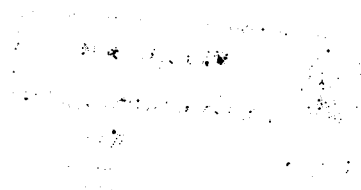


**รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา:
บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์**

นางสาวสุนิสา มามาก

นางสาวสุนิสา มามาก



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

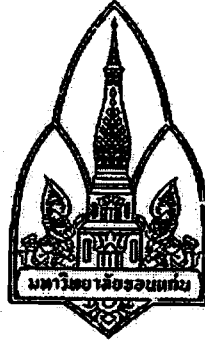
พ.ศ. 2554

**HOMESTAY MANAGEMENT MODEL: A STUDY IN
BAN AR-LUEHOMESTAY, RONGTHAP DISTRICT,
SURIN PROVINCE, THAILAND**

MISS SUNISA MAMAK

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION
IN TOURISM MANAGEMENT
GRADUATE SCHOOL KHON KAEN UNIVERSITY**

2011



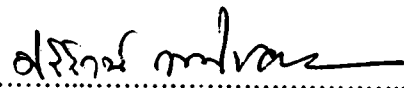
ใบรับรองวิทยานิพนธ์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
หลักสูตร
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว

ชื่อวิทยานิพนธ์: รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา:
บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

ชื่อผู้ทำวิทยานิพนธ์: นางสาวสุนิสา มามาก

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์	ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล	ประธานกรรมการ
	รศ.ดร. นิตินล ภูตะโชติ	กรรมการ
	ดร. ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา	กรรมการ

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:



อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร. ศิริรักษ์ ขาวไชยมหา)



(รองศาสตราจารย์ ดร. ลำปาง แมนมადย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



(รองศาสตราจารย์ มันทนา สามารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยขอนแก่น

สุนิสา มามาก. 2554. รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: คร. ศิริรักษ์ ชาวไชยมหา

บทคัดย่อ

บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ได้ผ่านการประเมินเกณฑ์มาตรฐานโฮมสเตย์ ปี พ.ศ. 2552 มีคะแนนเกณฑ์มาตรฐานอันดับที่ 6 ของประเทศไทยและอันดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการปัจจุบันของบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามกับผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ 13 คน และนักท่องเที่ยว 67 คน รวมถึงวิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการจัดทำแบบสัมภาษณ์กับประชาชนที่อาศัยอยู่ในบ้านอาลีโฮมสเตย์ 253 คน และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา หาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการใช้สถิติเชิงอนุมาน

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านที่พัก ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย และด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านส่งเสริมการตลาด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และสิ่งที่จะช่วยสนับสนุนส่งเสริมเพื่อเพิ่มศักยภาพโฮมสเตย์ ได้แก่ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการใช้มะเกลือย้อมสีผ้าไหม การมีภาษาท้องถิ่น (ภาษาภูย) การแต่งกาย (แบบชาวภูยโบราณ) กิจกรรมท่องเที่ยว การใช้ภาษาอังกฤษนำเที่ยว

Sunisa Mamak. 2011. Homestay Management Model: A Study in Ban Ar-Lue Homestay, RongThap District, Surin Province, Thailand. Master of Business Administration Thesis in Tourism Management, Graduate School, Khon Kaen University.

Thesis Advisor: Dr. Siriraks Khawchaimaha

ABSTRACT

In 2009, Ban Ar-Lue Homestay, Thailand has been honored to qualify standard homestay as ranked the sixth of the country and the second of the northeastern. Therefore, this research is intended to study current Ar-Lue's homestay management model, the degree of tourists' motivation and satisfaction, problems and obstructs in order to enhance more effective and efficient Homestay Management Model (HMM). The research design firstly, the qualitative research method by structured questions is designed to interview 13 persons of the community leader team and the homestay entrepreneurs, and 67 Ar-Lue's tourists. Resulting from qualitative by contents analysis, secondly the researcher further constructs questionnaires and gather primary data of Ar-Lue inhabitants as to quantify the preceding results, apply both descriptive and inferential statistics: mean, percentile and standard deviation, chi square, t-test and f-test, paired t-test and paired f-test.

As results, Ar-Lue tourists' are highly motivated and satisfied on homestay accommodation, communities' administration, tourism activities and ecologically environments; fairly accepted in food, security and value added and value creation of local products; and less satisfied on marketing promotions. Importantly that there are valuable finding mechanisms which suggest to support and stimulate the Ar-Lue homestay efficiently; which are local and tradition wisdom in using local herbal plants 'ma-krea' in the silk clothes coloration processes, use local tone of voice 'gui', traditional of 'gui' costume, participative tourism activities, and more attractiveness by the tour guides who can communicate English language.

งานวิทยานิพนธ์นี้ขอมอบส่วนดีให้บุพการีและคณาจารย์

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์เป็นอย่างดี ได้ด้วยความช่วยเหลือ และการให้คำปรึกษา แนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา คือ ดร. ศิริรักษ์ ชาวไชยมหา ที่ให้คำแนะนำในทุกขั้นตอนที่ได้จากการศึกษารายวิชาวิทยานิพนธ์ รวมถึงการสนับสนุนและเปิดโอกาสให้ได้รับทุนในการศึกษาการวิจัย การตรวจสอบ แก้วไขข้อบกพร่องต่างๆ ของงานทุกอย่าง รวมทั้งวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ขอขอบคุณคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ให้ทุนสนับสนุนการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการท่องเที่ยว ที่ให้คำแนะนำ และข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณ คุณแสงจันทร์ สัมฤทธิ์รินทร์ และเจ้าหน้าที่งานบริการการศึกษา และเจ้าหน้าที่บุคลากรทุกท่านที่ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ขอขอบคุณ นักศึกษาปริญญาโทคณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยขอนแก่น ทุกท่านที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือ และเป็นกำลังใจในการศึกษาตลอดมา รวมถึงสมาชิกในครอบครัวของข้าพเจ้าทุกท่านที่คอยให้คำแนะนำ และให้กำลังใจในการศึกษาแก่ข้าพเจ้าตลอดมา

สุดท้ายผลอันจะเป็นประโยชน์ ความดีความงามทั้งปวง ที่เกิดขึ้นจากการศึกษา วิทยานิพนธ์นี้ ขอมอบแด่คุณพ่อและคุณแม่ที่เคารพยิ่ง และหากมีข้อบกพร่องด้วยประการใดๆ ผู้วิจัยขอน้อมรับไว้ด้วยความขอบคุณยิ่ง

สุนิสา มามาก

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
คำอุทิศ	ค
กิตติกรรมประกาศ	ง
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพ	ฅ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญ	1
2. วัตถุประสงค์	3
3. ขอบเขตการวิจัย	3
4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
5. คำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
1. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสุรินทร์และข้อมูลของบ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์	6
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	6
3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเคย์	21
4. มาตรฐานบริการท่องเที่ยวโฮมสเคย์ไทย	31
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	43
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	48
7. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพ	52
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	54
9. กรอบแนวคิดการวิจัย	61
10. สมมติฐานงานวิจัย	63

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	65
1. การหาประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	65
2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	67
3. วิธีการสร้างเครื่องมือ	68
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล	69
5. การวิเคราะห์ข้อมูล	69
บทที่ 4 ผลการวิจัยและอภิปรายผล	75
1. ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว	75
2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว	87
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์สำหรับประชาชน ที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์	159
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์	163
5. อภิปรายผล	169
6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการมาตรฐาน บ้านอาลีโฮมสเคย์	170
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	177
1. สรุปผลการวิจัย	177
2. สมมติฐานงานวิจัย	185
3. การวิเคราะห์ผลการวิจัย	187
4. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	189
5. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้วิจัยครั้งต่อไป	190
บรรณานุกรม	191

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก	197
ภาคผนวก ก แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์	199
ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์	209
ภาคผนวก ค แบบสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์	215
ภาคผนวก ง รายชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 13 ราย	221
ภาคผนวก จ รูปภาพหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์	225
ภาคผนวก ฉ เอกสารขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล	231
ประวัติผู้เขียน	237

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	76
ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์	78
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ด้านที่พัก	80
ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ด้านอาหาร	81
ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย	82
ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ	83
ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	84
ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม	85
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวด้านมูลค่าเพิ่ม	86
ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด	87
ตารางที่ 4.11 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยว	88
ตารางที่ 4.12 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยว	90
ตารางที่ 4.13 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับความพึงพอใจ ในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว	92

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.14 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจ ในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว	94
ตารางที่ 4.15 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว	98
ตารางที่ 4.16 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจ ในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว	102
ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับอายุที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	106
ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสถานภาพที่มีผลต่อความ พึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	107
ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับการศึกษาที่มีผลต่อความ พึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	108
ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	109
ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	110
ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสถานภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	111
ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับการศึกษาที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	112
ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	113
ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	114
ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระดับการศึกษาที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	115

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	116
ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	117
ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	118
ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	119
ตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	120
ตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และสถานภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	121
ตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	122
ตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	123
ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	124
ตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	125
ตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	126
ตารางที่ 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	127
ตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	129
ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	130
ตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพและระดับการศึกษา ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	131
ตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพและอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	132
ตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	133
ตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ	134
ตารางที่ 4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	135
ตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ อาชีพและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	136
ตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	137
ตารางที่ 4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	138
ตารางที่ 4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	139
ตารางที่ 4.51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษา ที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	140
ตารางที่ 4.52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	141

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว	142
ตารางที่ 4.54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	143
ตารางที่ 4.55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	144
ตารางที่ 4.56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและ อาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	145
ตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและ รายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	146
ตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	147
ตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	148
ตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	149
ตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	150
ตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	151
ตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	152
ตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	153
ตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	154

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	155
ตารางที่ 4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	156
ตารางที่ 4.68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	157
ตารางที่ 4.69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	158
ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบ แบบสัมภาษณ์ 253 คน	159
ตารางที่ 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ แบบสัมภาษณ์ จำนวน 13 คน	164

สารบัญภาพ

	หน้า	
ภาพที่ 2.1	แผนที่จังหวัดสุรินทร์	9
ภาพที่ 2.2	แผนที่เส้นทางเข้าหมู่บ้านอาลีโฮมสเคย์	14
ภาพที่ 2.3	วงจรการให้บริการในธุรกิจโฮมสเคย์	31
ภาพที่ 2.4	ตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเคย์ไทย	41
ภาพที่ 2.5	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ	51
ภาพที่ 2.6	กรอบแนวคิดการวิจัย	62
ภาพที่ 5.1	โครงสร้างคณะกรรมการบริหารจัดการบ้านอาลีโฮมสเคย์	179
ภาพที่ 5.2	โมเดลรูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเคย์	186

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญ

สภาพการตลาดการท่องเที่ยวโลกในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและอยู่ในอัตราที่เพิ่มขึ้น จากการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเป็นจำนวนประมาณ 1.5 พันล้านคน และทางทวีปยุโรปจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวทั่วโลกที่นิยมเดินทางไป เยี่ยมเยือนมากที่สุด แต่ส่วนแบ่งทางการตลาดของยุโรปจะลดลง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางเอเชียแปซิฟิกเปิดตัวเพิ่มขึ้นส่งผลทำให้มีนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมเยือนเพิ่มขึ้นและยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเป็นลำดับที่ 2 ของโลกรองจากทวีปยุโรป โดยจะมีนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในทวีปเอเชียประมาณ 397 ล้านคน คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 6.5 ต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวประเทศไทย ได้ตั้งเป้าหมายในปี พ.ศ. 2553 จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณ 20 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551)

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวอันเป็นจุดหมายปลายทาง แห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาเยี่ยมชม จากการคาดการณ์ส่วนแบ่งทางการตลาด การท่องเที่ยวของประเทศไทย มีแนวโน้มสูงขึ้นโดยในปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมประเทศไทยประมาณ 37 ล้านคน เพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 6.9 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2548 และเมื่อปี พ.ศ.2547 มีจำนวน 11,650,703 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2531 ถึง 8,167,745 คน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.46 จากปี พ.ศ.2546 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547) และการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ยึดหลักการจัดการตามหลักเศรษฐกิจเป็นสำคัญ โดยหาพื้นที่ที่มีจุดขายด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมมารองรับ หากแหล่งท่องเที่ยวใดเสื่อมสภาพก็หันไปบุกเบิกแหล่งท่องเที่ยวใหม่เรื่อยไป สะท้อนให้เห็นรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวที่มีได้คำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสังคม สิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น หากมีการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมแล้ว จะเป็นการกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง นอกจากนั้นยังทำให้คนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงคุณค่าของทรัพยากรและวัฒนธรรมในท้องถิ่นของตน อนึ่งการที่ชุมชนในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นคนนั้น สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลปัจจุบัน ที่มุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้า ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีความเข้มแข็ง ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาประเทศให้ยั่งยืน อันเป็นหลักประกันที่จะให้การพัฒนาประเทศมีทิศทางที่ถูกต้อง เป็นไปตามความต้องการ

ของคนในท้องถิ่นนั้นๆ และจากสถานการณ์ในปัจจุบันที่รัฐบาลมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างมีระบบ และให้ความสำคัญกับท้องถิ่น ทำให้ชุมชนมีอำนาจและมีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นให้ท้องถิ่นสามารถพึ่งตนเองได้

ซึ่งในปี พ.ศ.2546 สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เริ่มมีบทบาทในการจัดทำมาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวมาตรฐาน โสมสเคย์ไทย ถูกริเริ่มดำเนินการตรวจประเมิน และให้การรับรองมาตรฐาน โสมสเคย์ไทยเป็นประจำทุกปี และโสมสเคย์ในประเทศไทยที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน ตั้งแต่ปี พ.ศ.2547 จนถึงปัจจุบันมีจำนวนโสมสเคย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐานทั้งสิ้น 115 แห่งทั่วประเทศ พร้อมมอบป้ายสัญลักษณ์มาตรฐานโสมสเคย์ไทยที่ติดป้ายไว้สามารถเห็นได้ชัดเจน ซึ่งมีกรอบระยะเวลาการดำรงอยู่ของมาตรฐานคราวละ 3 ปี หลังจากนั้นจะถูกประเมินมาตรฐานใหม่ ภายใต้กรอบคำจำกัดความของมาตรฐานโสมสเคย์ไทย หรือที่ทักสัมพันธ์วัฒนธรรมชนบทมาตรฐานไทยที่ว่า บ้านที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีประชาชนในชุมชนเป็นเจ้าของ และเจ้าของบ้าน หรือสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่เป็นประจำ หรือใช้ชีวิตประจำวันอยู่ในบ้านดังกล่าว โดยบ้านดังกล่าวนี้จะต้องมีความพร้อมในการเป็นโสมสเคย์และยอมรับคุณสมบัติ 6 ประการ อันประกอบด้วย 1) เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโสมสเคย์เป็นเพียงรายได้เสริมนอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น 2) มีห้องพัก หรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือ และไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้ 3) นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในชายคาเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่ โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน 4) สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาค้างพักแรมในชายคาเดียวกับเจ้าของบ้าน พร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว 5) เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโสมสเคย์เป็นอย่างดี 6) บ้านนั้นต้องเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ที่ร่วมกันจัดการโสมสเคย์ของชุมชนนั้น (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2551)

ซึ่งตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพโสมสเคย์ไทยนั้น ได้มีข้อกำหนดปลีกย่อยอีกหลายข้อหลายขั้นตอน ในที่นี้ผู้วิจัยจึงขอยกตัวอย่างข้อกำหนดตามกรอบกำหนดที่ระบุไว้เบื้องต้น เป็นต้น จากการสำรวจความนิยมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวโสมสเคย์ไทย ปี พ.ศ.2552 โสมสเคย์บ้านเกาะพิทักษ์ จังหวัดชุมพร ซึ่งได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวอันดับหนึ่ง 2 ปีซ้อนทั้งปี พ.ศ.2551 ด้วย อันดับที่สองหมู่บ้านโสมสเคย์บ้านภู จังหวัดมุกดาหาร โสมสเคย์เกาะเกิด จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โสมสเคย์ชมรมส่งเสริมการท่องเที่ยวภูเก้าสิงห์ จังหวัดร้อยเอ็ด โสมสเคย์หมู่บ้าน

วัฒนธรรมผู้ไทย โคนโก่ง จังหวัดกาฬสินธุ์ ฯลฯ ตามลำดับ ส่วนการตรวจประเมินให้คะแนนเกณฑ์มาตรฐานเพื่อมอบป้ายตราสัญลักษณ์ประจำปี 2552 ได้จัดลำดับ 10 อันดับโฮม สเตย์ที่ได้คะแนนสูงสุดคือ 1) โฮมสเตย์บ้านสองแคว จังหวัดอุดรธานี 2) แหลมสิงห์โฮมสเตย์ จังหวัดจันทบุรี 3) โฮมสเตย์บ้านท่าขันทอง จังหวัดเชียงราย 4) โฮมสเตย์วัฒนธรรมหมอลำบ้านปลาข้าว จังหวัดอำนาจเจริญ 5) บ้านเบิ่งคงโฮมสเตย์ จังหวัดปราจีนบุรี 6) บ้านอาลีโฮมสเตย์ จังหวัด สุรินทร์ 7) โฮมสเตย์บ้านริมคลอง จังหวัดสมุทรสงคราม 8) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตลาดน้ำท่ากาจังหวัดสมุทรสงคราม 9) โฮมสเตย์บ้านภู จังหวัดมุกดาหารและ 10) โฮมสเตย์บ้านสีกายเหนือ จังหวัดหนองคาย

บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ เป็นโฮมสเตย์ที่อยู่ในจังหวัดที่ผู้วิจัยเกิดและเติบโต จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการศึกษาโฮมสเตย์บ้านอาลีนี้ได้คะแนนเกณฑ์มาตรฐานอันดับที่ 6 ของประเทศไทยและอันดับที่ 2 ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปี พ.ศ.2552 ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาถึงรูปแบบการบริหารจัดการโฮมสเตย์ที่มีความนิยมสูงสุดอันดับต้นๆ ในประเทศไทยรวมถึงมีความโดดเด่นกว่าโฮมสเตย์ที่อื่นๆอย่างไร มีมาตรฐานรูปแบบการบริหารจัดการลักษณะใด มีการรวมกลุ่มแบบใด ชุมชนมีส่วนร่วมมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการอย่างไรบ้าง มีหน่วยงานใดบ้างที่ให้การสนับสนุนจัดกิจกรรมท่องเที่ยวโฮมสเตย์ มีกิจกรรมพิเศษอะไรบ้างที่ดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวนิยมมาท่องเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น ภายใต้คำขวัญที่ว่า “เที่ยวสุรินทร์ สุขรื่นรมย์ ชมงานแสดงช้าง พักค้างที่สำโรงทาบ” จากข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาผู้วิจัยจะได้นำกลับไปบอกกล่าวให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำไปปรับปรุงแก้ไขหาแนวทางพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวภายในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการปัจจุบันของบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
- 2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
- 2.3 เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเพิ่มศักยภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาพื้นที่ หมู่บ้านอาลี หมู่ที่ 4 ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

3.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวของหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ โดยแบ่งได้เป็น 3 กลุ่ม

3.2.1 กลุ่มที่ 1 ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน รวมทั้งสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 253 คน

3.2.2 กลุ่มที่ 2 ผู้นำในชุมชนและผู้ที่มีเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮม สเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 13 คน

3.2.3 กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมประเพณีแบบชาวกูยที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 67 คน

3.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

3.3.1 ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา และสถานภาพที่มีผลต่อรูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

3.3.2 ศึกษาสอบถามข้อมูลความคิดเห็นต่อรูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

3.3.3 ศึกษาปัญหาและอุปสรรครวมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

4. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

4.1 เพื่อทราบถึงรูปแบบการบริหารจัดการปัจจุบันเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ของบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

4.2 เพื่อทราบถึงแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

4.3 เพื่อทราบถึงปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์

4.4 สามารถนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลหรือแนวทางให้เกิดกระบวนการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการโฮมสเตย์ให้กับชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ

5. คำศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

5.1 โฮมสเตย์ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีบ้านพักหรือที่พักคอยบริการให้นักท่องเที่ยวได้เข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้าน และมีการทำกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมต่าง ๆ ร่วมกัน พร้อมทั้งให้ค่าตอบแทนในการท่องเที่ยวที่เหมาะสม

5.2 ศักยภาพโฮมสเตย์ หมายถึง ระดับความรู้ความสามารถในการบริหารจัดการท่องเที่ยว รูปแบบโฮมสเตย์ของกลุ่มชาวบ้าน ที่มีความเข้าใจในการดำเนินงานกิจกรรมท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

5.3 รูปแบบการบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยมีหลักการบริหารจัดการอันประกอบด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น คณะกรรมการผู้รับผิดชอบ ผู้นำท้องถิ่น และหน่วยงานจากภาครัฐและภาคเอกชนที่ร่วมส่งเสริมสนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

5.4 การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการ วิธีการของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นำมาใช้ในบริหารจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพ บรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

5.5 นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวภูบ้านอาลีโฮมสเตย์ โดยมีการพักอาศัยและร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ที่จัดขึ้น

5.6 การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวซึ่งมีความต้องการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมต่างถิ่นและเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ด้วยความความเต็มใจที่มีค่าใช้จ่ายหารายได้

5.7 บ้านอาลี หมายถึง บ้านอาลี หมู่ที่ 4 ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งเป็นหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์ (ชุมชนชาวภู) มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีเรียนรู้การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความเชื่อและพิธีกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ มีความเชี่ยวชาญในการทอผ้าไหม และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์

บทที่ 2

เอกสารและ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้นำเสนอแนวความคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นพื้นฐานคิดในการศึกษาวิจัย โดยเอกสารที่สำคัญได้ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสุรินทร์และข้อมูลบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์
4. มาตรฐานบริการของโฮมสเตย์ไทย
5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
7. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสุรินทร์และข้อมูลของบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสุรินทร์

ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดสุรินทร์ ตั้งอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของประเทศไทย ระหว่างเส้นแวงที่ 103 องศา และ 105 องศาตะวันออก และระหว่างเส้นรุ้งที่ 15 องศา และองศาเหนือ ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 450 กิโลเมตรมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับจังหวัดร้อยเอ็ดและจังหวัดมหาสารคาม
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับจังหวัดศรีสะเกษ
ทิศใต้	ติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับจังหวัดบุรีรัมย์

ลักษณะภูมิประเทศ

จังหวัดสุรินทร์มีเนื้อที่ประมาณ 8,124 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 5,077,535 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 4.8 ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือทั้งหมด ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปมีลักษณะดังนี้คือบริเวณซึ่งติดต่อกับราชอาณาจักรกัมพูชา มีป่าทึบและภูเขาสลับซับซ้อน ถัดจากบริเวณภูเขา

จะเป็นที่ราบสูงลุ่มๆ คอนๆ ลักษณะลูกคลื่นลอนลาดบริเวณตอนกลาง ของจังหวัด จะเป็นที่ราบลุ่ม เป็นส่วนใหญ่ มีที่ราบสูงอยู่บางตอน ด้านเหนือของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำไหลผ่าน

ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดสุรินทร์อยู่ในแถบของลมมรสุมเขตร้อน ลักษณะของลมฟ้า อากาศ และปริมาณ น้ำฝน จะขึ้นอยู่กับอิทธิพลของลมมรสุมเป็นสำคัญ ลมมรสุมที่พัดผ่านคือ ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ พัดจากมหาสมุทรอินเดียเข้าสู่บริเวณภาคใต้ ภาคกลาง ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทำให้เกิดฝนตก แต่ จังหวัดสุรินทร์ได้รับปริมาณน้ำฝนจากลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ค่อนข้างน้อย เนื่องจากมีเทือกเขาพนมดงรักกั้นอยู่ ปริมาณน้ำฝนส่วนใหญ่มาจากอิทธิพลของลมพายุในทะเลจีนใต้ ลมมรสุม ตะวันออกเฉียงเหนือ พัดจากแคว้น ไชยบุรีเรีย และทางตอนเหนือของประเทศจีน ทำให้เกิดความหนาว เย็นและความแห้งแล้งโดยทั่วไป โดยเฉพาะจังหวัดสุรินทร์ได้รับผลกระทบค่อนข้างสูงฤดูกาลใน จังหวัดสุรินทร์ มี 3 ฤดูในแต่ละฤดูจะมีช่วงเวลาไม่คงที่แน่นอน ขึ้นอยู่กับปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ และอิทธิพลของลมมรสุมเป็นหลักแต่โดยทั่ว ๆ ไปพอสรุปได้ดังนี้

- ฤดูร้อน อยู่ระหว่างช่วงเดือน กุมภาพันธ์ หรือมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม อากาศร้อน อบอ้าว และร้อนจัดมากในบางช่วงส่งผลให้เกิดความแห้งแล้งโดยทั่วไป

- ฤดูฝน อยู่ระหว่างเดือนพฤษภาคม หรือมิถุนายน ถึงเดือนตุลาคม ปริมาณน้ำฝนไม่แน่นอน บางปีมาก บางปีน้อย ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของลมมรสุมและลมพายุดีเปรสชันในทะเลจีนใต้

- ฤดูหนาว อยู่ระหว่างช่วงเดือนตุลาคม หรือพฤศจิกายน ถึงเดือนมกราคม ความหนาว เย็นในแต่ละปี ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และร่องความกดอากาศต่ำจาก ประเทศจีน

การปกครอง

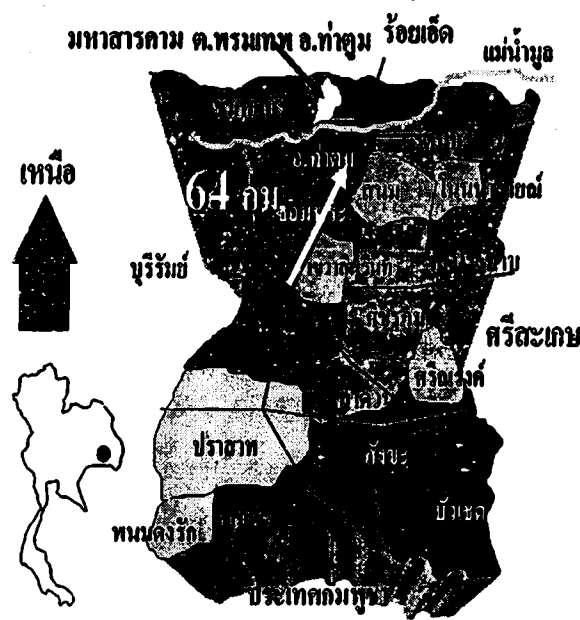
1. การปกครองส่วนภูมิภาค จังหวัดสุรินทร์แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 14 อำเภอ 3 กิ่งอำเภอ 158 ตำบล 2,098 หมู่บ้าน

- | | |
|-----------------------|------------------------|
| 1. อำเภอเมืองสุรินทร์ | 9. อำเภอปราสาท |
| 2. อำเภอสนม | 10. อำเภอสังขะ |
| 3. อำเภอศีขรภูมิ | 11. อำเภอบัวเชด |
| 4. อำเภอรัตนบุรี | 12. อำเภอลำดวน |
| 5. อำเภอท่าตูม | 13. อำเภอเขวาสินรินทร์ |
| 6. อำเภอสำโรงทาบ | 14. อำเภอกาบเชิง |
| 7. อำเภอชุมพลบุรี | 15. กิ่ง อ.พนมดงรัก |
| 8. อำเภอจอมพระ | 16. กิ่ง อ.ศรีณรงค์ |

17. กิ่ง อ. โนนนารายณ์
2. การปกครองส่วนท้องถิ่น จังหวัดสุรินทร์มีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 173 แห่ง ดังนี้

1. องค์การบริหารส่วนจังหวัดสุรินทร์
2. เทศบาลเมืองสุรินทร์
3. เทศบาลตำบล จำนวน 13 แห่ง
4. องค์การบริหารส่วนตำบล จำนวน 158 แห่ง

แผนที่จังหวัดสุรินทร์



ภาพที่ 2.1 แผนที่จังหวัดสุรินทร์

1.2 ข้อมูลทั่วไปของบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ประวัติหมู่บ้าน

บ้านอาลี หมู่ที่ 4 ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2459 ตั้งชื่อตามต้นไม้ชนิดหนึ่งที่เกิดขึ้นใกล้หนองน้ำ โดยมีนายอืด สุขคุ้ม เป็นผู้ก่อตั้งคนแรก อยู่ห่างจากจังหวัดสุรินทร์ประมาณ 60 กิโลเมตร ห่างจากอำเภอสำโรงทาบ 5 กิโลเมตร โดยมีชาวบ้านอพยพมาจากบ้านตะเคียน และบ้านสำโรงทาบ สาเหตุที่อพยพมาเนื่องจากมีโรคระบาด และมีพื้นที่แออัดคับแคบ คราวแรกที่อพยพในครั้งแรก มีจำนวน 9 ครัวเรือนซึ่ง ได้แก่ 1. นายอืด สุขคุ้ม 2. นายขา บุญฤดา 3. นายมา บุญฤกล้า 4. นายเกตุ

ศรัทธาธรรม 5. นายเจ็ก บุญกล้า 6. นายลี บุญกล้า 7. นายเพชร บุญกล้า 8. นายบุญ บุญกล้า 9. นายสิงห์ วิญญ์ ราษฎรส่วนใหญ่พูดภาษาญอ หรือส่วย ร้อยละ 95 มีวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ทอผ้าไหมสวมใส่ด้วยตนเอง ผ้าไหมที่นิยม คือผ้าไหมข้อมมะเกลือ ซึ่งมีความคงทน และหาวัสดุได้เองในท้องถิ่น มีความเชื่อเรื่องภูตผี ปีศาจและมีวัฒนธรรมรำแกลมอประจำท้องถิ่น

วัฒนธรรมและประเพณี

บ้านอาลีสันนิษฐานว่าบรรพบุรุษของชาวบ้านอาลีรวมทั้งชาวสำโรงทาบเป็นชาวกูยอพยพมาจากแขวงจำปาสักตอนใต้ของประเทศลาว อพยพข้ามแม่น้ำโขงมาตั้งชุมชนบริเวณแห่งนี้ โดยหมู่บ้านอาลีนี้เป็นหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ชุมชนชาวไทยกูยได้อนุรักษ์ธรรมเนียมประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น เครื่องมือเครื่องใช้ในการประกอบอาชีพ ความเชื่อและพิธีกรรม โดยมีจิตวิญญาณในความรักและความภูมิใจในถิ่นกำเนิด ได้พัฒนางานหัตถกรรมฝีมือ มีความเชี่ยวชาญในการทอผ้าที่มีลักษณะเฉพาะที่ข้อมผ้าไหมจากมะเกลือ การแขวผ้าไหมของชาวไทยกูย โดยเน้นหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงทำให้เกิดการ พัฒนาตนเองและชุมชนได้อย่างเหมาะสม และยั่งยืน

1.3 ข้อมูลทั่วไป

สภาพทางภูมิศาสตร์

หมู่บ้านตั้งอยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอสำโรงทาบ ระยะทาง 5 กิโลเมตร และห่างจากจังหวัดสุรินทร์ 60 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดกับถนนลาดยางสาย 226 ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
ทิศใต้	ติดกับห้วยลำพอก ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
ทิศตะวันออก	ติดกับบ้านตะเคียนพัฒนา หมู่ที่ 12 ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
ทิศตะวันตก	ติดกับบ้านกุง หมู่ที่ 2 ตำบลสำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

ข้อมูลด้านพื้นที่

หมู่บ้านอาลีมีเนื้อที่ประมาณ 2,059 ไร่ แบ่งออกเป็น

- พื้นที่เพื่อยู่ออาศัย รวม 145 ไร่
- พื้นที่ทำการเกษตร (ทำนา/ทำสวน/ทำไร่) รวม 1,882 ไร่
- พื้นที่สาธารณะ รวม 32 ไร่

ข้อมูลครัวเรือนและประชากร

จำนวนครัวเรือนทั้งหมด 135 ครัวเรือน จำนวนประชากรทั้งหมด 688 คน แยกเป็น
(ฐานข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบลสำโรงทาบ, 2553)

- ชาย 344 คน
- หญิง 344 คน

ข้อมูลด้านการศึกษา

บ้านอาลี เป็นหมู่บ้านขนาดกลาง อยู่ในเขตบริการของโรงเรียนบ้านตะเคียน ตำบล
สำโรงทาบ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

สภาพทางเศรษฐกิจและอาชีพของราษฎร

ลักษณะอาชีพของราษฎรในหมู่บ้าน

- อาชีพเกษตรกรกรรม ทำไร่ ทำนา จำนวน 131 ครัวเรือน
- อาชีพทำงานประจำโรงงาน จำนวน 80 ครัวเรือน
- อาชีพรับราชการ จำนวน 3 ครัวเรือน
- อาชีพประมง จำนวน 21 ครัวเรือน
- อาชีพค้าขาย จำนวน 5 ครัวเรือน

ข้อมูลรายได้ของประชากร

ครัวเรือนที่มีรายได้สูงกว่า 23,000 บาท/คน/ปี จำนวน 135 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 100 รายได้เฉลี่ยของประชากรของหมู่บ้าน จำนวน 41,329 บาท/คน/ปี รายได้ของประชากรในหมู่บ้าน มาจากการประกอบอาชีพ ดังนี้

- รายได้จากการทำนา	9,017,650	บาท/ปี	คิดเป็นร้อยละ	54.91
- รายได้จากการทำสวน	160,750	บาท/ปี	คิดเป็นร้อยละ	0.97
- รายได้จากการทำไร่	12,000	บาท/ปี	คิดเป็นร้อยละ	0.07
- รายได้จากการเลี้ยงสัตว์	1,652,400	บาท/ปี	คิดเป็นร้อยละ	10.06
- รายได้อื่น	5,577,750	บาท/ปี	คิดเป็นร้อยละ	33.96

ข้อมูลด้านโครงสร้างพื้นฐานสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน

1. มีไฟฟ้าใช้ทุกครัวเรือน
2. แหล่งน้ำตามธรรมชาติ (ห้วย หนอง คลอง บึง) มีจำนวน 3 แห่ง
3. แหล่งน้ำดื่ม น้ำใช้ที่สร้างขึ้น จำนวน 60 แห่ง ประกอบด้วย
 - บ่อบาดาล จำนวน 56 แห่ง
 - บ่อน้ำตื้น จำนวน 2 แห่ง

- ดึงเก็บน้ำฝน จำนวน 2 แห่ง

ข้อมูลกลุ่มเศรษฐกิจชุมชน และเงินกองทุนในชุมชน

1. กองทุนหมู่บ้านอาลี ประธานชื่อ นายนิศย์ แสงเพชร มีจำนวนสมาชิก 104 คน เงินทุน 1,421,000 บาท กิจกรรมของกลุ่มที่สำคัญ ประกอบด้วย เงินกองทุนให้สมาชิกกู้ยืมเพื่อประกอบอาชีพ เช่นทอผ้าไหม ทำนาและการเกษตร ทำขนม ร้านค้า

2. กลุ่มสงเคราะห์ในหมู่บ้านอาลี ประธานชื่อ สะพรั่ง วิภูนัค จำนวนสมาชิก 626 คน เงินทุน 307,491 บาท กิจกรรมของกลุ่มที่สำคัญ ประกอบด้วย เพื่อช่วยเหลือศพที่มีรายได้น้อยแต่ละครอบครัวในหมู่บ้านอาลี

3. กลุ่มกองทุนทอผ้าไหม ประธานชื่อ นางวิภาวัน บุญมาก มีจำนวนสมาชิก 45 คน เงินทุน 80,000 บาท กิจกรรมของกลุ่มที่สำคัญ ประกอบด้วย เพื่อส่งเสริมทอผ้าไหมกลุ่มสตรีอนุรักษ์วัฒนธรรมชาวกูยจะเป็นเอกลักษณ์

4. กลุ่มธนาคารข้าวเปลือก ประธานชื่อ นายสุเทียน บุญมาก มีจำนวนสมาชิก 104 คน เงินทุน 800,000 บาท กิจกรรมของกลุ่มที่สำคัญ ประกอบด้วย ปล่อยข้าวเปลือกให้สมาชิกกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำ เพื่อช่วยเหลือครอบครัวมีรายได้น้อย

ข้อมูลบริการขั้นพื้นฐานของชุมชน

- ศูนย์บริการท่องเที่ยว จำนวน 1 แห่ง
- ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ สินค้า OTOP

กิจกรรมท่องเที่ยวที่ให้บริการ

- ชมบ้านและนางข้าวด้วยสถาปัตยกรรมแบบชาวกูย
- เรียนรู้การทอผ้าไหมพื้นเมือง การสาวไหม การเลี้ยงไหม
- เรียนรู้การย้อมผ้าไหมด้วยมะเกลือ
- ชมการคัดเลือกชาวกูย การแห้วผ้าด้วยมือ
- การเช่นไหว้ปู่ตา
- การแสดงพิธีกรรมท้องถิ่น รำกล่อม แกลลอ
- ชมศูนย์เรียนรู้ชุมชน และเครื่องมือการเกษตร โบราณของชาวกูย
- ชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชาวกูย

แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

- ปราสาทบ้านโคกปราสาท (ปราสาทหมื่นศรี) ตำบลสำโรงทาบ
- ปราสาทบ้านโพธิ์ศรีธาตุ ตำบลเกาะแก้ว
- ปราสาทศิขร อำเภอศิขรภูมิ

- ปราสาทภูมิโปน
- ปราสาทปรางกู อำเภอปรางกู

ข้อปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว

- ไม่ดื่มสุราหรือเครื่องดื่มของมีนเมาบนบ้านพัก

รายชื่อเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์

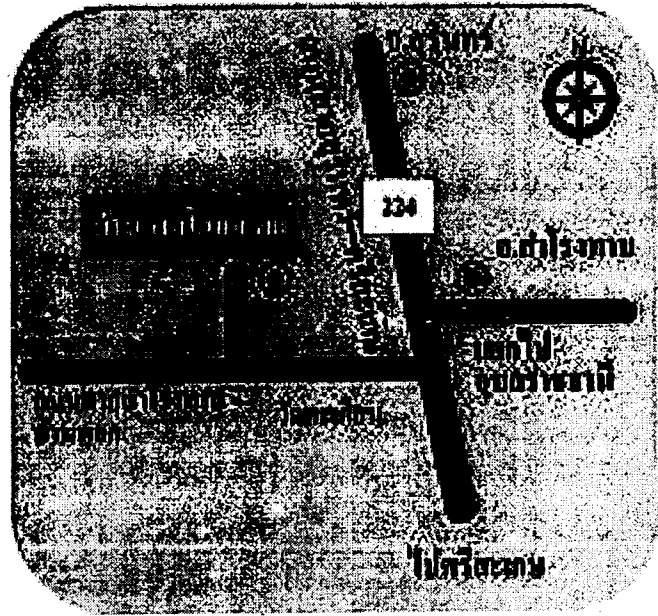
- | | | |
|-----------------|------------|----------------|
| 1. นางกอบกิจ | วิญนัค | บ้านเลขที่ 22 |
| 2. นางเตียง | วิญนัค | บ้านเลขที่ 16 |
| 3. นางวิภาวดี | บุญกล้า | บ้านเลขที่ 111 |
| 4. นางสาวเนียง | สุธาอรอด | บ้านเลขที่ 10 |
| 5. นางสาวลาด | วิญนัค | บ้านเลขที่ 122 |
| 6. นายสุชีพ | สมนาค | บ้านเลขที่ 103 |
| 7. นางสมเบ็อง | ศรัทธาธรรม | บ้านเลขที่ 3 |
| 8. นางแสงจันทร์ | ดาวศรี | บ้านเลขที่ 89 |
| 9. นางแก้ว | ตันบุญ | บ้านเลขที่ 109 |
| 10. นางสาวบ | บุญกล้า | บ้านเลขที่ 45 |

อัตราราคาค่าใช้จ่ายกิจกรรมของบ้านโฮมสเตย์

- ค่าบริการบ้านพัก โฮมสเตย์ : 100 บาท/คน/คืน
- ค่าบริการอาหาร : 70-100 บาท/คน/มื้อ
- ค่าบริการมัคคุเทศก์ : 200 บาท
- ค่าการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น(รำกลมอ แกลอ) : 1,500 บาท/ชุด
- ค่าเช่าไหว้ปู่ตา : 500 บาท
- ค่าบายศรีสู่ขวัญ (พร้อมนางรำ) : 1000 บาท
- ค่าบริการสำหรับนักท่องเที่ยวทุกจุด : 500 บาท/คน
- ค่าบริการอื่น ๆ : 50 บาท/คน

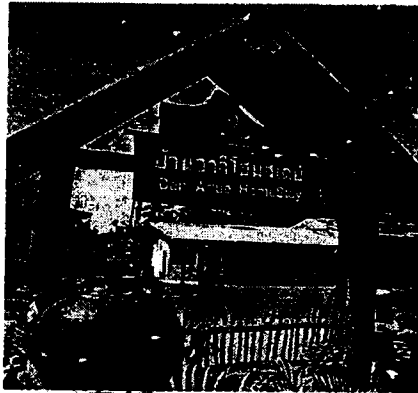


ติดต่อสอบถามและติดต่อจองเข้าพักโฮมสเตย์

- นายสระพริ้ง วิญนัค เบอร์โทร 087-651-1542
- นายสมหมาย บุญมาก เบอร์โทร 083-126-0957
- องค์การบริหารส่วนตำบลสำโรงทาบ เบอร์โทร 044-728314, 044-712101



ภาพที่ 2.2 แผนที่เดินทางเข้าหมู่บ้านอโศก

โปรแกรมท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ 2 วัน 1 คืน

วัน/เวลา	รายการกิจกรรมท่องเที่ยว	ภาพกิจกรรมท่องเที่ยว
<u>วันแรก</u>		
ช่วงบ่าย	<ul style="list-style-type: none"> - เดินทางถึงอำเภอลำโรงทาบ แวะชมงานหัตถกรรมทอผ้าและตัดเย็บเสื้อผ้าไหมพื้นเมืองของกลุ่มแม่บ้าน (เสื้อแขว) - เยี่ยมชมหมู่บ้าน สัมผัสกลิ่นอายวัฒนธรรมชาวกูย บ้านอาลี 	
ช่วงค่ำ	<ul style="list-style-type: none"> - อิ่มอร่อยเมนูพื้นบ้าน ร่วมกิจกรรมต้อนรับบายศรีสู่ขวัญ ชมการแสดงวัฒนธรรมชาวกูย - พักผ่อนตามอัธยาศัย ณ บ้านพักโฮมสเตย์ 	
<u>วันที่สอง</u>		
ช่วงเช้า	<ul style="list-style-type: none"> - ทำบุญตักบาตร รับประทานอาหารเช้าที่บ้านพัก - ชมวิถีชีวิตชาวกูย เช่น ไร่ปศุสัตว์และการเรียนรู้การทอผ้าไหมพื้นเมือง - เลือกซื้อผ้าไหมพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึก 	
ช่วงเที่ยง	<ul style="list-style-type: none"> - รับประทานอาหารมื้อเที่ยง - เดินทางไปปราสาทภูมิโปน นมัสการรอยพระพุทธบาท ก่อนเดินทางกลับ 	

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

เศกสรรค์ ขวณิชย์ (2541) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ที่มีใจเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นิคม จารุมณี (2544) ได้ให้คำจำกัดความเพิ่มเติมไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อทำการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจ หรือก่อให้เกิดการกระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่างๆ

สุชาดา วงษ์ภูมิ (2551) ได้ให้ความหมายของ การท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยว นำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และประชาชนของประเทศ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารของสถานที่ที่น่าสนใจภายในประเทศให้กับชาวต่างประเทศได้เข้าใจถึงวัฒนธรรมประเพณี และนอกเหนือจากนั้นทำให้ผู้เดินทางได้พักผ่อน มีประสบการณ์ และสร้างความสัมพันธ์ภาพที่ดีต่อเพื่อนมนุษย์ ความหมายของการท่องเที่ยวควรมีลักษณะ 1) เป็นการเดินทางไปยังที่อื่นชั่วคราว 2) เป็นไปด้วยความสมัครใจ และ 3) เดินทางโดยมิได้เป็นการหารายได้

จากความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยตามปกติของตนเองไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นการชั่วคราว เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ วัฒนธรรมประเพณีการดำเนินชีวิตประจำวันของชุมชนที่ไปสัมผัส โดยมีการทำกิจกรรมท่องเที่ยว ร่วมกับชุมชนนั้นๆ ด้วยตามความสนใจของนักท่องเที่ยว และเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ ที่มีใจเป็นการหารายได้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ในปี พ.ศ. 2506 (ค.ศ.1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของ “การท่องเที่ยว” หมายความว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่มีใจเพื่อประกอบอาชีพ หรือไปพำนักอยู่เป็นการถาวร” พร้อมทั้งให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน” คำว่า “ผู้มาเยือน” มีความหมาย 2 ประการ คือ 1) นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักผ่อน ทักษะศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ดิถุกิจ ร่วมการประชุม สัมมนา เป็นต้น 2) นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการ

สถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ เช่น ผู้เดินทางมากับเรือสำราญ โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ในทำนองเดียวกัน

สำหรับประเทศไทยก็ได้ยึดถือคำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นที่กรุงโรมนี้เป็นหลักในการจกนับสถิติจำนวน “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” โดยสรุปแล้ว หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน (24 ชั่วโมง) และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อ 1) ท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน เป็นต้น 2) ร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม นักกีฬา เป็นต้น 3) เพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อทำงานหารายได้ 4) มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

โดยสรุปองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) Goeldner and Ritchie (2006) ได้แสดงการแบ่งประเภทของนักท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง หรือ เส้นทางออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) นักท่องเที่ยวต่างชาติ 2) นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ 3) นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวภายในประเทศ 4) นักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศร่วมกับนักเที่ยวต่างชาติที่ท่องเที่ยวภายในประเทศ

2.2 สาเหตุของการท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

2.2.1 แรงกระตุ้นด้านกายภาพ

เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพักผ่อนทางร่างกายและจิตใจให้สดชื่นรักษาบำรุงสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การร่วมกิจกรรมกีฬา เป็นต้น

2.2.2 แรงกระตุ้นด้านวัฒนธรรม

เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการอยากรู้จักวัฒนธรรมของประเทศที่ไม่เคยรู้จักมาก่อน รวมทั้งการดำเนินชีวิต ศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ เทศกาลต่าง ๆ เป็นต้น

