู. (2562). *พิธีเปิดป้ายโครงการพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง มั่นคง ยั่งยืน เฉลิมพระเกียรติเนื่องในโอกาสมหามงคลพระราชพิธีบรมราชาภิเษกและหมู่บ้าน OTOP* เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประเพณีวัฒนธรรม "OTOP Village" บ้านตาดไฮ หมู่ 5 ตำบลโคกม่วง อำเภอโนนสัง จังหวัดหนองบัวลำภู. สืบค้นจาก <https://nongbua.cdd.go.th>
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.