2.2.3 แรงกระตุ้นด้านส่วนตัว

เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการส่วนตัว เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร การไปจาร์กแสดงบุญ เป็นต้น

2.2.4 แรงกระตุ้นด้านสถานภาพและชื่อเสียง

เป็นแรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการพัฒนายกระดับตัวเองให้สูงขึ้นและสร้างชื่อเสียง เช่น การเข้าร่วมประชุม การเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การศึกษาต่อต่างประเทศ เป็นต้น

2.3 องค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2546)

การท่องเที่ยวประกอบด้วยการจัดธุรกิจและการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว คือ

1. การคมนาคมขนส่ง

1.1 ทางบก ได้แก่ รถยนต์และรถไฟ การตัดและการสร้างถนน โครงข่ายถนนที่ดี การขยายเส้นทางรถไฟเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยว การจัดการบริการรถยนต์โดยสารประเภทต่าง ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถรับจ้าง บริการรถเช่าประเภทต่าง ๆ

1.2 ทางเรือ คือ การสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือและแพทุกประเภท การจัดการบริการการขนส่งทางเรือ

1.3 ทางอากาศ การปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสูง ประหยัดและปลอดภัย การจัดเที่ยวบินและที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา รวมถึงการจัดเที่ยวบินภายในประเทศให้เพียงพอ การจัดสนามบินให้มีความสะดวกและปลอดภัย การปรับปรุงอัตราค่าโดยสารให้น่าสนใจ

2. ที่พักแรม

2.1 โรงแรม รวมทั้งบังกะโล โมเต็ล สำหรับนักท่องเที่ยว

2.2 ที่พักแรมประเภทอื่น ได้แก่ เกสต์เฮาส์ หอพัก ที่ตั้งแคมป์ ที่พักในวัด บ้านพัก ผ่อน เรือนแพ

3. ร้านอาหารและภัตตาคาร

4. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

4.1 ผู้ประกอบธุรกิจการนำเที่ยว

4.2 จักรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จส่งให้ตัวแทนไปจำหน่าย

4.3 จักรายการนำเที่ยวประเภทต่างๆ สำหรับผู้สนใจเฉพาะเรื่องให้แก่องค์กร สถาบันวิชาชีพต่าง ๆ และกลุ่มเอกชนที่มีความสนใจเฉพาะเรื่องจัดนำเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ให้แก่บริษัทผู้ผลิตสินค้าและองค์กรต่างๆ บริการวางแผนการจัดการประชุมสัมมนาและการจัดนิทรรศการในประเทศและระหว่างประเทศการสัมมนาประชาสัมพันธ์การจัดการบริการนำเที่ยว

4.4 ตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยว

4.4.1 จำหน่ายทัวร์ที่ผู้ประกอบธุรกิจการจัดนำเที่ยวจัดขึ้น

4.4.2 เป็นตัวแทนจำหน่ายตัวโดยสารพาหนะเดินทางทุกประเภท

4.4.3 เป็นตัวแทนจัดหาและสำรองห้องพักโรงแรมกิจกรรมบันเทิงต่างๆ

4.4.4 การโฆษณาประชาสัมพันธ์การบริการต่างๆ ที่จัดจำหน่าย

4.4.5 บริการจัดเอกสารการเดินทางต่าง ๆ

4.4.6 บริการในด้านต้อนรับและรับส่งท่องเที่ยว

4.4.7 ให้คำแนะนำในด้านต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

5. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว)
 - 5.1 ประเภทธรรมชาติ
 - 5.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนา
 - 5.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณีและกิจกรรม
6. ร้านขายของที่ระลึกและร้านขายสินค้าพื้นเมือง
 - 6.1 การผลิตสินค้าประเภทต่าง ๆ สำหรับขายนักท่องเที่ยว
 - 6.2 การพัฒนารูปแบบสินค้าประเภทหัตถกรรมพื้นบ้าน
 - 6.3 การจัดและตกแต่งร้าน
 - 6.4 การจัดบริการต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อของ
 - 6.5 การโฆษณาและเผยแพร่
7. ความปลอดภัย
 - 7.1 การแนะนำคนในท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน
 - 7.2 การแนะนำนักท่องเที่ยวเพื่อมิให้ได้รับอันตรายในด้านต่าง ๆ
 - 7.3 การกำหนดมาตรฐานการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
 - 7.4 การขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการช่วยสร้างความมั่นคงปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว
 - 7.5 การจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือในเรื่องความปลอดภัย
8. การอำนวยความสะดวกในการเข้า - ออกเมือง
 - 8.1 ระเบียบพิธีการเข้าเมือง
 - 8.2 การทำวีซ่า
 - 8.3 การตรวจลงตราและพิธีศุลกากร
 - 8.4 การขนส่งกระเป๋าผู้โดยสาร
 - 8.5 บริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยานหรือสถานีขนส่งกับที่พัก
 - 8.6 การอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่ท่าอากาศยานและสถานีขนส่งต่าง ๆ
9. การจัดการบริการอื่น ๆ สำหรับนักท่องเที่ยว
 - 9.1 การจัดการประชุมในประเทศและการประชุมนานาชาติ
 - 9.2 การจัดการบริการในด้านข้อเท็จจริงและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 9.3 การจัดกิจกรรมการบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่น ๆ
10. การเผยแพร่โฆษณา ซึ่งรวมถึงการวิจัยตลาด การทำแผนการตลาด การจัดทำอุปกรณ์เผยแพร่ต่างๆ การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาด

2.4 ความหมายของการจัดการท่องเที่ยว ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้ ดังนี้

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมี เป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม ยิ่งไปกว่านี้ยังต้องคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการและแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไรทิศทางและประสบการณ์อันล้มเหลว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ให้ความหมายของการจัดการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การวางแผนการท่องเที่ยวและดำเนินการให้เป็นไปตามแผน โดยมีการจัดองค์การการบริหารงานบุคคล การอำนวยความสะดวก และการควบคุมอย่างเหมาะสม เพื่อให้เป็นไปตามแผนที่ได้วางไว้ พร้อมทั้งได้มีการประเมินผลแผนการท่องเที่ยวด้วย

สุชาติา วงษ์ชัยภูมิ (2551) กล่าวว่า การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการในการจัดการการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสม ภายใต้บริบทของสังคมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยววนั้น ๆ รวมทั้งมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล

ผู้ศึกษาได้ให้ความหมาย การจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบการดำเนินการที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ภายใต้สภาพแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรมประเพณีและสภาพแวดล้อมของพื้นที่นั้นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด

2.5 หลักการ และแนวทางบริหารจัดการการท่องเที่ยว

โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและสถาบันดำรงราชานุภาพ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ได้เสนอถึง หลักการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการดำเนินศักยภาพ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้ง กิจกรรม ความพร้อม และความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในรูปของคณะกรรมการ การรับผิดชอบดำเนินการ สนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น องค์กรต่างๆ ในพื้นที่ และผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุน แผนงานโครงการ และกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินการของ องค์กรอื่น ๆภาคธุรกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคกันประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

วรรณพร วณิชชานุกร (2540) เสนอว่าในการบริหารจัดการทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ควรจะมีรูปแบบการบริหารใน 2 ระดับ คือระดับแนวนอน ประกอบด้วย หน่วยงานต่างๆ ของรัฐที่เกี่ยวข้อง และระดับแนวตั้ง คือ หน่วยงานของรัฐในส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น รวมทั้งองค์กรที่ไม่ใช่ของรัฐบาล แต่มีบทบาทสำคัญในการเป็นตัวแทนปกป้องประโยชน์ส่วนร่วม และสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร แรงงาน ความรู้ตามอำนาจของผู้คนในท้องถิ่นได้ ซึ่งการบริหารดำเนินงานควรครอบคลุมในเรื่องต่าง ๆ ซึ่ง จุฑามาศ จันทรัตน์ (2544) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวของไทยจะก้าวไปสู่ศวรรษหน้าที่อย่างมีมาตรฐานและสามารถแข่งได้ในระดับสากล ผู้บริหารจัดการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนควรต้องมองการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและตระหนักถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของระบบนี้ เพราะทุกส่วนล้วนมีความสำคัญ

3. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

3.1 ความเป็นมาของโฮมสเตย์ในประเทศไทย

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฯ ฉบับที่ 8 ที่เน้นบทบาทการพัฒนาชุมชน และการที่รัฐบาลออกกฎหมายการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น เป็นแรงผลักดันให้องค์กรท้องถิ่น และหน่วยงานต่าง ๆ ให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นจุดขาย จึงทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายรูปแบบในชุมชน ซึ่งการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ก็เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากทั้งจากองค์กรท้องถิ่น องค์กรเอกชน และหน่วยงานภาครัฐจากการติดตามความเป็นมาพบว่า โฮมสเตย์ภายในประเทศไทยเกิดขึ้นมานานแต่รูปแบบและกิจกรรมอาจแตกต่างกันหลากหลาย หากวิเคราะห์จากอดีตที่ผ่านมา สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2551) ได้กล่าวว่าโฮมสเตย์ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งซึ่งนักท่องเที่ยวจะพักร่วมกับเจ้าของบ้านชายคาเดียวกัน และศึกษาธรรมชาติ วิถีชีวิต ไทยหรือวัฒนธรรมไทยโดยมีการจัดบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร ได้จดทะเบียนต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว และสามารถสรุปได้ตามยุคสมัย ดังนี้

ยุคเริ่มต้น (ปี 2503-2525)

กระจายอยู่ในกลุ่มนิสิต นักศึกษา กลุ่มออกค่ายอาสาพัฒนาชนบท ต้องเรียนรู้วิถีชีวิต รับทราบปัญหาในชนบท เพื่อนำมาพัฒนาสังคมตามอุดมคติ กระจายอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า โดยเฉพาะในแถบภาคเหนือของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจะพักตามบ้านชาวเขา โดยจุดพักนั้นจะขึ้นอยู่กับเส้นทางเดินป่า

ยุคกลาง (ปี 2526-2536)

กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมทัวร์ป่า เริ่มได้รับความนิยมนมากขึ้น การพักค้างในรูปแบบโฮมสเตย์ ได้รับการพัฒนารูปแบบและกิจกรรม โดยกระจายไปยังหมู่บ้านชาวเขา ที่กว้างขวางมากขึ้น ในระยะนี้การท่องเที่ยวในรูปแบบทัวร์ป่าที่มีการจัดโฮมสเตย์ เริ่มสร้างปัญหาสังคม อาทิ ปัญหาสุขภาพจิต ปัญหาโสเภณี ปัญหาการปล้น ขโมย ปัญหาการฆ่าชิงทรัพย์ กลุ่มนักพัฒนานักกิจกรรม ที่เติบโตมาจากการทำกิจกรรมในสมัยนักศึกษา เริ่มทำงานในรูปแบบขององค์กรพัฒนาเอกชน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม มีรูปแบบการเดินทาง เพื่อศึกษาดูงานด้านการพัฒนา ซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของโฮมสเตย์ แต่ยังคงเผยแพร่ในคนเฉพาะกลุ่มเท่านั้น

ยุคตั้งแต่ปี (2537-ปัจจุบัน)

ยุคนี้เป็นยุคเน้นกระแสการพัฒนาสังคมสิ่งแวดล้อม ดังนั้นจะพบได้ว่า การท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในระยะประมาณในปี 2537-2539 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย เริ่มมีการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ โดยกลุ่มนำร่องคือ กลุ่มที่เป็น นักกิจกรรมสังคมทั้งรุ่นเก่า และรุ่นใหม่ เท่าที่สืบค้นพบว่า พื้นที่ที่ดำเนินการเรื่องโฮมสเตย์ ก็จะเป็นพื้นที่ที่องค์กรพัฒนาเอกชนไทย เข้ามาดำเนินการ เช่น เกาะยาว จังหวัดพังงา (กลุ่มประมงชายฝั่ง/อวนลาก/อวนรุน) หลังจากพื้นที่เกาะยาว จ.พังงา ได้มีพื้นที่อื่นเพิ่มขึ้น อาทิ หมู่บ้านคีรีวง จ. นครศรีธรรมราช บ้านแม่ทา จ.เชียงใหม่ (กลุ่มเกษตรทางเลือก) บ้านผู้ไฉญวิบูลย์ เชนเฉลิม (เกษตรยั่งยืน) ปี 2539 เป็นต้นมา ได้มีการเคลื่อนไหวขึ้นในกลุ่มนักธุรกิจผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว โดยนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวแบบผจญภัยและโฮมสเตย์ จากการที่รัฐบาลได้ประกาศให้ ปี 2541-2542 เป็นปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand 1998-1999) ทุกหน่วยงานของรัฐมีนโยบายสนับสนุนกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน และขยายกิจกรรมโฮมสเตย์ เพิ่มมากขึ้น เช่น หมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโค้ง อ.กุฉินารายณ์ จ.กาฬสินธุ์ บ้านทรงไทยปลายโพงพาง อ.อัมพวา จ.สมุทรสงคราม รวมทั้งพื้นที่ชนกลุ่มน้อย หมู่บ้านชาวเขา ก็มีการสนับสนุนการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์ด้วยเช่นกัน ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้รับความนิยมนเพิ่มขึ้นทั้งในกลุ่มชาวไทย และชาวต่างประเทศมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งชุมชน เพื่อการศึกษาเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรม ทัศนกรรมของท้องถิ่น โดยมีโฮมสเตย์ที่มีความหมายมากกว่าเป็นที่พัก เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง ซึ่งยึดเอารูปแบบที่พักเป็นศูนย์กลาง และจัดให้มีกิจกรรมในด้านต่างๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วยทั้งนี้ หน่วยงานที่สนับสนุนกิจกรรมโฮมสเตย์ เช่น ส่วนราชการในจังหวัด องค์กรการบริหารส่วนตำบล องค์กรเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้มีแนวคิดหลักที่จะใช้โฮมสเตย์ เป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในชุมชน

ซึ่งบางพื้นที่อาจไม่จำเป็นต้องจัดเป็น โฮมสเตย์ แต่เป็นเพียงการท่องเที่ยวลักษณะการเรียนรู้วิถีชีวิต โดยไม่ต้องพักแรมก็ได้

3.2 ความหมายของโฮมสเตย์

ในราชกิจจานุเบกษาได้ให้ความหมายของโฮมสเตย์ไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยวในรูปแบบหนึ่งซึ่งนักท่องเที่ยวจะพักร่วมกับเจ้าของบ้านหลังเดียวกันและศึกษาธรรมชาติวิถีชีวิตไทย หรือวัฒนธรรมไทย โดยมีการจัดบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร ได้จดทะเบียนต่อสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว

ภราเดช พยัควิเชียร (2544) ได้กล่าวว่า โฮมสเตย์ คือ บ้านพักของชาวบ้านที่มีห้องพักหรือพื้นที่พอจะรับแขกผู้มาเยือน โดยเจ้าของบ้านพอใจยินดีที่จะแบ่งปันรับนักท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้โดยมีการให้การ ศึกษาสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยวประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวถึงที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชุมชนโฮมสเตย์หมายถึง บ้านพักประเภทหนึ่งที่นักท่องเที่ยวพักร่วมกับเจ้าของบ้านและมีวัตถุประสงค์ที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตชาวบ้าน ซึ่งเต็มใจที่จะถ่ายทอดวัฒนธรรม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน พร้อมจัดที่พักและอาหารให้กับนักท่องเที่ยว โดยได้รับค่าตอบแทนตามความเหมาะสม

สุชาดา วงษ์ชัยภูมิ (2551) ได้กล่าวว่า โฮมสเตย์ หมายถึง การจัดการที่พักของชาวบ้านในชุมชนให้แก่ผู้มาเยือนด้วยความยินยอมและเต็มใจของเจ้าของบ้าน ซึ่งบ้านพักที่ให้บริการต้องมีห้องพักหรือพื้นที่ที่สามารถรองรับและสามารถให้บริการแก่ผู้มาเยือนได้

ชลิดา รินทร์พรหม และคณะ (2550) ได้กล่าวว่า โฮมสเตย์ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีศูนย์กลางอยู่ที่บ้านพักของชุมชน มีสิ่งอำนวยความสะดวกตามสมควร มีการจัดกิจกรรม การนำเที่ยว และศึกษาเรื่องของท้องถิ่นที่เน้นวิถีชีวิตไทย

Zen (2001) ได้กล่าวว่า โฮมสเตย์เป็นกิจกรรมพักค้างแรมในหมู่บ้านสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวที่ชุมชนแห่งนั้น และพักค้างคืนร่วมกับเจ้าของบ้านในชุมชน ในระยะเวลาสั้นๆ ซึ่งอาจมีการศึกษาแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเจ้าของบ้าน โดยนักท่องเที่ยวต้องจ่ายค่าที่พักและอาหารแก่เจ้าของบ้าน

ปรีชาภรณ์ เจียงศิริ และคณะ (2548) ได้กล่าวว่า โฮมสเตย์ หมายถึง เป็นการจัดการบ้านพักที่อยู่ในชุมชนชนบทที่มีคนในชุมชนเป็นเจ้าของ และต้องมีสมาชิกในครอบครัวอาศัยอยู่เป็นประจำ ซึ่งบ้านดังกล่าวต้องมีความพร้อมในการรองรับ และมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ต่างๆ แก่ผู้มาเยือน ตาขีดความสามารถของพื้นที่ ซึ่งเจ้าของบ้านจะต้องมีความยินดี เต็มใจ ที่จะต้องรับแขกผู้มา

เขียนเสมือนญาติไมใช่นักท่องเที่ยว โดยให้แขกผู้มาเยือนมีโอกาสดแลกเปลี่ยนเรียนรู้ศึกษาขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมวิถีชีวิต ประสบการณ์ระหว่างวัน ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคนในชุมชนกับผู้มาเยือน โดยจะต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต และความเป็นอยู่เดิมของชุมชน รวมตลอดถึงการที่ผู้มาเยือนได้รับความประทับใจ และกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยเจ้าของบ้านได้รับค่าตอบแทนในรูปแบบของตัวเงิน ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นนอกจากงานประจำวัน

ผู้วิจัยสรุปได้ว่าโฮมสเตย์ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เข้าพักอาศัยกับเจ้าของบ้านที่เตรียมไว้บริการนักท่องเที่ยว มีการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมต่าง ๆ ในชุมชน โดยมี การตอบแทนให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในอัตราที่เหมาะสม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2542) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ว่า เป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบทซึ่งจะให้ประโยชน์อย่างมากขึ้นในอนาคต การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์นี้เป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ ที่ดำเนินการบนแนวคิดของการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศนอกเหนือจากลักษณะรูปธรรมด้านอื่น ๆ เช่น การดำน้ำ เดินป่า ฯลฯ การท่องเที่ยวโฮมสเตย์นี้สามารถตอบสนองความต้องการใหม่ ๆ ของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ ให้คุณค่าแก่วัฒนธรรมและระบบนิเวศในชุมชนได้มากกว่า โดยชุมชนจะมีบทบาทเกี่ยวข้องอย่างชัดเจนตั้งแต่การดำเนินกิจกรรม การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว การเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวจนถึงการพัฒนาชุมชนในที่สุด ดังนั้นการจัดการจึงเป็นเรื่องที่ค่อนข้างซับซ้อน และพิจารณาได้หลายความหมาย ได้แก่ 1) เป็นความคิดรวบยอด ในการจัดการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นผลได้ 2 ด้านพร้อม ๆ กัน คือ 1.1) การปรับปรุงคุณภาพของสวัสดิการชุมชนและ 1.2) ปรับปรุงสภาพแวดล้อมไปด้วย 2) เป็นปรากฏการณ์ ในการพัฒนาชนบทที่มีเป้าหมายเกิดจากปฏิภริยาสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เช่น ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีและงบประมาณ 3) เป็นกลยุทธ์ การจัดทำแผนที่ที่ดีที่สุดเพื่อให้ประโยชน์ตกแก่สังคมมากที่สุดด้วยความร่วมมือระหว่างเจ้าบ้าน นักท่องเที่ยว และความสอดคล้องของสิ่งแวดล้อม 4) เป็นวิชาการ (เป็นที่รวบรวมของสหวิชาการต่างๆ วิชาการด้านการจัดการท่องเที่ยว การจัดการการตลาด วิชาการด้านภูมิศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ และเกษตรศาสตร์ ซึ่งได้นำมาประยุกต์ใช้ประสานกันจากการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ สภาพแวดล้อมในชุมชนตลอดจนศิลปวัฒนธรรมอื่น ๆ ของชุมชน และความเป็นกันเองหรือความเป็นมิตรสามารถนำมาใช้เป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ได้ เช่นเดียวกับการกล่าวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2542) ได้ระบุถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ว่าประกอบด้วย



1. ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น

1.1 ด้านการตลาด ได้แก่ ประเพณี และวัฒนธรรมของชุมชน หรือหมู่บ้านที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่

- ที่พักและอาหาร จะจัดให้นักท่องเที่ยวได้พักค้างคืนในสถานที่ที่จัดไว้ในหมู่บ้านของชาวบ้าน โดยนักท่องเที่ยว จะร่วมกิจกรรมและวิถีชีวิตเดียวกับชาวบ้านตั้งแต่วัฒนธรรมการบริโภคอาหาร การพักผ่อนนอนหลับ จนถึงการทำมาหากิน

- ศูนย์ข่าวสารการท่องเที่ยวจะใช้ยานพาหนะต่าง ๆ เช่นเดียวกับชาวบ้าน ยกเว้นกรณีจำเป็น การเดินทางมาและจากไปอาจจะจำเป็นต้องใช้ยานพาหนะที่รวดเร็วและสะดวกสบายมากกว่า

- สิ่งดึงดูดเชิงจิตวิทยา ได้แก่ ทัศนียภาพ การต้อนรับอย่างอบอุ่นตามแบบของประเพณีไทย

2. ทรัพยากรที่มุ่งเน้นการดำเนินการ ประกอบด้วย

2.1 การวางแผนและการกำหนดกิจกรรม เช่น การเรียนรู้การทำอาหารไทย การเรียนรู้การทำเกษตรผสมผสานการเรียนรู้วิถีชีวิตประจำวันของชาวบ้าน

2.2 ระบบขนส่ง เช่น การปรับสภาพภูมิทัศน์ ภายในหมู่บ้านให้มีความงามอย่างธรรมชาติดูแลรักษาความสะอาด ของถนนในหมู่บ้าน จัดระบบการคมนาคมระหว่างตัวเมืองกับหมู่บ้าน

2.3 เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น มีน้ำคั้นน้ำใช้ที่สะอาด มีระบบประปาหรือไฟฟ้าที่มีความปลอดภัย ในการบริโภค

2.4 ระบบสนับสนุนอุตสาหกรรม เช่น ที่ศูนย์อนามัยมีระบบการรักษาที่ปลอดภัย มีแหล่งผลิตอาหารตามธรรมชาติของหมู่บ้าน

2.5 ระบบแรงงาน เช่น การฝึกอบรม และทักษะการบริการเท่าที่จำเป็น

2.6 เงินทุน การจัดการของโฮมสเตย์ไม่จำเป็นต้องใช้เงินทุนในการดำเนินการมากนัก การจัดฉากหรือสร้างสิ่งแปลกปลอม ในวัฒนธรรมพื้นบ้านเป็นสิ่งจำเป็นที่ไม่พึงกระทำในการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) เห็นว่าการท่องเที่ยวแบบนี้เป็นการจัดการการเรียนรู้แบบหนึ่งของธุรกิจที่พักแรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวเท่านั้น และมีความเห็นคล้ายกับผู้อื่นว่าปกติมักให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของพื้นบ้าน อย่างไรก็ตามแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ปัจจุบันได้รับรูปแบบเพิ่มขึ้น กล่าวคือ มิได้มี

กรอบจำกัดอยู่เฉพาะชุมชนเกษตรกรรมเท่านั้น สามารถสร้างรูปแบบท่องเที่ยวดังกล่าวได้ในหลายพื้นที่ ดังเช่น พื้นที่ที่เป็นธรรมชาติคิงปรากฏในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก และพื้นที่ที่มีแหล่งโบราณสถานที่บ้านปราสาท ตำบลธารปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2542) โดยที่แนวคิดของโฮมสเตย์นี้ได้อธิบายให้มีขอบเขตความหมายกว้างมากกว่าการท่องเที่ยวในแหล่งเกษตรกรรม แต่พื้นที่ด้านวัตถุประสงค์ ด้านการจัดการไม่แตกต่างกัน กล่าวคือ การท่องเที่ยวนี้เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั่วไป คือ เจ้าของบ้านในแหล่งท่องเที่ยวจะจัดสรรห้องส่วนหนึ่งไว้ให้บริการพักผ่อนแก่นักท่องเที่ยว แต่รูปแบบการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวได้รับจะแตกต่างจากการพักผ่อนในโรงแรม รีสอร์ท หรือเกสต์เฮาส์ เพราะการพักผ่อนอยู่กับเจ้าของบ้านพักนี้ทั้งสองฝ่ายคือ เจ้าบ้านและนักท่องเที่ยวแต่เปิดใจที่จะเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ที่เป็นมิตร อย่างไรก็ตาม การรับนักท่องเที่ยวมาค้างคืนในบ้านนั้น นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านหรือทั้งสองฝ่ายยังมีความพึงพอใจและทราบรายละเอียดของกันและกันก่อน (ราไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2541) โดย Peterson, Erick Holm (2001) ได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับโฮมสเตย์ไทยที่แตกต่างจากนักวิชาการท่านอื่นว่า ประเทศไทยยังไม่มีสินค้าทางการท่องเที่ยวประเภทโฮมสเตย์ที่เหมาะสมและพร้อมที่จะรองรับนักท่องเที่ยวได้เลย เนื่องจากปัญหาต่าง ๆ และในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับสากลไม่มีประเทศใดทั้งหมดที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์อย่างจริงจัง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ควรจะลดการดำเนินการเกี่ยวกับโฮมสเตย์อย่างจริงจัง เพื่อป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นตามมา ทั้งนี้ควรพิจารณาการท่องเที่ยวเชิงชุมชนในรูปแบบอื่น ๆ แทน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชน และในกรณีที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงจากการจัดโฮมสเตย์ได้ เราควรจะเน้นเรื่องการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมเป็นหลัก

ราไพพรรณ และคณะ (2544) ได้กล่าวถึงปัญหาและผลกระทบจากการจัดโฮมสเตย์ในประเทศไทย ดังนี้ ปัญหาระดับการบริหารและความไม่พร้อมของเจ้าของบ้านในการรับนักท่องเที่ยว ปัญหาการทำลายสิ่งแวดล้อม ปัญหาความแตกแยกของชุมชน/ความขัดแย้งอันเนื่องมาจากผลประโยชน์ที่ได้รับ ปัญหาความขัดแย้งทางสังคมและวัฒนธรรมระหว่างแขกผู้มาพักกับเจ้าบ้าน ปัญหาความบิดเบือนทางวัฒนธรรม ประเพณีและพิธีกรรมท้องถิ่น ปัญหาความปลอดภัย (ทั้งสำหรับแขกผู้มาพักและเจ้าของบ้าน) ปัญหาการเปลี่ยนแปลงภายในครอบครัว ปัญหาความไม่ชัดเจนของนโยบายของหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ปัญหาด้านภาษาและการสื่อสาร และ Peterson, Erick Holm (2001) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับปัญหาในการจัดโฮมสเตย์ของประเทศไทยว่ามีลักษณะ ดังนี้ 1) อุปสรรคทางด้านภาษาระหว่างเจ้าของบ้านกับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2) อุปสรรคทางด้านวัฒนธรรม การแลกเปลี่ยนด้านวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับ

เจ้าของบ้านไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นได้ง่าย 3) ความเข้าใจที่คลาดเคลื่อนเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยว และราคาของรายการท่องเที่ยว ปัญหานี้เกิดจากการระบุรายละเอียดของรายการท่องเที่ยวที่ไม่ชัดเจน ตัวอย่างเช่น กำหนดว่า ราคาของการเข้าพักโฮมสเตย์คืนละ 200 บาทต่อคน แต่มิได้ระบุว่าราคานี้ยังไม่รวมค่าน้ำที่ขูด ค่าน้ำคอกเทศก์ ค่าเรือ และค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดอื่น ๆ เป็นต้น 4) ปัญหาด้านระดับความคาดหวังและความพึงพอใจที่แตกต่างกันระหว่างเจ้าของบ้านและนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจคาดหวังว่าเจ้าของบ้านควรจะนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวและบริการให้มากกว่าที่เป็นอยู่ ขณะที่เจ้าของบ้านคิดว่าบริการที่ตนเองเสนอขณะนี้เป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยวแล้ว 5) ปัญหาการจัดระบบการบริหารของชุมชน เป็นปัญหาในชุมชนซึ่งบางชุมชนได้จัดตั้งองค์การบริหารในรูปของชมรมหรือสมาคมการท่องเที่ยว 6) ปัญหาความไม่เท่าเทียมกันและไม่เป็นธรรมในกลุ่มผู้ประกอบการ โฮมสเตย์ ปัญหานี้สืบเนื่องมาจากปัญหาการจัดระบบการบริหารของชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเจ้าของบ้านที่จัดโฮมสเตย์บางแห่งได้รับการจัดสรรนักท่องเที่ยวจากองค์การบริหารให้ในจำนวนน้อยกว่าของบ้านหลังอื่น ๆ อันจะหมายถึงรายได้จากการท่องเที่ยวที่น้อยลงด้วยก่อให้เกิดปัญหาความขัดแย้งภายในชุมชน 7) ปัญหาความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และ 8) ปัญหาการขาดทักษะและความรู้ด้านการตลาดของชุมชน

3.3 แนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์

ชววิทย์ ศิริเวชกุล (2544) ได้เสนอแนวทางการพัฒนาโฮมสเตย์ในประเทศไทย

1. การพัฒนาโฮมสเตย์ จะต้องดำเนิน ไปภายใต้กรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท ทั้งนี้ รัฐบาลจะต้องมีนโยบายพัฒนาที่ชัดเจน อันจะนำไปสู่การสร้างงาน
2. การพัฒนาโฮมสเตย์ มิได้หมายความว่า จะกระทำได้ในทุกพื้นที่ ทั้งนี้ เนื่องจากแต่ละพื้นที่มีความพร้อมและศักยภาพไม่เท่าเทียมกัน จำเป็นต้องมีการเลือกศึกษาพื้นที่
3. การพัฒนาโฮมสเตย์ จะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบด้านพื้นที่ 3 องค์ประกอบ คือ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ พื้นที่หลักหรือพื้นที่ชนบท อันเป็นที่ตั้งของโฮมสเตย์ พื้นที่สนับสนุน ประกอบด้วย สาธารณูปโภค และสาธารณูปการที่จำเป็น
4. ต้องตระหนักอยู่เสมอว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดและสำคัญที่สุดของโลก ดังนั้น เจ้าของบ้านหรือเจ้าของโฮมสเตย์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องได้รับการอบรมให้ความรู้และฝึกฝนทักษะการให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างมืออาชีพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการดูแลนักท่องเที่ยวและคุณภาพการบริการที่จะสามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวหรือแขกผู้มาพัก
5. การพัฒนาโฮมสเตย์และการท่องเที่ยวใด ๆ จะต้องคำนึงถึงกฎสากลของความต้องการพื้นฐานของนักท่องเที่ยว 10 ประการ ดังนี้ 1) เตียงนอนที่สบายในราคาที่สมเหตุสมผล 2) ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด 3) อาหารพื้นบ้านง่ายๆ แต่ปรุงมาอย่างดี 4) ทิวทัศน์และธรรมชาติ

ของชนบทที่สวยงาม 5) ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น 6) กิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่
7) ร้านค้าทั่วไปและร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 8) ความบันเทิง 9) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
10) ความเป็นมิตรและรอยยิ้มของเจ้าบ้าน

6. ในการจัดการ โฮมสเตย์ในพื้นที่ใดๆ ชุมชนท้องถิ่น ควรจะเป็นผู้ริเริ่มดำเนินการเอง มิใช่เกิดการสั่งการจากหน่วยงานของรัฐ

7. รัฐบาลจะต้องให้ความช่วยเหลือด้านการเงินแก่เจ้าของโฮมสเตย์ ในการปรับปรุงบ้านหรือที่พักแรมให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

8. การจัดการชุมชนมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสำเร็จในการพัฒนาโฮมสเตย์ของพื้นที่ ทั้งนี้ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งและสามารถจัดการชุมชนได้เสียก่อน โดยผลประโยชน์ที่ได้รับจากการทำโฮมสเตย์ควรจะเป็นแก่สมาชิกชุมชนทุกคนอย่างทั่วถึง มิใช่เกิดแก่กลุ่มหนึ่งกลุ่มใดเท่านั้น รวมทั้งสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548) กล่าวถึงการให้บริการที่สร้างความประทับใจในธุรกิจโฮมสเตย์ โดยการจัดโฮมสเตย์เป็นธุรกิจบริการที่ทำรายได้เสริมให้กับเจ้าของบ้าน ดังนั้น ผู้เป็นเจ้าของบ้านจะต้องตระหนักถึงความพร้อมที่จะให้บริการ เพื่อให้ผู้มาพักได้รับความประทับใจ สะดวก สบายและปลอดภัย ประจุเป็นเจ้าของบ้านที่ดี การต้อนรับบุคคลที่เราไม่เคยรู้จัก ไม่สนิทมาก่อน เพื่อพักอาศัยอยู่ในบ้านเดียวกันนั้น เมื่อเจ้าของบ้านใดตกลงจัดบริการโฮมสเตย์ และมีการจัดที่พักเพื่อให้บริการแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ การเตรียมคนเพื่อให้บริการ ซึ่งมีหลักใหญ่ ๆ 2 ประการคือ คนในบ้าน และ เพื่อนบ้าน ผู้ให้บริการอื่นๆ รวมทั้งการเตรียมคนและการบริการในบ้าน กล่าวคือ 1) เจ้าของบ้านจะต้องพูดคุยตกลงกับคนในบ้านให้รู้จักการบริการ การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี มีความรู้ที่จะพูดคุยกับแขกที่มาพัก กรณีที่เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ คนในบ้าน 1 คนจะต้องใช้ภาษาสื่อสาร กับผู้มาพักเพื่อคุยกันให้เข้าใจ และทำหน้าที่เป็นล่ามในบ้าน 2) เจ้าของบ้านจะต้องมีการจัดแบ่งหน้าที่รับแขก อาทิ การจัดเตรียมที่พัก อาหาร การจัดเตรียมห้องสุขา การเป็นเพื่อนร่วมเดินทางพาเที่ยวในหมู่บ้าน เป็นต้น เพื่อความเรียบร้อย ไม่สับสน และเจ้าของบ้านแต่ละคนจะได้มีเวลาส่วนตัว มิต้องพะวงบริการแขกเป็นการเสียเวลา 3) เจ้าของบ้านต้องสังเกต เดือนคนในบ้านและเพื่อนบ้านให้รู้เวลา/ความต้องการเป็นเวลาส่วนตัวของแขกผู้มาพักด้วย เพราะบางช่วงนักท่องเที่ยวต้องการเวลาส่วนตัว อ่านหนังสือ เขียนหนังสือ จัดของใช้ หรืออยากนอนพักสบาย ๆ การเข้าไปพูดคุย เพื่อสร้างมิตรภาพ อาจเป็นการสร้างความรำคาญให้กับแขกได้ 4) ในบางกรณีแขกต้องการความช่วยเหลือในเรื่องของใช้ส่วนตัวที่มีค่าใช้จ่าย เจ้าของบ้านและคนในบ้านจะต้องชี้แจงให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและให้เขาตัดสินใจเอง กรณีนี้ป้องกันนักท่องเที่ยวเอาเปรียบคนในบ้าน เพราะคนไทยนั้นน้ำใจ แต่ผู้มาพักบางคนอยากได้บริการที่มากกว่าโดยจ่ายน้อย และการเตรียมเพื่อนบ้าน และผู้ให้บริการอื่นๆ ในชุมชนก็ต้องมีการประสาน

ประโยชน์ต่อกันนับเป็นเพื่อนบ้านที่ดี ควรคำนึงถึงการบริการ ดังนี้ 1) เจ้าของบ้านจะต้อง แข็งหรือประสาน การมาพักแรมให้เพื่อนบ้านทราบ เพื่อช่วยกันอำนวยความสะดวกและดูแลความปลอดภัยต่อกัน 2) เพื่อนบ้านผู้ให้บริการนำเที่ยวหรือให้เช่าอุปกรณ์จะต้องแจ้งราคาค่าบริการให้กับเจ้าของบ้านทราบเป็นข้อมูลเบื้องต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้าไปติดต่อก็ก้แจ้งในราคาเดียวกัน อันเป็นมาตรฐานบริการเดียวกัน และมีใบเสร็จหรือใบสำคัญรับเงินเป็นหลักฐานการบริการ การบริการให้เช่าอุปกรณ์ เจ้าของจะต้องแสดงวิธีใช้ และตรวจสภาพว่าอยู่ในสภาพดี หากเกิดชำรุดเสียหาย ผู้เช่าจะต้องรับผิดชอบต่อการซ่อมบำรุง พร้อมกันนั้นต้องเตือนเรื่องการรักษาอุปกรณ์ และความปลอดภัยในการใช้ การเดินทางไว้ด้วย ควรมีใบสัญญาเช่า ลงชื่อเป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาสามารถเรียกร้องค่าเสียหายตามกฎหมายได้ 3) เพื่อนบ้านผู้ให้บริการ ควรมีข้อมูลบอกเส้นทางท่องเที่ยว เป็นเอกสารแผนที่การ์ตูน หรือหนังสือคู่มือนำเที่ยวในพื้นที่ ให้เช่ารวมอุปกรณ์ และส่งคืนเมื่อใช้แล้วหรือแยกจำหน่าย เพราะนักท่องเที่ยวบางคนอยากเก็บไว้ เป็นเอกสารที่ระลึก ก็สามารถทำได้

อย่างไรก็ตาม การบริการที่พิถีพิถันเช่นนี้ ทั้งเจ้าของบ้าน และเพื่อนบ้านจะต้องคำนึงถึงบทบาทการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีพร้อมกันด้วย โดยทั่วไปนั้นภาพลักษณ์ของชาวไทยที่ประทับใจนักท่องเที่ยวก็คือ ความเป็นมิตรไมตรี อ่อนน้อมถ่อมตน จนได้ฉายาว่า “สยามเมืองยิ้ม” ผู้เป็นเจ้าของถิ่น ในฐานะเป็นเจ้าของบ้านที่ดี จะต้องมียุทธศาสตร์ต้อนรับนักท่องเที่ยว ดังนี้

1. รู้ข่าวสาร และข้อมูลต่างๆ กว้างขวาง ข่าวสารและข้อมูลทางการท่องเที่ยวที่ทันสมัยทันเหตุการณ์ รู้อย่างถูกต้องและชัดเจน

1.1 ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก รู้เรื่องท้องถิ่นของเราประจวบคฤทศกาลที่ดี

1.2 เรื่องการติดต่อประสานงาน กรณีที่นักท่องเที่ยวได้รับอุบัติเหตุ เจ็บป่วย ถูกเงิน ต้องรู้แหล่งที่จะแจ้ง เพื่อขอความช่วยเหลือ เบอร์โทรศัพท์ฉุกเฉิน

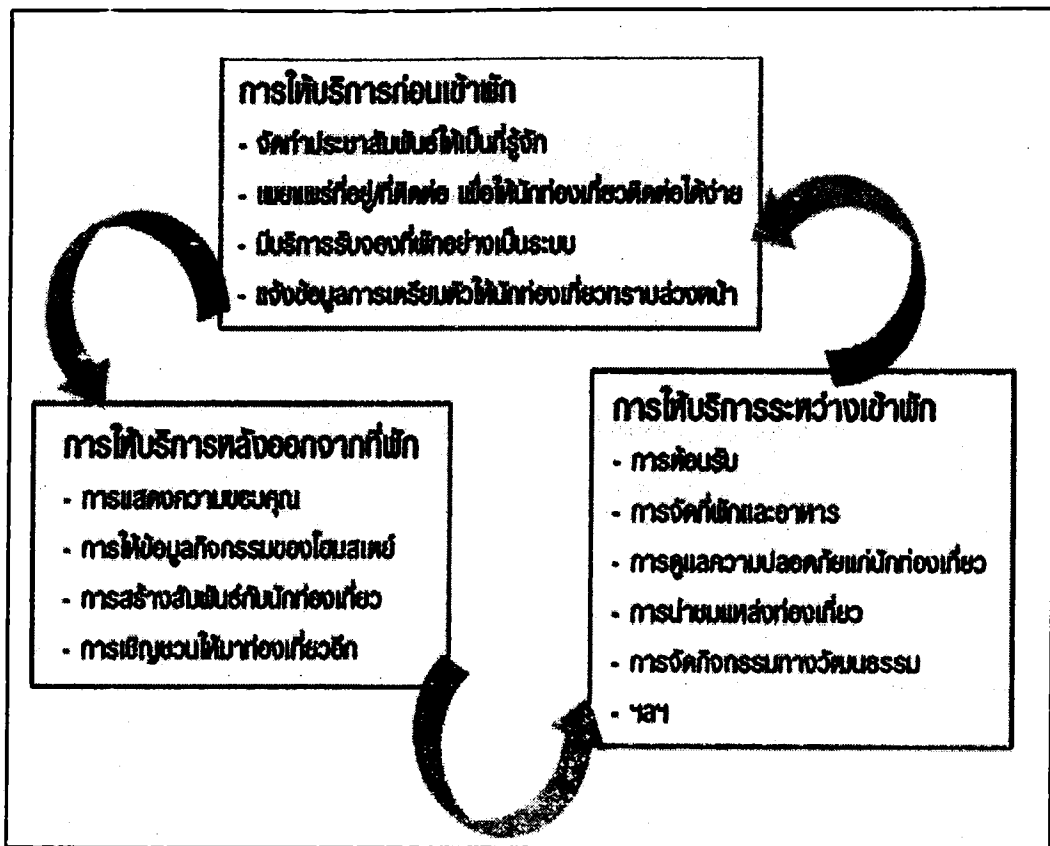
1.3 รอบรู้ข่าวสารบ้านเมืองรู้เรื่องเบ็ดเตล็ดรอบตัวเราที่จะพูดคุยกับเขาได้

2. แนะนำและตักเตือนในสิ่งที่ควรปฏิบัติ และไม่ควรปฏิบัติ ข้อนี้ส่วนใหญ่ เป็นเรื่องวัฒนธรรมจารีตประเพณี ความเชื่อในท้องถิ่น เมื่อพบเห็นว่านักท่องเที่ยวทำผิดแบบแผน ระเบียบ การ ควรเข้าไปแนะนำว่าไม่ควรปฏิบัติ เช่น การสวมรองเท้าเข้าไปในบ้าน ในศาสนสถาน การใช้เท้าชี้ การแต่งกายเข้าไปในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งที่มีระเบียบกำหนดไว้ บางกรณี หรือบางสิ่งบางอย่างอาจเกิดความไม่ปลอดภัย ทั้งอาหารการกินและการเดินทาง เมื่อเราทราบก็ควรแนะนำให้ นักท่องเที่ยวทราบด้วย เช่น อาหารบางประเภท ขาดภัยพิบัติ พาหนะเดินทาง การเดินทางเข้าไปเที่ยวชมควรติดต่อผู้ใด หน่วยงานใด เป็นต้น

3. **รู้วิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น** กรณีที่มีเหตุฉุกเฉิน นักท่องเที่ยวได้รับการบาดเจ็บ อาจจำเป็นต้องให้การรักษาพยาบาลเบื้องต้น กรณีที่ถูกพิษและสัตว์ที่เป็นอันตราย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเดินป่าถูกแมลงสัตว์กัดต่อย การเล่นน้ำทะเลถูกพิษกะพุนไฟ ประการังไฟ หรือถูกกระแสน้ำจมน้ำ บางกรณี อาจเจ็บป่วยกะทันหันเช่น เป็นลม เป็นลมบ้าหมู เมื่อได้พบเห็นแล้วเราสามารถให้การปฐมพยาบาลและช่วยเหลือในขั้นต้นได้ การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยี่ยมชมท้องถิ่นเราให้ได้รับความปลอดภัย ได้รับความสะดวก ได้รับความยุติธรรมต่อการซื้อสินค้าต่างๆ เขาย่อมได้รับความประทับใจและอยากเดินทางมาเยี่ยมชมเยือนอีก มาใช้บริการอีก เมื่อมีโอกาส

การให้การต้อนรับการบริการเพื่อการพักผ่อนโฮมสเตย์ ควรมีมาตรฐานของการบริการ ซึ่งองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น คณะกรรมการบริหารเทศบาลก็ดี หรือคณะกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลก็ดี ต้องสังเกตและทราบข้อมูลเสียงสะท้อนกลับ ว่าเป็นการบริการอย่างไร หากบุคลากรในพื้นที่ยังบริการไม่ได้ระดับแล้ว นับเป็นภารกิจที่หน่วยงานนั้น จะต้องเป็นแกนนำต่อการพัฒนา อาทิ การฝึกอบรม การดูงาน การส่งไปฝึกงาน เป็นต้น เพื่อให้บุคคลเหล่านั้นสามารถนำความรู้ไปพัฒนาบริการได้อย่างมีมาตรฐาน นักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจ ความพึงพอใจ

จากที่กล่าวมาทั้งหมด จะเห็นว่าบริการในธุรกิจโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่แล้วจะเป็นการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยว หรือแขกผู้มาเยือนในระหว่างที่เขามาพักอยู่ในโฮมสเตย์ ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่ง ในวงจรการให้บริการเท่านั้น เพราะการให้บริการในธุรกิจโฮมสเตย์ ยังมีขั้นตอนอื่นที่หลายคนอาจคิดไม่ถึง ดังจะขอสรุป เป็นแผนภาพวงจรการให้บริการ ดังนี้



ภาพที่ 2.3 วงจรการให้บริการ ในธุรกิจโฮมสเตย์

ที่มา: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551

4. มาตรฐานบริการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ไทย

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2551) ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เรื่องมาตรฐานบริการท่องเที่ยวมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย พ.ศ.2551 และกรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์

4.1 มาตรฐานที่ 1 ด้านที่พัก

4.1.1 ลักษณะบ้านพักที่เป็นสัดส่วน

เป็นบ้านของเจ้าของที่แบ่งปันที่นอน หรือห้องนอน อย่างเป็นสัดส่วน หรืออาจปรับปรุง ต่อเติมที่พัก ที่ติดกับบ้านเดิมเพื่อใช้เป็นที่พักหรือห้องนอนเป็นสัดส่วน

4.1.2 ที่พักที่นอนสะอาด และสบาย

- มีที่นอนสำหรับนักท่องเที่ยวอาจเป็นเตียง พูฟ หรือเสื่อ และมีมุ้ง หรือมุ้งลวดเพื่อป้องกันยุงและแมลง

- มีเครื่องนอน อุปกรณ์ที่ใช้นอน ผ้าปู หมอน ปลอกหมอน ผ้าห่ม และได้รับการทำความสะอาดทุกครั้งที่มีการเปลี่ยนนักร้องเที่ยว และเปลี่ยนเครื่องนอนตามความเหมาะสมในกรณีที่ นักร้องเที่ยวพักหลายวัน

- มีราวตากผ้าหรือที่เก็บเสื้อผ้า

4.1.3 ห้องอาบน้ำและห้องส้วมที่สะอาดมิดชิด

- มีความปลอดภัย มีที่ล็อกประตูอยู่ในสภาพใช้งานได้ดี มีความมิดชิด
- มีขนาดของห้องน้ำที่เหมาะสม มีอากาศถ่ายเท ได้สะดวก
- มีการแยกชั้นสำหรับตักอาบน้ำ
- น้ำที่ใช้มีความสะอาด อาจเป็นประปาหมู่บ้าน ประปาภูเขา หรือน้ำคิบบที่

ปล่อยไว้ระยะหนึ่งและแกว่งสารส้ม

- มีถังขยะในห้องน้ำ

4.1.4 มุมพักผ่อนภายในบ้านหรือในชุมชน

- มีมุมพักผ่อน ที่สงบ สบายภายในบ้านหรือบริเวณโดยรอบที่สามารถนั่งนอนและมีบรรยากาศผ่อนคลาย เช่น ลานบ้าน ใต้ต้นไม้ ศาลาหน้าบ้าน

- มีการดูแลบริเวณรอบบ้าน เช่น สวนครัว ต้นไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ ร่องน้ำ

ให้สะอาดปราศจากขยะ

4.2 มาตรฐานที่ 2 ด้านอาหารและโภชนาการ

4.2.1 ชนิดของอาหาร และวัตถุดิบที่ใช้ประกอบอาหาร

- มีปริมาณ และประเภทอาหารที่เหมาะสม
- ผลิตโดยใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ไม่ซื้ออาหารหรือกับข้าวถุง
- มีการปรุงอาหารอย่างถูกสุขอนามัย

4.2.2 น้ำดื่มที่สะอาด

- มีที่เก็บน้ำ / ภาชนะเก็บน้ำที่สะอาด ไม่มีตะกอน มีฝาปิดมิดชิด
- มีน้ำดื่มที่สะอาด ผ่านกระบวนการทำความสะอาด

4.2.3 ภาชนะที่บรรจุอาหารที่สะอาด

- มีภาชนะที่เกี่ยวข้องกับอาหาร เช่น ถ้วย ชาม จาน ช้อน ช้อนกลาง ทัพพี

โตข้าวที่สะอาด ไม่มีคราบ และกลิ่นคาว กลิ่นอับ

4.2.4 ห้องครัว และอุปกรณ์ที่ใช้ในครัว มีความสะอาด

- ครัวอาจอยู่ในบ้าน หรือแยกจากตัวบ้านก็ได้ และมีการดูแลความสะอาดอยู่

เสมอ

- มีอุปกรณ์การเก็บ เครื่องปรุง วัตถุคิบ ที่สะอาดสามารถป้องกันเชื้อโรคและสิ่งสกปรก เช่น มีที่เก็บมิดชิด ที่แขวน หรือมีฝาครอบ หรือคลุมผ้าสะอาด
- มีการจัดการขยะที่ถูกสุขอนามัย

4.3 มาตรฐานที่ 3 ด้านความปลอดภัย

4.3.1 การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาลเบื้องต้น

- มีแนวทางปฏิบัติเพื่อการช่วยเหลือเบื้องต้น เมื่อนักท่องเที่ยวเกิดเจ็บป่วยหรือได้รับอุบัติเหตุ
- มียาสามัญประจำบ้าน ที่อยู่ในสภาพใช้ได้ทันที (ยังไม่หมดอายุ)
- เจ้าของบ้านควรซักถามถึง โรคประจำตัวหรือบุคคลที่ติดต่อกับนักท่องเที่ยวในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉินกับนักท่องเที่ยว

4.3.2 การจัดระบบ ดูแลความปลอดภัย

- มีการแจ้งให้ผู้ใหญ่บ้านหรือกำนันรับทราบ ขณะมีนักท่องเที่ยวในบ้าน เพื่อขอความร่วมมือในการดูแลรักษาความสงบ ความปลอดภัย
- มีการจัดเวรยามดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น รถยนต์
- เมื่อมีเหตุร้ายต้องมีเครื่องมือสื่อสารติดต่อกับหน่วยงานที่รับผิดชอบโดยตรง

ได้

4.4 มาตรฐานที่ 4 ด้านอรรถาธิบายไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน

4.4.1 การต้อนรับและการสร้างความคุ้นเคย

- มีการแนะนำนักท่องเที่ยวกับสมาชิกในครัวเรือนทุกคนที่อยู่ในขณะนั้น เพื่อรู้จักและเรียนรู้วิถีชีวิตของเจ้าของบ้านผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ภายในบ้าน เช่น เก็บผักสวนครัวร่วมกัน ทำกับข้าวร่วมกัน รับประทานอาหารร่วมกัน เป็นต้น

4.4.2 การสร้างกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในวิถีชีวิตของชุมชน

- เจ้าของบ้านมีการแลกเปลี่ยนให้ข้อมูล อาจ เป็นเอกสารภาพถ่าย หรือการพูดคุยในเรื่องเกี่ยวกับวิถีชีวิต สังคม และวัฒนธรรมในชุมชนอย่างเหมาะสม
- เจ้าของบ้านเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตของตนเอง เช่น ไปดูไร่-นา ออกทะเล เก็บใบชา ทอผ้า จักสาน เป็นต้น ซึ่งจะเป็นโอกาสของการแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิต

4.5 มาตรฐานที่ 5 ด้านรายการนำเที่ยว

4.5.1 มีรายการนำเที่ยวที่ชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งต้องผ่านการยอมรับจากชุมชน

- มีการวางแผนโปรแกรมการท่องเที่ยวร่วมกันของชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์เพื่อการกระจายรายได้ให้เกิดขึ้นในแต่ละหมู่บ้านหรือแต่ละกลุ่มกิจกรรม
- มีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เผยแพร่สู่สาธารณะและนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน

4.5.2 ข้อมูลกิจกรรมท่องเที่ยว

มีข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมในโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกันตามภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้

4.5.3 เจ้าของบ้านเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น หรือประสานงานให้มัคคุเทศก์ท้องถิ่นนำเที่ยว

- กลุ่มหรือเจ้าของบ้านเป็นผู้นำเที่ยวเพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากร สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ค่านิยมภายในชุมชน แก่นักท่องเที่ยว
- มีการจัดทำสื่อ เช่น สิ่งพิมพ์ รูปภาพ ภาพวาด เพื่อการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว

4.6 มาตรฐานที่ 6 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4.6.1 ชุมชนมีแหล่งท่องเที่ยวภายในชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

มีแหล่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวซึ่งอาจเป็นแหล่งธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ ภูเขา หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น วัดเจดีย์ เป็นต้น หรือใช้แหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมการท่องเที่ยว

4.6.2 การดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว

- ชุมชนมีกฎ กติกา การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อให้การใช้ประโยชน์เป็นไปอย่างยั่งยืนเช่น ปริมาณนักท่องเที่ยวที่ชุมชนรองรับได้ การไม่เก็บพันธุ์พืชออกจากป่า เป็นต้น

- มีกิจกรรมที่สัมพันธ์กับงานการฟื้นฟูอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ เช่น การปลูกป่า การจัดค่ายอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสำหรับเยาวชน

4.6.3 แผนงานหรือมาตรการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวและลดสถานะโลกร้อน
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ชุมชนและกลุ่มโฮมสเตย์มีแผนงาน มาตรการ
และแนวทางปฏิบัติในการจัดการขยะอย่างถูกวิธี เช่น การแยกขยะ ไม่เผาขยะ

4.6.4 มีกิจกรรมในการลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์
ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม และลดสถานะโลกร้อน

- เน้นใช้ทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น ห่อข้าวด้วยวัสดุที่มาจาก
ธรรมชาติ

- มีกิจกรรมที่ลดการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง เช่น ใช้จักรยานแทนการใช้
รถ ใช้เรือพายแทนการใช้เครื่องยนต์ หรือการใช้หลอดประหยัดไฟในครัวเรือน

4.7 มาตรฐานที่ 7 ด้านวัฒนธรรม

4.7.1 การดำรงรักษาไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

- มีบ้านเก่าหรือบ้านที่แสดงถึงวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อสร้างความสนใจแก่
นักท่องเที่ยว

- มีการรวบรวมองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อนำสู่การเผยแพร่ที่
ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

- ชุมชนและโรงเรียนมีแผนงานฟื้นฟู อนุรักษ์ และถ่ายทอดวัฒนธรรม ศิลปะ
และการละเล่นพื้นบ้าน

- ผู้แสดงทางวัฒนธรรมและผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการวางแผนเนื้อหา
รูปแบบ และการนำเสนออย่างภาคภูมิใจ

4.7.2 การรักษาวิถีชีวิตชุมชนคงไว้เป็นกิจวัตรปกติ

มีการดำเนินวิถีชีวิตที่เป็นปกติ เช่น การดักบาตร การทำบุญที่วัด การไหว้ศาลปู่
ตา เป็นต้น ไม่ควรเปลี่ยนหรือจัดทำใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

4.8 มาตรฐานที่ 8 ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

4.8.1 ผลิตภัณฑ์จากชุมชน เพื่อเป็นของที่ระลึก ของฝากหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว

มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือชุมชนสามารถนำมาจำหน่ายแก่นัก
ท่องเที่ยวได้ทั้งเป็นของบริโภค สิ่งประดิษฐ์ เสื้อผ้า สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุ และวัตถุดิบ
ท้องถิ่นเป็นหลัก

4.8.2 ผลิตภัณฑ์ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน

มีการนำเอาความรู้/ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้คนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตน พร้อมกันนั้นก็สามารถจัดทำเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวได้ เช่น การสอนทอผ้า การจักสาน การละเล่นต่างๆ และการแสดงพื้นบ้าน

4.9 มาตรฐานที่ 9 ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์

4.9.1 การรวมกลุ่มของชาวบ้าน

การบริหารจัดการต้องเป็นการรวมกลุ่ม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน สมาชิกกลุ่ม และชุมชน ต้องมีความรู้ ความเข้าใจ แนวคิด หลักการ วัตถุประสงค์ วิธีการของ โฮมสเตย์

4.9.2 คณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์

- มีการเลือกตั้งคณะกรรมการบริหารงาน ได้แก่ ประธาน รองประธาน เภรัญญิก และกรรมการฝ่ายต่าง ๆ ตามความเหมาะสมของแต่ละชุมชน

- คณะกรรมการทุกคน ต้องมีความรู้ ความเข้าใจในปรัชญาหลักการ ขั้นตอนวิธีการทำงานของโฮมสเตย์ ตามบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนที่ได้รับมอบหมาย

4.9.3 กฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการ

- มีกฎ กติกา วาระการทำงาน การทำงานร่วมกันของคณะกรรมการ เช่น การจัดประชุมอย่างต่อเนื่องก่อนจะรับนักท่องเที่ยว และหลังรับนักท่องเที่ยวหรือจัดประชุมประจำเดือน

- มีการจัดสรรเงินรายได้เข้าส่วนกลางของชุมชนเพื่อสาธารณะประโยชน์ของชุมชน

- มีแนวทางในการทำงานของคณะกรรมการตามหลักเกณฑ์ต่อไปนี้

1. มีหลักเกณฑ์การเปิดรับสมาชิกโฮมสเตย์
2. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว
3. มีรายละเอียดกิจกรรมการท่องเที่ยว การให้บริการ และราคา
4. มีแนวปฏิบัติในการจองบ้านพัก และการชำระเงินล่วงหน้า

- มีแนวปฏิบัติของกลุ่ม เช่น การต้อนรับร่วมกัน การให้ข้อมูล การจัดลำดับกิจกรรม การดูแลความปลอดภัย การติดตาม และประเมินผล เป็นต้น

4.9.4 มีการจ่ายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม

- มีแนวปฏิบัติหมุนเวียนการให้บริการ เช่น บ้าน รถ เรือ มัคคุเทศก์ เป็นต้น
- มีระบบการคิดราคาที่เป็นที่ยอมรับของกลุ่ม
- มีการจัดสรรรายได้เข้ากองทุนชุมชน

4.9.5 ระบบการจองการลงทะเบียนและการมัดจำล่วงหน้า

- มีระบบการจองล่วงหน้า
- มีการลงทะเบียนนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นข้อมูลในการเตรียมการและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- มีการชำระเงินล่วงหน้า ในอัตราส่วนที่ทางกลุ่มเป็นผู้กำหนด

4.9.6 รายละเอียดของค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน

มีการระบุค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจนและเป็นปัจจุบันไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว ซึ่งอาจจะคิดเป็นรายคนหรือคิดในลักษณะเหมาจ่าย เป็นต้น

4.10 มาตรฐานที่ 10 ด้านประชาสัมพันธ์

4.10.1 เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของชุมชน

มีคู่มือ แผ่นพับ แผนที่การเดินทาง โปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวราคาและสถานที่ติดต่อ

4.10.2 แผนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์

มีเป้าหมาย แผนงาน การเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์กับกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน คุณสมบัติของโฮมสเตย์ที่จะสมัครเข้ารับการประเมินมาตรฐาน ต้องเข้าลักษณะ 6 ประการ ดังนี้

1. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวต้องถือว่าการทำโฮมสเตย์เป็นเพียงรายได้เสริม นอกเหนือรายได้จากอาชีพหลักของครอบครัวเท่านั้น
2. มีห้องพักหรือพื้นที่ใช้สอยภายในบ้านเหลือและไม่ได้ใช้ประโยชน์ สามารถนำมาดัดแปลงให้นักท่องเที่ยวเข้าพักได้
3. นักท่องเที่ยวต้องเข้าพักค้างแรมในชายคาเดียวกับที่เจ้าของบ้านอาศัยอยู่โดยมีโอกาสแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตระหว่างกัน
4. สมาชิกในครอบครัวต้องมีความยินดีและเต็มใจที่จะรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักค้างแรมในชายคาเดียวกับเจ้าของบ้านพร้อมทั้งถ่ายทอดวัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่นนั้นแก่นักท่องเที่ยว
5. เจ้าของบ้านและสมาชิกในครอบครัวให้ความร่วมมือกับชุมชนในการจัดการโฮมสเตย์เป็นอย่างดี
6. บ้านนั้นต้องเป็นสมาชิกของกลุ่ม ชมรม หรือสหกรณ์ ที่ร่วมกันจัดการโฮมสเตย์ของชุมชนนั้น

น
วใ
ย

เน

เน

ร
ม

อง

า
ค
บ

หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานที่พัก สัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ไว้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

1. คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานโฮมสเตย์

1.1 คณะกรรมการอำนวยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยระดับชาติสำนักพัฒนาการท่องเที่ยวได้ดำเนินการแต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยระดับชาติ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านโฮมสเตย์โดยมีผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นประธานกรรมการและผู้อำนวยการสำนักพัฒนาบริการท่องเที่ยวเป็นกรรมการและเลขานุการ โดยตำแหน่ง ทำหน้าที่เผยแพร่ดัชนีชี้วัดมาตรฐานส่งเสริมและสนับสนุนการจัดโฮมสเตย์ทั่วประเทศ จัดระบบมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ให้เป็นไปตามดัชนีชี้วัดมาตรฐานตรวจสอบ และติดตามการดำเนินงานโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองและพิจารณาเพิกถอนโฮมสเตย์ที่ไม่เป็นไปตามดัชนีชี้วัดมาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

1.2 คณะกรรมการตรวจประเมินโฮมสเตย์ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวจะประสานงานไปยังผู้ว่าราชการจังหวัดที่มีหมู่บ้านที่ประสงค์จะขึ้นขอรับการประเมินโฮมสเตย์เพื่อแต่งตั้งคณะกรรมการตรวจประเมินประจำจังหวัดประกอบด้วยผู้ว่าราชการหรือผู้แทนเป็นประธานหน่วยงานของรัฐสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์ ตัวแทนจากคณะกรรมการอำนวยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ และตัวแทนจากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว รวม จำนวน 9 คน ทำหน้าที่ประเมินโฮมสเตย์ในจังหวัด

2. กำหนดระยะเวลาการขึ้นขอรับการประเมินและการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์

2.1 หมู่บ้านที่ประสงค์จะขอการรับรองมาตรฐานโฮมสเตย์ขอรับแบบฟอร์มและยื่นแสดงความจำนงขอรับการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ได้ที่สำนักงานการท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการประจำจังหวัดที่เป็นที่ตั้งของโฮมสเตย์ หรือที่สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่างเดือนตุลาคม ถึง เดือนมีนาคม ของทุกปี

2.2 คณะกรรมการตรวจประเมินโฮมสเตย์ ประจำจังหวัดจะดำเนินการตรวจประเมินปีละ 1 ครั้งประมาณเดือนเมษายน ถึงเดือนสิงหาคม และส่งผลการประเมินไปยังสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาภายในเดือนสิงหาคม ของทุกปี จำนวนกรรมการตรวจประเมินจะต้องมีจำนวนไม่น้อยกว่า ร้อยละ 75 ของจำนวนกรรมการทั้งหมด (7 คน)

3. วิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์

3.1 เครื่องในการประเมิน

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ครั้งนี้ ใช้นี้เนื้อหาตามกรอบแนวคิดชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์ 8 เกณฑ์มาตรฐาน 42 ตัวชี้วัด โดยใช้การประเมินแบบสเกล

ความสำคัญ (Rating Scale) ซึ่งผู้ประเมินจะให้ความสำคัญในแต่ละตัวชี้วัดโดยอาศัยมาตรวัดเจตคติแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ต่อการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัย 6 ระดับ ดังนี้

ระดับความสำคัญ	คะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน
ไม่มี/ไม่ทำ	0 คะแนน

3.2 วิธีการหาข้อมูลเพื่อการวัดผลที่พึงสัมผัสวัฒนธรรมชุมชน (โฮมสเตย์) คณะกรรมการตรวจประเมินสามารถหาข้อมูลอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ดังนี้ คือ

3.2.1 ศึกษาจากเอกสาร เช่น จากการรายงานทางวิชาการ

3.2.2 ศึกษา/ค้นหาหลักฐานในชุมชน เช่น จากสมุดเยี่ยม โบราณสถาน แบบประเมิน

3.2.3 สอบถามผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์ และคนในชุมชนที่ไม่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์

3.2.4 สังเกต เช่น จากสภาพแวดล้อม

3.2.5 สัมภาษณ์ เช่น การสัมภาษณ์เจาะลึกผู้เฒ่าผู้แก่

3.2.6 วิเคราะห์ สังเคราะห์ ประมวลผลข้อมูล

3.3 ขั้นตอนการประเมินคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์

3.3.1 เลขานุการคณะกรรมการตรวจประเมินประจำจังหวัดประสานงานกับคณะกรรมการตรวจประเมินทุกคน เพื่อทราบกำหนดการ และนัดหมายการตรวจประเมิน

3.3.2 คณะกรรมการตรวจประเมินพบกันที่จุดนัดพบ และประชุมซักซ้อมความเข้าใจในการตรวจการประเมิน

3.3.3 คณะกรรมการตรวจประเมินเดินทางไปยังหมู่บ้านที่ยื่นขอประเมิน และจัดประชุมเพื่อขอข้อมูลจากกลุ่มโฮมสเตย์ และจากกลุ่มที่ไม่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์ในหมู่บ้าน

3.3.4 คณะกรรมการตรวจประเมินทุกคนออกตรวจเยี่ยมบ้านที่ขอรับการประเมินทุกหลังพร้อมกัน และเยี่ยมชม กิจกรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน พร้อมถ่ายภาพหมู่บ้าน

3.3.5 คณะกรรมการแยกย้ายกันไปพักค้างคืนในบ้านที่ขึ้นขอรับการประเมินโดยทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้าน เช่น รับประทานอาหารร่วมกัน และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วิถีชีวิต พร้อมทั้งหาข้อมูลจากชาวบ้านทั่วไป

3.3.6 คณะกรรมการประชุมเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และข้อมูลกัน

3.3.7 คณะกรรมการให้คะแนนในใบประเมิน

3.3.8 คณะกรรมการประชุมพิจารณาคะแนน เลขานุการคณะกรรมการตรวจประเมินรวบรวมแบบฟอร์มคะแนนส่งผู้เกี่ยวข้องในการคำนวณคะแนน โดยได้ดำเนินการตามคะแนนมอบให้กรรมการแต่ละคนไว้เป็นหลักฐาน

3.3.9 เลขานุการคณะกรรมการตรวจประเมิน ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบประเมินก่อนส่งคะแนนให้ผู้รับผิดชอบดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ตามวิธีการที่กำหนดไว้ใน ข้อ 4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.10 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูล เสนอต่อประธานคณะกรรมการประเมิน เพื่อส่งไปยังสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาต่อไป โดยเอกสารที่ส่งประกอบด้วย ผลการประเมินของคณะกรรมการทุกท่าน และสรุปผลการประเมิน

3.3.11 สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตรวจสอบความถูกต้องของผลการประเมิน แล้วนำเสนอในที่ประชุมคณะกรรมการอำนวยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยระดับชาติพิจารณา และรับรองผลประเมิน ต่อจากนั้นจึงแจ้งให้กลุ่มโฮมสเตย์ที่ยื่นขอประเมินรับทราบผลการประเมิน

3.3.12 แจ้งผลการประเมินให้ชุมชนที่ขอเข้ารับการประเมินทราบผล โดยแจ้งผ่านจังหวัดที่โฮมสเตย์ตั้งอยู่

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การประเมินผลข้อมูล

การวางแผนวิเคราะห์ข้อมูล คณะทำงานจะรวบรวมแบบประเมินมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการประเมินอีกครั้งหนึ่ง ก่อนที่จะนำมาลงรหัส เพื่อทำการบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS for Windows ในการประมวลผล

4.2 หลักวิธีการคิดวิเคราะห์

ในตัวชี้วัดมาตรฐานที่พักสัมผัสนวัตกรรมชุมชนแต่ละข้อมีค่าน้ำหนักที่ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับความจำเป็นและความสำคัญของแต่ละตัวชี้วัด ดังรายละเอียดดังนี้ คือเรื่องที่ทำให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การบริหารจัดการ ให้ค่าน้ำหนักที่ 20 % เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมการสร้างฐานของชุมชนให้เข้มแข็งและพร้อมในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว เรื่องที่

ให้ความสำคัญรองลงมาประกอบด้วย ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อม ให้ค่าน้ำหนักตัวชี้วัดละ 15 % เนื่องจากเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต ค่านิยม และความเป็นอยู่ของชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมของชุมชนที่จะนำสู่สายตานักท่องเที่ยว ส่วนเรื่องอาหารและโภชนาการ ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและมูลค่าเพิ่มให้ค่าน้ำหนักตัวชี้วัดละ 10 % และเรื่องการส่งเสริมการตลาด ให้ค่าน้ำหนักตัวชี้วัด 5 %

4.3 เกณฑ์การผ่านประเมิน

โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินมาตรฐาน จะต้องได้รับ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ตั้งแต่ 70 % ขึ้นไปโฮมสเตย์ที่ได้รับคะแนนการประเมินต่ำกว่า 70 % ให้ถือว่ายังมีคุณภาพไม่ถึงเกณฑ์มาตรฐาน ให้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของคณะกรรมการประเมิน และยื่นขอรับการประเมินตามกำหนดเวลาในปีถัดไป

การกำหนดตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย และลักษณะของตราสัญลักษณ์และความหมาย

1. ตราสัญลักษณ์มาตรฐาน โฮมสเตย์ไทย มีลักษณะ ดังนี้



ภาพที่ 2.4 ตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเตย์ไทย

ที่มา: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว, 2551

2. ความหมายของตราสัญลักษณ์

หลังการทรงไทยลายกลอนใช้เป็นสัญลักษณ์เพื่อแสดงถึงโฮมสเตย์ที่อยู่ในชนบทของไทย ตัวอักษร HomeStay หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านจะอยู่และเรียนรู้ร่วมกันอย่างอบอุ่น ตัวอักษร STANDARD หมายถึง คำที่ใช้เพื่อยืนยันว่าเป็นโฮมสเตย์ที่ได้รับมาตรฐาน

3. เกณฑ์การมอบตราสัญลักษณ์

ในการมอบตราสัญลักษณ์ ให้แก่ โฮมสเตย์ที่ผ่านการประเมินตามดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานโฮมสเตย์นั้นถือเกณฑ์ว่าหากโฮมสเตย์ใดมีคะแนนเฉลี่ยรวมตั้งแต่ 2.49 ขึ้นไป จะได้รับตราสัญลักษณ์พร้อมด้วยเกียรติบัตร ในกรณีที่โฮมสเตย์ใด มีคะแนนเฉลี่ยต่ำกว่า 2.49 ถือว่าโฮมสเตย์นั้นยังมีคุณภาพไม่ถึงเกณฑ์มาตรฐาน ควรมีการพัฒนาโฮมสเตย์นั้นต่อไป และโฮมสเตย์ดังกล่าวมีสิทธิ์ยื่นข้อเสนอขอรับการประเมินได้อีกตลอดปี

4. การมอบตราสัญลักษณ์ และระยะเวลาการมอบ

4.1 การมอบตราสัญลักษณ์แก่โฮมสเตย์ ที่ผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งจะดำเนินการปีละครั้งภายในเดือนกันยายนของทุกปี โดยสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

4.2 ในการมอบตราสัญลักษณ์ ให้แก่โฮมสเตย์ ที่ผ่านการประเมินแต่ละครั้ง จะมอบตราสัญลักษณ์ ให้กับชุมชนจำนวน 1 ตรา พร้อมมอบเกียรติบัตรให้กับเจ้าของบ้านที่ผ่านการประเมิน

5. การใช้ตราสัญลักษณ์ และระยะเวลาการใช้

5.1 การติดตั้งตราสัญลักษณ์ฯ ในบ้านโฮมสเตย์นั้นจะต้องติดตั้งในจุดที่สามารถมองเห็นได้ชัดเจน

5.2 ตราสัญลักษณ์มาตรฐานโฮมสเตย์ที่ได้รับมีอายุ 2 ปี

5.3 หากผู้ประกอบการโฮมสเตย์ รายใด ใช้ตราสัญลักษณ์ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือจัดทำขึ้นใช้เองโดยไม่ผ่านความเห็นชอบจากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จะมีความผิดตามกฎหมาย

5. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

5.1 ความหมายของแรงจูงใจ

Schiffman & Kanuk (1994) กล่าวว่า การจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นภายในแต่ละบุคคลให้บุคคลนั้นปฏิบัติ

ปริญ ลักษิตานนท์ (2536) กล่าวว่า การจูงใจหมายถึง แรงเสริมให้กระทำกิจกรรมต่างๆ สำเร็จตามจุดประสงค์

ธงชัย สันติวงษ์ (2537) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งจูงใจ คือสิ่งที่แสดงออกเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายชนิดต่างๆ คือ ความต้องการที่ได้เลือกเฟ้นไว้แล้ว และสิ่งจูงใจเหล่านี้จะฝังแน่นอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจะต่อต้านการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากอิทธิพลภายนอก สิ่งจูงใจนี้เป็นส่วนประกอบทางจิตวิทยาที่สำคัญยิ่งของตัวตนและในขณะที่เดียวกันก็ได้รับการเสริมเข้าไปจากประสบการณ์ที่ได้รับมา

บุษณา ธรรมเจริญ (2544) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึง สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายในบุคคล และผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้น ไม่เช่นนั้นจะเกิดความเครียด หรือเกิดความไม่สบายกาย หรือ ไม่สบายใจได้

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2544) แรงจูงใจ หมายถึง การผสมผสานของแรงผลักดันที่เกิดจากการความต้องการทางด้านร่างกาย จิตใจและวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของบุคคลอย่างต่อเนื่องจนสามารถกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีเป้าหมายและเป็นแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว ข้อมแสดงให้เห็นถึงค่าพฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว การแสวงหาประสบการณ์ ณ จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวซึ่งคาดว่าสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว

บุษณา ธรรมเจริญ (2544) ให้ความหมายของแรงจูงใจว่า หมายถึง สิ่งเร้าที่เกิดขึ้นจากภายในบุคคล และผลักดันให้เกิดการกระทำขึ้น ไม่เช่นนั้นจะเกิดความเครียด หรือเกิดความไม่สบายกาย หรือ ไม่สบายใจได้

จากความหมายของแรงจูงใจที่กล่าวมา สามารถสรุปได้ดังนี้ แรงจูงใจ หมายถึง สิ่งเร้าที่ที่อยู่ภายในและภายนอกซึ่งมีพลังกระตุ้นก่อให้เกิดการกระทำในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะมิจิตสำนึกหรือจิตใต้สำนึก มีเหตุหรือไม่มีเหตุผลก็ได้

5.2 ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ ได้แก่

5.2.1 สิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่

1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุกๆ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ประทับใจ ซึ่งเกิดจากลักษณะทางธรรมชาติ เช่น อ่าว แหล่ม เกาะ หน้าผา โขดหิน

ภูมิอากาศและความสวยงามตามธรรมชาติ ซึ่งสภาพเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ภายใต้อิทธิพลของความแตกต่างในเรื่องของฉากธรรมชาติ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นได้ 2 ประการ คือ ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2538)

1.1) สถานที่ที่น่าสนใจ เช่น ชายหาดที่สวยงาม คือ หาดชะอำซึ่งคงสภาพแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่น่าสนใจหรือจังหวัดภูเก็ตมีแหลมพรหมเทพยื่นออกไปจากหน้าผามุ่งสู่ทะเลลึก มีดินตลิ่งชันปลายแหลมขามดวงอาทิตย์ตกเวลาเย็น จึงเป็นภาพที่สวยงามสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้ออกมาท่องเที่ยวยังแหล่งนั้น

1.2) เหตุการณ์ที่น่าสนใจในบางฤดูกาลมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับประเพณี วัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กิจกรรมนั้นก็กลายเป็นเหตุการณ์ที่น่าสนใจดึงดูดคนมาท่องเที่ยว เช่น การกำหนดงานพระนครคีรีเมืองเพชรบุรี มีการแสดงละครประวัติศาสตร์ การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน ซึ่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น

2) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีของคนพื้นที่นั้นๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกันวัฒนธรรมอาจแสดงออกมาในรูปแบบศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ของประชาชน จารีตประเพณี

3) ชาติพันธุ์ เหตุผลอย่างหนึ่งในการเดินทางของประชาชน เพื่อต้องการเยี่ยมชมญาติและเพื่อน คนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมเยือนแผ่นดินเดิมของตนเอง

4) แหล่งบันเทิง แหล่งบันเทิงมิใช่ หมายถึง สถานที่รื่นรมย์ยามราตรีเพียงอย่างเดียวแต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนธารณะ สนามกีฬา ฯลฯ

5.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวก เนื่องจากนักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางห่างไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการ (กัลยา สมมาตย์, 2541)

1) ที่พัก เป็นสิ่งที่สำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อน แต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องการเช่าอาศัยชั่วคราว ที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ หรือที่พักลักษณะอื่น ๆ

2) ร้านอาหารเครื่องดื่มเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว

3) สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ

4) ปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ระบบสื่อสาร การคมนาคม สาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว มีความสำคัญอย่างยิ่ง ปัจจัยพื้นฐานดังกล่าว นอกจากอำนวยความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ยังทำให้ได้รับความสะดวกสบายขึ้นเนื่องจากการพัฒนาระบบสื่อสาร การคมนาคมและสาธารณูปโภคดังกล่าว

5.2.3 การขนส่ง เป็นสิ่งจำเป็นในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วสะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของประชาชนมิได้วัดในรูปแบบของระยะทางแต่วัดด้วยเวลาของการเดินทาง ถึงแม้ว่าระยะทางจะไกลแต่ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทางประชาชนก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการปรับปรุงยานพาหนะ ถนนและระบบจราจรให้ดีขึ้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวขึ้น

5.2.4 การต้อนรับ เป็นสิ่งสำคัญมากเพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิมเกิดความประทับใจการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ในทางกลับกันถ้าหากนักท่องเที่ยวได้รับการต้อนรับที่ไม่ดีหรือไม่เหมาะสมนอกจากจะไม่รู้สึกประทับใจแล้ว โอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่เดิมจะมีน้อยมาก ซึ่งประเสริฐ วิทยารัฐ (2535) ได้กล่าวถึงสิ่งที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ 1) บรรยากาศด้านกายภาพ ได้แก่ มีการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก มีความสะดวกสบาย ปลอดภัย มีสิ่งดึงดูดใจทั้งทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สถานที่มีสิ่งที่น่าสนใจ เช่น วิวทิวทัศน์ พระบรมมหาราชวัง ความใหญ่โตของอาคารสถานที่ 2) บรรยากาศด้านจิตใจ ได้แก่ ความมีมิตรไมตรี การต้อนรับขับสู้ มีความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ ความรู้สึกปลอดภัย ค่าครองชีพไม่สูงเกินไป ความไม่เข้มงวดต่อนักท่องเที่ยว 3) บรรยากาศอื่น ๆ ได้แก่ การแนะนำประชาสัมพันธ์ที่ดี สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพ การบันเทิงที่นักท่องเที่ยวสนใจ รวมถึงสุรริทัศน์ เทศาทวิวรรณ (2545) ยังกล่าวถึงแรงจูงใจที่ทำให้คนเดินทางอาจจำแนกออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยดึง หมายถึง ปัจจัยที่อยู่ภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริม หรือดึงดูดให้คนเดินทางไปต่างๆ ได้แก่ 1) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประเทศใดที่มีสภาพเศรษฐกิจที่ดีย่อมเอื้ออำนวยในคนในประเทศมีอำนาจทางการซื้อสูง และมีโอกาสเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ได้มาก 2) ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ นักจิตวิทยา Adler Fedler ได้ให้ข้อคิดทางพฤติกรรมมนุษย์ไว้ว่า “คนมักจะแสวงหาสิ่งที่ตนเองมีหรือแสวงหาสิ่งที่แตกต่างไปเพื่อชดเชยสิ่งที่ตนไม่มี” จากหลักจิตวิทยานี้ อาจกล่าวได้ว่าลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างไปจากประเทศของคนสามารถดึงดูดให้คนเดินทางไปและข้อคิดดังกล่าวอาจนำมาประยุกต์ใช้กับแนวทางปัจจัยภูมิศาสตร์ได้ว่านักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะภูมิประเทศที่แตกต่างไปจากของตน เพื่อเรียนรู้ประสบการณ์ที่แตกต่างกันออกไป หรือเพื่อหาสิ่งชดเชยในสิ่งที่ตนไม่มี ลักษณะทางภูมิศาสตร์จึงเป็นปัจจัยดึงที่สำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวเดินทาง ไปยังสถานที่ที่มีลักษณะแตกต่างจากประเทศหรือท้องถิ่นของตน 3) ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมรูปแบบวัฒนธรรมและบรรทัดฐานของสังคมใดสังคมหนึ่ง กำหนดค่านิยมในการเดินทางของคนในสังคมนั้น ในขณะที่เดียวกันวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีงานเทศกาล ประวัติศาสตร์ สามารถเป็นสิ่งดึงดูดที่ทำให้คนในสังคมอื่นเดินทางมายังท้องถิ่นของตนได้ 4) ปัจจัย

ทางการเมือง ประเทศให้ที่มีสถานะการทางการเมืองที่มั่นคงย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศคนได้และขณะเดียวกัน นโยบายของรัฐบาลอาจกั้นหรือส่งเสริมให้คนเดินทางไปยังประเทศอื่นได้เช่นเดียวกัน 5. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารการคมนาคมโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกและสิ่งบันเทิงเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัยยิ่งขึ้น นอกจากนี้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของบางประเทศก็สามารถเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ 6. สื่อมีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยม และการตัดสินใจของคนเนื่องจากสื่อมวลชนจะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนและสามารถสร้างภาพพจน์ของสถานที่แต่ละแห่งได้ ถ้าข่าวสารหรือข้อมูลที่ปรากฏบนสื่อเป็นภาพที่ดีก็สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ในทางตรงกันข้ามถ้าข้อมูลปรากฏเชิงลบก็อาจเปลี่ยนแปลงทัศนคติและการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวได้เช่นเดียวกัน โดยปัจจัยหลัก หมายถึงความรู้สึก ความต้องการที่เกิดขึ้นภายในตัวบุคคล และกระตุ้นให้คนมีความต้องการที่จะเดินทาง ซึ่งมาตโลว์ได้กล่าวถึงเรื่องของปัจจัยหลักไว้ว่า “คนมีพฤติกรรมในการแสดงออกต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง” ดังนั้น ความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยว ดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการที่จะพักผ่อนคลายเครียด และได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ความบันเทิง ซึ่งเป็นการตอบสนองความต้องการของร่างกาย 2) นักท่องเที่ยวต้องการพาหนะเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารที่ปลอดภัยและสะอาด ผู้บริการที่จริงใจ ข้อมูลต่างๆ ที่ถูกต้องซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกปลอดภัยและมั่นคง 3) นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะให้ผู้บริการทักทายหรือให้ความสำคัญกับการปรากฏตัวของตนเองอยู่เสมอและคาดหวังให้ผู้บริการจดจำชื่อ นามสกุล ข้อมูลส่วนตัวของตนได้อย่างถูกต้องเพราะแสดงถึงการเป็นที่ยกย่องยอมรับนับถือในสังคมนั้นๆ 4) นักท่องเที่ยวบางคนเดินทางท่องเที่ยวเพื่อให้เห็น ได้ยิน ได้ลองสิ่งแปลกใหม่ของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และได้รับสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่มีคุณภาพเพื่อสะสมประสบการณ์ที่เสริมสร้างความเชื่อมั่นและศักดิ์ศรีของตนเอง 5) นักท่องเที่ยวบางคนนิยมเดินทางและสำรวจท้องถิ่นต่างๆ ด้วยตนเอง โดยไม่สนใจว่าท้องถิ่นนั้นจะมีสิ่งอำนวยความสะดวกและอยู่ใกล้เมืองหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เรียนรู้หรือพยายามทำความรู้จักเข้าใจวัฒนธรรมและวิถีความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น และมักจดจำหรือบันทึกสิ่งที่คุณได้พบเห็นเพื่อเป็นการบันทึกประสบการณ์และความสำเร็จของตน นักท่องเที่ยวบางคนมีพฤติกรรมไม่เหมือนกันและนักท่องเที่ยวก่อนหน้าก็อาจมีพฤติกรรมหลากหลายทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระดับความต้องการของแต่ละบุคคล และฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ยังกล่าวว่าประชาชนมีการเดินทางอยู่เสมอ ด้วยวัตถุประสงค์หรือแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ดังนี้ การเข้าร่วมประชุม การเยี่ยมชมเพื่อน และญาติพี่น้อง การไปติดต่อธุรกิจ การไปรักษาโรค และรับการส่งเสริมสุขภาพ ความ

ต้องการ ไปในที่ที่มีอากาศอบอุ่นกว่า หรือเย็นกว่า การ ไปพักผ่อนหย่อนใจ หลีกหนีจากภาระจำเจและความเครียด การเที่ยวชมสวนสนุก และสถานที่สำคัญทาง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การเข้าชมการแข่งขันกีฬา การประกวด การ ไปศึกษาต่อ ศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติอื่น การ ไปเยี่ยมชมสถานที่เกิดของตนเอง หรือของบรรพบุรุษ หรือพิธีทางศาสนา และยัง ได้ระบุไว้ว่าผู้ประกอบการท่องเที่ยว นิยมแบ่งวัตถุประสงค์แรงจูงใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ 1) การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง อัน ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ วันหยุด เพื่อสุขภาพ การศึกษา ศาสนา และการกีฬา 2) การติดต่อธุรกิจ อัน ได้แก่ การประชุม การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักผ่อน การรับประทานอาหาร การเที่ยวช้อปปิ้ง การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของ นักท่องเที่ยวมีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้าในขณะนั้น ๆ และมีปัจจัยผลักดันที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้นและบ่อยขึ้น อันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมเปลี่ยนแปลงไป ได้แก่ การเกษียณอายุก่อนกำหนด การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น ช่วงเวลาการทำงานน้อยลง การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น การมีสิทธิได้มีวันหยุดโดยไม่รับค่าจ้างเต็ม ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร และครอบครัวมีขนาดเล็กลง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมการบริโภคความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน นโยบายของรัฐ กฎหมายและระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และให้ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ฯลฯ รวมทั้งนิคม จารุมณี (2536) ได้กล่าวว่าสาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวมีเหตุผลหลายประการ คือความเครียดในการทำงาน รายได้ของประชากรดีขึ้น ความสะดวกทางด้านการคมนาคม มีเวลาว่าง จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น โดยที่เฉลิมเกียรติ เฟื่องแก้ว (2539) ได้กล่าวถึงความสามารถในการเดินทางเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวจะใช้เป็นตัวตัดสินใจในการเดินทางซึ่งสรุปได้ดังนี้

- 1) เวลา บุคคลที่จัด ได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวอย่างน้อยต้องใช้เวลาว่างช่วงหนึ่ง เพื่อจุดมุ่งหมายการเดินทางของตนเอง
- 2) การเงิน การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ต้องใช้เงินในการ ใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งผู้เดินทางจะต้องมีความพร้อมในค่าใช้จ่ายส่วนนี้
- 3) สุขภาพ บางครั้งการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกล หรือมีภูมิอากาศแตกต่างไปจากที่เคยชิน สิ่งเหล่านี้อาจเป็นอุปสรรคแก่ผู้ที่จะเดินทางได้ และบางคนสุขภาพอาจจะไม่ดี มีโรคประจำตัวซึ่งจะเป็นปัญหาในการเดินทางได้เช่นกันหรือขณะเดียวกันบางคนก็เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ
- 4) อาชีพ ภารกิจการงานสำหรับบางคน อาจเป็นอุปสรรคในการเดินทางได้เช่นกัน

5) ระยะเวลา การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ไกล อาจไม่เอื้ออำนวยและ
สมดุลงกับเวลาว่าง การเงินหรือสุขภาพด้วย

การที่มนุษย์ต้องการประกอบกิจกรรมต่างๆ ทางการท่องเที่ยว ที่มีแรงกระตุ้นอยู่
ภายในหรือภายนอกก็ตามล้วนเป็นสาเหตุที่ทำให้มนุษย์มีความต้องการปัจจัยเหล่านั้นเพื่อ
ตอบสนองความพึงพอใจของตนเอง เพื่อหาสิ่งที่แปลกใหม่ในชีวิต หรือการพักผ่อนหย่อนใจตาม
สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่มีความจำเป็นสำหรับชีวิตมากขึ้นตามลำดับ ประกอบกับประเทศไทยมี
วันหยุดตามเทศกาลต่าง ๆ ตลอดทั้งปี จึงมีการส่งเสริมสนับสนุน โอกาสในเส้นทางท่องเที่ยวมีเพิ่ม
มากขึ้น ส่งผลให้เกิดการจ้างงานของผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ ที่ทำ
ให้ถูกจ้างหรือผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงทำให้เศรษฐกิจของประเทศเกิดรายได้เข้า
ประเทศเพิ่มมากขึ้นตามลำดับ

5.3 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจ

ฉลอง พิมลสมพงศ์ (2542) ยังได้เพิ่มทฤษฎีความต้องการซึ่งมีความสำคัญต่อภาวะ
จิตใจมาก 2 ชั้นคือ 1) ความต้องการที่จะได้ทราบและเกิดความเข้าใจ ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรม
แสวงหาคำตอบ เพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็น 2) ความต้องการความสวยงาม ทำให้มนุษย์มี
พฤติกรรมแสวงหา สร้างสรรค์ ดำรงรักษาสิ่งที่สวยงาม ชื่นชมสิ่งสวยงามทั้งที่เป็นธรรมชาติและ
ศิลปะตามรสนิยมของคน รวมถึง Swarbrooke & Homer (1999) ได้เสนอประเภทของแรงจูงใจนี้
เป็น 6 ประเภท 1) ส่วนตัว : เชื่อมเพื่อน ญาติ หาเพื่อนใหม่ 2) อารมณ์ : ความต้องการที่จะมี
ความรู้สึกโรแมนติก รู้สึกตื่นเต้น ทำทาย สนุกสนาน ขาบซึ่ง ปลดปล่อย ไร้ลึกลับความหลัง ฯลฯ 3)
วัฒนธรรม : หาประสบการณ์จากวัฒนธรรมใหม่/การรับรู้วัฒนธรรมต่างๆ 4) พัฒนาตนเอง : หา
ความรู้ เพิ่มความสามารถทักษะ 5) สถานภาพ : ตามสมัยนิยม ความเด่น 6) ภายนอก : พักผ่อน ผิวดิน
แทน สุขภาพเพศ

6. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

6.1 ความหมายของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจหรือความพอใจ เป็นสภาวะทางอารมณ์ ความรู้สึกทางอารมณ์ของ
บุคคล ที่เกิดขึ้นเมื่อได้รับในสิ่งที่ต้องการตามความคาดหวังได้มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้

Morse (1967) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจหรือความพอใจตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า
“Satisfaction” หมายถึง สิ่งที่ตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ เป็นการลดความตึง
เครียดทางด้านร่างกายและจิตใจหรือสภาพความรู้สึกของบุคคลที่มีความสุข ความชื่นใจ ตลอดจน

สามารถสร้างทัศนคติในทางบวกต่อบุคคลต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งจะเปลี่ยนแปลงไปตามความพอใจต่อสิ่งนั้น

Vroom (1964) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสามารถใช้แทนกันได้ เพราะจากสองคำนี้หมายถึงผลที่ได้จากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น โดยทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นและทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจนั่นเอง

Good (1973) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพคุณภาพ หรือระดับความพึงพอใจ ซึ่งเป็นผลมาจากความสนใจต่างๆ และทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งนั้นๆ

ธงชัย สันติวงษ์ (2533) กล่าวว่า ถ้าบุคคลหนึ่งได้มองเห็นช่องทางหรือโอกาสจะสามารถสนองแรงจูงใจที่ตนมีอยู่แล้ว ก็จะทำให้ความพึงพอใจของเขาดีขึ้น หรืออยู่ในระดับสูง

นฤมล มีชัย (2535) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกหรือเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานตามภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบนั้น ๆ ด้วยใจรัก มีความกระตือรือร้นใน การทำงาน พยายามตั้งใจทำงานให้บรรลุเป้าหมาย และมีประสิทธิภาพสูงสุด มีความสุขกับงาน ที่ทำและมีความพอใจ เมื่องานนั้น ได้ผลประโยชน์ตอบแทน

สมศักดิ์ คงเที่ยง และอัญชลี โพธิ์ทอง (2542) กล่าวว่า 1) ความพึงพอใจเป็นผลรวมของความรู้สึกของบุคคลเกี่ยวกับระดับความชอบหรือไม่ชอบต่อสภาพต่างๆ 2) ความพึงพอใจเป็นผลของทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบต่างๆ 3) ความพึงพอใจในการทำงานเป็นผลมาจากการปฏิบัติงานที่ดี และสำเร็จจนเกิดเป็นความภูมิใจ และได้ผลตอบแทนในรูปแบบต่างๆ ตามที่หวังไว้

วัฒนา เพ็ชรวงศ์ (2542) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมค่าความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี เลว พอใจ ไม่พอใจ สนใจ ไม่สนใจ เป็นต้น

อภิรักษ์ จันตะนี (2547) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจว่า หมายถึง ความพึงพอใจที่ถูกค่าหรือผู้ใช้บริการ ได้สินค้าหรือบริการที่มุ่งหมายหรือตั้งใจไว้ ถ้าเมื่อได้รับสินค้าหรือบริการแล้วจะเกิดความพึงพอใจ ยิ่งได้รับสินค้าหรือบริการที่ดีขึ้นก็จะทำให้เกิดความพึงพอใจมากขึ้น แต่ถ้าได้รับสินค้าหรือบริการต่ำกว่าที่ตั้งใจไว้ ก็จะทำให้ความพึงพอใจลดลงไปด้วย เป็นต้น

ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ความพึงพอใจ เป็นความรู้สึกเต็มใจ พึงพอใจ ประทับใจต่อสิ่งที่สามารถตอบสนองตามความต้องการของตนเอง หรือมีเจตคติที่ดีต่อบุคคล

6.2 ทฤษฎีพื้นฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจ

แนวคิดทฤษฎีที่กล่าวถึง การจูงใจบุคคลให้เกิดความพึงพอใจ (ธงชัย สันติวงษ์, 2540) ผู้ศึกษาขอเสนอทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบของการจูงใจ 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg และ ทฤษฎีการจูงใจของ McClelland

6.2.1 ทฤษฎีการจูงใจของ Herzberg พัฒนามาจากทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของมาสโลว์ (Abraham H. Maslow) ซึ่งกล่าวถึงความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ตั้งแต่ขั้นต่ำสุดถึงขั้นสูงสุด 5 ประการ คือ ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการด้านความมั่นคงปลอดภัย ความต้องการด้านสังคม ความต้องการการยอมรับนับถือ ความต้องการความสำเร็จสมหวังในชีวิต ผู้บริหารสามารถใช้ทฤษฎีจูงใจของมาสโลว์เพื่อสร้างสิ่งจูงใจให้แก่บุคคลได้ โดยพิจารณาความต้องการของบุคลากรและจัดสวัสดิการ จัดสภาพแวดล้อมขององค์การเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคลากรตามลำดับขั้น ตั้งแต่ขั้นต่ำสุดถึงขั้นสูงสุด เมื่อความต้องการได้รับการตอบสนองก็ให้เกิดความพึงพอใจและมีพฤติกรรมที่เป็นผลดีต่อองค์การ

6.2.2 ทฤษฎีการจูงใจของ McClelland ได้ศึกษาพบว่าความต้องการของมนุษย์แบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ 1) ความต้องการความสำเร็จ 2) ความต้องการมีอำนาจ 3) ความต้องการความสัมพันธ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้กล่าวถึงความต้องการพื้นฐานที่ตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 10 ประการในการจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วมในแต่ละประเด็น คือ 1) เติมนอนที่สบายในราคาสมเหตุสมผล 2) ห้องอาบน้ำและส้วมที่สะอาด 3) อาหารพื้นบ้านง่ายๆ แต่ปรุงมาอย่างดี 4) ทิวทัศน์และธรรมชาติของชนบทที่สวยงาม 5) ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมท้องถิ่น 6) กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท อาทิ เดินป่า ตกปลา ขี่ม้า ปีนเขา ขี่จักรยาน 7) ร้านค้าทั่วไปและร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก 8) ความบันเทิง อาทิ คอนเสิร์ต การเต้นรำ การละเล่นพื้นบ้าน และการแสดงต่าง ๆ 9) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และ 10) ความเป็นมิตร และรอยยิ้มของเจ้าบ้าน รวมถึงความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการบริการของหน่วยงานของรัฐนั้น ควรพิจารณาจากสิ่งต่างๆ ต่อไปนี้

- 1) การให้บริการอย่างสม่ำเสมอ สม่ำเสมอภาค คือ การบริการที่มีความยุติธรรมเสมอภาค และเสมอหน้า
- 2) การบริการรวดเร็วทันต่อเวลา คือ การให้บริการตามลักษณะความจำเป็นรีบด่วน
- 3) การให้บริการอย่างเพียงพอ คือ ความพึงพอใจในด้านสถานที่ บุคลากรวัสดุ อุปกรณ์ต่าง ๆ

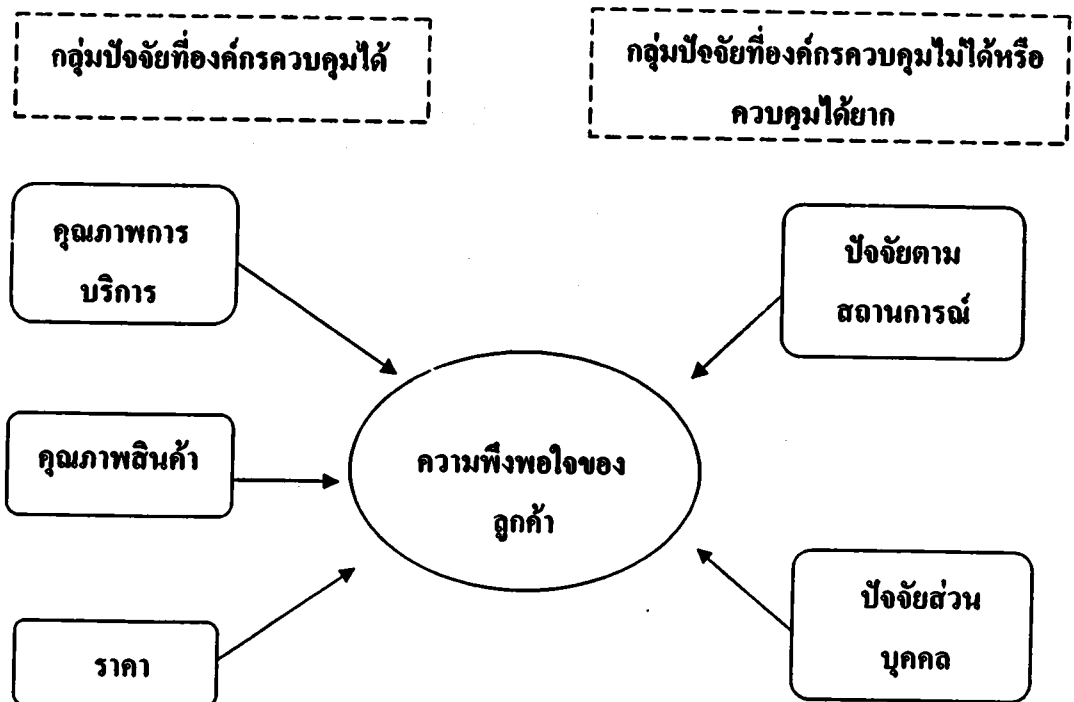
4) การให้บริการอย่างต่อเนื่อง

5) การให้บริการที่มีความก้าวหน้า คือ การพัฒนางานบริการด้านปริมาณและคุณภาพ ให้มีความเจริญก้าวหน้าไปเรื่อย ๆ

ผู้วิจัยสามารถ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจจากการได้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการมีความพึงพอใจต่อผู้ให้บริการและการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐาน ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ ได้อย่างน่าประทับใจ ได้รับบริการอย่างรวดเร็วทันต่อเวลาและต่อเนื่อง และมีการบริการเท่าเทียมกัน

6.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

Zeithaml and Bitner (2003) ระบุว่าความพึงพอใจของลูกค้าประกอบด้วยปัจจัย 5 ประการ คือ คุณภาพการบริการ คุณภาพสินค้า ราคา ปัจจัยตามสถานการณ์ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ และปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อารมณ์ ปัจจัยเหล่านี้มีผลสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ของผู้รับบริการถึงสิ่งที่คุณได้รับจริงจากองค์กร และจะกลายเป็นตัวเปรียบเทียบกับความคาดหวัง ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือระดับของความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในที่สุด



ภาพที่ 2.5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ

ที่มา: คัดแปลงมาจาก Zeithalm, V., a and Bitner, M.,A., 2003

6.4 การวัดความพึงพอใจ

หทัยรัตน์ ประทุมสูตร (2542) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจ เป็นเรื่องที่ เปรียบเทียบ ได้กับความเข้าใจต่างๆ ไป ซึ่งปกติจะวัดได้โดยการสอบถามจากบุคคลที่ต้องการจะถาม มีเครื่องมือ ที่ต้องการจะใช้ในการวิจัยหลาย ๆ อย่าง อย่างไรก็ตามก็คิดถึงแม้ว่าจะมีการวัดอยู่หลายแนวทางแต่ การศึกษาความพึงพอใจอาจแยกตามแนวทางวัด ได้สองแนวคิดตามความคิดเห็นของ ซาลิซนิคส์ คริสเทนส์ กล่าวคือ 1) วัดจากสภาพทั้งหมดของแต่ละบุคคล เช่น ที่ทำงาน ที่บ้านและทุกๆ อย่างที่ เกี่ยวข้องกับชีวิต การศึกษาตามแนวทางนี้จะ ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ แต่ทำให้เกิดความยุ่งยากกับการที่ จะวัดและเปรียบเทียบ 2) วัดได้โดยแยกออกเป็นองค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบที่เกี่ยวกับงาน การ นิเทศงานเกี่ยวกับนายจ้าง

Flott (1995) อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่จับต้องไม่ได้และขึ้นอยู่กับ การ ตีความส่วนบุคคลว่าสินค้าและบริการที่ได้รับนั้นดีพอตามที่ตนเองได้คาดหวังไว้หรือไม่ จึงทำให้ ยากแก่การวัดและการประเมิน แต่อุปสรรคนี้อาจไม่ได้ลดความสำคัญของการวัดระดับความพึงพอใจ ของผู้บริโภคให้น้อยลง ไปแต่อย่างใด

7. แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพ

7.1 ความหมายของศักยภาพ

ศักยภาพ หมายถึง ภาวะแฝง อำนาจ หรือคุณสมบัติที่แฝงอยู่ในสิ่งต่างๆ อาจทำให้ พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525)

นิติธร เทพเทวิน (2538) ได้กล่าว ศักยภาพ หมายถึง ความพร้อมและความสามารถที่ จะดำเนินงานได้โดยลำพังรวมทั้งโอกาสและความเป็นไปได้ที่จะผลักดันให้เป็น ไปตามที่คาดหวัง

กนกพร ชัยวรพร (2538) ได้กล่าว ศักยภาพ หมายถึง ความสามารถของบุคคลหรือ องค์กรในการกระทำการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ภายใต้สภาวะ แวดล้อมและขอบเขตที่กำหนด

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ (2541) ให้ความหมาย ศักยภาพว่า หมายถึง ความ พร้อมในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านอาคารสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ บุคลากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความสามารถ ของชุมชนและองค์กรท้องถิ่น

ชมนาด ดันติเสรี (2546) ให้ความหมาย ศักยภาพ คือ พลังความสามารถของบุคคล หรือองค์กรทั้งที่มองเห็นได้และซ่อนเร้นอยู่ภายใน ซึ่งสามารถจะนำออกมาใช้เพื่อดำเนินการหรือ ประกอบกิจการ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้เป็นผลสำเร็จ ศักยภาพมีลักษณะ ไม่ตายตัว แต่อาจจะทำให้มีมากขึ้นหรือแข็งแกร่งขึ้นจากการพัฒนา จึงถือได้ว่าศักยภาพเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้

การพัฒนาการท่องเที่ยวสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ และยังเป็นต่อความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาในอนาคตอีกด้วย

สันติภรณ์ เชมภีรัมย์ (2547) ได้กล่าว ศักยภาพ หมายถึง ความรู้ความสามารถในการคิดปฏิบัติ ความสามารถที่จะแก้ปัญหาของกลุ่มเพื่อให้มีสถานะภาพทางสังคม เศรษฐกิจ เพื่อให้การจัดการกลุ่มดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

นภคณ กฤษณะวณิช (2547) กล่าวถึง ศักยภาพ หมายถึง ระดับความสามารถในการจัดการขององค์กรชุมชนด้านการเกษตร โดยวัดได้จากความเข้มแข็งของกลุ่ม วัตถุประสงค์ของการรวมกลุ่ม การกำหนดกฎระเบียบ สมาชิก คณะกรรมการกลุ่ม กิจกรรมและการระดมทุนภายในกลุ่ม รวมถึงการพัฒนาธุรกิจในอนาคต ตลอดจนการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม

จากความหมายของศักยภาพข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า ศักยภาพ หมายถึง ระดับความรู้ความสามารถของบุคคลในการปฏิบัติกิจกรรมร่วมกัน หรือความพร้อมของชุมชน หน่วยงาน องค์กรที่สามารถดำเนินงาน หรือกิจกรรมให้ประสบผลความสำเร็จลุล่วงอย่างมีประสิทธิภาพ ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

7.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ (2533) กล่าวว่า การจัดการศึกษาที่มีศักยภาพเห็นได้จากความพร้อมหรือความสามารถในการบริหารจัดการ ทรัพยากรและการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ตลอดจนระบบบริหารและการจัดการ

วเรศ จันทศร(2544) ได้นำเสนอสมรรถนะที่แสดงถึงศักยภาพขององค์กรที่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอย่างน้อย 5 ประการ คือ โครงสร้างขององค์กร บุคลากร งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือเครื่องใช้ ตลอดจนวิทยาการหรือเทคโนโลยีที่เกี่ยวเนื่องกับการดำเนิน โครงการ และอาคารสถานที่ทำเลที่ตั้ง

7.3 องค์ประกอบของศักยภาพ

องค์ประกอบของศักยภาพทางการท่องเที่ยวมีดังต่อไปนี้

7.3.1 การคมนาคมขนส่ง

7.3.2 ที่พักแรม

7.3.3 ภัตตาคาร และร้านอาหาร

7.3.4 ร้านขายของที่ระลึก สินค้าพื้นเมือง OTOP

7.3.5 การบริการด้านการท่องเที่ยว

7.3.6 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

7.3.7 การอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

7.3.8 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

7.3.9 การจัดการบริการอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

7.4 สักยภาพทางการท่องเที่ยว

ศักยภาพของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวพิจารณาจาก ทรัพยากรที่มีความเหมาะสมมีลักษณะเฉพาะ และคงลักษณะพื้นถิ่น โดยเน้นความสำคัญของวัฒนธรรมของพื้นที่และความดึงดูดใจ ในว่ามีมากน้อยเพียงใด เพื่อให้ความสำคัญที่ต่าง ๆ กันในแต่ละปัจจัย ดังนี้ พิจารณาจากสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวหรือองค์ประกอบหลักภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นแหล่งที่มีสภาพของธรรมชาติดั้งเดิมหรือเป็นแหล่งที่สภาพของธรรมชาติถูกคัดแปลงตกแต่งเป็นบางส่วนแต่ยังคงสภาพเดิมไว้เป็นหลักหรือเป็นแหล่งธรรมชาติที่สร้างขึ้น โดยการผสมผสาน จำลอง หรือตกแต่งใหม่ สอดคล้องเหมาะสมกับสภาพพื้นที่หรือเป็นแหล่งที่สร้างเลียนแบบธรรมชาติมีค่าต่อความเป็นแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ พิจารณาจากความสำคัญของระบบนิเวศความสมบูรณ์ความหลากหลายลักษณะที่หายากและความสัมพันธ์ที่เป็นระบบในพื้นที่ ความโดดเด่นด้านกายภาพ คือ มีความโดดเด่นมาก มีลักษณะเป็นสัญลักษณ์ชัดเจนมีความแปลกแตกต่างจากทั่วไปรวมทั้งสภาพที่มีความสวยงามของธรรมชาติ (ทัศนียภาพและองค์ประกอบ) ว่ามีระดับความงาม มีความดึงดูดใจรวมถึงความเหมาะสมในการจัดกิจกรรม มีองค์ประกอบทางด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมที่ผสมผสานหรือเพิ่มความดึงดูดใจมากน้อยเพียงไร

ดังนั้น ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว จึงหมายถึง สาระที่เป็นแก่นแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นคุณค่าหรือความสำคัญที่มีอยู่ อันจะยังผลเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งสร้างความประทับใจความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว และเป็นสิ่งตอบสนองความสนใจหรือความต้องการของนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2547)

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กิตติชัย เจริญชัย (2548) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด และศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) บ้านชะชอม ตำบลนาโพธิ์ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า บ้านชะชอม ตำบลนาโพธิ์ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี มีศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ในระดับสูง ผู้ประกอบการมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ในระดับสูง และนักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) อยู่ในระดับปานกลาง และการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำข้อมูลจากการศึกษาระดับศักยภาพมาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

จัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) 7 ด้าน คือ ผลิตภัณฑ์และบริการ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ และลักษณะทางกายภาพ และแนวทางในการวางแผนพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) 8 ด้าน คือ ด้านที่พัก ด้านอาหาร และโภชนาการ ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม การท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อมด้านมูลค่าเพิ่ม และด้านการส่งเสริมการตลาด

ชววิทย์ ศิริเวชกุล(2544) ได้ทำการศึกษาและสำรวจพื้นที่โฮมสเตย์บางแห่งในประเทศไทย พบว่า การจัดทำโฮมสเตย์ในประเทศไทยมีปัญหาและอุปสรรคบางประการ ได้แก่

1. รายได้ที่ได้รับจากการจัดโฮมสเตย์อยู่ในระดับต่ำ (ประมาณคืนละ 100 -200 บาท/คน/คืน) ไม่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของท้องถิ่นให้ฟื้นตัวได้ในระยะเวลาอันสั้น
2. ปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ปัญหาเครือข่ายการสำรองที่พัก ปัญหาการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวเอกชนและหน่วยงานของรัฐ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และปัญหาการแย่งลูกค้า และการตัดราคากันเองในหมู่เจ้าของโฮมสเตย์
3. ปัญหาด้านระดับความคาดหวังที่แตกต่างระหว่างแขกผู้มาพักและเจ้าของบ้านอัน ได้แก่ คุณภาพการบริการ คุณภาพของอาหาร ความสะอาด และความปลอดภัย เป็นต้น
4. ปัญหาผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม นอกเหนือจากการสูญเสียความเป็นส่วนตัวแล้ว ในพื้นที่ที่มีการพัฒนาโฮมสเตย์บ่อยครั้ง พบว่า มีการบิดเบือนวัฒนธรรมท้องถิ่นเพื่อวัตถุประสงค์ในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยว บางพื้นที่เกิดปัญหาการแข่งขันและแย่งแย่งลูกค้าและเจ้าของอันนำไปสู่ความแตกแยกภายในชุมชน

วัฒนาพร สุฉายา (2545) ศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวคอยดุง จังหวัดเชียงราย พบว่า บริบทของสภาพแหล่งท่องเที่ยวคอยดุงตามองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว คือ องค์ประกอบด้านพื้นที่ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านองค์กร ด้านการจัดการ มีความพร้อมและสามารถจัดการแหล่งท่องเที่ยวคอยดุง ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ นอกจากนี้ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้พื้นที่คอยดุงความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับปานกลาง ดังนั้นแหล่งท่องเที่ยวควรจะมีการปรับปรุงด้านการให้ความรู้และการสื่อความหมายให้กับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น

พนิตดา สิงห์ครา (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์บ้านห้วยสี ตำบลปลู้ง อำเภอมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะพักค้างแรมกับชุมชนเสมือนหนึ่งเป็นครอบครัวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเจ้าของบ้าน การเรียนรู้วัฒนธรรมชุมชนแห่งนี้จะดำเนิน

ธุรกิจการท่องเที่ยวมากกว่า 4 ปี สามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิก 200 - 600 บาท/เดือน ซึ่งเป็นที่พอใจของชุมชนเพราะทรัพยากร วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ถูกรักษาไว้ภายใต้การจัดการการท่องเที่ยว

ผลการศึกษา เมื่อพิจารณาในแง่สังคม ชุมชนมีการแบ่ง โครงสร้างขององค์กรและมีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบกันอย่างดี อีกทั้งผู้นำชุมชนมีความเข้มแข็งสามารถตั้งและชักชวนให้สมาชิกชุมชนร่วมกันทำงานให้สำเร็จได้ ในเชิงกายภาพ การที่ชุมชนตั้งอยู่บนที่สูง ทำให้ได้เปรียบในแง่ของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงความหลากหลายในพันธุ์พืชและสัตว์ เป็นจุดขายที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แสดงให้เห็นว่าชุมชนบ้านห้วยอ้อมมีศักยภาพหลายประการที่สามารถสนับสนุนการพัฒนาไปสู่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์อย่างสมบูรณ์ได้

จารุเชษฐ์ เรืองสุวรรณ (2546) ได้ศึกษา การประเมินคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน ชีสาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า ตัวชี้วัดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของประชาชนมากที่สุดคือ การแก้ไขความขัดแย้งภายในชุมชน การจัดการผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว และการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ และตัวชี้วัดที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การดูแลความปลอดภัย

จิราเจตน์ อุดมศรี (2547) ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา ตำบลโป่งน้ำร้อน อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี พบว่า บริบททางด้านกายภาพและสังคมของตำบลโป่งน้ำร้อน อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี เหมาะสมและเอื้อต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ในป่าไม้ และสัตว์ประมาณ 56 ชนิด ชุมชนโป่งน้ำร้อนมีอาชีพหลักคือ เกษตรกรรม ทำไร่ ทำสวน การท่องเที่ยวในพื้นที่โป่งน้ำร้อนมีปัจจัยดึงดูดที่สำคัญ คือ ความสวยงามของลำน้ำ ความอุดมสมบูรณ์ของสภาพป่าไม้ และกิจกรรมการท่องเที่ยวผจญภัยกึ่งอนุรักษ์ ประเภทล่องแก่งแพยาง ซึ่งแนวโน้มในอนาคตอาจมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ในตำบลโป่งน้ำร้อน ควรมีคุณสมบัติที่เป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามแนวทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่คำนึงถึงการสร้างจิตสำนึกให้ชาวบ้านในพื้นที่ เป็นการกระจายรายได้สู่ประชาชนในพื้นที่จัดการได้ด้วยการให้ชาวบ้านมีส่วนร่วม ไม่กระทบต่อสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้านควบคู่ไปกับการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาดให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยาวนานที่สุด และก่อให้เกิดผลกระทบทางลบของตำบลน้อยที่สุด

คารุณี บุญธรรม (2547) ได้ศึกษา การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมโดยชุมชนชาวม้ง บ้านน้ำเค้ะ จังหวัดพะเยา การศึกษาพบว่า ชุมชนม้งบ้านน้ำเค้ะ มีศักยภาพในการบริหารจัดการ เนื่องจาก คณะกรรมการมีหน้าที่รับผิดชอบตามแผนดำเนินงานเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนในพื้นที่ มีการระดมความคิดเห็นในการจัดการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แผนพัฒนาผลิตภัณฑ์

และแผนประชาสัมพันธ์ ที่สำคัญคือรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ซึ่งเกิดจากการที่ชุมชนได้เรียนรู้ถึงกระบวนการในการจัดการการท่องเที่ยวและเป็น การเพิ่มมูลค่าให้ความสำคัญกับทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีการดำรงชีวิต สิ่งสำคัญ คือ กระบวนการเรียนรู้ที่สร้างโอกาสให้กลุ่มคนในสังคมทุกกลุ่มได้แสดงความคิดและทำกิจกรรม ตั้งแต่กลุ่มอาวุโส กลุ่มพ่อบ้าน กลุ่มแม่บ้านและเยาวชน ได้มีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมของชุมชน อย่างต่อเนื่องอันจะนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนของชุมชนต่อไป

ชลิจันทร์ ทองคำชู (2549) วิจัยเรื่อง การสร้างภาพลักษณ์ของของธุรกิจการท่องเที่ยว โสมสเคย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภาพลักษณ์ของการท่องเที่ยวโสมสเคย์ผ่านการโฆษณาทาง อินเทอร์เน็ตและแผ่นพับ โดยเลือกเก็บรวบรวมข้อมูลเฉพาะการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตและแผ่น พับ ตั้งแต่ มีนาคม 2548 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2549 โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูล 2 วิธี คือ การเข้าเว็บไซต์ และการส่งจดหมาย ซึ่งสามารถเก็บข้อมูลได้ 40 ชุด ผลการวิจัยพบว่า การสร้างภาพลักษณ์ของการ ท่องเที่ยวโสมสเคย์เกิดจากองค์ประกอบ 3 ประการ คือ การคัดเลือกวัตถุประสงค์ในท้องถิ่น (ต้นทุนของ ชุมชน) ที่มีอยู่แล้วมาเป็นภาพลักษณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวโสมสเคย์ การส่งเสริมทางการตลาดของ ธุรกิจการท่องเที่ยวโสมสเคย์ และกลวิธีการใช้ภาษาเพื่อการท่องเที่ยวโสมสเคย์

ดังนั้นผู้วิจัยพบว่าเมื่อองค์ประกอบทั้ง 3 มารวมกันจึงทำให้การท่องเที่ยวโสมสเคย์มีการ สร้างภาพลักษณ์ต่าง ๆ ขึ้น คือภาพลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นนิยม ภาพลักษณ์ความเก่าแก่ และ ภาพลักษณ์กลุ่มชาติพันธุ์ ส่วนในด้านการส่งเสริมการตลาดมีส่วนช่วยในการสร้างภาพลักษณ์ให้ เกิดขึ้นต่าง ๆ คือ ภาพลักษณ์ความอบอุ่น ภาพลักษณ์ความสะอาดสบาย ภาพลักษณ์ความปลอดภัย ภาพลักษณ์ความน่าเชื่อถือภาพลักษณ์ของกิจกรรมการท่องเที่ยว ภาพลักษณ์ของการส่งเสริมการขาย และภาพลักษณ์ของภาษาโฆษณาที่มีความเด่นและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งภาพลักษณ์ ต่าง ๆ เหล่านี้ล้วนทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์การการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก และมีส่วนช่วย ให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในรูปแบบโสมสเคย์มากขึ้น

จิระพรรณ แก่นศึกษา (2547) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อทราบถึงระดับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อทราบถึง พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัญหาที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศขณะที่เข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทย โดยทำการสุ่มสำรวจตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามภาษาอังกฤษ

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 51.50 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 48.50 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 31-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.80 ระดับการศึกษาอยู่ใน

ระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.30 พฤติกรรมของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มักจะเดินทางมาเป็นครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 49.30 ระยะเวลาพำนักอยู่ในประเทศไทยของกลุ่มตัวอย่าง 7-15 วัน วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางมาเพื่อเป็นการมาพักผ่อน/ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 81.8 ผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่จะเดินทางมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ซึ่งการเดินทางจะเดินทางมาเอง คิดเป็นร้อยละ 54.8 ส่วนผู้ที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน คิดเป็นร้อยละ 30.8 และสื่อที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า มาจากตัวแทนบริษัทนำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 27.0

ผลการทดสอบสมมติฐานจากการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อปัจจัยต่างๆ ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูดใจ ด้านโรงแรมที่พัก ด้านภัตตาคาร ร้านอาหาร ด้านร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และค่ายบริษัทนำเที่ยว โดยใช้การทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ Chi-Square ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 เพื่อทดสอบสมมติฐานที่ว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อปีก่อนหักภาษีของกลุ่มตัวอย่าง และความพึงพอใจต่อด้านต่างๆ ไม่มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งผลการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่ายอมรับสมมติฐานที่ได้ตั้งไว้

นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์ (2549) ได้ศึกษา ศักยภาพของจังหวัดราชบุรีในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า ศักยภาพของกลไกประกอบด้วยผู้นำส่วนจังหวัด ผู้นำท้องถิ่น ผู้ประกอบการเอกชน และประชาชนทุกอำเภอ มีศักยภาพในระดับสูงในการเสริมสร้างศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างยั่งยืน และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปใช้บริการได้ทุกฤดูกาล ศักยภาพในการจัดการ พบว่ามีการประสานความร่วมมือและเสริมสร้างศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวระหว่างผู้นำส่วนจังหวัด ผู้นำท้องถิ่น ผู้ประกอบการเอกชน และภาคประชาชนในทุกอำเภอของจังหวัดราชบุรีในระดับสูง ศักยภาพด้านบริการข้อมูลด้านท่องเที่ยวไปรษณียบัตรแหล่งท่องเที่ยว แผนที่แหล่งท่องเที่ยว ข้อมูลท่องเที่ยว คู่มือแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตในระดับสูง

วันชัย อัครทวีทอง (2549) ได้ศึกษา ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านวังคำแคน อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวมอหินขาวมีศักยภาพมาก (ร้อยละ 61.76) ตัวชี้วัดศักยภาพที่มีคะแนนสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) อรรถาศัยของผู้นำชุมชน 2) ความพิเศษหรือสิ่งหายาก ไม่เหมือนใคร หาชมนได้น้อยมาก และ 3) ความเหมาะสมในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง ปัญหาอุปสรรค สมาชิกกลุ่มบริหารการท่องเที่ยว เช่น การดูแลนักท่องเที่ยว การกำหนดอัตราค่า

ทศ
ใน
ทย
าง
และ
อน
ใน
่วน
ี่ยว
และ
เพื่อ
และ
ันธ์
การ
ถิ่น
ของ
ภาพ
การ
นทุก
หลัง
หลัง
าเภอ
ภาพ
ก ไม่
่เคียง
เราค่า

ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการประกอบอาหาร พาหนะนำเที่ยว การดูแลความปลอดภัย การป้องกันรักษาพิชพรรณธรรมชาติ และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ครุณี ช่อนกลิ่น (2546) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ในอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย พบว่า การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในจังหวัดหนองคาย ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการได้ดำเนินการที่พักรวมแบบโฮมสเตย์มาเป็นระยะเวลามากกว่า 2 ปี มีรูปแบบการดำเนินงานที่ไม่เป็นทางการ โดยมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้บริหารงานในการจัดชุมชนให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และได้แบ่งคนในชุมชนทำงานตามความรู้ความสามารถที่ถนัด ดังนี้ คือ งานหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้าน กิจกรรมการแสดงพื้นบ้าน การเตรียมการต้อนรับ การดูแลความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ การจ้คนำเที่ยว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มาพักรวม โดยแหล่งท่องเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชม วัฒวอารามที่อยู่ในชุมชน งานหัตถกรรมของกลุ่มแม่บ้าน การจัดแสดงศิลปะของคนในท้องถิ่น แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดหนองคายยังไม่เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย เพราะงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ที่ทางภาครัฐจัดให้ไม่เพียงพอ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่รู้จักโฮมสเตย์ในจังหวัดหนองคายแบบปากต่อปาก อีกทั้งการจัดระบบการลงทะเบียนของนักท่องเที่ยวยังไม่เป็นระบบที่ชัดเจนทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการวางแผนงานด้านการสำรองที่พักแรม และต้อนรับนักท่องเที่ยว

มธุรส ปราบโพธิ์ (2543) ได้ศึกษาศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว กรณีชุมชนไทยทรงดำบ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่มีผลในการทำให้ชุมชนเกิดศักยภาพประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) วัฒนธรรมชุมชนที่มีความเข้มแข็ง โดยการได้รับการสืบทอดอย่างต่อเนื่องและมีผลต่อความเป็นชุมชน 2) การพึ่งตนเองของชุมชน โดยการอาศัยปัจจัยภายในชุมชนที่มีอาชีพและรายได้ โดยเห็นว่าการท่องเที่ยวคืออาชีพเสริมจึงไม่เกิดการพึ่งพาการท่องเที่ยว การมีผู้อาวุโส เป็นผู้นำอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการที่ได้รับความเคารพนับถือจากชุมชนและเป็นผู้ที่มีความรู้ จึงทำให้ชุมชนต่างมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน จึงเป็นปัจจัยสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน 3) การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตั้งแต่ระดับการรับข้อมูลข่าวสาร จนถึงการรับผลประโยชน์ร่วมกันของสมาชิก โครงการซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุน ทำให้เกิดการยอมรับต่อการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

ประภาส อินทนปสาธน์ (2546) ได้ศึกษาการบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณี หมู่บ้าน โลก โกง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การจัดองค์กรชาวบ้าน 6 ด้าน ได้แก่ โครงสร้าง ด้านผู้นำ ด้านเป้าหมาย ด้านกิจกรรมร่วมกัน การประสานงานและการสื่อสาร และการติดตามประเมินผล พบว่าในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน ระดับค่าเฉลี่ยของสมาชิกอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านกิจกรรมร่วมกัน ด้านการประสานงานและการ

สื่อสาร ด้านโครงสร้าง ด้านเป้าหมายร่วมกัน ด้านผู้นำ และด้านการติดตามประเมินผล การมีส่วนร่วมของชาวบ้านโคกโก่งใน 4 ด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยภาพรวมอยู่ในระดับมีส่วนร่วมมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงมากไปหาน้อย คือ ร่วมรับประโยชน์ ร่วมดำเนินการ ร่วมตัดสินใจและร่วมวางแผน ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวใน 6 ด้าน พบว่า ภาพรวมมีความพึงพอใจมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ความพึงพอใจด้านวัฒนธรรม และวิถีชุมชนมากที่สุด ด้านกิจกรรมที่เตรียมให้นักท่องเที่ยว และด้านความพอใจโดยรวม ส่วน 3 ด้านที่เหลืออยู่ในระดับพอใจปานกลาง คือ ด้านการต้อนรับ การบริการ ด้านความปลอดภัย และด้านสถานที่ สำหรับปัญหาอุปสรรค ด้านความปลอดภัยที่รู้สึกรังเกียจจากนักท่องเที่ยว เรื่องแสงสว่าง การจัดเวรยามในการดูแลความเรียบร้อย สำหรับแนวทางการพัฒนาในด้านการจัดองค์กรชาวบ้านในเรื่องการพัฒนาความเข้าใจให้เห็นความสำคัญ การติดตามประเมินผล ขณะที่ด้านการมีส่วนร่วมควรพัฒนาและให้ความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการวางแผน และจากนักท่องเที่ยวควรมีการพัฒนาเพิ่มความพึงพอใจด้านสถานที่พักและหมู่บ้าน ด้านการต้อนรับและบริการและด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวแบบสัมผัสวัฒนธรรม ชนบทกับภาคการเกษตรในชนบท การท่องเที่ยวสามารถเสริมรายได้ภาคเกษตร นำผลผลิตการเกษตรที่มีอยู่หรือสินค้าท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์เด่นในชุมชนมาเชื่อมกับการท่องเที่ยวได้ร่วมกิจกรรมเกี่ยวกับการเกษตรที่มีในท้องถิ่น หรือเชื่อมโยงผลผลิตการเกษตรจากท้องถิ่นนำไปสู่เมือง โดยอาศัยการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาภาคเกษตรของชาวชนบทในด้านการท่องเที่ยว

จากเนื้อหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องตามแนวคิดและทฤษฎีต่างๆที่ได้ทำการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ โดยที่ผู้วิจัยเริ่มศึกษาถึงความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น โดยเน้นทำการศึกษาถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่สัมผัสวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนนั้น กล่าวคือ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์นั่นเอง และยังคงกล่าวถึงมาตรฐานการบริการของโฮมสเตย์ไทยที่มีการประเมินรับรองมาตรฐานการบริการที่ชัดเจนของคุณภาพโฮมสเตย์ ที่สามารถกระตุ้นการแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสแลกเปลี่ยนเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตของวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ และร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยวภายในชุมชนร่วมกัน รวมทั้งยังทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ ความพึงพอใจต่อการได้รับการบริการตามคุณภาพมาตรฐานที่มีการกำหนดไว้ชัดเจน โดยเท่าเทียมกัน ดังนั้นจึงเป็นการส่งเสริมให้คนในชุมชนมีศักยภาพในด้านการจัดการด้านความรู้ ความสามารถที่ร่วมกันในการบริหารจัดการ โฮมสเตย์ของตนเอง และสามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชนของตนเองได้ ทำคนในชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว และยังเป็นการส่งเสริมสินค้าหัตถกรรม

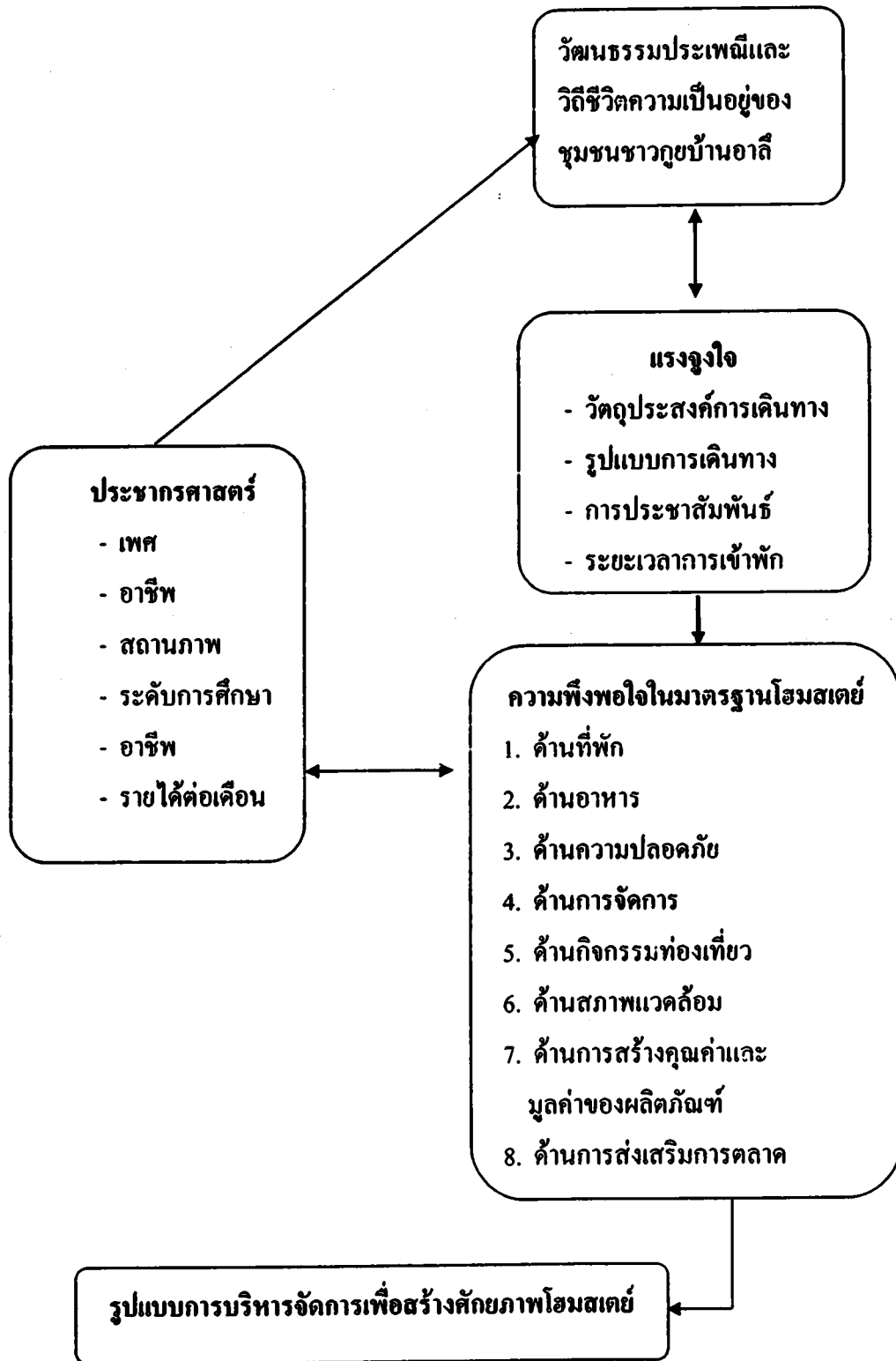
พื้นบ้าน คือการทอผ้าไหมของกลุ่มสตรีในชุมชนให้มีชื่อเสียงเพิ่มมากขึ้น และเกิดการพัฒนาในด้านต่างๆ แต่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงการใช้วิถีชีวิตประจำวัน ไปจากเดิม กล่าวคือยังคงอนุรักษ์วัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์ของตนเองเอาไว้จนถึงรุ่นลูกรุ่นหลานต่อไป

9. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการค้นคว้าแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสรุปกรอบแนวคิดเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

วน
ลี้
พิง
ไป
ให้
แก่น
งาม
รับ
คัญ
ใน
ละ
รม
เลิศ
ร่วม
มือ

ค้น
ษา
ละ
ษา
การ
การ
งใจ
การ
เขม
บใจ
ทียม
ารด
ของ
รม



ภาพที่ 2.6 กรอบแนวคิดการวิจัย

10. สมมติฐานงานวิจัย

- 10.1 ปัจจัยพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในด้านมาตรฐานต่างๆ ของบ้านอาลีโฮมสเตย์แตกต่างกัน
- 10.2 ความสัมพันธ์รายคู่ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ผู้วิจัยได้ออกแบบวิธีการวิจัยทั้งในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลรายละเอียด มุ่งแสวงหาข้อเท็จจริงของสภาพการณ์ในปัจจุบัน และนำข้อมูลเหล่านั้นมาตีความ อธิบาย เพื่อหาข้อมูลสรุปให้ได้ภาพรวมทั้งหมดของรูปแบบการบริหารจัดการปัจจุบันที่มีศักยภาพในพื้นที่ทำการศึกษานั้น ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้ข้อมูลบรรลุวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การหาประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร (Population)

1.1.1 ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

1.1.2 ผู้นำในชุมชนและผู้ที่มีเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์

1.1.3 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ ว่ามีความพึงพอใจอย่างไรในการเดินทางท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ได้แก่

1.2.1 ประชาชนในชุมชนบ้านอาลี อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่างของจำนวนประชากรในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์ เป็นจำนวน 253 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ซึ่งเลือกจากประชาชนในชุมชนและประชาชนที่เป็นสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์

1.2.2 เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน่ Yamane (1973) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

เมื่อ n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา
N	แทน	ขนาดประชากรทั้งหมดที่จะศึกษา
d	แทน	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้ผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 (0.05)

ขนาดของประชากรทั้งหมดจำนวน 688 คน เมื่อแทนค่าในสูตร ดังกล่าวเพื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่าง จะได้ ดังนี้ (ฐานข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบลสำโรงทาบ, 2553)

$$\begin{aligned} \text{วิธีทำ} \quad n &= \frac{688}{1 + 688(0.05)^2} \\ &= \frac{688}{1 + 1.72} = \frac{688}{2.72} \\ &= 252.942 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดตัวอย่างดังกล่าวเมื่อคำนวณแล้วจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 253 คน การสุ่มตัวอย่างการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย

1. ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ จำนวน 13 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ โดยกำหนดจำนวนกลุ่มตัวอย่าง จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ ในปี 2553 มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด 80 คน

เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยจึงได้ใช้วิธีการคำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของทาโร ยามานะ Yamane (1973) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 % สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Nd^2}$$

เมื่อ n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา
N	แทน	ขนาดประชากรทั้งหมดที่จะศึกษา
d	แทน	ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้ผิดพลาดได้ไม่เกินร้อยละ 5 (0.05)

ขนาดของประชากรทั้งหมดจำนวน 80 คน เมื่อแทนค่าในสูตร ดังกล่าวเพื่อคำนวณกลุ่มตัวอย่าง จะได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{วิธีทำ} \quad n &= \frac{80}{1 + 80(0.05)^2} \\ &= \frac{80}{1 + 0.2} = \frac{80}{1.2} \\ &= 66.67 \text{ คน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณขนาดตัวอย่างดังกล่าวเมื่อคำนวณแล้วจะได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 67 คน การสุ่มตัวอย่าง การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แบบสอบถามด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) และแบบสัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยแบ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณและข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้ดังนี้

2.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการสอบถามโดยวิธีการสุ่มอย่างง่าย โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์ จากประชาชนที่อาศัยอยู่ที่บ้านอาลี อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 253 คน โดยแบบสัมภาษณ์ ประกอบด้วยส่วนต่าง ๆ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามสัมภาษณ์ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 เป็นการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจของโฮมสเตย์ และการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

2.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แนวประเด็นในการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ผู้นำในชุมชนและจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ จำนวน 13 คน และการสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ จำนวน 67 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยการใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ประกอบด้วยส่วนต่างๆ ดังนี้

การสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและจากผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 13 คน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งการเป็นผู้นำของชุมชน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการและปัญหาอุปสรรคที่มีต่อบ้านอาลีโฮมสเตย์ รวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

การใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 67 คน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวโฮมสเตย์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

3. วิธีการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือเพื่อการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือ ดังต่อไปนี้

3.1 ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ

3.2 ศึกษาระเบียบวิธีในการสร้างแบบสอบถาม

3.3 นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบแก้ไขแล้วไปจัดพิมพ์เป็นฉบับทดลอง

มี
เส
จุด
ข
ว
ล
ใช้

3.4 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ตามวิธีของ Cronbach และนำแบบสอบถามทดลองใช้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ โฮมสเตย์หมู่บ้านช้างตากกลาง อำเภอท่าตูม จังหวัดสุรินทร์ จำนวน 40 ชุด

3.5 นำแบบสอบถามมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟา (α) ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.80

3.6 นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไข ก่อนออกไปสอบถามนักท่องเที่ยวจริง

3.7 จัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับจริง เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

ก

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลโดยสัมภาษณ์จากผู้ที่เกี่ยวข้อง และใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามความคิดเห็น ของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ รวมทั้งเก็บข้อมูลโดยการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล บันทึกข้อมูล และถ่ายภาพประกอบ

เล

4.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) คือ การใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ตามกลุ่มตัวอย่าง

4.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ วารสาร จุลสาร นิตยสาร วิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัย บทความ หนังสือพิมพ์ เอกสารประกอบการสอน แหล่งสารสนเทศต่างๆ ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลสำโรงทาบ ที่ทำการผู้ใหญ่บ้าน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่รวบรวมจากแบบสอบถามนำมาแปรสัญลักษณ์ตัวเลขค่าตัวแปรต่างๆ และนำไปประมวลผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป นำเสนอในรูปแบบตารางพร้อมทั้งคำอธิบายผลการวิเคราะห์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ มีดังนี้

ในการ

5.1 วิเคราะห์ลักษณะทั่วไป ของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ของประชากร โดยใช้วิธีการประมวลผลทางสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าสถิติร้อยละ (Percentage) ใช้อธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์ (นิสาร์ตัน ศิลปเดช, 2542)

ค่าร้อยละ (Percentage)

$$\text{สูตร } P = \frac{f}{N} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ
 f แทน จำนวนหรือความถี่ที่ต้องการหาค่าร้อยละ
 N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

5.2 วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวด้วยค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D) ในการแปลความหมาย กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยสูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2543) ดังนี้

ในการประเมินผล จะใช้วิธีการแปลผลแบบสอบถามโดยใช้ค่าเฉลี่ยตามหลักการแบ่งอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้สูตรคำนวณช่วงกว้างของชั้น (ปารวี ศรีอุบล, 2548) ดังต่อไปนี้

$$\begin{aligned} \text{Interval (I)} &= \frac{\text{Range (R)}}{\text{Class (C)}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

เมื่อวิเคราะห์ได้ค่าเฉลี่ยแล้ว ผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายระดับความคิดเห็นของ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย (Mean)

$$\text{สูตร } \bar{X} = \frac{\Sigma X}{N}$$

เมื่อ X แทน ค่าเฉลี่ย
 ΣX แทน ผลรวมคะแนนทั้งหมด
 N แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) แทนด้วย S.D โดยใช้สูตร
 (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541)

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

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 ΣX^2 แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\Sigma X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

5.3 สถิติอนุमान ได้แก่

5.3.1 ค่า Chi Square ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่เป็นปัจจัยส่วนบุคคล
 กับตัวแปรตามที่คำนวณค่าออกมาเป็นความถี่/ร้อยละ

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^n \frac{(oi - Ei)^2}{Ei}$$

กำหนดให้ χ^2 แทนค่า ไค-สแควร์ (Chi-Square)
 O แทนค่า ความถี่ที่ได้จากการสังเกต (Observed Frequency)
 E แทนค่า ความถี่ที่ได้จากความคาดหวัง (Expert Frequency)
 n แทนค่า จำนวนกลุ่มตัวแปร และกรณี $df = n - 1$
 $E = N/(\text{กลุ่ม/ระดับ/ค่าเฉลี่ย})$

5.3.2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสองกลุ่ม โดยใช้ค่าสหสัมพันธ์อย่างง่าย เพียร์สัน (Pearson Correlation) ใช้ทดสอบแรงจูงใจ และความพึงพอใจ (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545)

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - \sum X)^2 - (n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

เมื่อ	r	แทน	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์
	$\sum X$	แทน	ผลรวมคะแนนรายชื่อของกลุ่มตัวอย่าง
	$\sum Y$	แทน	ผลรวมคะแนนรวมของทั้งกลุ่ม
	$\sum X^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด x แต่ละกลุ่มตัวอย่างยกกำลังสอง
	$\sum Y^2$	แทน	ผลรวมคะแนนชุด Y แต่ละกลุ่มตัวอย่างยกกำลังสอง
	$\sum XY$	แทน	ผลรวมของผลคูณระหว่าง X และ Y
	n	แทน	จำนวนคนหรือกลุ่มตัวอย่าง

5.3.3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่ม โดยใช้สูตร การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) (กัลยา วาณิชย์บัญชา, 2545)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ	F	แทน	ค่าแจกแจงของ F
	MS_b	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม
	MS_w	แทน	ค่าประมาณของความแปรปรวนภายในกลุ่ม

่าง
ษา,

5.3.4 การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัก (Cronbach)

$$\alpha = (k/(k-1)) * [1 - \sum (s_i^2)/s_{sum}^2]$$

เมื่อ	α แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	K แทน	จำนวนข้อของแบบสอบถาม
	s_i^2 แทน	ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนเป็นรายข้อ
	s_{sum}^2 แทน	ค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

คย

บทที่ 4

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามและ แบบสัมภาษณ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ชุด คือใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามเก็บข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ จำนวน 253 ชุด ใช้แบบสอบถามถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ จำนวน 67 ชุด ใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ จำนวน 13 ชุด โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการปัจจุบันของโฮมสเตย์ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ รวมถึงศึกษาปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในบ้านอาลีโฮมสเตย์ และข้อเสนอแนะที่มีต่อบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ สามารถวิเคราะห์สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	33	49.3
หญิง	34	50.7
2. อายุ		
15 - 24 ปี	45	67.2
25- 34 ปี	8	11.9
35 -44 ปี	7	10.4
45 - 54 ปี	7	10.4
55 - 64 ปี	0	0
65 ปีขึ้นไป	0	0
3. สถานภาพสมรส		
โสด	51	76.1
สมรส	16	23.9
หย่าร้าง/หม้าย	0	0
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	0	0
ประถมศึกษา	0	0
มัธยมศึกษาตอนต้น	1	1.5
มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	7.5
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	13.4
ปริญญาตรี	51	76.1
สูงกว่าปริญญาตรี	1	1.5
5. อาชีพ		
เกษตรกรรวม	0	0
รับจ้างทั่วไป	1	1.5
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	10	14.9
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	15	22.4

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
พนักงานเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	15	22.4
แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0	0
อื่น ๆ (ระบุ)	41	61.2
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	1.5
3,000 – 6,000 บาท	34	50.7
6,001 - 9,000 บาท	10	14.9
9,001 – 12,000 บาท	1	1.5
12,001 – 15,000 บาท	3	4.5
มากกว่า 15,001 บาท	18	26.9
รวม	67	100

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 67 คน

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.7 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 49.3 มีอายุระหว่าง 15 – 24 ปี คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมา อายุระหว่าง 25- 34 ปี คิดเป็นร้อยละ 11.9 และอายุระหว่าง 35 -44 ปี และ 45 - 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.4 มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 76.1 รองลงมา สถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 23.9 ระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 76.1 รองลงมา ปวช./ปวส./อนุปริญญา คิดเป็นร้อยละ 13.4 และมีมัธยมศึกษาตอนปลาย คิดเป็นร้อยละ 7.5 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอื่นๆ (นักเรียน/นักศึกษา/ ลูกจ้างชั่วคราว) คิดเป็นร้อยละ 61.2 รองลงมา พนักงานเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 22.4 และข้าราชการ/พนักงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 14.9 และมีรายได้ต่อเดือน 3,000 – 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน มากกว่า 15,001 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.9 และมีรายได้ต่อเดือน 6,001 - 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 14.9

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพักบ้านอาลีโฮมสเตย์ของท่านคือ		
เพื่อพักผ่อน	2	3.0
เพื่อศึกษาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม	17	25.4
เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ	4	6.0
เพื่อศึกษาสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์	14	20.9
เพื่อมาท่องเที่ยวสถานที่ใกล้เคียง	5	7.5
เพื่อเยี่ยมญาติ	5	7.5
เพื่อมาดูงาน	20	29.9
อื่นๆ ระบุ.....	0	0
2. โดยส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาพักโฮมสเตย์		
คนเดียว	5	7.5
ครอบครัว/ญาติ / พี่น้อง	20	29.9
โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	22	32.8
เพื่อน, คนรู้จัก	15	22.4
บริษัท/ที่ทำงาน	5	7.5
บริษัทนำเที่ยว	0	0
3. ท่านรู้จักบ้านอาลีโฮมสเตย์จาก		
โทรทัศน์	3	4.5
วิทยุ	0	0
อินเทอร์เน็ต	18	26.9
เพื่อน, คนรู้จัก	2	3.0
หนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	7	10.4

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนและร้อยละข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง
ท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
แผ่นพับ/โบรชัวร์	0	0
ป้ายโฆษณา	6	9.0
หนังสือพิมพ์	0	0
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น การออกนุช	31	46.3
อื่นๆ ระบุ.....	0	0
4. ระยะเวลาที่เข้าพักบ้านอาลีโฮมสเตย์		
ไม่ค้างคืน	2	3.0
1 - 2 คืน	54	80.6
3 - 4 คืน	11	16.4
รวม	67	100

จากตารางที่ 4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อมาดูงาน คิดเป็นร้อยละ 29.9 รองลงมา เพื่อศึกษาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมคิดเป็นร้อยละ 25.4 และเพื่อศึกษาสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ คิดเป็นร้อยละ 20.9 การเดินทางมาพักโฮมสเตย์เดินทางมากับโรงเรียน/มหาวิทยาลัย เป็นส่วนมาก คิดเป็นร้อยละ 32.8 รองลงมา ครอบครัว/ญาติ / พี่น้อง คิดเป็นร้อยละ 29.9 และ เพื่อน คนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 22.4 โดยส่วนมากรู้จักบ้านอาลีโฮมสเตย์จาก การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น การออกนุช คิดเป็นร้อยละ 46.3 รองลงมา อินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 26.9 และ หนังสือ/วารสารท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 10.4 ระยะเวลาที่เข้าพักบ้านอาลีโฮมสเตย์ ส่วนใหญ่จะพักค้างคืน 1-2 คืน คิดเป็นร้อยละ 80.6 3-4 คืน คิดเป็นร้อยละ 16.4 และ ไม่พักค้างคืน คิดเป็นร้อยละ 3.0

ส่วนที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่างๆ
ในบ้านอาลีโฮมสเตย์

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านที่พัก

ด้านที่พัก	\bar{X}	S.D.	แปล ความหมาย
1. บ้านพักเป็นสัดส่วน มีความมั่นคงและแข็งแรง	3.69	.679	มาก
2. บ้านพักมีความสะอาด อากาศถ่ายเทได้สะดวก และ แสงสว่างส่องเข้าถึง ไม่มีกลิ่นอับชื้น	3.49	.877	มาก
3. ที่นอนและเครื่องนอน ได้รับการทำความสะอาดอยู่ เสมอ มีการเปลี่ยนเครื่องนอนสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าพัก ใหม่ทุกครั้ง	3.61	.627	มาก
4. ความสะอาด/ปลอดภัยต่อการใช้งานของห้องน้ำห้อง ส้วม	3.33	.824	ปานกลาง
5. มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกตามความ เหมาะสม	3.21	.897	ปานกลาง
ภาพรวม	3.47	.781	มาก

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่างๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.47 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า บ้านพักเป็นสัดส่วน มีความมั่นคงและแข็งแรง มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.69 รองลงมา คือ ที่นอนและเครื่องนอน ได้รับการทำความสะอาดอยู่เสมอ มีการเปลี่ยนเครื่องนอนสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าพักใหม่ทุกครั้ง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือ มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกตามความเหมาะสม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.21

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร

ด้านอาหาร	\bar{X}	S.D.	แปล ความหมาย
1. มีปริมาณ และประเภทอาหารที่เหมาะสม ต่อจำนวน นักท่องเที่ยว	3.48	0.704	มาก
2. การปรุงอาหารอย่างถูกสุขลักษณะ โดยใช้วัตถุดิบ ส่วนใหญ่จากท้องถิ่น	3.45	0.585	มาก
3. มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด	3.00	0.969	ปานกลาง
4. ภาชนะใส่อาหาร เช่น ถ้วย ชาม จาน ช้อน ฯลฯ อยู่ใน สภาพที่สะอาด ปลอดภัย ไม่มีคราบ กลิ่นคาว	3.01	1.135	ปานกลาง
รวม	3.24	0.848	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่างๆ ในบ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ภาพรวมของนักท่องเที่ยวความพึงพอใจ ด้านอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า มีปริมาณ และประเภทอาหารที่เหมาะสม ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.48 รองลงมา คือ การปรุงอาหารอย่างถูกสุขลักษณะ โดยใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากท้องถิ่น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.45 ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือ มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.00

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ด้านความปลอดภัย

ด้านความปลอดภัย	\bar{X}	S.D.	แปล ความหมาย
1. มีการคัดค้านักท่องเที่ยวในการเก็บรักษาทรัพย์สินส่วนตัว	3.37	0.813	ปานกลาง
2. มีเครื่องมือสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้าย	2.87	1.043	ปานกลาง
3. การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาล	3.19	1.184	ปานกลาง
4. มีการดูแลและซ่อมแซมที่พักอยู่เสมอ	3.06	0.919	ปานกลาง
5. มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย	3.28	0.867	ปานกลาง
รวม	3.15	0.965	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ที่บ้านฮาลีโฮมสเตย์ พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.15 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า มีการคัดค้านักท่องเที่ยวในการเก็บรักษาทรัพย์สินส่วนตัว มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.37 รองลงมา คือ มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.28 ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือ มีเครื่องมือสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้าย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.87

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ด้านการจัดการ

ด้านการจัดการ	\bar{X}	S.D.	แปล ความหมาย
1. เป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้าน มีคณะกรรมการบริหารจัดการ ที่ชัดเจน	3.61	0.816	มาก
2. มีระบบการจอง การลงทะเบียน ล่วงหน้า	3.55	0.658	มาก
3. มีการระบุค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่างๆที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน ไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว	3.49	0.786	มาก
4. มีการจัดสรรเงินรายได้เข้ากองทุนส่วนกลางของชุมชน เพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชน	3.06	1.028	ปานกลาง
5. ผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่เป็นคนท้องถิ่น มีความพร้อมในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.10	0.837	ปานกลาง
6. ผู้นำเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากร สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยวได้ดี	3.72	0.867	มาก
7. ผู้แสดงทางวัฒนธรรม และผู้เกี่ยวข้องเข้าใจ และรับรู้ในกระบวนการการนำเสนอ หรือรูปแบบมีส่วนร่วมในการวางแผน และนำเสนออย่างภาคภูมิใจ	3.34	0.962	ปานกลาง
ภาพรวม	3.41	0.851	มาก

จากตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.41 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า ผู้นำเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยวได้ดี มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 รองลงมา คือ เป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้าน มีคณะกรรมการบริหารจัดการที่ชัดเจน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.61 ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือ มีการจัดสรรเงินรายได้เข้ากองทุนส่วนกลางของชุมชนเพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชน คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.06

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านกิจกรรมท่องเที่ยว

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความหมาย
1. มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น ดักบาศร การทำอาหาร ฯลฯ	3.85	0.821	มาก
2. มีกิจกรรมต้อนรับความประเพณีท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญการรับประทานอาหารร่วมกัน ฯลฯ	3.54	0.974	มาก
3. มีกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ เช่น ขี่จักรยานนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ฯลฯ	3.21	0.664	ปานกลาง
4. มีกิจกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน เช่น ชมบ้านและนางข้าวแบบชาวกูย	3.70	0.817	มาก
5. กิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยว เช่น ทอผ้า การดักเสื่อ	3.72	0.775	มาก
6. กิจกรรมท่องเที่ยวสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของชุมชน	3.52	0.804	มาก
7. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้	2.91	0.830	ปานกลาง
รวม	3.49	0.812	มาก

จากตารางที่ 4.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.49 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น ดักบาศร การทำอาหาร ฯลฯ มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.85 รองลงมา คือ กิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยว เช่น ทอผ้า การดักเสื่อ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.72 ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.91

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ด้านสภาพแวดล้อม

ด้านสภาพแวดล้อม	\bar{X}	S.D.	แปล ความหมาย
1. มีสถาปัตยกรรม หรือ สิ่งที่ยังบอกถึงเอกลักษณ์ของ วัฒนธรรมวิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น บ้านชาวภูย เป็นต้น	3.87	0.736	มาก
2. มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้	3.06	0.814	ปานกลาง
3. มีสถานพยาบาล/ ไร่รมณีย์ /ธนาคารอยู่ใกล้เคียง	2.78	0.813	ปานกลาง
4. สภาพพื้นที่ยังคงสภาพเดิมของชุมชน และยังรักษา วัฒนธรรมและประเพณีของตน	4.12	0.729	มาก
5. มีการดูแลสภาพแวดล้อมในชุมชน เป็นระเบียบ สวยงาม	3.27	0.845	ปานกลาง
รวม	3.42	0.787	มาก

จากตารางที่ 4.8 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่างๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม อยู่ในระดับมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.42 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า สภาพพื้นที่ยังคงสภาพเดิมของชุมชน และยังรักษาวัฒนธรรม และประเพณีของตน มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.12 รองลงมา คือ มีสถาปัตยกรรม หรือ สิ่งที่ยังบอกถึงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น บ้านชาวภูย เป็นต้น คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.87 ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือ มีสถานพยาบาล/ ไร่รมณีย์ /ธนาคารอยู่ใกล้เคียง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.78

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทางด้านมูลค่าเพิ่ม

ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	แปล ความหมาย
1. มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ทั้งเป็นของบริโภค สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุ และวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก	3.46	0.823	มาก
2. ร้านจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม และสินค้าที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/สะอาด/มีคุณภาพ	2.31	1.117	น้อย
3. คนในชุมชนมีความร่วมมืออนุรักษ์วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองไว้ ด้วยความภาคภูมิใจ	3.27	1.067	ปานกลาง
4. ชาวบ้านมีความเป็นกันเองและเป็นมิตร	3.51	0.786	มาก
5. อัยยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน	3.63	0.885	มาก
รวม	3.24	0.932	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.9 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่าง ๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ภาพรวมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.24 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า อัยยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้าน มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.63 รองลงมา คือ ชาวบ้านมีความเป็นกันเอง คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.51 ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือ ร้านจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.31

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	\bar{X}	S.D.	แปล ความหมาย
1. มีเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อต่างๆ แสดงรายละเอียด ของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว และ การติดต่อสอบถามรายละเอียด	2.21	0.946	น้อย
2. มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง	2.28	0.884	น้อย
รวม	2.25	0.915	น้อย

จากตารางที่ 4.10 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการด้านต่างๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ภาพรวมของนักท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับน้อย คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.25 เมื่อพิจารณาประเด็นย่อย พบว่า มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง มีระดับความพึงพอใจสูงสุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.28 ส่วนข้อที่มีระดับความพึงพอใจต่ำสุดคือ มีเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อต่างๆ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 2.21

2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

- 2.1 ชาวบ้านในชุมชนสร้างความเป็นกันเองให้กับนักท่องเที่ยว เสมือนญาติพี่น้องคนหนึ่ง
- 2.2 ให้รักษามาตรฐานในเรื่องความเป็นมิตร ไมตรีของคนในชุมชนและร่วมกันอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมแบบชาวภูยให้ดำรงอยู่ต่อไปต่อไปโดยไม่ต้องมีการปรุงแต่งหรือเพิ่มเติมในเรื่องวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชน
- 2.3 ควรให้มีการจัดสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมต่าง ๆ สำหรับจำหน่ายให้มากกว่านี้ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
- 2.4 ควรมีการปรับปรุงข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางเว็บไซต์เกี่ยวกับหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ที่ทันสมัยและชัดเจนมากกว่านี้

ส่วนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์รายคู่ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.11 การแสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	เพศ	N	Mean	S. D	F	Sig.
ด้านที่พัก	ชาย	33	3.46	0.398	0.047	0.830
	หญิง	34	3.48	0.432		
	รวม	67	3.47	0.413		
ด้านอาหาร	ชาย	33	3.33	0.587	1.302	0.258
	หญิง	34	3.20	0.369		
	รวม	67	3.26	0.490		
ด้านความปลอดภัย	ชาย	33	3.22	0.609	0.649	0.423
	หญิง	34	3.09	0.650		
	รวม	67	3.16	0.628		
ด้านการจัดการ	ชาย	33	3.41	0.534	0.002	0.962
	หญิง	34	3.40	0.511		
	รวม	67	3.41	0.518		
ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	ชาย	33	3.53	0.376	0.604	0.440
	หญิง	34	3.46	0.406		
	รวม	67	3.49	0.391		
ด้านสภาพแวดล้อม	ชาย	33	3.43	0.358	0.078	0.780
	หญิง	34	3.41	0.357		
	รวม	67	3.42	0.355		
ด้านมูลค่าเพิ่ม	ชาย	33	3.26	0.509	0.168	0.683
	หญิง	34	3.21	0.467		
	รวม	67	3.24	0.485		
ด้านส่งเสริมการตลาด	ชาย	33	2.20	0.438	0.367	0.547
	หญิง	34	2.29	0.789		
	รวม	67	2.25	0.654		
รวมเฉลี่ย	ชาย	33	3.34	0.291	0.434	0.512
	หญิง	34	3.29	0.270		
	รวม	67	3.31	0.280		

จากตารางที่ 4.11 ค่า Sig. = 0.512 วิเคราะห์สรุปได้ว่า เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และปัจจัยโดยรวมเฉลี่ย พบว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีความพึงพอใจสูงกว่าเพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.29) เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.48) มีความพึงพอใจสูงกว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ด้านอาหาร พบว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีความพึงพอใจสูงกว่า เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.20)

ด้านความปลอดภัย พบว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.22) มีความพึงพอใจสูงกว่า เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.09)

ด้านการจัดการ พบว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.41) มีความพึงพอใจสูงกว่า เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.40)

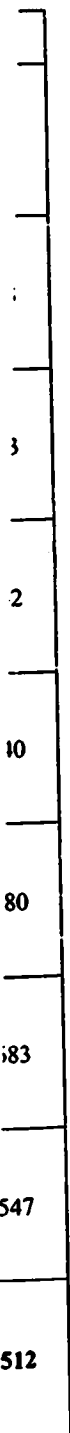
ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.53) มีความพึงพอใจสูงกว่า เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.43) มีความพึงพอใจสูงกว่า เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.41)

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 3.26) มีความพึงพอใจสูงกว่า เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 3.21)

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เพศหญิง (ค่าเฉลี่ย 2.29) มีความพึงพอใจสูงกว่า เพศชาย (ค่าเฉลี่ย 2.20)

ว



ตารางที่ 4.12 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	อายุ	N	Mean	S. D	F	Sig.
ด้านที่พัก	15-24 ปี	45	3.46	0.406	0.847	0.473
	25- 34 ปี	8	3.65	0.553		
	35 -44 ปี	7	3.46	0.378		
	45 - 54 ปี	7	3.31	0.302		
	รวม	67	3.47	0.413		
ด้านอาหาร	15 - 24 ปี	45	3.21	0.487	1.644	0.188
	25- 34 ปี	8	3.50	0.463		
	35 -44 ปี	7	3.10	0.436		
	45 - 54 ปี	7	3.50	0.516		
	รวม	67	3.26	0.490		
ด้านความปลอดภัย	15 - 24 ปี	45	3.16	0.613	2.237	0.093
	25- 34 ปี	8	3.50	0.668		
	35 -44 ปี	7	2.69	0.414		
	45 - 54 ปี	7	3.20	0.693		
	รวม	67	3.16	0.628		
ด้านการจัดการ	15 - 24 ปี	45	3.39	0.515	0.413	0.744
	25- 34 ปี	8	3.43	0.465		
	35 -44 ปี	7	3.31	0.334		
	45 - 54 ปี	7	3.60	0.766		
	รวม	67	3.41	0.518		
ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	15 - 24 ปี	45	3.47	0.397	2.936	.040*
	25- 34 ปี	8	3.38	0.354		
	35 -44 ปี	7	3.87	0.263		
	45 - 54 ปี	7	3.37	0.320		
	รวม	67	3.49	0.391		

ตารางที่ 4.12 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับความพึงพอใจในด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยง
(ต่อ)

ความพึงพอใจ	อายุ	N	Mean	S. D	F	Sig.
ด้านสภาพแวดล้อม	15 - 24 ปี	45	3.46	0.369	1.523	0.217
	25- 34 ปี	8	3.35	0.298		
	35 -44 ปี	7	3.17	0.243		
	45 - 54 ปี	7	3.46	0.360		
	รวม	67	3.42	0.355		
ด้านมูลค่าเพิ่ม	15 - 24 ปี	45	3.25	0.502	0.260	0.854
	25- 34 ปี	8	3.23	0.590		
	35 -44 ปี	7	3.09	0.381		
	45 - 54 ปี	7	3.29	0.398		
	รวม	67	3.24	0.485		
ด้านการส่งเสริม การตลาด	15 - 24 ปี	45	2.30	0.669	2.895	0.042*
	25- 34 ปี	8	1.75	0.535		
	35 -44 ปี	7	2.07	0.535		
	45 - 54 ปี	7	2.64	0.476		
	รวม	67	2.25	0.654		
รวมเฉลี่ย	15 - 24 ปี	45	3.31	0.293	0.466	0.707
	25- 34 ปี	8	3.36	0.256		
	35 -44 ปี	7	3.21	0.090		
	45 - 54 ปี	7	3.37	0.355		
	รวม	67	3.31	0.280		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 ค่า Sig. = 0.707 วิเคราะห์สรุปได้ว่า อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และปัจจัยโดยรวมเฉลี่ย พบว่า อายุระหว่าง 45 - 54 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.37) มีความพึงพอใจสูงสุด เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า อายุระหว่าง 25- 34 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.65) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านอาหาร พบว่า อายุระหว่าง 45 - 54 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านความปลอดภัย พบว่า อายุระหว่าง 25- 34 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.50) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการจัดการ พบว่า อายุระหว่าง 45 - 54 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า อายุระหว่าง 35 -44 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.87) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า อายุระหว่าง 15 - 24 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า อายุระหว่าง 45 - 54 ปี (ค่าเฉลี่ย 3.29) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า อายุระหว่าง 45 - 54 ปี (ค่าเฉลี่ย 2.64) มีความพึงพอใจ

สูงสุด

ตารางที่ 4.13 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	สถานภาพ	N	Mean	S. D	F	Sig.
ด้านที่พัก	โสด	51	3.47	0.430	0.001	0.972
	สมรส	16	3.46	0.363		
	รวม	67	3.47	0.413		
ด้านอาหาร	โสด	51	3.24	0.492	0.390	0.534
	สมรส	16	3.33	0.492		
	รวม	67	3.26	0.490		
ด้านความปลอดภัย	โสด	51	3.15	0.622	0.021	0.887
	สมรส	16	3.18	0.669		
	รวม	67	3.16	0.628		
ด้านการจัดการ	โสด	51	3.40	0.526	0.077	0.783
	สมรส	16	3.44	0.508		
	รวม	67	3.41	0.518		

ตารางที่ 4.13 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ความพึงพอใจ	สถานภาพ	N	Mean	S. D	F	Sig.
ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	โสด	51	3.47	0.394	0.556	0.459
	สมรส	16	3.56	0.385		
	รวม	67	3.49	0.391		
ด้านสภาพแวดล้อม	โสด	51	3.44	0.372	1.082	0.302
	สมรส	16	3.34	0.290		
	รวม	67	3.42	0.355		
ด้านมูลค่าเพิ่ม	โสด	51	3.25	0.504	0.113	0.738
	สมรส	16	3.20	0.432		
	รวม	67	3.24	0.485		
ด้านการส่งเสริม การตลาด	โสด	51	2.28	0.673	0.395	0.532
	สมรส	16	2.16	0.598		
	รวม	67	2.25	0.654		
รวมเฉลี่ย	โสด	51	3.31	0.305	0.000	0.988
	สมรส	16	3.31	0.186		
	รวม	67	3.31	0.280		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 ค่า Sig. = 0.988 วิเคราะห์สรุปได้ว่า สถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และปัจจัยโดยรวมเฉลี่ย พบว่า สถานภาพโสด (ค่าเฉลี่ย 3.31) มีความพึงพอใจสูงสุด เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า สถานภาพโสด (ค่าเฉลี่ย 3.47) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านอาหาร พบว่า สถานภาพสมรส (ค่าเฉลี่ย 3.33) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านความปลอดภัย พบว่า สถานภาพสมรส (ค่าเฉลี่ย 3.18) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการจัดการ พบว่า สถานภาพสมรส (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า สถานภาพสมรส (ค่าเฉลี่ย 3.56) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า สถานภาพโสด (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า สถานภาพโสด (ค่าเฉลี่ย 3.25) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า สถานภาพโสด (ค่าเฉลี่ย 2.28) มีความพึงพอใจสูงสุด

ตารางที่ 4.14 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านที่พัก	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.853	0.497
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	3.00	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	3.56	0.456		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	3.40	0.332		
	ปริญญาตรี	51	3.47	0.423		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	4.00	.		
	รวม	67	3.47	0.413		
ด้านอาหาร	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.702	0.594
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	2.50	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	3.34	0.508		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	3.19	0.401		
	ปริญญาตรี	51	3.28	0.507		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.30	.		
	รวม	67	3.26	0.490		
ด้านความปลอดภัย	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.889	0.476
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	3.00	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	3.64	0.555		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	3.04	0.422		
	ปริญญาตรี	51	3.13	0.663		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.40	.		
	รวม	67	3.16	0.628		

ตารางที่ 4.14 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยวน (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านการจัดการ	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.988	0.421
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	3.00	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	3.76	0.820		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	3.38	0.487		
	ปริญญาตรี	51	3.39	0.491		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	2.90	.		
	รวม	67	3.41	0.518		
ด้านกิจกรรม ท่องเที่ยว	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.815	0.520
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	3.00	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	3.38	0.217		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	3.49	0.355		
	ปริญญาตรี	51	3.52	0.409		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.10	.		
	รวม	67	3.49	0.391		
ด้าน สภาพแวดล้อม	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.166	0.955
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	3.40	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	3.52	0.303		
	ปวช./ปวส./ อนุปริญญา	9	3.36	0.371		
	ปริญญาตรี	51	3.42	0.367		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.40	.		
	รวม	67	3.42	0.355		

ตารางที่ 4.14 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยวน (ต่อ)

ความพึงพอใจ	ระดับการศึกษา	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านมูลค่าเพิ่ม	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.789	0.537
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	2.40	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	3.24	0.478		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	3.29	0.491		
	ปริญญาตรี	51	3.24	0.488		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.40	.		
	รวม	67	3.24	0.485		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.497	0.738
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	2.50	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	2.00	0.500		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	2.06	0.464		
	ปริญญาตรี	51	2.29	0.701		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	2.50	.		
	รวม	67	2.25	0.654		
รวมเฉลี่ย	ต่ำกว่าประถมศึกษา	.	.	.	0.901	0.469
	ประถมศึกษา	.	.	.		
	มัธยมศึกษาตอนต้น	1	2.90	.		
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	5	3.44	0.321		
	ปวช./ปวส./อนุปริญญา	9	3.26	0.219		
	ปริญญาตรี	51	3.32	0.286		
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	3.30	.		
	รวม	67	3.31	0.280		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 ค่า Sig. = 0.469 วิเคราะห์สรุปได้ว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และปัจจัยโดยรวมเฉลี่ย พบว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ค่าเฉลี่ย 3.44) มีความพึงพอใจสูงสุด เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านอาหาร พบว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านความปลอดภัย พบว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ค่าเฉลี่ย 3.64) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการจัดการ พบว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ค่าเฉลี่ย 3.76) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.52) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลาย (ค่าเฉลี่ย 3.52) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 3.40) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนต้นและระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี (ค่าเฉลี่ย 2.50) มีความพึงพอใจสูงสุด

ตารางที่ 4.15 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	อาชีพ	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านที่พัก	เกษตรกร	.	.	.	0.784	0.507
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	4.00	.		
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	3.42	0.333		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	5	3.53	0.538		
	อื่น ๆ	41	3.44	0.380		
	รวม	7	3.47	0.413		
ด้านอาหาร	เกษตรกร	.	.	.	0.173	0.914
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	3.30	.		
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	3.32	0.510		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	3.32	0.548		
	อื่น ๆ	41	3.23	0.479		
	รวม	67	3.26	0.490		
ด้านความปลอดภัย	เกษตรกร	.	.	.	0.937	0.428
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	2.60	.		
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	3.34	0.582		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	2.99	0.707		
	อื่น ๆ	41	3.19	0.611		
	รวม	67	3.16	0.628		

ตารางที่ 4.15 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ความพึงพอใจ	กิจกรรม	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านการจัดการ	กิจกรรม	.	.	.	1.689	0.178
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	3.10			
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	3.71	0.522		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	3.27	0.405		
	อื่น ๆ	41	3.39	0.540		
	รวม	67	3.41	0.518		
ด้านกิจกรรม ท่องเที่ยว	กิจกรรม	.	.	.	0.781	0.509
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	3.00			
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	3.59	0.328		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	3.45	0.407		
	อื่น ๆ	41	3.50	0.401		
	รวม	67	3.49	0.391		
ด้านสภาพ แวดล้อม	กิจกรรม	.	.	.	1.190	0.321
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	2.80			
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	3.36	0.375		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	3.45	0.325		
	อื่น ๆ	41	3.43	0.358		
	รวม	67	3.42	0.355		

ตารางที่ 4.15 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยวนัก (ต่อ)

ความพึงพอใจ	เกษตรกรรม	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านมูลค่าเพิ่ม	เกษตรกรรม	.	.	.	1.688	0.179
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	2.20	.		
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	3.18	0.371		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	3.28	0.391		
	อื่น ๆ	41	3.26	0.524		
	รวม	67	3.24	0.485		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	เกษตรกรรม	.	.	.	0.273	0.844
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	2.50	.		
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	2.40	0.56		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	2.20	8		
	อื่น ๆ	41	2.22	0.81		
	รวม	67	2.25	9		
รวมเฉลี่ย	เกษตรกรรม	.	.	.	0.687	0.563
	รับจ้างทั่วไป	.	.	.		
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	1	3.00	.		
	ข้าราชการ/พนักงานราชการ	10	3.39	0.264		
	พนักงานเอกชน/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	15	3.29	0.249		
	อื่น ๆ	41	3.31	0.296		
	รวม	67	3.31	0.280		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.15 ค่า Sig. = 0.563 วิเคราะห์สรุปได้ว่า อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และปัจจัยโดยรวมเฉลี่ย พบว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.39) มีความพึงพอใจสูงสุด เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านอาหาร พบว่า อาชีพพนักงานเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.32) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านความปลอดภัยพบว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.34) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการจัดการ พบว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.71) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า อาชีพข้าราชการ/พนักงานราชการ (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า อาชีพพนักงานเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.45) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า อาชีพพนักงานเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ค่าเฉลี่ย 3.28) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า อาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว (ค่าเฉลี่ย 2.50) มีความพึงพอใจสูงสุด

ตารางที่ 4.16 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ	รายได้ต่อเดือน	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านที่พัก	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	3.00	.	2.044	0.085
	3,001 – 6,000 บาท	34	3.41	0.373		
	6,001 – 9,000 บาท	10	3.72	0.464		
	9,001 – 12,000 บาท	1	4.00	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	3.13	0.702		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	3.49	0.351		
	รวม	67	3.47	0.413		
ด้านอาหาร	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	2.50	.	0.886	0.496
	3,001 – 6,000 บาท	34	3.22	0.528		
	6,001 – 9,000 บาท	10	3.28	0.290		
	9,001 – 12,000 บาท	1	3.30	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	3.60	0.529		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	3.33	0.499		
	รวม	67	3.26	0.490		
ด้านความปลอดภัย	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	3.00	.	0.685	0.636
	3,001 – 6,000 บาท	34	3.11	0.635		
	6,001 – 9,000 บาท	10	3.42	0.537		
	9,001 – 12,000 บาท	1	2.60	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	2.87	0.808		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	3.19	0.663		
	รวม	67	3.16	0.628		

ตารางที่ 4.16 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจในร้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ความพึงพอใจ	รายได้ต่อเดือน	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านการจัดการ	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	3.00	.	0.557	0.732
	3,001 – 6,000 บาท	34	3.34	0.542		
	6,001 – 9,000 บาท	10	3.59	0.396		
	9,001 – 12,000 บาท	1	3.10	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	3.43	0.513		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	3.46	0.560		
	รวม	67	3.41	0.518		
ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	3.00	.	1.686	0.152
	3,001 – 6,000 บาท	34	3.47	0.417		
	6,001 – 9,000 บาท	10	3.60	0.231		
	9,001 – 12,000 บาท	1	3.00	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	3.93	0.351		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	3.47	0.374		
	รวม	67	3.49	0.391		
ด้านสภาพแวดล้อม	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	3.40	.	1.289	0.280
	3,001 – 6,000 บาท	34	3.42	0.373		
	6,001 – 9,000 บาท	10	3.58	0.371		
	9,001 – 12,000 บาท	1	2.80	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	3.20	0.200		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	3.40	0.307		
	รวม	67	3.42	0.355		

ตารางที่ 4.16 แสดงผลความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ
ของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ความพึงพอใจ	รายได้ต่อเดือน	N	Mean	S.D.	F	Sig
ด้านมูลค่าเพิ่ม	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	2.40	.	1.778	0.131
	3,001 – 6,000 บาท	34	3.27	0.511		
	6,001 – 9,000 บาท	10	3.32	0.434		
	9,001 – 12,000 บาท	1	2.20	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	3.07	0.116		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	3.27	0.434		
	รวม	67	3.24	0.485		
ด้านการส่งเสริมการตลาด	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	2.50	.	0.428	0.828
	3,001 – 6,000 บาท	34	2.28	0.654		
	6,001 – 9,000 บาท	10	2.10	0.568		
	9,001 – 12,000 บาท	1	2.50	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	1.83	0.764		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	2.31	0.730		
	รวม	67	2.25	0.654		
รวมเฉลี่ย	ต่ำกว่า 3,000 บาท	1	2.90	.	1.381	0.244
	3,001 – 6,000 บาท	34	3.28	0.307		
	6,001 – 9,000 บาท	10	3.46	0.171		
	9,001 – 12,000 บาท	1	3.00	.		
	12,001 – 15,000 บาท	3	3.30	0.300		
	มากกว่า 15,001 บาท	18	3.33	0.252		
	รวม	67	3.31	0.280		

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 ค่า Sig. = 0.244 วิเคราะห์สรุปได้ว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน และปัจจัยโดยรวมเฉลี่ย พบว่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 6,001 – 9,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีความพึงพอใจสูงสุด เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า

ด้านที่พัก พบว่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 9,001 – 12,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 4.00) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านอาหาร พบว่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 12,001 – 15,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.60) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านความปลอดภัย พบว่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 6,001 – 9,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.42) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการจัดการ พบว่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 6,001 – 9,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.59) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 12,001 – 15,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.93) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 6,001 – 9,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.58) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า รายได้ต่อเดือนระหว่าง 6,001 – 9,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 3.32) มีความพึงพอใจสูงสุด

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท และรายได้ต่อเดือนระหว่าง 9,001 – 12,000 บาท (ค่าเฉลี่ย 2.50) มีความพึงพอใจสูงสุด

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์เชิงลึกระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลลงไปอย่างละเอียด โดยศึกษาความสัมพันธ์รายคู่ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังตารางที่ 4.17 – 4.69

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับอายุที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ * อายุ	ด้านที่พัก	0.093	0.046	0.267	0.767
	ด้านอาหาร	0.412	0.206	0.855	0.430
	ด้านความปลอดภัย	0.263	0.131	0.326	0.723
	ด้านการจัดการ	0.205	0.103	0.375	0.689
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.246	0.123	0.803	0.452
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.148	0.074	0.582	0.562
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.224	0.112	0.470	0.627
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.078	0.039	0.089	0.915

จากตารางที่ 4.17 สรุปได้ว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.767 แสดงว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.430 แสดงว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.723 แสดงว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.689 แสดงว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.452 แสดงว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.562 แสดงว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.627 แสดงว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.915 แสดงว่า เพศกับอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับสถานภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ * สถานภาพ	ด้านที่พัก	0.042	0.021	0.119	0.888
	ด้านอาหาร	0.241	0.121	0.495	0.612
	ด้านความปลอดภัย	0.205	0.102	0.253	0.777
	ด้านการจัดการ	0.021	0.010	0.038	0.963
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.137	0.069	0.442	0.645
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.143	0.071	0.560	0.574
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.205	0.103	0.429	0.653
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.319	0.160	0.366	0.695

จากตารางที่ 4.18 สรุปได้ว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.888 แสดงว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึง
พอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.612 แสดงว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.777 แสดงว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.963 แสดงว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.645 แสดงว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.574 แสดงว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.653 แสดงว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.695 แสดงว่า เพศกับสถานภาพที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ * ระดับการศึกษา	ด้านที่พัก	0.077	0.039	0.222	0.801
	ด้านอาหาร	0.623	0.311	1.310	0.277
	ด้านความปลอดภัย	0.655	0.328	0.825	0.443
	ด้านการจัดการ	0.205	0.102	0.374	0.690
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.250	0.125	0.815	0.447
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.030	0.015	0.116	0.891
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.193	0.097	0.404	0.669
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.670	0.335	0.779	0.463

จากตารางที่ 4.19 สรุปได้ว่า เพศกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.801 แสดงว่า เพศกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.277 แสดงว่า เพศกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.443 แสดงว่า เพศกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.690 แสดงว่า เพศกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.447 แสดงว่า เพศกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน
กันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.891 แสดงว่า เพศกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.669 แสดงว่า เพศกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.463 แสดงว่า เพศกับระดับการศึกษาที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ * อาชีพ	ด้านที่พัก	0.084	0.042	0.240	0.787
	ด้านอาหาร	0.493	0.247	1.028	0.363
	ด้านความปลอดภัย	0.209	0.104	0.259	0.773
	ด้านการจัดการ	0.141	0.071	0.258	0.774
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.041	0.020	0.131	0.878
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.100	0.050	0.391	0.678
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.195	0.097	0.407	0.668
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.258	0.129	0.296	0.745

จากตารางที่ 4.20 สรุปได้ว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.787 แสดงว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.363 แสดงว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.773 แสดงว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.774 แสดงว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.878 แสดงว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.678 แสดงว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.668 แสดงว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.745 แสดงว่า เพศกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ * รายได้	ด้านที่พัก	0.060	0.030	0.171	0.843
	ด้านอาหาร	0.484	0.242	1.009	0.370
	ด้านความปลอดภัย	0.351	0.175	0.437	0.648
	ด้านการจัดการ	0.165	0.083	0.302	0.741
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.200	0.100	0.649	0.526
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.044	0.022	0.169	0.845
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.200	0.100	0.418	0.660
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.175	0.087	0.199	0.820

จากตารางที่ 4.21 สรุปได้ว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.843 แสดงว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.370 แสดงว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.648 แสดงว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.741 แสดงว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.526 แสดงว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.845 แสดงว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.660 แสดงว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.820 แสดงว่า เพศกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับสถานะภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*สถานะภาพ	ด้านที่พัก	0.563	0.141	0.819	0.518
	ด้านอาหาร	1.166	0.292	1.233	0.306
	ด้านความปลอดภัย	3.850	0.962	2.686	0.039
	ด้านการจัดการ	0.348	0.087	0.311	0.870
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.328	0.332	2.356	0.063
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.619	0.155	1.249	0.300
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.251	0.063	0.255	0.906
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.563	0.141	0.819	0.518

จากตารางที่ 4.22 สรุปได้ว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.518 แสดงว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.306 แสดงว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.039 แสดงว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.870 แสดงว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.063 แสดงว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.300 แสดงว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.906 แสดงว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.123 แสดงว่า อายุกับสถานะภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*ระดับการศึกษา	ด้านที่พัก	0.411	0.103	0.589	0.672
	ด้านอาหาร	1.409	0.352	1.514	0.209
	ด้านความปลอดภัย	3.108	0.777	2.099	0.092
	ด้านการจัดการ	0.460	0.115	0.413	0.799
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.452	0.363	2.612	0.044
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.536	0.134	1.069	0.379
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.354	0.088	0.362	0.835
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.214	1.054	2.725	0.037

จากตารางที่ 4.23 สรุปได้ว่า อายุกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.672 แสดงว่า อายุกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.209 แสดงว่า อายุกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.092 แสดงว่า อายุกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.799 แสดงว่า อายุกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.044 แสดงว่า อายุกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.379 แสดงว่า อายุกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.835 แสดงว่า อายุกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.037 แสดงว่า อายุกับระดับการศึกษาที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

1
f
y
ก
ก
พ
ค

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.622	0.155	0.908	0.465
	ด้านอาหาร	1.153	0.288	1.217	0.313
	ด้านความปลอดภัย	2.740	0.685	1.821	0.136
	ด้านการจัดการ	0.398	0.099	0.356	0.839
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.284	0.321	2.266	0.072
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.488	0.122	0.968	0.431
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.606	0.151	0.630	0.643
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	5.257	1.314	3.554	0.011

จากตารางที่ 4.24 สรุปได้ว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.465 แสดงว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.313 แสดงว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.136 แสดงว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.839 แสดงว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.072 แสดงว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.431 แสดงว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.643 แสดงว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.011 แสดงว่า อายุกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.696	0.174	1.025	0.402
	ด้านอาหาร	1.282	0.321	1.366	0.256
	ด้านความปลอดภัย	3.002	0.751	2.018	0.103
	ด้านการจัดการ	0.543	0.136	0.490	0.743
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.189	0.297	2.076	0.095
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.830	0.207	1.721	0.157
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.340	0.085	0.348	0.845
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.652	1.163	3.064	0.023

จากตารางที่ 4.25 สรุปได้ว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.402 แสดงว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.256 แสดงว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.103 แสดงว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.743 แสดงว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.095 แสดงว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.157 แสดงว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.845 แสดงว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.023 แสดงว่า อายุกับรายได้ที่แตกต่างกันมีทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
สถานภาพ*ระดับการศึกษา	ด้านที่พัก	0.083	0.041	0.238	0.789
	ด้านอาหาร	0.302	0.151	0.623	0.540
	ด้านความปลอดภัย	0.323	0.161	0.401	0.671
	ด้านการจัดการ	0.208	0.104	0.380	0.686
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.248	0.124	0.809	0.450
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.113	0.057	0.443	0.644
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.158	0.079	0.329	0.721
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.546	0.273	0.632	0.535

จากตารางที่ 4.26 สรุปได้ว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.789 แสดงว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.540 แสดงว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.671 แสดงว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.686 แสดงว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.450 แสดงว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.644 แสดงว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.721 แสดงว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.535 แสดงว่า สถานภาพกับระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
สถานภาพ*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.120	0.060	0.345	0.710
	ด้านอาหาร	0.153	0.077	0.313	0.733
	ด้านความปลอดภัย	0.067	0.033	0.082	0.921
	ด้านการจัดการ	0.224	0.112	0.409	0.666
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.178	0.089	0.575	0.565
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.125	0.062	0.488	0.616
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.262	0.131	0.549	0.580
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.120	0.060	0.345	0.710

จากตารางที่ 4.27 สรุปได้ว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.710 แสดงว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.733 แสดงว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.921 แสดงว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.666 แสดงว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.565 แสดงว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.616 แสดงว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.580 แสดงว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.201 แสดงว่า สถานภาพกับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนั้นแตกต่างกัน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพกับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
สถานภาพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.120	0.060	0.344	0.710
	ด้านอาหาร	0.519	0.259	1.084	0.344
	ด้านความปลอดภัย	0.016	0.008	0.020	0.980
	ด้านการจัดการ	0.231	0.116	0.423	0.657
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.067	0.034	0.215	0.807
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.150	0.075	0.589	0.558
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.094	0.047	0.194	0.824
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.483	0.242	0.558	0.575

จากตารางที่ 4.28 สรุปได้ว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.710 แสดงว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.344 แสดงว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.980 แสดงว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.657 แสดงว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.807 แสดงว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.558 แสดงว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.824 แสดงว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.575 แสดงว่า สถานภาพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
ระดับการศึกษา*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.692	0.138	0.801	0.553
	ด้านอาหาร	0.902	0.180	0.737	0.599
	ด้านความปลอดภัย	1.582	0.316	0.788	0.562
	ด้านการจัดการ	1.164	0.233	0.858	0.514
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.511	0.102	0.653	0.660
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.168	0.034	0.253	0.937
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	1.124	0.225	0.953	0.454
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.107	0.221	0.499	0.776

จากตารางที่ 4.29 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.553 แสดงว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.599 แสดงว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.562 แสดงว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.514 แสดงว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.660 แสดงว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.937 แสดงว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.454 แสดงว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.776 แสดงว่า ระดับการศึกษากับอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษากับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
ระดับการศึกษา*รายได้	ด้านที่พัก	0.520	0.104	0.593	0.706
	ด้านอาหาร	0.989	0.198	0.813	0.545
	ด้านความปลอดภัย	0.933	0.187	0.453	0.810
	ด้านการจัดการ	1.800	0.360	1.380	0.244
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.535	0.107	0.685	0.637
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.126	0.025	0.188	0.966
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.775	0.155	0.641	0.669
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.787	0.157	0.351	0.880

จากตารางที่ 4.30 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.706 แสดงว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.545 แสดงว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.810 แสดงว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.244 แสดงว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.637 แสดงว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.966 แสดงว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.669 แสดงว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.880 แสดงว่า ระดับการศึกษากับรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.578	0.144	0.841	0.505
	ด้านอาหาร	0.676	0.169	0.691	0.601
	ด้านความปลอดภัย	1.716	0.429	1.092	0.368
	ด้านการจัดการ	1.676	0.419	1.619	0.181
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.582	0.145	0.951	0.441
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.442	0.111	0.872	0.486
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	1.401	0.350	1.538	0.202
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.941	0.235	0.535	0.710

จากตารางที่ 4.31 สรุปได้ว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.505 แสดงว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.601 แสดงว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.368 แสดงว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.181 แสดงว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.441 แสดงว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.486 แสดงว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.202 แสดงว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.710 แสดงว่า อาชีพกับรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.32 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และสถานภาพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวน

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*สถานภาพ	ด้านที่พัก	0.153	0.076	0.441	0.645
	ด้านอาหาร	0.164	0.082	0.335	0.716
	ด้านความปลอดภัย	0.074	0.037	0.091	0.914
	ด้านการจัดการ	0.103	0.052	0.188	0.829
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.188	0.094	0.607	0.548
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.171	0.086	0.675	0.513
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.321	0.160	0.676	0.512
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.081	0.041	0.093	0.912

จากตารางที่ 4.32 สรุปได้ว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.645 แสดงว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.716 แสดงว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.914 แสดงว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.829 แสดงว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.548 แสดงว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.513 แสดงว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.512 แสดงว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.912 แสดงว่า เพศ อายุ และสถานภาพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.33 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*ระดับการศึกษา	ด้านที่พัก	0.028	0.014	0.081	0.922
	ด้านอาหาร	0.694	0.347	1.466	0.239
	ด้านความปลอดภัย	0.405	0.203	0.506	0.606
	ด้านการจัดการ	0.128	0.064	0.233	0.793
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.314	0.157	1.029	0.363
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.137	0.069	0.538	0.587
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.243	0.121	0.509	0.603
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.235	0.117	0.269	0.765

จากตารางที่ 4.33 สรุปได้ว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.922 แสดงว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.239 แสดงว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.606 แสดงว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.793 แสดงว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.363 แสดงว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.587 แสดงว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.603 แสดงว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.765 แสดงว่า เพศ อายุ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.34 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.159	0.080	0.460	0.634
	ด้านอาหาร	0.583	0.291	1.223	0.301
	ด้านความปลอดภัย	0.387	0.193	0.482	0.620
	ด้านการจัดการ	0.038	0.019	0.069	0.933
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.199	0.100	0.646	0.528
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.141	0.071	0.554	0.578
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.103	0.052	0.215	0.807
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.014	0.007	0.016	0.984

จากตารางที่ 4.34 สรุปได้ว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.634 แสดงว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.301 แสดงว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.620 แสดงว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.933 แสดงว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.528 แสดงว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.578 แสดงว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.807 แสดงว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.984 แสดงว่า เพศ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.35 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ และ รายได้ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*รายได้	ด้านที่พัก	0.065	0.032	0.185	0.831
	ด้านอาหาร	0.323	0.162	0.667	0.517
	ด้านความปลอดภัย	0.188	0.094	0.233	0.793
	ด้านการจัดการ	0.274	0.137	0.502	0.608
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.241	0.120	0.784	0.461
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.092	0.046	0.358	0.700
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.292	0.146	0.613	0.545
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.070	0.035	0.080	0.923

จากตารางที่ 4.35 สรุปได้ว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.831 แสดงว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.517 แสดงว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.793 แสดงว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.608 แสดงว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.461 แสดงว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.700 แสดงว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.545 แสดงว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.923 แสดงว่า เพศ อายุ และรายได้ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.36 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*รายได้	ด้านที่พัก	0.065	0.032	0.185	0.831
	ด้านอาหาร	0.323	0.162	0.667	0.517
	ด้านความปลอดภัย	0.188	0.094	0.233	0.793
	ด้านการจัดการ	0.274	0.137	0.502	0.608
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.241	0.120	0.784	0.461
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.092	0.046	0.358	0.700
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.292	0.146	0.613	0.545
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.070	0.035	0.080	0.923

จากตารางที่ 4.36 สรุปได้ว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.901 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.416 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.667 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.993 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.545 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.598 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.710 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.656 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.37 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*สถานภาพ*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.061	0.031	0.175	0.840
	ด้านอาหาร	0.367	0.184	0.760	0.472
	ด้านความปลอดภัย	0.193	0.097	0.239	0.788
	ด้านการจัดการ	0.082	0.041	0.149	0.862
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.189	0.095	0.613	0.545
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.037	0.018	0.142	0.868
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.084	0.042	0.174	0.840
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.176	0.588	1.393	0.256

จากตารางที่ 4.37 สรุปได้ว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.840 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.472 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.788 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.862 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.545 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.868 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่าง
กันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.840 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.256 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.38 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*สถานภาพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.078	0.039	0.224	0.800
	ด้านอาหาร	0.208	0.104	0.425	0.655
	ด้านความปลอดภัย	0.203	0.102	0.251	0.779
	ด้านการจัดการ	0.070	0.035	0.126	0.882
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.131	0.065	0.421	0.658
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.092	0.046	0.358	0.700
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.343	0.171	0.723	0.489
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.262	0.131	0.300	0.742

จากตารางที่ 4.38 สรุปได้ว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.800 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.655 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.779 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.882 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.658 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.700 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่าง
กันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.489 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.742 แสดงว่า เพศ สถานภาพ และรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.39 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*ระดับการศึกษา* อาชีพ	ด้านที่พัก	0.025	0.013	0.072	0.930
	ด้านอาหาร	0.567	0.283	1.188	0.312
	ด้านความปลอดภัย	0.289	0.144	0.359	0.700
	ด้านการจัดการ	0.264	0.132	0.485	0.618
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.118	0.059	0.381	0.685
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.048	0.024	0.187	0.830
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.355	0.178	0.750	0.476
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.155	0.077	0.177	0.839

จากตารางที่ 4.39 สรุปได้ว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.930 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.312 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.700 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.618 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.685 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.830 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.476 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.839 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.40 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*ระดับการศึกษา*รายได้	ด้านที่พัก	0.076	0.038	0.217	0.805
	ด้านอาหาร	0.649	0.325	1.368	0.262
	ด้านความปลอดภัย	0.480	0.240	0.600	0.552
	ด้านการจัดการ	0.061	0.030	0.110	0.896
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.197	0.099	0.64	0.531
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.036	0.018	0.139	0.871
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.204	0.102	0.427	0.654
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.328	0.164	0.376	0.688

จากตารางที่ 4.40 สรุปได้ว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.805 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.262 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.552 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.896 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.531 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.871 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.654 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.688 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.41 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.094	0.047	0.270	0.764
	ด้านอาหาร	0.825	0.412	1.758	0.181
	ด้านความปลอดภัย	0.353	0.176	0.439	0.647
	ด้านการจัดการ	0.074	0.037	0.135	0.874
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.210	0.105	0.683	0.509
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.002	0.001	0.006	0.994
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.237	0.118	0.496	0.611
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.274	0.137	0.315	0.731

จากตารางที่ 4.41 สรุปได้ว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.764 แสดงว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.181 แสดงว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.647 แสดงว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.874 แสดงว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.509 แสดงว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน
กันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.994 แสดงว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.611 แสดงว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมี
ทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.731 แสดงว่า เพศ อาชีพ และรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.42 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*สถานภาพ*ระดับ การศึกษา	ด้านที่พัก	0.535	0.134	0.775	0.546
	ด้านอาหาร	1.190	0.298	1.260	0.295
	ด้านความปลอดภัย	3.272	0.818	2.225	0.076
	ด้านการจัดการ	0.388	0.097	0.347	0.845
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.342	0.336	2.385	0.061
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.511	0.128	1.017	0.406
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.348	0.087	0.355	0.839
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.606	0.901	2.274	0.071

จากตารางที่ 4.42 สรุปได้ว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.546 แสดงว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.295 แสดงว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.076 แสดงว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.845 แสดงว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.061 แสดงว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษา
ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.406 แสดงว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.839 แสดงว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ค่า Sig. = 0.071 แสดงว่า อายุ สถานภาพและระดับการศึกษา
ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.43 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพและอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*สถานภาพ*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.647	0.162	0.948	0.443
	ด้านอาหาร	1.165	0.291	1.231	0.307
	ด้านความปลอดภัย	3.988	0.997	2.800	0.033
	ด้านการจัดการ	0.357	0.089	0.318	0.865
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.252	0.313	2.201	0.079
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.490	0.123	0.973	0.429
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.586	0.147	0.608	0.658
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.113	1.028	2.648	0.042

จากตารางที่ 4.43 สรุปได้ว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.443 แสดงว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.307 แสดงว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.033 แสดงว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.865 แสดงว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.079 แสดงว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.429 แสดงว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่าง
กันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.658 แสดงว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.042 แสดงว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.44 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*รายได้	ด้านที่พัก	0.065	0.032	0.185	0.831
	ด้านอาหาร	0.323	0.162	0.667	0.517
	ด้านความปลอดภัย	0.188	0.094	0.233	0.793
	ด้านการจัดการ	0.274	0.137	0.502	0.608
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.241	0.120	0.784	0.461
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.092	0.046	0.358	0.700
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.292	0.146	0.613	0.545
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.070	0.035	0.080	0.923

จากตารางที่ 4.44 สรุปได้ว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.380 แสดงว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.325 แสดงว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.043 แสดงว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.791 แสดงว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.077 แสดงว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.147 แสดงว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.813 แสดงว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.04 แสดงว่า อายุ สถานภาพและรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.45 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*ระดับการศึกษา* อาชีพ	ด้านที่พัก	2.147	0.119	0.630	0.857
	ด้านอาหาร	3.974	0.221	0.893	0.589
	ด้านความปลอดภัย	7.842	0.436	1.147	0.340
	ด้านการจัดการ	4.675	0.260	0.956	0.522
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	2.848	0.158	1.052	0.425
	ด้านสภาพแวดล้อม	2.034	0.113	0.866	0.618
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	3.030	0.168	0.647	0.843
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	8.784	0.488	1.207	0.293

จากตารางที่ 4.45 สรุปได้ว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.857 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.589 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.340 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.522 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.425 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.618 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.843 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.293 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.46 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*ระดับการศึกษา*รายได้	ด้านที่พัก	2.751	0.153	0.865	0.619
	ด้านอาหาร	3.987	0.221	0.897	0.584
	ด้านความปลอดภัย	6.985	0.388	0.976	0.501
	ด้านการจัดการ	3.283	0.182	0.606	0.877
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	3.003	0.167	1.134	0.352
	ด้านสภาพแวดล้อม	2.180	0.121	0.95	0.528
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	3.618	0.201	0.811	0.678
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	10.333	0.574	1.543	0.116

จากตารางที่ 4.46 สรุปได้ว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.619 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.584 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.501 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.877 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.352 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.528 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.678 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.116 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.47 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ อาชีพและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	3.117	0.208	1.306	0.233
	ด้านอาหาร	3.631	0.242	1.012	0.459
	ด้านความปลอดภัย	7.225	0.482	1.304	0.235
	ด้านการจัดการ	4.112	0.274	1.028	0.444
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	3.317	0.221	1.671	0.088
	ด้านสภาพแวดล้อม	1.871	0.125	0.990	0.479
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	3.217	0.214	0.889	0.580
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	9.132	0.609	1.630	0.098

จากตารางที่ 4.47 สรุปได้ว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.233 แสดงว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.459 แสดงว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.235 แสดงว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.444 แสดงว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.088 แสดงว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.479 แสดงว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.580 แสดงว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.098 แสดงว่า อายุ อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.48 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
สถานภาพ*ระดับการศึกษา* อาชีพ	ด้านที่พัก	0.026	0.013	0.073	0.929
	ด้านอาหาร	0.226	0.113	0.464	0.631
	ด้านความปลอดภัย	0.043	0.022	0.053	0.948
	ด้านการจัดการ	0.420	0.210	0.778	0.464
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.400	0.200	1.325	0.273
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.088	0.044	0.345	0.710
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.473	0.236	1.006	0.371
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.384	0.192	0.442	0.645

จากตารางที่ 4.48 สรุปได้ว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.929 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.631 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.948 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.464 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.273 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.710 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.371 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.645 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.49 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
สถานภาพ*ระดับการศึกษา* รายได้	ด้านที่พัก	0.121	0.060	0.347	0.708
	ด้านอาหาร	0.563	0.282	1.181	0.314
	ด้านความปลอดภัย	0.068	0.034	0.084	0.920
	ด้านการจัดการ	0.067	0.033	0.121	0.886
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.066	0.033	0.211	0.810
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.116	0.058	0.453	0.638
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.109	0.055	0.226	0.798
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.710	0.355	0.827	0.442

จากตารางที่ 4.49 สรุปได้ว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.708 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.314 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.920 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.886 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.810 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.638 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.798 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.442 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.50 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนัก

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
ระดับการศึกษา*อาชีพ* รายได้	ด้านที่พัก	0.583	0.117	0.669	0.649
	ด้านอาหาร	1.131	0.226	0.939	0.463
	ด้านความปลอดภัย	1.432	0.286	0.709	0.619
	ด้านการจัดการ	1.545	0.309	1.166	0.336
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.592	0.118	0.763	0.580
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.108	0.022	0.161	0.976
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.805	0.161	0.668	0.649
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.982	0.196	0.440	0.819

จากตารางที่ 4.50 สรุปได้ว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.649 แสดงว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.463 แสดงว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.619 แสดงว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.336 แสดงว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.580 แสดงว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้
ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.976 แสดงว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.649 แสดงว่า ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.819 แสดงว่า ระดับการศึกษา อาชีพและ
รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนัก ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.51 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*สถานภาพ*ระดับการศึกษา	ด้านที่พัก	0.068	0.034	0.194	0.824
	ด้านอาหาร	0.299	0.150	0.616	0.543
	ด้านความปลอดภัย	0.110	0.055	0.135	0.874
	ด้านการจัดการ	0.049	0.024	0.089	0.915
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.237	0.119	0.772	0.466
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.148	0.074	0.580	0.563
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.343	0.172	0.724	0.489
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.196	0.098	0.225	0.800

จากตารางที่ 4.51 สรุปได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.824 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.543 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.874 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.915 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.466 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.563 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.489 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.800 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.52 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*สถานภาพ*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.176	0.088	0.508	0.604
	ด้านอาหาร	0.261	0.130	0.536	0.588
	ด้านความปลอดภัย	0.170	0.085	0.210	0.812
	ด้านการจัดการ	0.015	0.008	0.027	0.973
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.162	0.081	0.523	0.596
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.162	0.081	0.639	0.531
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.230	0.115	0.482	0.620
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.050	0.025	0.057	0.945

จากตารางที่ 4.52 สรุปได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.604 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.588 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.812 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.973 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.596 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.531 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.620 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.945 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.53 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจ
ของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*สถานภาพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.133	0.067	0.384	0.682
	ด้านอาหาร	0.147	0.074	0.300	0.742
	ด้านความปลอดภัย	0.043	0.022	0.053	0.948
	ด้านการจัดการ	0.128	0.064	0.232	0.793
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.157	0.079	0.509	0.604
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.140	0.070	0.548	0.581
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.338	0.169	0.713	0.494
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.081	0.040	0.092	0.912

จากตารางที่ 4.53 สรุปได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.682 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.742 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.948 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.793 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.604 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.581 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.494 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.912 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.54 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*ระดับการศึกษา* อาชีพ	ด้านที่พัก	4.073	0.157	0.875	0.634
	ด้านอาหาร	6.617	0.255	1.104	0.381
	ด้านความปลอดภัย	9.613	0.370	0.899	0.607
	ด้านการจัดการ	5.398	0.208	0.674	0.854
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	3.507	0.135	0.822	0.697
	ด้านสภาพแวดล้อม	3.150	0.121	0.941	0.557
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	6.565	0.252	1.129	0.358
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	10.298	0.396	0.886	0.622

จากตารางที่ 4.54 สรุปได้ว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.634 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.381 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.607 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.854 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.697 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและ
อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.557 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.358 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและอาชีพที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.622 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและ
อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.55 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*ระดับการศึกษา* รายได้	ด้านที่พัก	4.095	0.158	0.883	0.626
	ด้านอาหาร	6.658	0.256	1.116	0.370
	ด้านความปลอดภัย	9.352	0.360	0.861	0.652
	ด้านการจัดการ	6.482	0.249	0.888	0.620
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	3.777	0.145	0.924	0.577
	ด้านสภาพแวดล้อม	2.820	0.108	0.792	0.732
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	6.513	0.250	1.113	0.373
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	11.970	0.460	1.136	0.352

จากตารางที่ 4.55 สรุปได้ว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.626 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.370 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.652 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.620 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.577 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.732 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.373 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.352 แสดงว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.56 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*สถานภาพ*ระดับการศึกษา*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.006	0.003	0.016	0.984
	ด้านอาหาร	0.599	0.300	1.259	0.291
	ด้านความปลอดภัย	0.323	0.162	0.402	0.671
	ด้านการจัดการ	0.257	0.129	0.471	0.626
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.383	0.192	1.267	0.289
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.046	0.023	0.177	0.838
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.231	0.115	0.483	0.619
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.501	0.251	0.579	0.563

จากตารางที่ 4.56 สรุปได้ว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.984 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.291 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.671 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.626 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.289 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.838 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.619 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.563 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.57 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*สถานภาพ*ระดับ การศึกษา*รายได้	ด้านที่พัก	0.060	0.030	0.171	0.843
	ด้านอาหาร	0.305	0.152	0.628	0.537
	ด้านความปลอดภัย	0.295	0.148	0.366	0.695
	ด้านการจัดการ	0.021	0.010	0.038	0.963
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.124	0.062	0.400	0.672
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.067	0.034	0.261	0.771
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.342	0.171	0.721	0.490
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.362	0.181	0.417	0.661

จากตารางที่ 4.57 สรุปได้ว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.843 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.537 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.695 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและ
รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.963 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้
ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.672 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและ
รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.771 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและ
รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.490 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและรายได้
ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.661 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาและ
รายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.58 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*ระดับการศึกษา* อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.097	0.049	0.280	0.757
	ด้านอาหาร	1.036	0.518	2.241	0.115
	ด้านความปลอดภัย	0.438	0.219	0.547	0.581
	ด้านการจัดการ	0.003	0.001	0.005	0.995
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.251	0.125	0.817	0.446
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.004	0.002	0.016	0.984
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.321	0.160	0.676	0.512
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.202	0.101	0.231	0.794

จากตารางที่ 4.58 สรุปได้ว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.757 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.115 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.581 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.995 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.446 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.984 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.512 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.794 แสดงว่า เพศ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.59 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*สถานภาพ*ระดับการศึกษา*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.553	0.138	0.803	0.528
	ด้านอาหาร	1.362	0.340	1.459	0.226
	ด้านความปลอดภัย	3.548	0.887	2.443	0.056
	ด้านการจัดการ	0.459	0.115	0.412	0.799
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.377	0.344	2.457	0.055
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.437	0.109	0.861	0.492
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.744	0.186	0.781	0.542
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.241	0.810	2.014	0.103

จากตารางที่ 4.59 สรุปได้ว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.528 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.226 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.056 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.799 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.055 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.492 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.542 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.103 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.60 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*สถานภาพ*ระดับการศึกษา*รายได้	ด้านที่พัก	0.676	0.169	0.993	0.418
	ด้านอาหาร	1.215	0.304	1.288	0.284
	ด้านความปลอดภัย	3.456	0.864	2.369	0.062
	ด้านการจัดการ	0.332	0.083	0.296	0.880
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.252	0.313	2.202	0.079
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.734	0.184	1.505	0.212
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.409	0.102	0.420	0.794
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.990	1.247	3.334	0.015

จากตารางที่ 4.60 สรุปได้ว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.418 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.284 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.062 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.880 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.079 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.212 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.794 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.015 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.61 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*สถานภาพ*อาชีพ* รายได้	ด้านที่พัก	3.359	0.198	1.230	0.278
	ด้านอาหาร	4.369	0.257	1.098	0.382
	ด้านความปลอดภัย	7.403	0.435	1.143	0.344
	ด้านการจัดการ	4.354	0.256	0.939	0.536
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	3.497	0.206	1.534	0.122
	ด้านสภาพแวดล้อม	2.179	0.128	1.027	0.448
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	3.687	0.217	0.898	0.579
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	9.245	0.544	1.407	0.174

จากตารางที่ 4.61 สรุปได้ว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความ
พึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.278 แสดงว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมี
ผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.382 แสดงว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน
มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.344 แสดงว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.536 แสดงว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.122 แสดงว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้
ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.448 แสดงว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.579 แสดงว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่
แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.174 แสดงว่า อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้
ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.62 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*ระดับการศึกษา* อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.464	0.116	0.668	0.617
	ด้านอาหาร	1.503	0.376	1.625	0.179
	ด้านความปลอดภัย	3.072	0.768	2.071	0.095
	ด้านการจัดการ	0.208	0.052	0.184	0.946
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.239	0.310	2.176	0.082
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.634	0.159	1.282	0.287
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.930	0.232	0.988	0.421
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.262	1.065	2.761	0.035

จากตารางที่ 4.62 สรุปได้ว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.617 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.179 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.095 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.946 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.082 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.287 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.421 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.035 แสดงว่า อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.63 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
สถานภาพ*ระดับการศึกษา*อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.108	0.054	0.311	0.734
	ด้านอาหาร	0.673	0.336	1.420	0.249
	ด้านความปลอดภัย	0.020	0.010	0.024	0.976
	ด้านการจัดการ	0.007	0.003	0.012	0.988
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.148	0.074	0.476	0.623
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.136	0.068	0.534	0.589
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.551	0.276	1.179	0.314
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.346	0.173	0.397	0.674

จากตารางที่ 4.63 สรุปได้ว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.734 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.249 แสดงว่า สถานภาพ, ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.976 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.988 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.623 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.589 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.314 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ค่า Sig. = 0.674 แสดงว่า สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.64 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*สถานภาพ*ระดับการศึกษา*อาชีพ	ด้านที่พัก	0.085	0.042	0.243	0.785
	ด้านอาหาร	0.464	0.232	0.966	0.386
	ด้านความปลอดภัย	0.260	0.130	0.322	0.726
	ด้านการจัดการ	0.003	0.002	0.006	0.994
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.233	0.116	0.757	0.473
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.147	0.073	0.577	0.565
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.237	0.119	0.497	0.611
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.110	0.055	0.125	0.882

จากตารางที่ 4.64 สรุปได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.785 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.386 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.726 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.994 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.473 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.565 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.611 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.882 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และอาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยง ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.65 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*สถานภาพ*ระดับการศึกษา*รายได้	ด้านที่พัก	0.060	0.030	0.171	0.844
	ด้านอาหาร	0.234	0.117	0.480	0.621
	ด้านความปลอดภัย	0.060	0.030	0.074	0.929
	ด้านการจัดการ	0.073	0.036	0.132	0.876
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.186	0.093	0.604	0.550
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.112	0.056	0.437	0.648
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.366	0.183	0.773	0.466
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.176	0.088	0.201	0.818

จากตารางที่ 4.65 สรุปได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.844 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.621 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.929 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.876 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.550 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.648 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.466 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.818 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.66 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*สถานภาพ* อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	5.410	0.246	1.858	0.040
	ด้านอาหาร	6.145	0.279	1.268	0.246
	ด้านความปลอดภัย	7.962	0.362	0.88	0.618
	ด้านการจัดการ	5.289	0.240	0.851	0.651
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	3.579	0.163	1.104	0.379
	ด้านสภาพแวดล้อม	2.807	0.128	1.022	0.460
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	5.093	0.232	0.978	0.508
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	10.388	0.472	1.167	0.323

จากตารางที่ 4.66 สรุปได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.040 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.246 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.618 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.651 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.379 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.460 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.508 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.323 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.67 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*สถานภาพ*ระดับการศึกษา*อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.091	0.045	0.261	0.771
	ด้านอาหาร	0.509	0.255	1.064	0.351
	ด้านความปลอดภัย	0.354	0.177	0.440	0.646
	ด้านการจัดการ	0.000	0.000	0.000	1.000
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.138	0.069	0.445	0.643
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.038	0.019	0.149	0.862
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.221	0.111	0.463	0.632
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.347	0.174	0.399	0.673

จากตารางที่ 4.67 สรุปได้ว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.771 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.351 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.646 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 1.000 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.643 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.862 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.632 แสดงว่า เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.673 แสดงว่า เพศ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.68 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่มีผล
ต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
อายุ*สถานภาพ*ระดับ การศึกษา*อาชีพ*รายได้	ด้านที่พัก	0.580	0.145	0.844	0.503
	ด้านอาหาร	1.334	0.334	1.426	0.236
	ด้านความปลอดภัย	3.746	0.937	2.602	0.044
	ด้านการจัดการ	0.229	0.057	0.203	0.936
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	1.247	0.312	2.192	0.080
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.677	0.169	1.377	0.252
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.796	0.199	0.838	0.506
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.992	0.998	2.558	0.047

จากตารางที่ 4.68 สรุปได้ว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัย พบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.503 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.236 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.044 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.936 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.080 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.252 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.506 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.047 แสดงว่า อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.69 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และ รายได้
ที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ความสัมพันธ์	ความพึงพอใจ	SS	MS	F	Sig.
เพศ*อายุ*สถานภาพ* ระดับการศึกษา*อาชีพ* รายได้	ด้านที่พัก	0.074	0.037	0.214	0.808
	ด้านอาหาร	0.323	0.161	0.666	0.517
	ด้านความปลอดภัย	0.153	0.077	0.189	0.828
	ด้านการจัดการ	0.017	0.009	0.032	0.969
	ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว	0.165	0.083	0.533	0.589
	ด้านสภาพแวดล้อม	0.100	0.050	0.390	0.679
	ด้านมูลค่าเพิ่ม	0.328	0.164	0.691	0.505
	ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.106	0.053	0.121	0.886

จากตารางที่ 4.69 สรุปได้ว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน เมื่อแยกพิจารณาแต่ละปัจจัยพบว่า

ด้านที่พัก พบว่า ค่า Sig. = 0.808 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านที่พัก ไม่แตกต่างกัน

ด้านอาหาร พบว่า ค่า Sig. = 0.517 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านอาหาร ไม่แตกต่างกัน

ด้านความปลอดภัย พบว่า ค่า Sig. = 0.828 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ไม่แตกต่างกัน

ด้านการจัดการ พบว่า ค่า Sig. = 0.969 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการจัดการ ไม่แตกต่างกัน

ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ค่า Sig. = 0.589 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกัน

ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ค่า Sig. = 0.679 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ไม่แตกต่างกัน

ด้านมูลค่าเพิ่ม พบว่า ค่า Sig. = 0.505 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านมูลค่าเพิ่ม ไม่แตกต่างกัน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ค่า Sig. = 0.886 แสดงว่า เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์สำหรับประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอตำบองทาศ จังหวัดสุรินทร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ 253 คน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	60	23.6
หญิง	193	76.4
2. อายุ		
15 - 24 ปี	19	7.6
25- 34 ปี	14	5.6
35 -44 ปี	69	27.6
45 - 54 ปี	83	32.0
55 - 64 ปี	50	20.0
65 ปีขึ้นไป	18	7.2
3. สถานะภาพสมรส		
โสด	36	14.4
สมรส	205	80.8

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ 253 คน
(ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
3. สถานะภาพสมรส		
โสด	36	14.4
สมรส	205	80.8
หย่าร้าง/หม้าย	12	4.8
4. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	24	9.6
ประถมศึกษา	199	78.4
มัธยมศึกษาตอนต้น	10	4.0
มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	4.8
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	2	0.8
ปริญญาตรี	6	2.4
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
5. อาชีพ		
เกษตรกรกรม	233	92.00
รับจ้างทั่วไป	4	1.6
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0	0
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	4	1.6
พนักงานเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0
แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0	0
อื่น ๆ (ระบุ)	12	4.8

ตารางที่ 4.70 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ 253 คน
(ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
6. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 3,000 บาท	172	68.0
3,000 – 6,000 บาท	73	28.8
6,001 - 9,000 บาท	4	1.6
9,001 – 12,000 บาท	4	1.6
12,001 – 15,000 บาท	0	0
มากกว่า 15,001 บาท	0	0
รวม	253	100

จากตารางที่ 4.70 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์สำหรับประชาชนที่อาศัยอยู่ในหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.4 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 23.6 มีอายุระหว่าง 45 - 54 ปี คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมา อายุระหว่าง 35 - 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.6 และอายุระหว่าง 55 - 64 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 80.8 รองลงมา สถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 14.4 ระดับการศึกษาประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 78.4 รองลงมา ต่ำกว่าประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 9.6 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 92 รองลงมา อื่น ๆ (นักเรียน/นักศึกษา) คิดเป็นร้อยละ 4.8 และรับจ้างทั่วไปกับข้าราชการ/พนักงานราชการ คิดเป็นร้อยละ 1.6 และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมา มีรายได้ต่อเดือน 3,000 – 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 28.8 และ 6,001 - 9,000 บาท กับ 9,001 – 12,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.6

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการบริหารจัดการ บ้านอาลีโฮมสเตย์ ของประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์ จำนวน 253 ราย สามารถวิเคราะห์ผลสรุปได้ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวโฮมสเตย์มีลักษณะอย่างไร

เป็นที่พักที่มีลักษณะคล้ายกับพักในโรงแรม รีสอร์ท เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านพัก มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ทำร่วมกับเจ้าของบ้านพัก และมีค่าใช้จ่ายตอบแทนเจ้าของบ้านพัก ที่มีการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ๆ และเป็นการท่องเที่ยวหมู่บ้านที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น การเช่นไหว้ปู่ตา การแสดงการรำกลมอ แกลออ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการย้อมผ้าไหมจากมะเกลือ จากเปลือกไม้ของต้นประคู้ เป็นต้น

2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์บ้านอาลีโฮมสเตย์อย่างไรบ้าง

มีการบริหารจัดการ โดยมีการรวมกลุ่มของคนในชุมชน มีคณะกรรมการบริหารจัดการ ซึ่งมาจากการลงมติเห็นชอบแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่าย ๆ ขึ้นมาภายในกลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์ และเป็นการท่องเที่ยวที่บริการบ้านพักให้นักท่องเที่ยวเข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยมีค่าตอบแทนให้กับเจ้าของบ้าน รวมถึงเป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของชาวกูย และคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในชุมชน คือ การแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การรำกลมอ แกลออ การแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ย้อมผ้าไหมจากมะเกลือ การเช่นไหว้ปู่ตา เป็นต้น

3. มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ อย่างไรบ้าง

มีการเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยวเมื่อมีการเข้ามาเที่ยวชมโฮมสเตย์เป็นสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ที่มีการดำเนินชีวิตประจำวันตามแบบวัฒนธรรมชาวกูย เช่น การทอผ้าไหมพื้นเมือง การสาวไหม การเลี้ยงไหม และการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และเป็นเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ที่รองรับการเข้าพักของนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นผู้ขายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่ทอผ้าไหมขึ้นเอง ยามเว้นว่างจากฤดูกาลทำการเกษตรกรรม คือ การทอผ้าไหมลายลูกแก้ว และการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของต้นประคู้

4. สิ่งดึงดูดใจอะไรที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์

ความต้องการสัมผัสเรียนรู้การดำเนินวิถีชีวิตประจำวันและลักษณะวัฒนธรรมประเพณีของชาวกูย มีลักษณะความเชื่อและการแสดงพิธีกรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เช่น การเช่นไหว้ปู่ตา การแสดงรำกลมอ แกลออ และต้องการเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในการ

ข้อมูลสินค้าใหม่จากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของคันประคู้ รวมทั้งต้องการชมบ้านโบราณและลาน
ข้าวโบราณด้วยสถาปัตยกรรมแบบชาวกูยที่ยังมีการอนุรักษ์ไว้

5. การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านอาลีสร้างประ โยชน์/ ผลบวก ต่อชุมชนอย่างไร
(เศรษฐกิจ / สังคม / ศิลปวัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม)

สร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้แก่ครอบครัวและชุมชน นอกเหนือ จาก
รายได้หลักที่ทำอาชีพเกษตรกรรม ทำให้คนในชุมชนร่วมกันช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบชาวกูย
ไม่ให้เลือนหายไป และมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนพัฒนาให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
โฮมสเตย์ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น รวมทั้งทำให้คนในชุมชนเกิดความรักใคร่ความสามัคคีปรองดองต่อ
กัน

6. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเข้ามาสนับสนุนส่งเสริม
ประชาสัมพันธ์ ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้มีคุณภาพ เพื่อ
เพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพ และต้องการความช่วยเหลือจากหน่วยงาน
ราชการในการพัฒนาปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค เรื่องน้ำดื่ม น้ำใช้ที่ไม่เพียงพอต่อคนในชุมชน
รวมทั้งต้องการงบประมาณสนับสนุนจากหน่วยงานราชการและเอกชนในการพัฒนาปรับปรุงภูมิ
ทัศน์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในชุมชน

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้าน
อาลีโฮมสเตย์ อำเภอตำบองเทา จังหวัดสุรินทร์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตารางที่ 4.71 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ จำนวน 13 คน

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	60	23.6
หญิง	193	76.4
2. ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	0	0
ประถมศึกษา	5	38.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	5	38.50
มัธยมศึกษาตอนปลาย	1	7.70
ปวช./ปวส./อนุปริญญา	0	0
ปริญญาตรี	2	15.40
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
3. อาชีพ		
เกษตรกร	7	53.80
รับจ้างทั่วไป	3	23.10
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	0	0
ข้าราชการ/พนักงานราชการ	3	23.10
พนักงานเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0
แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ	0	0
4. ตำแหน่งการเป็นผู้นำของชุมชน		
นายกองค์การบริหารส่วนตำบล/ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล	2	15.40
สมาชิก อบต.	2	15.40
กำนัน	0	0
ผู้ใหญ่บ้าน	1	7.70
ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน	2	15.40
อื่น ๆ (ระบุ)	6	46.20
รวม	13	100

จากตารางที่ 4.71 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.50 และเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 38.50 ระดับการศึกษาประถมศึกษา, มัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมา ระดับปริญญาตรีคิดเป็นร้อยละ 15.40 โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 53.80 รองลงมา อาชีพรับจ้างทั่วไปและรับราชการ 23.10 ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามมีตำแหน่งผู้นำชุมชน เช่น ผู้นำ อ.ช และ อ.ส.ม , ประธานกลุ่มสตรี คิดเป็นร้อยละ 46.20 รองลงมามี 3 ตำแหน่งที่เหมือนกัน คือ ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้าน, นายกองจัดการบริหารส่วนตำบล/ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล, สมาชิก อบต. คิดเป็นร้อยละ 15.40 ของแต่ละตำแหน่งที่เท่ากัน ทั้ง 3

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการโฮมสเตย์ในปัจจุบันที่บ้านอาลีโฮมสเตย์และปัญหาอุปสรรค รวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จำนวน 13 คน สามารถวิเคราะห์ผลสรุปได้ดังนี้

1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์อย่างไร

เป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีลักษณะคล้ายกับการเข้าพักโรงแรม ซึ่งจะต้องพักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านพัก โดยจ่ายค่าตอบแทนในการบริการที่พักรับกับเจ้าของบ้านพัก เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเรียนรู้ที่จะสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่รวมทั้งวัฒนธรรมของคนในชุมชนในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้การย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของต้นประดู่การชมการแสดงการ รำกลมอ แกลลอ การเช่นไหว้ปู่ตา เป็นต้น รวมถึงเป็นการท่องเที่ยวที่เจ้าของบ้านพัก จะต้องคอยบริการที่พัก อาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาพัก

2. รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ในปัจจุบันมีลักษณะอย่างไร

ดำเนินการ โดยกลุ่มบ้านอาลีโฮมสเตย์ ซึ่งมีนายสะพรั่ง วิญญ์ ผู้ใหญ่บ้านเป็นประธานกลุ่ม และองค์การบริหารส่วนตำบลลำโรงทาบ เป็นผู้คอยสนับสนุนการดำเนินงาน สมาชิกแต่ละคนจะมีการแบ่งงานกันทำ และประชาชนในหมู่บ้านจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดง และการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ มีคณะกรรมการบริหารจัดการมาจากการลงมติแต่งตั้งภายในสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ โดยมีประธาน รองประธาน และกรรมการในการดูแลรับผิดชอบฝ่ายต่าง ๆ ทั้งหมด 7 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายทะเบียน 2) ฝ่ายเหรียญก 3) ฝ่ายการตลาด 4) ฝ่ายบ้านพัก 5) ฝ่ายเลขานุการ 6) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 7) ฝ่ายกิจกรรม และเป็นการรวมกลุ่มสมาชิกในหมู่บ้าน โดยได้รับความร่วมมือ

จากคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวโฮมสเตย์ ทุกคนในชุมชนมีความเต็มใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์มีลักษณะการจัดการอย่างไร

3.1 การจัดการด้านที่พัก

นักท่องเที่ยวพักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ โดยแยกห้องพักออกเป็นสัดส่วน ที่พักที่นอนสำหรับนักท่องเที่ยวต้องมีความสะอาดและสบาย โดยใช้ฟูกเป็นที่นอนพักและมีมุ้งไว้กางเพื่อป้องกันยุงและแมลงเวลานอนพัก และอุปกรณ์ที่ใช้บนอนพักมีการดูแลทำความสะอาดอยู่เสมอ มีการเวียนการเข้าพักกับเจ้าของบ้านสมาชิกโฮมสเตย์ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ จำนวน 10 หลังคาเรือน รับจำนวนนักท่องเที่ยวได้ประมาณ 50 คน โครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคงแข็งแรง ทัศนียภาพได้สะดวก ไม่มีกลิ่นอับชื้นมีการกำหนดอัตราค่าที่พัก 100 บาท/คน/คืน และมีการกำหนดข้อตกลงร่วมกันของกลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์ในการเก็บเงิน 20% เข้ากองกลางกลุ่มโฮมสเตย์โดยเก็บเงินกับเจ้าของบ้านพักที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพักต่อวัน/คืน

3.2 การจัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม

การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม มีการปรุงอาหารที่ถูกต้องสุขลักษณะอนามัย มีความสะอาดปลอดภัยและเป็นอาหารในท้องถิ่นที่หาทานง่ายตามฤดูกาล เช่น ข้าไม่คั่วแดง, ข้าคั่วแฉ่, แกงปู ฯลฯ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้านพักและสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยกันประกอบอาหารรับประทานร่วมกัน มีการจัดบริเวณของห้องครัวแยกออกเป็นสัดส่วน อุปกรณ์เครื่องครัวมีการเก็บวางที่ถูกต้องสุขลักษณะ มีตู้กับข้าวหรือชั้นวางของที่สะอาดและมั่นคง มีน้ำดื่มสะอาดบรรจุขวดสำเร็จรูป มีการกำหนดอัตราค่าอาหารและเครื่องดื่ม 70-100 บาท/คน/มื้อ, ค่าอาหารว่าง 25 บาท/คน

3.3 การจัดการด้านบริการนำเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว

ชมการดำเนินวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของวัฒนธรรมชาวภูบ้านอาลี เรียนรู้การทอผ้าไหมพื้นเมือง การสาวไหม การเลี้ยงไหม และการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ชมการตัดเสื้อผ้าแบบชาวภู การเนาผ้าด้วยมือ และการชมบ้านและฉางข้าวโบราณแบบชาวภู และชมการแสดงวัฒนธรรมการรำกล่อม กลอด การเซ่นไหว้ปู่ตา การจัดพิธีการต้อนรับนักท่องเที่ยวมีการจัดพิธีบายศรีสู่ขวัญ มีการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น ปราสาทศิขรมิ ปราสาทบ้านโคกปราสาท ปราสาทภูมิโปน เป็นต้น ซึ่งผู้นำเที่ยวจะเป็นเจ้าของบ้านพักที่คอยพานักท่องเที่ยวชมกิจกรรมท่องเที่ยวในหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ และก็มีมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นที่บริการนำเที่ยว รวมถึงมีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่คอยประสานงานการท่องเที่ยวในชุมชน และมีการกำหนดอัตราค่าค่าใช้จ่ายในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวในหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ มีดังนี้

ค่าการแสดงวัฒนธรรมพื้นบ้าน (รำกล่อม แกลอ) 1,500 บาท/ชุด
ค่าพิธีบายศรีสู่ขวัญ (พร้อมนางรำ) 1,000 บาท
ค่าเช่าไหว้ปู่ตา 500 บาท
ค่าบริการมัคคุเทศก์ 200 บาท
ค่าจัดกิจกรรมทุกจุด 500 บาท

3.4 การจัดการด้านสภาพแวดล้อม

มีการดูแลรักษาความสะอาดบริเวณบ้านเรือนและบริเวณชุมชน มีการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ โดยการปลูกพืชผักสวนครัว ดอกไม้ ในกระถางวางรถยนต์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายของคนในชุมชนในการซื้อผักต่าง ๆ มาประกอบอาหาร และยังเป็น การประดับตกแต่งบริเวณบ้านพักให้มีความสวยงาม ร่มรื่นเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย และมีการจัดพื้นที่บริเวณของชุมชนแยกสัดส่วน เป็นลักษณะแต่ละคุ้ม เพื่อสะดวกต่อการดูแลรับผิดชอบของคุ้มตัวเอง รวมถึงมีการแยกขยะ ของเสีย โดยเฉพาะบ้านพักโฮมสเตย์ มีภาชนะสำหรับใส่ขยะแยกเป็นสัดส่วนถูกสุขอนามัย

3.5 การจัดการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

มีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มสมาชิกในชุมชนที่มีเอกลักษณ์ คือ ผ้าไหมที่ย้อมสีผ้าด้วยมะเกลือ และจากเปลือกต้นประคู้ มีการสอนการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ สอนการแซวผ้าด้วยมือ สอนการทอผ้าไหม และการสาวไหม เป็นต้น มีสินค้าที่ระลึกในรูปแบบของเสื้อไหมแบบชาวภูย ผ้าพันคอ เป็นต้น มีการชมการแสดงวัฒนธรรมท้องถิ่น รำกล่อม แกลอ การเช่าไหว้ปู่ตา และชมบ้าน โบราณและฉากข้าวโบราณของชาวภูยในชุมชน

3.6 การจัดการด้านความปลอดภัย

มีการจัดเวรยามดูแลรักษาความปลอดภัย เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักในหมู่บ้าน มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องกระจายเสียงให้ชาวบ้านได้รับทราบ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักในหมู่บ้าน และมีการคัดเลือกนักท่องเที่ยวในการเก็บรักษาทรัพย์สินส่วนตัว

4. การบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ มีปัญหาอุปสรรคเกิดขึ้นหรือไม่ หากมี ปัญหาคืออะไร และเกิดจากสิ่งใด

มีปัญหาเรื่องระบบสาธารณูปโภค โดยเฉพาะเรื่อง น้ำคั้นน้ำใช้ที่ไม่สะอาดและไม่เพียงพอ ต่อความต้องการของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว มีปัญหาขาดการสนับสนุนส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์อย่างจริงจังจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อมีการเข้ามาพักโฮมสเตย์และร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยว เกิดปัญหาความขัดแย้งไม่

ตรงกันของคนบางกลุ่มในหมู่บ้าน ที่มีความคิดเห็นและทัศนคติไม่ตรงกัน และเขวชนชุมชนไม่ค่อยเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในชุมชน จึงไม่ค่อยเห็นคุณค่าความสำคัญถึงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนตนเองนัก รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น้อย บางแห่งยังขาดการพัฒนาเท่าที่ควร จึงไม่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวนัก.

5. มีแนวทางการแก้ไขปัญหายังไรบ้าง

ควรมีการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานราชการและผู้ที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงสาธารณูปโภคเรื่องน้ำดื่ม น้ำใช้ให้สะดวกเพียงพอและต้องสะอาดต่อความต้องการของคนในชุมชนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และมีการประเมินติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพ โฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ความรู้ฝึกอบรมด้านการใช้ภาษาสื่อสารกับต่างชาติให้กับมัคคุเทศก์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารนำเที่ยวกับชาวต่างชาติได้อย่างถูกต้อง รวมทั้งควรจัดให้มีการประชุมหรือร่วมกันทำกิจกรรมภายในชุมชน เพื่อให้เกิดความรักและความสมัครสมานสามัคคีเข้ากันมากขึ้น และควรจัดกิจกรรมส่งเสริมให้เขวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ โฮมสเตย์ เพื่อให้เกิดความรักความหวงแหนวัฒนธรรมท้องถิ่นของตนเอง เช่น การร่วมแสดงการรำกล่อม แกลอ

6. ต้องการให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเข้ามาดูแลการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อย่างไรบ้าง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคต

ต้องการให้ช่วยส่งเสริมสนับสนุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์อย่างจริงจัง และต่อเนื่อง ต้องการให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรเข้ามาอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในการจัดการ โฮมสเตย์กับชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในบริหารการจัดการ โฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพ และต้องการให้มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องควรเร่งงบประมาณ เพื่อนำมาช่วยสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยว และพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในหมู่บ้านให้สวยงามเหมาะสมและต้องการได้รับการสนับสนุนจากศูนย์ศิลปาชีพในการส่งผู้เชี่ยวชาญด้านหัตถกรรมมาช่วยสอนหรือฝึกอบรมให้ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีผลิตภัณฑ์หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่คนในชุมชนมากขึ้น และเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวในชุมชนอีกด้วย

5. อภิปรายผล

การศึกษาพบว่า ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว 67 คนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอตำบองทาบ จังหวัดสุรินทร์ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ที่มีอายุอยู่ระหว่าง 15-24 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน/นักศึกษา/ลูกจ้างชั่วคราว มีรายได้ต่อเดือน 3,000 - 6,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อมาศึกษาดูงานที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ เดินทางมากับโรงเรียน/มหาวิทยาลัย โดยรู้จักบ้านอาลีโฮมสเตย์จากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น การออกบูธ และระยะเวลาที่เข้าพักโฮมสเตย์ 1-2 คืน และการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกัน ดังนั้นผลการวิจัยจึงไม่สอดคล้องตามสมมติฐาน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากสังคมไทยยังต้องมีความสัมพันธ์กันในระหว่างเครือญาติซึ่งต้องมีการติดต่อไปมาหาสู่กันและต้องการพักผ่อนคลายเครียดที่สามารถตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายได้ ซึ่งสอดคล้องกับ คำกล่าวของ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์(2531:88) กล่าวว่า ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรมทำให้เกิดการเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในสถานการณ์ต่าง ๆ ต้องการกระตุ้นทางความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลเป็นตัวกระตุ้น ทำให้เกิดความต้องการเพื่อเยี่ยมชมญาติพี่น้องซึ่งเป็นสาเหตุของการท่องเที่ยว และยังสอดคล้องกับ บุษผา ส่งเสริม (2544) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางจิตวิทยาที่พยากรณ์พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทางประชากร ด้านอายุ และระดับการศึกษานั้น ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสำคัญทางสถิติกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แสดงให้เห็นว่า อายุและระดับการศึกษาไม่ได้เป็นตัวชี้วัดพฤติกรรมการท่องเที่ยวของบุคคล ไม่ว่าจะการศึกษาสูงหรือต่ำ อายุมากหรือน้อยก็สามารถมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และพฤติกรรมที่มีคุณภาพได้ แต่ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ เทัญลักษณ์ เกตุทัต (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ทักษะคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวทุกด้านแตกต่างกัน ส่วนอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และสถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันมีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและด้านความปลอดภัยแตกต่างกันนอกจากนี้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มี เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด ในข้อจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ยกเว้นในส่วนของประเทศที่พบว่าสอดคล้องกับงานวิจัย คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศแตกต่างกัน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวโดยรวมไม่แตกต่างกัน

6. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการมาตรฐานบ้านอาลีโฮมสเตย์

6.1 ด้านที่พัก พบว่า ภาพรวมทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านที่พัก อยู่ในระดับมาก คือ บ้านพักเป็นสัดส่วน มีความมั่นคงและแข็งแรง รองลงมา คือ ที่นอนและเครื่องนอน ได้รับการทำความสะอาดอยู่เสมอ มีการเปลี่ยนเครื่องนอนสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าพักใหม่ทุกครั้ง และมีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกความเหมาะสม สอดคล้องกับ รุ่งอรุณ สุภกฤตอนันต์ (2553) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของที่พักแรมแบบโฮมสเตย์: กรณีศึกษา โฮมสเตย์บ้านดาดสมมติ ตำบลกุศกร อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านที่พักสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว บ้านพักมีลักษณะมั่นคง เป็นสัดส่วน มีเครื่องนอนครบ เช่น เตียง พูก หมอน ผ้าห่ม ผ้าปู หรือเสื่อ รองลงมาคือ ที่พัก ที่นอนสะอาด และสบาย มีราวตากผ้าและมีห้องสุขาและห้องน้ำที่สะอาด สะดวก ปลอดภัย ด้านอาหาร พบว่า ภาพรวมทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง คือ มีปริมาณและประเภทอาหารที่เหมาะสม ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว รองลงมา คือ การปรุงอาหารอย่างถูกสุขลักษณะ โดยใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากท้องถิ่น และมีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด สอดคล้องกับ กิตติชัย เจริญชัย (2548) ได้ทำการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) บ้านชะฮอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า การประเมินศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (โฮมสเตย์) ด้านอาหารและโภชนาการ มีความเหมาะสมและคุณภาพระดับปานกลาง คือ มีลักษณะที่เกี่ยวกับการปรุงอาหารทุกชนิด และงาน ด้วย ชามต้องสะอาด ชนิดของอาหาร เครื่องปรุงรสชาติของอาหารที่ทำและขั้นตอนการปรุงอาหารต้องพิถีพิถัน สะอาดและถูกหลักโภชนาการ ชนิดของอาหารควรเป็นอาหารพื้นบ้าน เช่น แกงอ่อมอีสาน เป็นต้น และใช้พืชผักสวนครัวหรือของในชุมชน โดยเน้นความสด สะอาด ปลอดภัย ด้านความปลอดภัย พบว่า ภาพรวมทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับปานกลาง พบว่า มีการคัดเตือนนักท่องเที่ยวในการเก็บรักษาทรัพย์สินส่วนตัว รองลงมา คือ มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย สอดคล้องกับ ครุณี ช่อนกลิ่น (2546) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวแบบ Home Stay ในอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย พบว่า การท่องเที่ยว Home Stay ในจังหวัดหนองคาย พบว่า การปรับปรุงสถานที่พักของนักท่องเที่ยวให้มีความสะดวกสบาย และมีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว โดยมีการจัดเวรยามรักษาความปลอดภัยตลอดเวลา ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวต้องการสถานที่ท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศที่อบอุ่น ปลอดภัย สามารถใช้เวลาในการศึกษาศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่โดยไม่กังวลใจ ด้านการจัดการ พบว่า ภาพรวมทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการจัดการอยู่ในระดับมาก พบว่า ผู้นำเที่ยวมี

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยวได้ดี รองลงมา คือ เป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้าน มีคณะกรรมการบริหารจัดการที่ชัดเจน สอดคล้องกับ รุ่งอรุณ สุภกฤตอนันต์ (2553) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของที่พักรวมแบบโฮมสเตย์: กรณีศึกษาโฮมสเตย์บ้านตาดสมดี ตำบลกุศกร อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ด้านการบริหารของกลุ่มโฮมสเตย์ มีการจัดตั้งคณะกรรมการกลุ่มโฮมสเตย์เพื่อการบริหารงาน รองลงมาคือควรมีรายละเอียดของค่าธรรมเนียมและบริการต่าง ๆ ที่ชัดเจน เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่านำเที่ยว และกลุ่มโฮมสเตย์ควรมีกฎ กติกา การทำงานของคณะกรรมการเพื่อการปฏิบัติงานให้เป็นแนวทางเดียวกัน ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว พบว่า ภาพรวมทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก พบว่า มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น ตักบาตร การทำอาหาร ฯลฯ รองลงมา คือ กิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยว เช่น ทอผ้าไหม การตัดเสื้อ สอดคล้องกับ รัชดาภรณ์ เรืองซ้อ (2545) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ธุรกิจท่องเที่ยวถิ่นไทยผู้ไทย : กรณีศึกษาหมู่บ้านวัฒนธรรมผู้ไทยบ้านโคกโค้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีการพัฒนารูปแบบแตกต่างจากเดิม เน้นการท่องเที่ยวแบบสัมผัสธรรมชาติ ศิลปะ และวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตตามวิถีของชาวบ้านเพิ่มมากขึ้น ด้านสภาพแวดล้อม พบว่า ภาพรวมทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสภาพแวดล้อมอยู่ในระดับมาก พบว่า สภาพพื้นที่ยังคงสภาพเดิมของชุมชน และยังรักษาวัฒนธรรม และประเพณีของคน รองลงมา คือ มีสถาปัตยกรรม หรือ สิ่งที่ยังคงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น บ้านชาวภูย เป็นดิน มีสถานพยาบาล/ ไพรณีย์/ธนาคารอยู่ใกล้เคียง สอดคล้องกับ Michael MacNulty (2544) กล่าวถึง แนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท (Rural Tourism Concept) ต้องคำนึงถึง องค์ประกอบพื้นที่ 3 ประการ คือ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ได้แก่ ป่าไม้ น้ำตก ภูเขา ทะเล เป็นต้น พื้นที่หลัก หมายถึงพื้นที่ชนบทที่ยังคงสภาพดั้งเดิมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ หมู่บ้านที่ยังคงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีเก่าแก่ สวรรเกษตร สวนผลไม้ การประมงพื้นบ้าน เป็นต้น ซึ่งที่พักรวมโฮมสเตย์จะตั้งอยู่ในพื้นที่หลักนี้ และพื้นที่สนับสนุน หมายถึง พื้นที่ใกล้เคียงที่มีสาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่จำเป็น ได้แก่ ธนาคาร โรงพยาบาล ไพรณีย์ ร้านค้าทั่วไป เป็นต้น ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมทัศนคติความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับปานกลาง พบว่า การมีอิทธิพลของไม้ตรีของเจ้าของบ้าน รองลงมา คือ ชาวบ้านมีความเป็นกันเอง สอดคล้องกับ ชลิตา รินทร์พรหม และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาความยั่งยืนของโฮมสเตย์ในอีสานใต้ พบว่า ประเด็นที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจระดับมาก

ที่สุด คือ อรรถ ศัยไมตรีของเจ้าบ้านและชุมชน ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ภาพรวมทัศนคติ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อด้านการส่งเสริมการตลาดอยู่ในระดับน้อย พบว่า มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางและมีเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อต่างๆ สอดคล้องกับ ทศโนย วรณ ควงมาลา และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัย เรื่อง กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้ พบว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันนี้ โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการโฆษณา เช่น แผ่นพับ โบชัวร์ การประชาสัมพันธ์ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ของทางจังหวัดได้จัดขึ้น

6.2 ปัจจัยส่วนบุคคล ของประชาชนในชุมชนที่อาศัยอยู่บ้านอาลีโอมสเคย์ จำนวน 253 คน ในเรื่องความรู้ความเข้าใจในรูปแบบการบริหารจัดการโฮมสเคย์และการมีส่วนร่วมของประชาชนจากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 45-54 ปี สถานภาพสมรสแล้ว มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท ลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวโฮมสเคย์ จากการศึกษาพบว่า เป็นที่พักที่มีลักษณะคล้ายกับพักในโรงแรม รีสอร์ท เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านพัก มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่ทำร่วมกับเจ้าของบ้านพัก และมีค่าใช้จ่ายตอบแทนเจ้าของบ้านพัก และเป็นการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมสัมพันธ์วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ๆ และเป็นการท่องเที่ยวหมู่บ้านที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ เช่น การเช่นไหว้ปู่ตา การแสดงการรำแกลมอ แกลลอด การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการย้อมสีผ้าไหมด้วยมะเกลือ เป็นต้น สอดคล้องกับ รุ่งอรุณ สุภกฤตอนันต์ (2553) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของที่พักแบบโฮม สเคย์: กรณีศึกษา โฮมสเคย์บ้านคาตสมติ ตำบลภูศกร อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ชุมชนมีความเข้าใจเกี่ยวกับโฮมสเคย์ คือ เป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะคล้ายกับโรงแรมให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในชุมชน และมีคนคอยให้บริการต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงนำนักท่องเที่ยวเดินท่องเที่ยวภายในชุมชน เป็นที่ต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมชม ไม่ว่าจะคนไทยหรือชาวต่างชาติ โดยมีสมาชิกในหมู่บ้านที่มีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบ้านพักให้เป็นโฮมสเคย์ โดยมีรูปแบบกิจกรรมในการนำเที่ยว เช่น การละเล่นพื้นบ้าน การพอรำสำหรับต้อนรับนักท่องเที่ยว รวมถึงเป็นที่พักให้นักท่องเที่ยวสามารถมาศึกษาข้อมูลของชุมชนได้ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเคย์บ้านอาลีโอมสเคย์ จากการศึกษาพบว่า เป็นการบริหารจัดการ โดยมีการรวมกลุ่มของคนในชุมชน มีคณะกรรมการบริการจัดการ ซึ่งมาจากการลงมติเห็นชอบแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่าย ๆ ขึ้นมาภายในกลุ่มสมาชิกโฮมสเคย์ รวมถึงเป็นการท่องเที่ยวที่บริการบ้านพักให้นักท่องเที่ยวเข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยมีค่าตอบแทนให้กับเจ้าของบ้าน และเป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามา

สัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตชนบทรรมนิยมประเพณีและวัฒนธรรมของชาวกูย ซึ่งคนในชุมชนมีส่วนร่วม
 ในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในชุมชน คือ การแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การรำ
 แกลมอ แกลออ การแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ข้อมผ้าไหมด้วยมะเกลือ การเช่นไหว้ปู่ตา
 เป็นต้น สอดคล้องกับ โครงการพัฒนาที่สูงไทย-เยอรมัน (2540) ได้ทำการวิจัย เรื่อง การศึกษา
 ศักยภาพชุมชนกับการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า การจัดการต้องตั้งอยู่บนพื้นฐาน
 ของวัฒนธรรมชุมชน การพึ่งพาตนเอง และเคารพในสิ่งแวดล้อม การสร้างอาชีพเสริม การสร้าง
 เครือข่ายแลกเปลี่ยนความรู้กับชุมชนที่ประสบผลสำเร็จในการจัดการ เพื่อเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว
 รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจกับประชน มัคคุเทศก์ และการร่วมดำเนินงานกับภาครัฐ การมี
 ส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ จาก
 การศึกษาพบว่า ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยวเมื่อมีการ
 เข้ามาเที่ยวชมโฮมสเตย์ และเป็นสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ที่มีการดำเนินชีวิตประจำวันแบบวัฒนธรรม
 ชาวกูย เช่น การทอผ้าไหมพื้นเมือง การสาวไหม การเลี้ยงไหม และการข้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ
 และจากเปลือกไม้ของต้นประคู้ เป็นเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ที่รองรับการเข้าพักของนักท่องเที่ยว
 รวมทั้งมีส่วนร่วมเป็นผู้ขายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่ทอผ้าไหมขึ้นเอง ยามเว้นว่างจากฤดูกาลทำ
 การเกษตรกรรม คือ การทอผ้าไหมลายลูกแก้ว สอดคล้องกับ ปิยพร ทาวีกุล (2544) ได้ทำการวิจัย
 เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษา บ้านไหล่หิน
 ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ผลการศึกษา พบว่า ความต้องการของประชาชนในการ
 มีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจะมาก หรือน้อยขึ้นอยู่กับความถนัดของ
 ชาวบ้าน หรือขนาดของงานว่า มีความต้องการความช่วยเหลือมากหรือน้อย สำหรับรูปแบบที่
 ประชาชนต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น คือ การอนุรักษ์
 ทรัพยากรธรรมชาติ มีสิ่งดึงดูดใจอะไรที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในหมู่บ้านอาลี
 โฮมสเตย์ จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการสัมผัสเรียนรู้การดำเนินวิถี
 ชีวิตประจำวันและลักษณะวัฒนธรรมประเพณีของชาวกูย ลักษณะความเชื่อและการแสดงพิธีกรรม
 ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เช่น การเช่นไหว้ปู่ตา การแสดงรำแกลมอ แกลออ รวมถึงต้องการเรียนรู้ถึง
 ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ในการข้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของต้นประคู้
 และต้องการชมบ้านโบราณและนางข้าวโบราณด้วยสถาปัตยกรรมแบบชาวกูยที่ยังมีการอนุรักษ์ไว้
 การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านอาลีโฮมสเตย์สร้างประโยชน์/ ผลบวก ต่อชุมชนอย่างไร จากการศึกษา
 พบว่า สร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้แก่ครอบครัวและชุมชน นอกเหนือจาก
 รายได้หลักที่ทำอาชีพเกษตรกรรม ทำให้คนในชุมชนร่วมกันช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบชาวกูย
 ไม่ให้เลือนหายไป รวมถึงมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยว

โฮมสเตย์ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น และทำให้คนในชุมชนเกิดความรักใคร่ความสามัคคีปรองดองต่อกัน สอดคล้องกับ ประภาส อินทนปสาธน์ (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารจัดการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วมกรณี หมู่บ้าน โลกโวก อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับจากการท่องเที่ยว คือ 1) ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจากการขายสินค้าที่ระลึก อาหาร ที่พัก และการนำชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) ชุมชนมีความรักและสามัคคีในการทำงานร่วมกันมากยิ่งขึ้น 3) มีความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งจะเป็นการอนุรักษ์ให้คงอยู่ต่อไป แต่ไม่สอดคล้องกับ สุจิตราภา พันธุ์วิไล(2545) ได้ทำการวิจัย เรื่องรูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษาบ้านหล่อหา (อาข่า) ตำบลแม่ขาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาโดยสรุปพบว่า ด้านรูปแบบและวิธีการจัดการหมู่บ้านซึ่งมีการดำเนินงานในปัจจุบัน เป็นการทำงานร่วมกันในลักษณะของ “ธุรกิจชุมชน” และยังพบด้วยว่า สมาชิกของชุมชนส่วนใหญ่ที่เข้าร่วมโครงการต้องการรายได้จากนักท่องเที่ยวเพื่อยังชีพ มากกว่าที่จะต้องการอนุรักษ์วัฒนธรรมของชนเผ่า ประกอบกับสภาพความเป็นอยู่ที่บีบคั้นทำให้ชาวบ้านต้องการหาเงินเพื่อยังชีพ ส่งผลให้วัฒนธรรมเปลี่ยนไปเป็นวัฒนธรรมเพื่อการค้า การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น มีแนวโน้มที่กำลังจะขาดไปในอนาคต เพราะ เยาวชนรุ่นใหม่ในหมู่บ้านไม่ยอมรับ

ปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮม สเตย์ จำนวน 13 คน ที่มีทัศนคติในเรื่องการบริหารจัดการ โฮมสเตย์ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์และปัญหาอุปสรรค ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม มีตำแหน่งเป็นผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน, ประธาน อสม, ประธานกลุ่มสตรี ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์จากการศึกษาพบว่า เป็นที่พึงสำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีลักษณะคล้ายกับการเข้าพักโรงแรม ซึ่งจะต้องพักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านพัก โดยจ่ายค่าตอบแทนในการบริการที่พอกับเจ้าของบ้านพัก และเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนรวมถึงเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเรียนรู้ที่จะสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่รวมทั้งวัฒนธรรมของคนในชุมชนในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้การย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และการย้อมสีผ้าไหมจากเปลือกไม้ของต้นประดู่ การชมการแสดงการรำกล่อมกล่อ การเช่นไหว้ปู่ตา เป็นต้น ลักษณะรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ในปัจจุบัน จากการศึกษาพบว่า ดำเนินการโดยกลุ่มบ้านอาลีโฮมสเตย์ ซึ่งมีนายสะพรั่ง วิดุนด์ ผู้ใหญ่บ้านเป็นประธานกลุ่ม และองค์การบริหารส่วนตำบลลำโรงทาบ เป็นผู้คอยสนับสนุนการดำเนินงาน สมาชิกแต่ละคนจะมีการแบ่งงานกันทำ และประชาชนในหมู่บ้านจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดง และการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ และมีคณะกรรมการบริหารจัดการมาจากการ

ลงมติแต่งตั้งภายในสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ โดยมีประธาน รองประธาน และกรรมการในการดูแลรับผิดชอบฝ่ายต่าง ๆ ทั้งหมด 7 ฝ่าย คือ 1) ฝ่ายทะเบียน 2) ฝ่ายเหรียญกฐิก 3) ฝ่ายการตลาด 4) ฝ่ายบ้านพัก 5) ฝ่ายเลขานุการ 6) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 7) ฝ่ายกิจกรรม สอดคล้องกับ ยาใจ ศรีวิโรจน์ (2545) ได้ทำการวิจัย เรื่อง ระบบมาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตำบลปลายโพรงทาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งดำเนิน โครงการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทยแบบโฮมสเตย์ ผลการศึกษา พบว่า ตำบลปลายบางโพรงทางมีจุดเด่นหลายประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ความสามารถของผู้นำที่สามารถบริหารจัดการได้เป็นแบบมาตรฐาน มีการกระจายผลประโยชน์อย่างทั่วถึง มีการประชาสัมพันธ์เป็นหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านทรงไทย มีการติดตามประเมินผล และการได้รับการสนับสนุนอย่างดีจากองค์การบริหารส่วนตำบล และองค์กรต่างๆ ลักษณะการจัดการรูปแบบการท่องเที่ยวบ้านโฮมสเตย์ ได้แก่ การจัดการด้านที่พัก จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวพักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ โดยแยกห้องพักออกเป็นสัดส่วน ที่พักที่นอนสำหรับนักท่องเที่ยวต้องมีความสะอาดและสบาย โดยใช้ฟูกเป็นที่นอนพักและมีมุ้งไว้กางเพื่อป้องกันยุงและแมลงเวลานอนพัก และอุปกรณ์ที่ใช้นอนพักมีการดูแลทำความสะอาดอยู่เสมอ การจัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม จากการศึกษาพบว่า การให้บริการอาหารและเครื่องดื่มมีการปรุงอาหารที่ถูกสุขลักษณะอนามัย มีความสะอาดปลอดภัยและเป็นอาหารในท้องถิ่นที่หาทานง่ายตามฤดูกาล เช่น ข้าวเหนียวแดงข้าวคั่วแค้ แกงปู ฯลฯ และนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้านพักและสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยกันประกอบอาหารรับประทานร่วมกัน การจัดการด้านบริการนำเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่า ชมการดำเนินวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของวัฒนธรรมชาวภูยบ้านอาลี เรียนรู้การทอผ้าไหมพื้นเมือง การสาวไหม การเลี้ยงไหม และการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ชมการตัดเสื่อผ้าไหมแบบชาวภูย การแขวผ้าด้วยมือ และการชมบ้านและนางข้าวโบราณแบบชาวภูย ชมการแสดงวัฒนธรรมการรำกล่อม แกลอออก การเช่นไหว้ปู่ตา การจัดการด้านสภาพแวดล้อม จากการศึกษาพบว่า มีการดูแลรักษาความสะอาดบริเวณบ้านเรือนและบริเวณชุมชนและมีการส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ โดยการปลูกพืชผักสวนครัว ไม้ดอกไม้ประดับในกระถางจากยางรถยนต์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายของครัวเรือนในการซื้อผักต่างๆ มาประกอบอาหาร และยังเป็นการประดับตกแต่งบริเวณบ้านพักให้มีความสวยงาม ร่มรื่น การจัดการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ จากการศึกษาพบว่า มีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มสมาชิกในชุมชนที่มีเอกลักษณ์ คือ ผ้าไหมที่ย้อมสีจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของต้นประดู่ และการทอผ้าไหมลายลูกแก้ว รวมถึงมีสินค้าที่ระลึกในรูปแบบของเสื่อผ้าไหมแบบชาวภูยเป็นต้น มีการสอนการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และการย้อมสีผ้าไหมจากเปลือกไม้ของต้นประดู่

สอนการแซวผ้าด้วยมือ สอนการทอผ้าไหมและการสาวไหม เป็นคลื่น การจัดการด้านความปลอดภัย จากการศึกษาพบว่า มีการจัดเวรยามดูแลรักษาความปลอดภัย เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพักในหมู่บ้าน และมีการประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องกระจายเสียงให้ชาวบ้านได้รับทราบ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักในหมู่บ้าน รวมถึงมีการดึงเดือนนักท่องเที่ยวในการเก็บรักษาทรัพย์สินส่วนตัว และความต้องการของประชาชน, ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ คือ ต้องการให้หน่วยงานที่รับผิดชอบเข้ามาช่วยส่งเสริมสนับสนุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์อย่างจริงจังและต่อเนื่อง และต้องการให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเข้ามาอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในการจัดการ โฮมสเตย์กับชุมชนอย่างค้ำเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพในบริหารการจัดการโฮมสเตย์ให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงต้องการให้มีการจัดฝึกอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ ต้องการเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องควรเร่งของงบประมาณเพื่อนำมาช่วยสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวและพัฒนาปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในหมู่บ้านให้สวยงามเหมาะสม

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์” มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการปัจจุบันของบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ 2) ศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ 3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะในการเพิ่มศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮม สเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ โดยเป็นการศึกษาวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ ซึ่งเป็นข้อมูลดิบจากภาคสนามในพื้นที่บ้านอาลีโฮม สเตย์ จากประชากร 3 กลุ่ม ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชน ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ ทั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลในรายละเอียดของสภาพสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเน้นทั้งการหาสาเหตุทำความเข้าใจสภาพปัญหาที่กำลังศึกษา แล้วจึงนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์ตีความ เพื่อหาข้อสรุปให้ได้ในภาพรวมทั้งหมดของการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ และข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การรวบรวมเอกสารทางวิชาการที่ได้มีการรวบรวมไว้แล้ว ผลงานการวิจัย วารสารทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ รายงานการค้นคว้าวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยรวบรวมจากสำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยขอนแก่น เอกสารจากหน่วยงานราชการ อินเทอร์เน็ต และฐานข้อมูลสำเร็จรูป ตลอดจนเอกสารประกอบที่เกี่ยวข้อง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ การสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบสอบถาม กึ่งโครงสร้าง และการบันทึกเสียง

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีการวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ รวมถึงแนวคิดทฤษฎีพร้อมทั้งนำปัจจัยต่าง ๆ จากการศึกษามาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์บ้านอาลีโฮมสเตย์ ซึ่งผลการศึกษสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

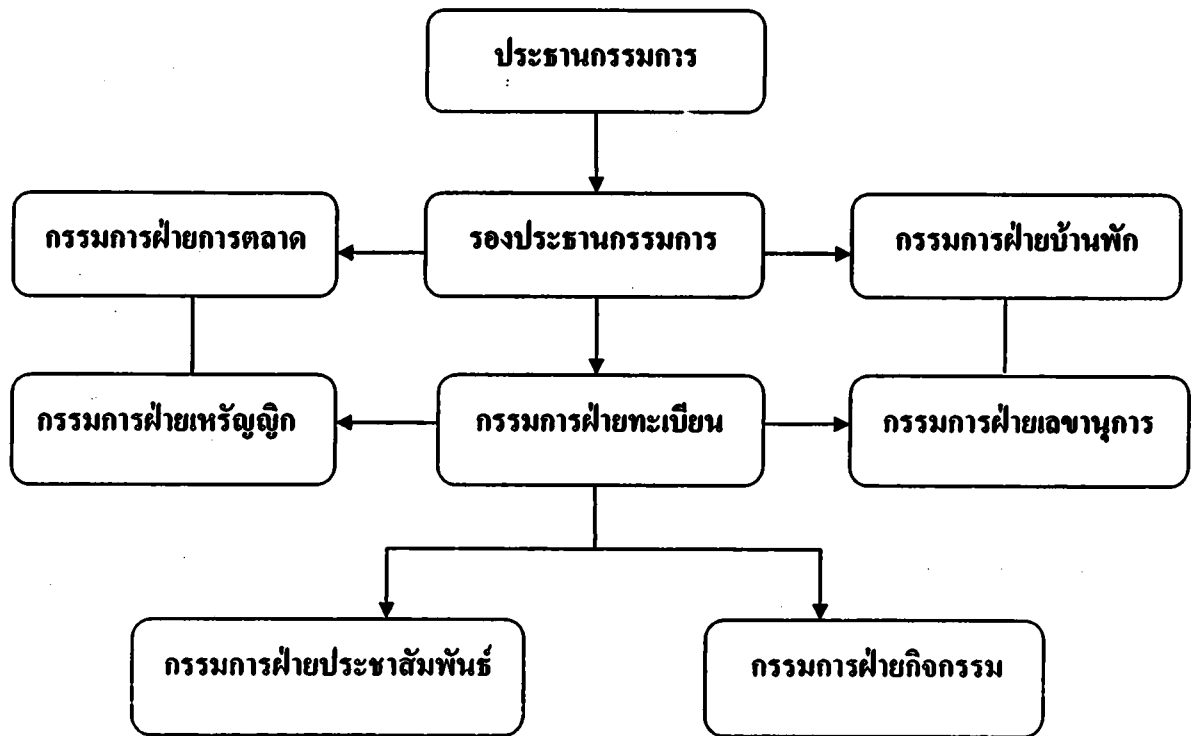
1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ของประชาชนในชุมชนที่อาศัยอยู่บ้านอาลีโฮมสเตย์ จำนวน 253 คน ได้แก่ เพศ อายุ สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน จากการศึกษาพบว่า ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 76.4 มีอายุอยู่ระหว่าง 45-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 32

มีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 80.8 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 78.4 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรกรรม คิดเป็นร้อยละ 92 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 3,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68

1.2 รูปแบบการบริหารจัดการปัจจุบันของบ้านอาลีโฮมสเคย์โฮมสเคย์

จากการศึกษาพบว่าบ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ได้มีรวมกลุ่มสมาชิกในหมู่บ้าน ก่อตั้งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเคย์ ครั้งแรก เมื่อปี พ.ศ. 2551 และในเดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2552 บ้านอาลีโฮมสเคย์ได้ผ่านเกณฑ์การรับรองการประเมินมาตรฐานโฮมสเคย์ไทย จากกรมการท่องเที่ยวสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จนถึงปัจจุบันมีจำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มโฮมสเคย์บ้านอาลีโฮมสเคย์ จำนวน 70 ครัวเรือน โดยมีการลงมติเห็นชอบร่วมกันแต่งตั้งสมาชิกในกลุ่มเป็นคณะกรรมการบริหารรับผิดชอบการบริหารจัดการกิจกรรมของฝ่ายต่าง ๆ และได้รับการช่วยเหลือสนับสนุนจากหน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลสำโรงทาบและจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมถึงคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมการบริหารจัดการท่องเที่ยว เช่น การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยแสดงพิธีบายศรีสู่ขวัญ การแสดงวัฒนธรรมการรำกล่อม แกลอออก การเช่นไหว้ปู่ตา รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมของนักท่องเที่ยวและส่งเสริมกิจกรรมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเรื่องการทอผ้าไหม การย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของต้นประดู่ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาใช้ และการชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่มีเอกลักษณ์ที่เรียบง่ายของชาวภูย และรูปแบบการบริหารจัดการโฮมสเคย์ของบ้านอาลีโฮมสเคย์ ยังคงรักษามาตรฐานโฮมสเคย์ทั้ง 8 ด้านเพื่อรองรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านความปลอดภัย ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ด้านสภาพแวดล้อม ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และด้านการส่งเสริมการตลาด รวมถึงมีรูปแบบการบริหารจัดการ โครงสร้างคณะกรรมการบริหารจัดการ และกระบวนการบริหารจัดการโฮมสเคย์ภายในชุมชน ดังนี้

1.3 โครงสร้างคณะกรรมการบริหารจัดการบ้านอติโฮมสเคย์



ภาพที่ 5.1 โครงสร้างคณะกรรมการบริหารจัดการบ้านอติโฮมสเคย์

คณะกรรมการประกอบด้วย

นายสะพรั่ง	วิญนัค	ประธานกรรมการ
นายสะอาด	จันทร์แจง	รองประธานกรรมการ
นางสวัสดิ์	กลิ่นกระโทก	กรรมการฝ่ายการตลาด
นายเย็น	นาจันทัด	กรรมการฝ่ายบ้านพัก
นายสมเจตน์	บุญกล้า	กรรมการฝ่ายเหรัญญิก
นางจันทนา	แก้วตา	กรรมการฝ่ายทะเบียน
นายบุญอยู่	อนุสิทธิ์	กรรมการฝ่ายเลขานุการ
นายแดงเพลิง	พุดพัน	กรรมการฝ่ายประชาสัมพันธ์
นายสุชีพ	สมนาค	กรรมการฝ่ายกิจกรรม

1.4 กระบวนการบริหารจัดการโฮมสเตย์

มีการลงมติเห็นชอบร่วมในการเลือกตั้งประธาน รองประธาน โฮมสเตย์เป็นผู้นำในการบริหารจัดการและคอยประสานงานกับกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ของโฮมสเตย์ รวมถึงมีการแต่งตั้งคณะกรรมการในกลุ่มโฮมสเตย์เพื่อเป็นตัวแทนของสมาชิกขึ้นมาเพื่อบริหารจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์โดยแบ่งเป็นฝ่ายต่างๆ ดังนี้ 1) ฝ่ายทะเบียน 2) ฝ่ายเหรียญก 3) ฝ่ายการตลาด 4) ฝ่ายบ้านพัก 5) ฝ่ายเลขานุการ 6) ฝ่ายประชาสัมพันธ์ 7) ฝ่ายกิจกรรม

1.4.1 มีการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบดูแลบริหารจัดการบริเวณภายในชุมชน โดยมีลักษณะการแบ่งบริเวณแยกเป็นคุ้ม ตามลักษณะของที่ตั้งของพื้นที่ เพื่อสะดวกในการดูแลและประสานงานกันของกลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์ มีการประชุมการดำเนินงานและติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่มโฮมสเตย์ ประจำทุกเดือน เพื่อรายงานผลการดำเนินงานของแต่ละฝ่าย และการมีส่วนร่วมของสมาชิกโฮมสเตย์ในการร่วมกิจกรรมการวางแผนตามนโยบายต่างๆ ซึ่งมีการร่วมกันแสดงความคิดเห็นและร่วมตัดสินใจในการปฏิบัติงานต่างๆ ให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

1.4.2 ในการประชุมทุกครั้ง สมาชิกทุกคนมีสิทธิในการแสดงออกความคิดเห็นได้เต็มที่

1.4.3 เงินที่ได้จากการเข้าพักนอนโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยว สมาชิกในกลุ่มมีมติเห็นชอบร่วมให้เก็บเงิน 20% เข้ากองกลางของกลุ่มโฮมสเตย์โดยเก็บเงินจากราคาที่พักต่อ คน/คืน จากเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ที่มีนักท่องเที่ยวเข้าพัก

1.4.4 กรรมการฝ่ายเหรียญกมีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบทำบัญชีเงินกองกลางของกลุ่มโฮมสเตย์

1.4.5 ผลประโยชน์ค่าตอบแทนมีการเฉลี่ยให้กับสมาชิกในกลุ่มโฮมสเตย์อย่างเป็นธรรม

1.5 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์บ้านอาลีโฮมสเตย์

จากการสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชนพบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า เป็นการบริหารจัดการโดยมีการรวมกลุ่มของคนในชุมชน มีคณะกรรมการบริหารจัดการ ซึ่งมาจากการลงมติเห็นชอบแต่งตั้งคณะกรรมการฝ่ายๆ ขึ้นมาภายในกลุ่มสมาชิกโฮมสเตย์ รองลงมา คือ เป็นการท่องเที่ยวที่บริการบ้านพักให้นักท่องเที่ยวเข้าพักร่วมกับเจ้าของบ้าน โดยมีค่าตอบแทนให้กับเจ้าของบ้าน และเป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมของชาวกูย และคิดเห็นว่า คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในชุมชน คือ การแสดงศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น การรำกล่อม กลอด การแสดงถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ข้อมสืฝ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของต้นประดู่

1.6 การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอตำบองเพชร จังหวัดสุรินทร์

จากการสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชนพบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นคือ มีส่วนร่วมในการเข้าร่วมกิจกรรมการแสดงต้อนรับนักท่องเที่ยวเมื่อมีการเข้ามาเที่ยวชมโฮมสเคย์ รองลงมา คือ เป็นสมาชิกกลุ่มโฮมสเคย์ที่มีการดำเนินชีวิตประจำวันแบบวัฒนธรรมชาวภูย เช่น การทอผ้าไหมพื้นเมือง การสาวไหม การเลี้ยงไหม และการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และยังเป็นเจ้าของบ้านพักโฮมสเคย์ที่รองรับการเข้าพักของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นผู้ขายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่ทอผ้าไหมขึ้นเอง ขามเว้นว่างจากฤดูกาลทำการเกษตรกรรม

1.7 สิ่งดึงดูดใจอะไรบ้างที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในบ้านอาลีโฮมสเคย์

จากการสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชนพบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นพบว่า นักท่องเที่ยวมีความต้องการสัมผัสเรียนรู้การดำเนินวิถีชีวิตประจำวันและลักษณะวัฒนธรรมประเพณีของชาวภูย ลักษณะความเชื่อและการแสดงพิธีกรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เช่น การเซ่นไหว้ปู่ตา การแสดงรำกล่อม แกลอ อ รองลงมา คือ ต้องการเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ในการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของต้นประดู่ และคิดเห็นว่า ต้องการชมบ้านโบราณและนางข้าวโบราณด้วยสถาปัตยกรรมแบบชาวภูยที่ยังมีการอนุรักษ์ไว้

1.8 การท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์สร้างประโยชน์/ ผลบวก ต่อชุมชนอย่างไร

จากการสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชนพบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นพบว่า สร้างรายได้เสริมจากการท่องเที่ยวโฮมสเคย์ให้แก่ครอบครัวและชุมชน นอกเหนือจากรายได้หลักที่ทำอาชีพเกษตรกรรม ทำให้คนในชุมชนร่วมกันช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมแบบชาวภูยไม่ให้เลือนหายไป รองลงมา คือ มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวโฮมสเคย์ให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้น และทำให้คนในชุมชนเกิดความรักใคร่ความสามัคคีปรองดองต่อกัน

1.9 ปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์ จำนวน 13 คน ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ ตำแหน่งการเป็นผู้นำชุมชน จากการศึกษาพบว่า ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 61.50 มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 38.50 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 53.80 ส่วนใหญ่ มีตำแหน่งเป็น ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน ประธาน อสม.ประธานกลุ่มสตรี คิดเป็นร้อยละ 46.20

1.10 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า เป็นที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ที่มีลักษณะคล้ายกับการเข้าพักโรงแรม ซึ่งจะต้องพักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านพัก โดยจ่ายค่าตอบแทนในการบริการที่พักร่วมกับเจ้าของบ้านพัก รองลงมา คือ เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความสนใจเรียนรู้ที่จะสัมผัสวิถีชีวิตความเป็นอยู่รวมทั้งวัฒนธรรมของคนในชุมชนในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเรียนรู้การย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของคั้นประดู่ การชมการแสดงการรำกล่อม แกลอ อ การเช่นไหว้ปู่ตา เป็นต้น

1.11 ลักษณะรูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ในปัจจุบัน

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ดำเนินการ โดยกลุ่มบ้านอาลีโฮมสเตย์ ซึ่งมีนายสะพรัง วิญนัค ผู้ใหญ่บ้านเป็นประธานกลุ่ม และองค์การบริหารส่วนตำบลสำโรงทาบ เป็นผู้คอยสนับสนุนการดำเนินงาน สมาชิกแต่ละคนจะมีการแบ่งงานกันทำ และประชาชนในหมู่บ้านจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมการแสดง และการประกอบพิธีกรรมต่าง ๆ รองลงมา มีคณะกรรมการบริหารจัดการมาจากการลงมติแต่งตั้งภายในสมาชิกกลุ่มโฮมสเตย์ โดยมีประธาน รองประธาน และกรรมการในการดูแลรับผิดชอบฝ่ายต่างๆ

1.12 ลักษณะรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์

1.12.1 การจัดการด้านที่พัก

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า นักท่องเที่ยวพักอาศัยอยู่ร่วมกับเจ้าของบ้านพักโฮมสเตย์ โดยแยกห้องพักออกเป็นสัดส่วน ที่พักที่นอนสำหรับนักท่องเที่ยวต้องมีความสะอาดและสบาย โดยใช้ฟูกเป็นที่นอนพักและมีมุ้งไว้กางเพื่อป้องกันยุงและแมลงเวลานอนพัก และอุปกรณ์ที่ใช้บนอนพักมีการดูแลทำความสะอาดอยู่เสมอ รองลงมา คือ มีการเวียนการเข้าพักกับเจ้าของบ้านสมาชิกโฮมสเตย์ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ จำนวน 10 หลังคาเรือน มีโครงสร้างบ้านพักมีความมั่นคงแข็งแรง อากาศถ่ายเทได้สะดวก ไม่มีกลิ่นอับชื้น

1.12.2 การจัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า การให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม มีการปรุงอาหารที่ถูกต้อง สุขลักษณะอนามัย มีความสะอาดปลอดภัยและเป็นอาหารในท้องถิ่นที่หาทานง่ายตามฤดูกาล เช่น

ยาไข่มดแดงยาคัดแค้ แกงปู่ ฯลฯ รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้านพักและสมาชิกในครอบครัวที่ช่วยกันประกอบอาหารรับประทานร่วมกัน มีการจัดบริเวณของห้องครัวแยกออกเป็นสัดส่วน อุปกรณ์เครื่องครัวมีการเก็บวางที่ถูกสุขลักษณะ มีตู้กับข้าวหรือชั้นวางของที่สะอาดและมั่นคง

1.12.3 การจัดการด้านบริการนำเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ชมการดำเนินวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของวัฒนธรรมชาวภูบ้านอาลี เรียนรู้การทอผ้าไหมพื้นเมือง การสาวไหม การเลี้ยงไหม และการย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของต้นประดู่ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น ชมการตัดเสื้อผ้าแบบชาวภู การแขวผ้าด้วยมือ และการชมบ้านและนางข้าวโบราณแบบชาวภู ชมการแสดงวัฒนธรรมการรำแกลมอแกลลอ การเช่นไหว้ปู่ตา การจัดพิธีการต้อนรับนักท่องเที่ยวมีการจัดพิธีบายศรีสู่ขวัญ รองลงมา คือ มีการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น ปราสาทศิขรภูมิ ปราสาทปรางกู ปราสาทภูมิโปน

1.12.4 การจัดการด้านสภาพแวดล้อม

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่ามีการดูแลรักษาความสะอาดบริเวณบ้านเรือนและบริเวณชุมชน รองลงมา คือ มีการส่งเสริมสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ โดยการปลูกพืชผักสวนครัว ดอกไม้ ในกระถาง ยางรถยนต์เพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายของคนในชุมชนในการซื้อผักต่างๆ มาประกอบอาหาร และยังเป็น การประดับตกแต่งบริเวณบ้านพักให้มีความสวยงาม ร่มรื่นเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

1.12.5 การจัดการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า มีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มในชุมชนที่มีเอกลักษณ์ คือ ผ้าไหมที่ย้อมสีผ้าด้วยมะเกลือ และการทอผ้าไหมลายลูกแก้วแก้ว รองลงมา คือ มีสินค้าที่ระลึกในรูปแบบของเสื้อจากผ้าไหมสำเร็จรูปแบบชาวภู ผ้าพันคอ เป็นต้น

1.12.6 การจัดการด้านความปลอดภัย

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า มีการจัดเวรยามดูแลรักษาความปลอดภัย เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าพักในหมู่บ้าน รองลงมา คือ มีการประชาสัมพันธ์ผ่านเครื่องกระจายเสียงให้ชาวบ้านได้รับทราบ เมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้ามาพักในหมู่บ้าน มีการคัดเตือนนักท่องเที่ยวในการเก็บรักษาทรัพย์สินส่วนตัว

1.13 การบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่บ้านอาลีโฮมสเคย์ มีปัญหาอุปสรรคเกิดขึ้นหรือไม่ หากมี ปัญหาคืออะไร และเกิดจากสิ่งใด

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์ พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ปัญหาระบบสาธารณูปโภค โดยเฉพาะเรื่องน้ำดื่ม น้ำใช้ที่ไม่สะอาดและไม่เพียงพอ ขาดการสนับสนุนส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเคย์อย่างจริงจัง จากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ปัญหาขาดมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถที่จะสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อมีการเข้ามาพักโฮมสเคย์และร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยว

1.14 แนวทางแก้ไขปัญหา

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์ พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า ควรมีการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานราชการและผู้ที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงสาธารณูปโภคในเรื่องน้ำดื่ม น้ำใช้ให้สะอาดเพียงพอต่อความต้องการของคนในชุมชน รองลงมา คือ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกันสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ควรจัดให้มีการฝึกอบรมให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโฮมสเคย์ที่ได้ตามมาตรฐานให้กับคนในชุมชน และมีการประเมินติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพโฮมสเคย์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป ควรมีการสนับสนุนส่งเสริมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาให้ความรู้ฝึกอบรมด้านการใช้ภาษาสื่อสารกับต่างชาติให้กับมัคคุเทศก์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารนำเที่ยวกับชาวต่างชาติได้อย่างถูกต้อง

1.15 ต้องการให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเข้ามาดูแลการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์ อย่างไรบ้าง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคต

จากการสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์ พบว่า ส่วนใหญ่แสดงความคิดเห็นว่า มีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมสนับสนุนการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์อย่างจริงจัง และต่อเนื่อง รองลงมา คือ มีความต้องการให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรเข้ามาอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในการจัดการโฮมสเคย์กับชุมชนเพื่อเพิ่มศักยภาพในบริหารจัดการโฮมสเคย์ให้มีประสิทธิภาพ และต้องการให้มีการจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ

1.16 ปัจจัยส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวจากการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุอยู่ระหว่าง 15-24 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา/ลูกจ้างชั่วคราว มีรายได้ต่อเดือน 3,000 - 6,000 บาท มีวัตถุประสงค์เดินทางมาบ้านอาลีโฮมสเตย์เพื่อมาศึกษาดูงาน และเดินทางมาพักโฮมสเตย์ร่วมกับทางคณะโรงเรียน/มหาวิทยาลัยที่จัดมาท่องเที่ยว ซึ่งรู้จักบ้านอาลีโฮมสเตย์จาก การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น การออกบูธ แลกเปลี่ยนแสดงวัฒนธรรมของชุมชน โดยใช้ระยะเวลาเข้าพักบ้านอาลีโฮมสเตย์ พักค้างคืน 1-2 คืน

1.17 ลักษณะความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการมาตรฐานบ้านอาลีโฮมสเตย์

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และหากพิจารณาเป็นรายด้านแล้ว พบว่า ด้านที่มีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ ด้านที่พัก ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว และด้านสภาพแวดล้อม ส่วนทัศนคติที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ด้านความปลอดภัย ด้านอาหาร และด้านการส่งเสริมการตลาด มีทัศนคติความพึงพอใจในระดับน้อย

2. สมมติฐานงานวิจัย

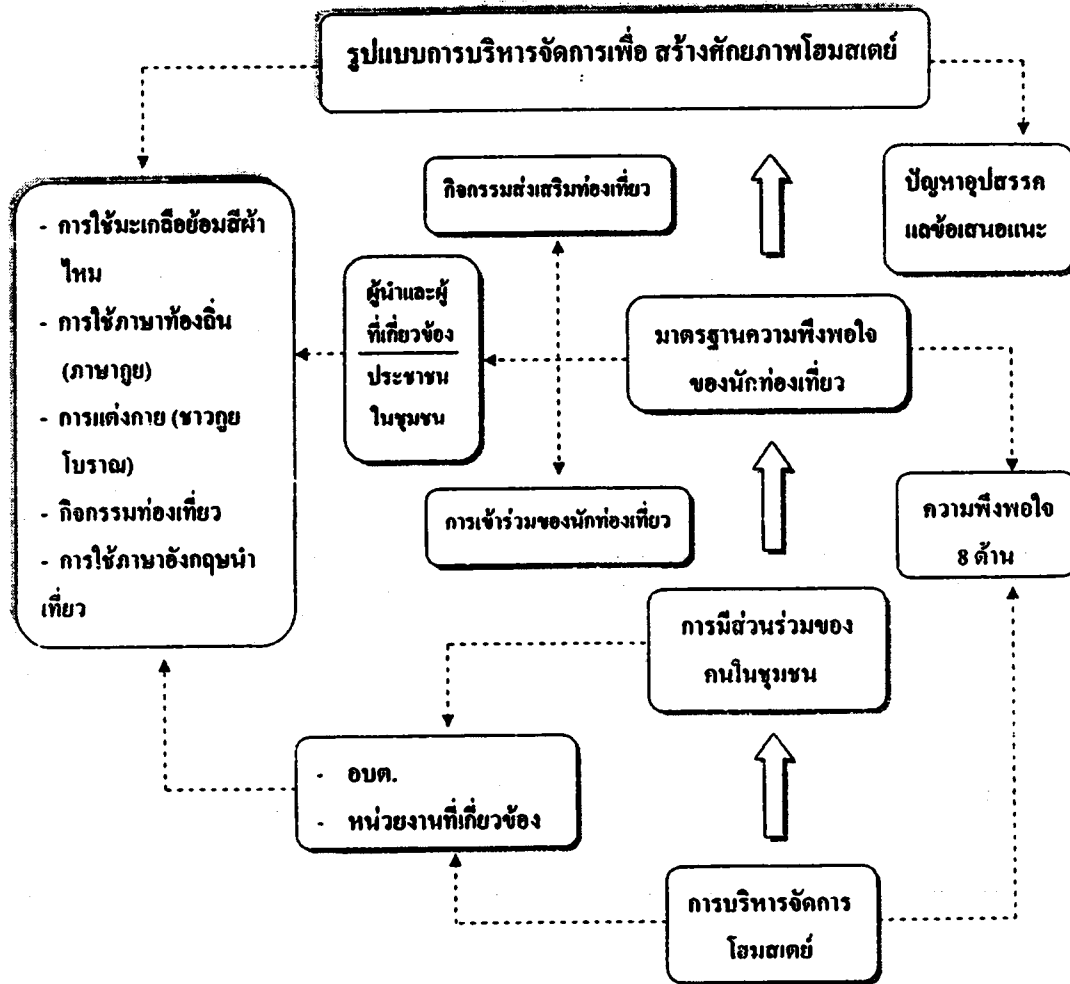
2.1 ปัจจัยพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์แตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในด้านต่างๆ ที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ไม่แตกต่างกัน

2.2 ความสัมพันธ์รายคู่ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ผลการศึกษา พบว่า สัมพันธ์รายคู่ด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้าน กิจกรรมท่องเที่ยวและด้านส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาที่กล่าวมาทั้งหมดในข้างต้น สามารถที่จะสรุปโดยแผนภาพ Model ได้ ดังนี้



ภาพที่ 5.2 โมเดลรูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์

3. การวิเคราะห์ผลการวิจัย

จากการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ในปัจจุบันกระบวนการวิธีการและรูปแบบการบริหารจัดการโฮมสเตย์โดยสมาชิกในชุมชน และความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ รวมทั้งทัศนคติความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ ผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าในด้านรูปแบบมาตรฐานของโฮมสเตย์ กิจกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในภาพรวม พบว่า ชุมชนมีความสามารถและศักยภาพที่เพียงพอที่จะสร้างรูปแบบการบริหารจัดการโฮมสเตย์ให้มีศักยภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ และสามารถพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ให้ดียิ่งขึ้นได้ เพื่อตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการมีจิตสำนึกที่ดีของคนในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์ที่ยังมีการรักษาอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านให้สืบสานตกทอดต่อไปยังคนรุ่นหลังได้ และที่สำคัญชุมชนแห่งนี้ยังมีการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่รู้จักการนำลูกมะเกลือมาข้อมสีผ้าไหมซึ่งเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงให้แก่ชุมชนแห่งนี้อีกด้วย และนอกจากนี้ยังมีการข้อมสีผ้าไหมจากเปลือกไม้ของต้นประดู่ เป็นต้น โดยที่ผู้วิจัยจะนำเสนอรูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ที่ได้จากการศึกษาไว้ในหัวข้อนี้ ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์ เพื่อที่จะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ให้มีศักยภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยวิเคราะห์จากรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในปัจจุบัน และวิเคราะห์จากสภาพแวดล้อมความเป็นอยู่ของคนในชุมชนที่มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีแบบชาวภูษ และเสนอรูปแบบที่เหมาะสมในการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ดังนี้

3.1 วิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพโฮมสเตย์ของบ้านอาลีโฮมสเตย์

3.1.1 การมีเอกลักษณ์ในการทอผ้าไหม และรู้การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น โบราณของคนในชุมชน ในการนำลูกมะเกลือที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาข้อมสีผ้าไหม ให้กลายเป็นผ้าไหมสีดำ ที่มีความโดดเด่นเฉพาะ ผ้าไหมที่ข้อมสีจากลูกมะเกลือมีสีดำที่ติดทน ไม่ตกสี เพราะเป็นสีจากธรรมชาติในท้องถิ่นที่มีขั้นตอนการข้อมสีผ้าไหมที่ผ่านกรรมวิธีการข้อมที่ซับซ้อนหลายขั้นตอน เพื่อรักษาคุณภาพของสีผ้าไหมที่ข้อมจากมะเกลือ และมีการเรียนรู้กรรมวิธีการ โบราณที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น เปราะหอม ขมิ้น รากหญ้าแฝกหอม เล็บครุฑ ใบอม ลูกตะคอง สายแล้ง สายกา นำมาอบผ้าไหมที่ข้อมสีเสร็จแล้วเพื่อรักษาคุณภาพของสีและป้องกัน แมลง สัตว์เล็กต่าง ๆ ที่จะมากัดแทะทำลายผ้าไหม ดังนั้นจึงทำให้ศูนย์ศิลปาชีพจังหวัดสุรินทร์มอบตราคนกุง สีน้ำเงิน

ระดับ 4 ดาว เพื่อบ่งบอกให้เห็นถึงคุณภาพขั้นตอนความประณีตของผ้าไหมจากชุมชนบ้านอาลี รวมทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกในกลุ่มจากการทอผ้าไหม และการเรียนรู้การย้อมสีผ้าไหมจากลูกมะเกลือที่มีชื่อเสียงของชุมชน เป็นการสนับสนุนเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของบ้านอาลีให้มีชื่อเสียงเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3.1.2 วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีที่เรียบง่ายของชุมชนชาวภูย บ้านอาลี มีเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว เพื่อศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมแบบชาวภูย ทั้งในเรื่อง วิถีชีวิตประจำวัน และมีภาษาการพูดในท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ คือ ภาษาภูย ซึ่งเป็นภาษาที่คนในท้องถิ่นส่วนใหญ่จะพูดสื่อสารระหว่างกัน ดังนั้นจึงทำให้ ภาษาพูดแบบชาวภูยนี้ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ามาสัมผัสเสน่ห์การพูดจาแบบชาวภูยเพิ่มมากขึ้น และเป็นภาษาที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ที่สามารถสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ในท้องถิ่นได้

3.1.3 วัฒนธรรมการแต่งกายแบบชาวภูยโบราณของคนในชุมชนบ้านอาลี เป็นสิ่งแปลกตาสำหรับนักท่องเที่ยวหรือผู้พบเห็นทั่วไป เนื่องจากมีลักษณะการแต่งกายที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยสวมเสื้อผ้าไหมแขนยาวลายลูกแก้วสีดำที่ได้จากการย้อมสีผ้าจากลูกมะเกลือ และมีการตกแต่งลวดลายให้สวยงามบนเสื้อจากการเนาผ้าด้วยด้ายสีแดงและสีขาว รวมถึงมีการนุ่งผ้าถุงที่มีลวดลายเฉพาะในท้องถิ่น และคนในชุมชนยังร่วมกันอนุรักษ์วัฒนธรรมการแต่งกายแบบชาวภูยโบราณที่หาได้ยากในปัจจุบันนี้ต่อไป วัฒนธรรมการแต่งกายแบบชาวภูยโบราณถือได้ว่าเป็นสิ่งดึงดูดใจอีกประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์แห่งนี้เพิ่มมากขึ้น

3.1.4 กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในชุมชน ถือเป็นกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ฝึกฝนทดลองปฏิบัติได้จริง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจและเห็นคุณค่าของกิจกรรมที่จัดขึ้น เช่น กิจกรรมการเรียนรู้การทอผ้าไหม การสาวไหม การย้อมสีผ้าไหมจากมะเกลือ และจากเปลือกไม้ของคันประคู้ การเรียนรู้การเนาผ้าด้วยมือ การแสดงวัฒนธรรมการรำแกลมอ แกลลอบ การจัดพิธีต้อนรับบายศรีสู่ขวัญ รวมถึงการชมบ้านและนางข้าวแบบชาวภูยโบราณที่ยังมีการอนุรักษ์ไว้ กิจกรรมท่องเที่ยวที่กล่าวมาล้วนแต่สร้างความรู้สึกรักสนุกสนานให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมาก ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจจากการท่องเที่ยว และยังเป็นการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเตย์ของบ้านอาลีให้มีชื่อเสียง จากที่นักท่องเที่ยวได้บอกกล่าวต่อกันไปเรื่อย ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางกลับบ้าน

3.1.5 ความรู้ความสามารถของผู้นำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถในทักษะการใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารถ่ายทอดข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างถูกต้อง เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวที่

หมู่บ้านอาลีโฮมสเคย์ และการที่ผู้นำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นมีความรู้ความสามารถในการใช้ภาษาอังกฤษนั้น ทำให้เกิดการสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวในหมู่บ้านอาลีโฮมสเคย์ให้มีคุณภาพมากขึ้นอีกด้วย

4. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาถึงรูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเคย์ กรณีศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ ได้มีข้อเสนอแนะจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์ และกลุ่มประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนที่อาจเป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และเป็นแนวทางสำหรับผู้ที่จะทำการศึกษาในครั้งต่อไป ดังนี้

4.1 จากการศึกษาพบว่า มีปัญหาระบบสาธารณูปโภคโดยเฉพาะเรื่องน้ำคั้นน้ำใช้ที่ไม่สะอาดและไม่เพียงพอ ต่อความต้องการของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว ดังนั้น ควรมีการขอสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานราชการ และผู้ที่เกี่ยวข้องในการปรับปรุงสาธารณูปโภคในเรื่องน้ำคั้น น้ำใช้ให้ได้รับความสะอาดสบายและสะอาดเพียงพอต่อความต้องการของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

4.2 จากการศึกษาพบว่า ขาดการสนับสนุนส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเคย์อย่างจริงจังจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนควรร่วมมือกันสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจังในเรื่องการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเคย์

4.3 จากการศึกษาพบว่า ขาดผู้นำเที่ยวมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีความรู้ความสามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เมื่อมีการเข้ามาพักโฮมสเคย์และร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยว ดังนั้น ควรฝึกอบรมด้านการใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารกับชาวต่างชาติให้กับมัคคุเทศก์ท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มศักยภาพในการสื่อสารนำเที่ยวกับชาวต่างชาติได้อย่างถูกต้อง และมีการประเมินติดตามการดำเนินงานอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มศักยภาพโฮมสเคย์ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

4.4 จากการศึกษาพบว่า ชาวชนในชุมชนไม่ค่อยเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเคย์ในชุมชน จึงไม่ค่อยเห็นคุณค่าความสำคัญถึงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ของชุมชนตนเองนัก ดังนั้น ควรจัดกิจกรรมส่งเสริมให้ชาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการโฮมสเคย์ เพื่อให้เกิดความหวงแหนวัฒนธรรมของตน เช่น การร่วมแสดงการรำกล่อม แกลอ

4.5 จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโฮมสเคย์บ้านอาลีบนเว็บไซต์ทางอินเทอร์เน็ต ยังขาดข้อมูลที่ชัดเจน ดังนั้น ควรที่จะให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องการ

ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ มีการลงข้อมูลที่เป็นปัจจุบันอยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้ติดตามข้อมูลข่าวสารจากทางอินเทอร์เน็ตได้ทราบข้อมูลที่ถูกต้องชัดเจนมากที่สุดทันที

5. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้วิจัยครั้งต่อไป

5.1 ควรจัดทำกรวิจัยเชิงปฏิบัติอย่างมีส่วนร่วม โดยให้สถาบันอุดมศึกษาท้องถิ่น องค์กรจังหวัด อำเภอ และชุมชน ร่วมกันทำการศึกษาในเรื่องความต้องการของชุมชนกับการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวโฮมสเตย์แบบยั่งยืน แนวทางในด้านจัดทำแผนงานการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วมได้ต่อไป

5.2 ควรมีการศึกษาด้านขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่บ้านอาลีโฮมสเตย์

5.3 ควรมีการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษในการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ ว่ามีลักษณะความต้องการรูปแบบใด

บรรณานุกรม

- กนกพร ชัยวรพร. (2538). สักยภาพเชิงการบริหารของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษาอำเภอเมืองสมุทรสงคราม จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กรองแก้ว โคตรภูเวียง. (2543). การบริหารระบบบริการสาธารณสุขเขตเมือง กรณีศึกษา ศูนย์บริการสาธารณสุขชุมชนสีท่าขอน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: ซี เอ แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- กัลยา สมมาตย์. (2541). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลในเขตจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). แผนปฏิบัติการ การท่องเที่ยวเชิงเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: อัสชา.
- _____. (2550). หลักเกณฑ์และวิธีการประเมินคุณภาพมาตรฐานที่พักสัมผัสนันทนาการชนบท (Home Stay). กรุงเทพฯ: อัสชา.
- กิตติชัย เจริญชัย. (2548). แนวทางพัฒนากิจกรรมทางการตลาด และศักยภาพการท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสนันทนาการชนบท(โฮมสเตย์) บ้านชะขอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- โครงการพัฒนาที่สูงไทย-เยอรมัน. (2540). สักยภาพชุมชนกับการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์(Ecotourism). รายงานการศึกษา กรณีศึกษาในตำบลปูลึง อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน.
- จารุเชษฐ์ เรืองสุวรรณ. (2546). การประเมินคุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนยี่สาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาอุทยานและนันทนาการ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- จิราเจตน์ อุดมศรี. (2547). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาตำบลโป่งน้ำร้อน อำเภอโป่งน้ำร้อน จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฉลองศรี ทิมลสมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เฉลิมเกียรติ เพ็ญแก้ว. (2539). องค์ประกอบของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ชมนาด ดันดีเสรี. (2546). ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: กรณีศึกษา ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชลิตา รินทร์พรหม และคณะ. (2550). การศึกษาความยั่งยืนของโฮมสเตย์ในอีสานใต้. นครราชสีมา: สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวนครราชสีมา.
- ชลธิจันทร์ ทองคำชู. (2549). การสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจการท่องเที่ยวโฮมสเตย์. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทยเพื่อการสื่อสารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ชูวิทย์ ศิริเวชกุล. (2544). จัดโฮมสเตย์อย่างไรไม่ให้ผิดทาง. *จุดสารท่องเที่ยว*, 20(3), 45-46.
- ชูวิทย์ ศิริเวชกุล. (2544). "การท่องเที่ยวเชิงชุมชนและการจัดโฮมสเตย์". *จุดสารการท่องเที่ยว*, 20(3), 52-56.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2538). "องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว". *จุดสารการท่องเที่ยว*, 14 (4), 38-44.
- ครุณี ช่อนกลิ่น. (2546). การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวแบบ Home Stay ในอำเภอเมืองหนองคาย จังหวัดหนองคาย. การศึกษาอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- คารุณี บุญธรรม. (2547). การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมโดยชุมชนชาวม้ง บ้านน้ำเค จังหวัดพะเยา. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

- ทัศนีย์ บัวระภา. (2549). รายงานการวิจัยการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมแบบยั่งยืนของกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสาร. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทัศนัยวรรณ ดวงมาลา และคณะ. (2550). กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดอีสานใต้. ชัยภูมิ: คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2537). องค์การและการบริหาร. พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. (2540). พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- นภดล กฤษณะวณิช. (2547). ศักยภาพขององค์กรชุมชนด้านการเกษตร บ้านสันตะยอม ตำบลป่าสัก อำเภอเมือง จังหวัดลำพูน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- นฤมล มีชัย. (2535). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินติ้งเฮาส์.
- นิติธร เทพเทวิน. (2538). ศักยภาพของชุมชนชาวมืองในการจัดการศึกษานอกระบบ. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย เชียงใหม่.
- นิภาวรรณ พุทธสงกรานต์. (2549). ศักยภาพของจังหวัดราชบุรีในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2549, จาก <http://www.ttresearch.org>.
- นิตารัตน์ ศิลปะเดช. (2542). เอกสารประกอบการสอนระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์เบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2543). การวิจัยสำหรับครู. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- ปิยพร ทาวีกุล. (2544). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: กรณีศึกษาน้ำไหลหิน ตำบลไหลหิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ประกาศ อินทนปสาธน์. (2546). การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษา หมู่บ้านโคกโก่ง อำเภอภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปรารมภ์ จำปาศรี. (2545). ศักยภาพของประธานกรรมการบริหารองค์การบริหารส่วนตำบลต่อการจัดการศึกษา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปริญญา ลักขิตานนท์. (2536). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: เอคิสัน เพลส โปรดักส์.
- ประเสริฐ วิทยารัฐ. (2535). ภูมิศาสตร์ปักษ์ใต้. กรุงเทพฯ: โอเคียนสโตร์.
- ปานใจ สุมะคินันท์. (2532). ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมกับระยะทางของนักท่องเที่ยวใน ประเทศ: ศึกษากรณีเขื่อนศรีนครินทร์ จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2546). ทักษะและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด. สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พนิตดา สิงห์ครา. (2544). ศักยภาพของชุมชนบ้านห้วยอีในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ บ้านห้วยอี ต.บุ่ง อ.เมือง จ.แม่ฮ่องสอน. การค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ภราเดช พัทฒวิเชียร. (2544). บ้านพักชุมชน Home stay. อนุสาร อ.ส.ท., 14(10), พฤษภาคม.
- มธุรส ปราบไพรี. (2543). ศักยภาพของชุมชนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว: กรณีชุมชนไทยทรงดำ บ้านเขาย้อย ตำบลเขาย้อย อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี. การศึกษาค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล(สต). เชียงใหม่: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- วรรณพร วนิชชานุกา. (2540). นิเวศท่องเที่ยว : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: กองวิชาการและฝ่ายอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

- วัฒนาพร สุฉายา. (2545). แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวดอยตุง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหา
 บัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันชัย อัครทิวทอง. (2549). ศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บ้านวังคำแคน อำเภอเมือง จังหวัด
 ชัยภูมิ. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการ
 ท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บุษณา ธรรมเจริญ และคณะ. (2544). พฤติกรรมผู้บริโภค หน่วยที่ 1-8. นนทบุรี: มหาวิทยาลัย
 สุโขทัยธรรมราชา.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญ
 ทัศน์.
- รุ่งอรุณ ศุภกฤตอนันต์. (2553). การศึกษาศักยภาพและความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวของที่
 ทักแถมแบบโฮมสเตย์: กรณีศึกษา โฮมสเตย์บ้านลาดสมมติ ตำบลอุตุคร อำเภอกระกร
 พืชผล จังหวัดอุบลราชธานี. รายงานการศึกษาอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
 สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริ ฮามสุโพธิ์. (2543). สังคมวิทยาการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เศกสรรค์ ขวณิชย์. (2541). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. ขอนแก่น: ภาควิชา
 สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สันติกรม์ เขมาภิรมย์. (2547). ศักยภาพการจัดการของกลุ่มแม่บ้านแปรรูปมันฝรั่ง อำเภอสันทราย
 จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ
 อุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2533). รายงานการวิจัยโครงการความเป็นไปได้ของ
 การจัดการมัธยมศึกษาให้เป็นสถานศึกษาเพื่อปวงชน. กรุงเทพฯ: สำนักงาน.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2548). กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพมาตรฐานที่พักสัมผัสวัฒนธรรม
 ชนบท (Home Stay). เอกสารการประกอบการประชุม เรื่อง กรอบดัชนีชี้วัดคุณภาพ
 มาตรฐานโฮมสเตย์. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). ระเบียบสำนักงาน
 พัฒนาการท่องเที่ยวว่าด้วยการประเมินมาตรฐานโฮมสเตย์. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่ง
 ประเทศไทย.

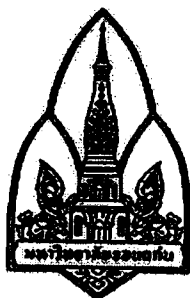
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2551). การให้บริการที่สร้างความประทับใจในธุรกิจโฮมสเตย์. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สุจิตราภา พันธุ์วิไล. (2545). รูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษา บ้านหล่อชา (อาข่า) ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. รายงานการค้นคว้าแบบอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุชาดา วงษ์ชัยภูมิ. (2551). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุรางค์ ไคว์ตระกูล. (2544). จิตวิทยาทั่วไป. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุรรัตน์ เตชะทวิวรรณ. (2545). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. เอกสารประกอบการสอนคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.
- เอนก ทิพย์บรรจง. (2544). ระบบบริหารตลาดกลางที่มีผลต่อการให้บริการของเกษตรกร ศึกษากรณีตลาดกลางสินค้าเกษตร ธ.ก.ส ขอนแก่น. รายงานการศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Goeldner, C.R. and Ritchie, J.R. (2006). **Tourism Principles, Practices, Philosophies**. N.J.: John Wiley and sons.
- McIntosh, Robert W. and Goeldner, Charles R. (2002). **Tourism Principles, Practices, Philosophies**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Schiffman, Leon G and Leslie Lazer Kanuk. (1994). **Consumer Behavior** 5th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- World Tourism Organization. (2004). **Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook**. Madrid: WTO.
- Zeithalm, V.,A and Bitner, M., A.(2003). **Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm**, 3rd Edn. New York: McGraw-Hil.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์

อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์



แบบสอบถาม

**เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา:
บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอตำบองหิน จังหวัดสุรินทร์**

คำชี้แจง

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นแบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอตำบองหิน จังหวัดสุรินทร์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเป็นเครื่องมือในการทำวิจัย เรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอตำบองหิน จังหวัดสุรินทร์” เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการและแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ และนำผลการวิจัยที่ได้รับไปพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบบ้านอาลีโฮมสเตย์ และโฮมสเตย์อื่นๆ ในพื้นที่ต่างๆ ในจังหวัดสุรินทร์

แบบสอบถามข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวโฮมสเตย์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากท่านผู้ตอบแบบสอบถามโปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามให้ครบทุกคำถาม และตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

ขอขอบพระคุณอย่างสูง ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

สุนิสา มามาก

(ผู้วิจัย)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวโฮมสเตย์
คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อเท็จจริง
ที่เกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาพักบ้านโฮมสเตย์ของท่านคือ

<input type="checkbox"/> เพื่อพักผ่อน	<input type="checkbox"/> เพื่อศึกษาเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม
<input type="checkbox"/> เพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ	<input type="checkbox"/> เพื่อศึกษาสถาปัตยกรรมที่เป็นเอกลักษณ์
<input type="checkbox"/> เพื่อมาท่องเที่ยวสถานที่ใกล้เคียง	<input type="checkbox"/> เพื่อเยี่ยมญาติ
<input type="checkbox"/> เพื่อมาดูงาน	<input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ.....
2. โดยส่วนใหญ่ท่านเดินทางมาพักโฮมสเตย์กับใคร

<input type="checkbox"/> คนเดียว	<input type="checkbox"/> ครอบครัว/ญาติ / เพื่อน
<input type="checkbox"/> โรงเรียน/มหาวิทยาลัย	<input type="checkbox"/> เพื่อน, คนรู้จัก
<input type="checkbox"/> บริษัท/ที่ทำงาน	<input type="checkbox"/> บริษัทนำเที่ยว
3. ท่านรู้จักบ้านโฮมสเตย์จาก

<input type="checkbox"/> โทรทัศน์	<input type="checkbox"/> วิทยุ
<input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต	<input type="checkbox"/> เพื่อน, คนรู้จัก
<input type="checkbox"/> หนังสือ/วารสารท่องเที่ยว	<input type="checkbox"/> แผ่นพับ/โบรชัวร์
<input type="checkbox"/> ป้ายโฆษณา	<input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์
<input type="checkbox"/> การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาครัฐ เช่น การออกบูธ <input type="checkbox"/> อื่นๆระบุ.....	
4. ระยะเวลาที่ท่านพักค้างคืนที่บ้านโฮมสเตย์

<input type="checkbox"/> ไม่ค้างคืน	<input type="checkbox"/> 1 คืน
<input type="checkbox"/> 2-3 คืน	<input type="checkbox"/> มากกว่า 3 คืน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยว

คำชี้แจง ให้ผู้ตอบแบบสอบถามทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. ด้านที่พัก					
1.1 บ้านพักเป็นสัดส่วน มีความมั่นคงและแข็งแรง					
1.2 บ้านพักมีความสะอาด อากาศถ่ายเทได้สะดวก และแสงสว่างส่องเข้าถึง ไม่มีกลิ่นอับชื้น					
1.3 ที่นอนและเครื่องนอน ได้รับการทำความสะอาดอยู่เสมอม มีการเปลี่ยนเครื่องนอนสำหรับนักท่องเที่ยวเข้าพักใหม่ทุกครั้ง					
1.4 ความสะอาด/ปลอดภัยต่อการใช้งานของห้องน้ำห้องส้วม					
1.5 มีเครื่องใช้ไฟฟ้าอำนวยความสะดวกตามความเหมาะสม					
2. ด้านอาหาร					
2.1 มีปริมาณ และประเภทอาหารที่เหมาะสม ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว					
2.2 การปรุงอาหารอย่างถูกสุขลักษณะ โดยใช้วัตถุดิบส่วนใหญ่จากท้องถิ่น					
2.3 มีน้ำดื่มและน้ำใช้ที่สะอาด					
2.4 ภาชนะใส่อาหาร เช่น ถ้วย ชาม จาน ช้อน ฯลฯ อยู่ในสภาพที่สะอาด, ปลอดภัย ไม่มีคราบ กลิ่นคาว					
3. ด้านความปลอดภัย					
3.1 มีการคัดเตือนนักท่องเที่ยวในการเก็บรักษาทรัพย์สินส่วนตัว					
3.2 มีเครื่องมือสื่อสารกับเจ้าหน้าที่เมื่อเกิดเหตุร้าย					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3.3 การเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับการปฐมพยาบาล					
3.4 มีการจัดเวรยามดูแลความปลอดภัย					
3.5 มีการดูแลและซ่อมแซมที่พักอยู่เสมอ					
4. ด้านการจัดการ					
4.1 เป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้าน มีคณะกรรมการบริหารจัดการที่ชัดเจน					
4.2 มีระบบการจอง การลงทะเบียน ล่วงหน้า					
4.3 มีการระบุค่าธรรมเนียมและค่าบริการต่างๆที่ชัดเจน และเป็นปัจจุบัน ไว้ในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าน้ำเที่ยว					
4.4 มีการจัดสรรเงินรายได้เข้ากองทุนส่วนกลางของชุมชนเพื่อสาธารณประโยชน์ของชุมชน					
4.5 ผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ที่เป็นคนท้องถิ่น มีความพร้อมในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว					
4.6 ผู้นำเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม ศิลปะ สถาปัตยกรรม การแสดง ความเชื่อ ภายในชุมชนแก่นักท่องเที่ยวได้ดี					
4.7 ผู้แสดงทางวัฒนธรรม และผู้เกี่ยวข้องเข้าใจ และรับรู้ในกระบวนการการนำเสนอ หรือรูปแบบมีส่วนร่วมในการวางแผน และนำเสนออย่างภาคภูมิใจ					
5. ด้านกิจกรรมท่องเที่ยว					
5.1 มีกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เช่น ตักบาตร การทำอาหาร ฯลฯ					
5.2 มีกิจกรรมต้อนรับตามประเพณีท้องถิ่น เช่น บายศรีสู่ขวัญการรับประทานอาหารร่วมกัน ฯลฯ					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
5.3 มีกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ตามสภาพพื้นที่และภูมิประเทศ เช่น ชี้อักรยานนำชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ					
5.4 มีกิจกรรมท่องเที่ยวแบบวิถีชีวิตชาวบ้าน เช่น ชมบ้านและฉางข้าวแบบชาวภูย					
5.5 กิจกรรมฝึกหัดศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านให้นักท่องเที่ยว เช่น ทอผ้า การตัดเสื้อ					
5.6 กิจกรรมท่องเที่ยวสอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงชุมชน					
5.7 มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายแตกต่างกัน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกได้					
6. ด้านสภาพแวดล้อม					
6.1 มีสถาปัตยกรรม หรือ สิ่งที่ยังคงเอกลักษณ์ของวัฒนธรรม วิถีชีวิตดั้งเดิม เช่น บ้านชาวภูย เป็นต้น					
6.2 มีการเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้					
6.3 มีสถานพยาบาล/ ไพรณิย์ /ธนาคารอยู่ใกล้เคียง					
6.4 สภาพพื้นที่ยังคงสภาพเดิมของชุมชน และยังรักษาวัฒนธรรม และประเพณีของคน					
6.5 มีการดูแลสภาพแวดล้อมในชุมชน เป็นระเบียบสวยงาม					
7. ด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์					
7.1 มีผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน จำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ทั้งเป็นของบริ โภค สิ่งทอ ของที่ระลึก โดยใช้วัสดุ และวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นหลัก					
7.2 ร้านจำหน่ายอาหารเครื่องดื่ม และสินค้าที่ระลึกมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/สะอาด/มีคุณภาพ					

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7.3 คนในชุมชนมีความร่วมมืออนุรักษ์วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเองไว้ ด้วยความภาคภูมิใจ					
7.4 ชาวบ้านมีความเป็นกันเองและเป็นมิตร					
7.5 อธยาศัยไมตรีของเจ้าของบ้านและสมาชิกในครัวเรือน					
8. ด้านการส่งเสริมการตลาด					
8.1 มีเอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อต่างๆ แสดงรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน กิจกรรมการท่องเที่ยว และการติดต่อสอบถามรายละเอียด					
8.2 มีการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง					

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

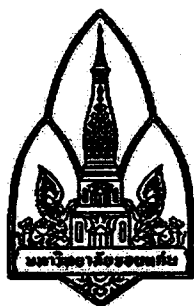
.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

แบบสัมภาษณ์ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์
อำเภอตำโงงทาบ จังหวัดสุรินทร์



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเคย์ กรณีศึกษา:
บ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอตำบองแทบ จังหวัดสุรินทร์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์คนในชุมชนที่พักอาศัยอยู่ที่ บ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอตำบองแทบ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเคย์ กรณีศึกษา : บ้านอาลีโฮมสเคย์ อำเภอตำบองแทบ จังหวัดสุรินทร์” เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนการจัดการโฮมสเคย์บ้านอาลีโฮมสเคย์ และนำผลการวิจัยที่ได้รับไปพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพให้ประสิทธิภาพต่อไป และเพื่อประโยชน์ต่อโฮมสเคย์อื่นๆ ในพื้นที่ต่างๆ ในจังหวัดสุรินทร์

แบบสัมภาษณ์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเคย์ของคนในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเคย์

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์จากท่านผู้ตอบแบบสัมภาษณ์โปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบคำถามให้ครบทุกคำถาม และตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

ขอขอบพระคุณอย่างสูง ที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

สุนิสา มามาก

(ผู้วิจัย)

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์ของ
คนใน ชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์**

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อความที่เป็นความคิดเห็นของท่านในประเด็นดังต่อไปนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวโฮมสเตย์มีลักษณะอย่างไร

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

**2. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์บ้านอาลีโฮมสเตย์
อย่างไรบ้าง**

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

**3. มีส่วนร่วมเกี่ยวกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภออำเภอวังทอง
จังหวัดสุรินทร์ อย่างไรบ้าง**

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

4. สิ่งดึงดูดใจอะไรที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์

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

**5. การท่องเที่ยวโฮมสเตย์บ้านอาดีสร้างประโยชน์/ ผลบวก ต่อชุมชนอย่างไร
(เศรษฐกิจ / สังคม / ศิลปวัฒนธรรม / สิ่งแวดล้อม)**

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

6. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

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

ภาคผนวก ค

**แบบสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์
อำเภอตำบองยาง จังหวัดสุรินทร์**



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา: บ้านอาลีโฮมสเตย์
อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

คำชี้แจง

แบบสัมภาษณ์ชุดนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้นำในชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อรวบรวมข้อมูลเป็นเครื่องมือในการทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการเพื่อสร้างศักยภาพโฮมสเตย์ ภูมิศึกษา : บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์” เพื่อศึกษารูปแบบการบริหารจัดการของผู้นำและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวว่ามีการร่วมมือที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์อย่างไรบ้าง และนำผลการวิจัยที่ได้รับไปพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบบ้านอาลีโฮมสเตย์ และ โฮมสเตย์อื่น ๆ ในพื้นที่ต่างๆ ในจังหวัดสุรินทร์

แบบสัมภาษณ์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการและปัญหาอุปสรรคที่มีต่อบ้านอาลีโฮมสเตย์ รวมทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์และขอความร่วมมือในการตอบแบบสัมภาษณ์จากท่านผู้ตอบแบบสัมภาษณ์โปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบคำถามให้ครบทุกคำถาม และตรงกับข้อเท็จจริงของท่านมากที่สุด

ขอขอบพระคุณอย่างสูงที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี

ศุภิสมา มาก

(ผู้วิจัย)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อเท็จจริงที่เกี่ยวกับตัวท่านมากที่สุด

1. เพศ () ชาย () หญิง

2. ระดับการศึกษา

- | | |
|-------------------------|-----------------------|
| () ต่ำกว่าประถมศึกษา | () ประถมศึกษา |
| () มัธยมศึกษาตอนต้น | () มัธยมศึกษาตอนปลาย |
| () ปวช./ปวส./อนุปริญญา | ()ปริญญาตรี |
| () สูงกว่าปริญญาตรี | |

3. อาชีพ

- | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| () เกษตรกรรม | () รับจ้างทั่วไป |
| () ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว | () ข้าราชการ/พนักงานราชการ |
| () พนักงานเอกชน/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | () แม่บ้าน/ไม่ได้ประกอบอาชีพ |
| () อื่น ๆ (ระบุ)..... | |

4. ตำแหน่งการเป็นผู้นำของชุมชน

- | | |
|-------------------------------|------------------------|
| () นายกองค้การบริหารส่วนตำบล | () สมาชิก อบต. |
| () กำนัน | () ผู้ใหญ่บ้าน |
| () ผู้ช่วย | () อื่น ๆ (ระบุ)..... |

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบการบริหารจัดการและปัญหาอุปสรรคที่มีต่อบ้านอาดีโฮมสเตย์ รวมทั้ง ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อความที่เป็นความคิดเห็นของท่านในประเด็นดังต่อไปนี้

1. มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวรูปแบบโฮมสเตย์อย่างไร

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

2. รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวบ้านอาดีโฮมสเตย์ในปัจจุบันมีลักษณะอย่างไร

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

3. รูปแบบการท่องเที่ยวบ้านอาดีโฮมสเตย์มีลักษณะการจัดการอย่างไร

3.1 การจัดการด้านที่พัก

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

3.2 การจัดการด้านอาหารและเครื่องดื่ม

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

3.3 การจัดการด้านบริการนำเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว

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

3.4 การจัดการด้านสภาพแวดล้อม

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

3.5 การจัดการด้านการสร้างคุณค่าและมูลค่าของผลิตภัณฑ์

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

3.6 การจัดการด้านความปลอดภัย

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

4. การบริหารจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่บ้านอาลีโฮมสเตย์ มีปัญหาอุปสรรคเกิดขึ้นหรือไม่ หากมี ปัญหาคืออะไร และเกิดจากสิ่งใด

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

5. มีแนวทางการแก้ไขปัญหายังไร

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

6. ต้องการให้ผู้มีหน้าที่รับผิดชอบและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเข้ามาดูแลการบริหารจัดการ ท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ อย่างไรบ้าง เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคต

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

ภาคผนวก ง

รายชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 13 ราย

รายชื่อผู้ตอบแบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก 13 ราย

1. นายไพฑูรย์ ศิริบูรณ์ ตำแหน่ง นักวิเคราะห์นโยบายและแผนการชำนาญพิเศษ ปฏิบัติหน้าที่ ๑ ท้องเที่ยวและจังหวัดสุรินทร์
2. นายสมพงษ์ อรุณยะเดช ตำแหน่ง นายกองค้การบริหารส่วนตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
3. นายปรีชา บุญชอบ ตำแหน่ง ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
4. นายสะพรั่ง วิภูณิก ตำแหน่ง ผู้ใหญ่บ้านอาลีโฮมสเคย์ ตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
5. นายสุวิทย์ บุญญา ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านอาลีโฮมสเคย์ ตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
6. นายสมควร บุญกล้า ตำแหน่ง ผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านอาลีโฮมสเคย์ ตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
7. นายแมน สุขคุ้ม ตำแหน่ง สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
8. นายสมหมาย บุญมาก ตำแหน่ง สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
9. นางเพ็ญ ทุฒพัน ตำแหน่ง ประธาน อสม. บ้านอาลีโฮมสเคย์ ตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
10. นางวิภาวัน บุญมาก ตำแหน่ง ประธานกลุ่มสตรีทอผ้าไหมหมู่บ้านอาลีโฮมสเคย์ ตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
11. นางสาค คันบุญ ตำแหน่ง รองประธานกลุ่มสตรีทอผ้าไหมหมู่บ้านอาลีโฮมสเคย์ ตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
12. นางสุใจ สุขคุ้ม ตำแหน่ง สมาชิก อสม. บ้านอาลีโฮมสเคย์ ตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์
13. นางจวน สาธร ตำแหน่ง ผู้นำอาสาพัฒนาชุมชน บ้านอาลีโฮมสเคย์ ตำบลตำบองท่าเรือ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์

ภาคผนวก จ

รูปภาพหมู่บ้านอาดิโอมตเคย์ อำเภอตำบอง

อำเภอตำบอง จังหวัดสุรินทร์

ภาพบรรยากาศทั่วไปของบ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์



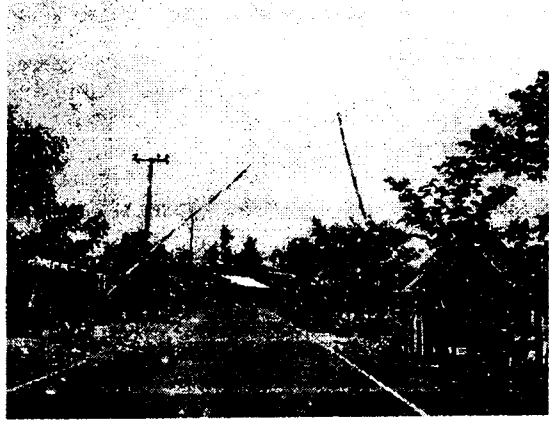
ป้ายชื่อบอกหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



ป้ายประตูทางเข้าหมู่บ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



ภาพถนนสำหรับจราจรในหมู่บ้าน
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



ภาพถนนลาดยางทางเข้าหมู่บ้าน
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



ศูนย์จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในชุมชน
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่บ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554

ภาพบรรยากาศทั่วไปของการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม



การสัมภาษณ์ประธานกลุ่มโฮมสเตย์บ้านอาลี
ที่มา: สุนิศา มามาก, 2554



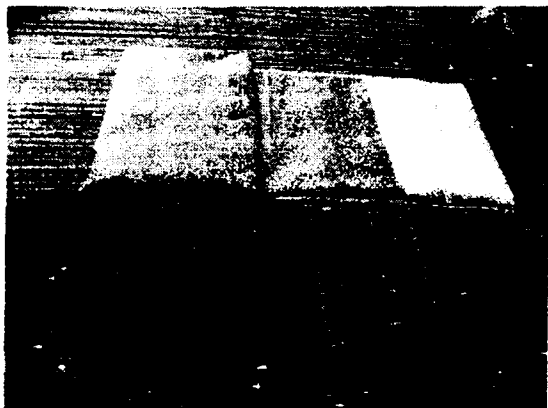
การสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับท่องเที่ยว
บ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิศา มามาก, 2554



การสัมภาษณ์ประชาชนในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิศา มามาก, 2554



การสัมภาษณ์ผู้นำในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิศา มามาก, 2554



ผลิตภัณฑ์สินค้าผ้าไหมของชุมชนบ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิศา มามาก, 2554



ป้ายบอกสัญลักษณ์ของบ้านพักโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิศา มามาก, 2554

ภาพบรรยากาศทั่วไปของบ้านพักโฮมสเตย์สำหรับรองรับนักท่องเที่ยว



บ้านพักโฮมสเตย์ของนายจำลอง คั่นบุญ
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



บ้านพักโฮมสเตย์ของนางก๊วย คั่นบุญ
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



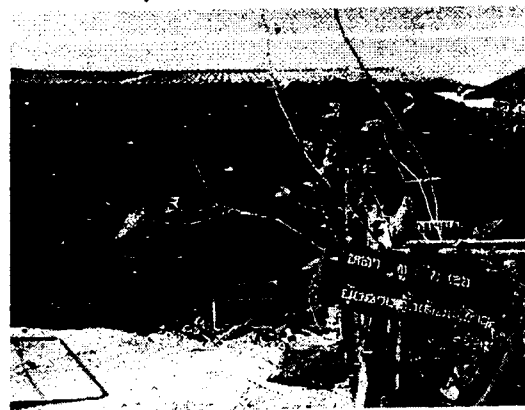
บ้านพักโฮมสเตย์ของนายสะพรัง วิญนิต
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



ที่นอนพักสำหรับนักท่องเที่ยว
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



บ้าน โบราณของชาวภูยที่บ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554



นางข้าวโบราณของชาวภูยที่บ้านอาลีโฮมสเตย์
ที่มา: สุนิสา มามาก, 2554

ภาพบรรยากาศทั่วไปของวิถีชีวิตวัฒนธรรมชาวดอยบ้านอาลีโฮมสเคย



วัฒนธรรมการทอผ้าของคนในชุมชน
บ้านอาลีโฮมสเคย
ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลท่าโรงทาน, 2550



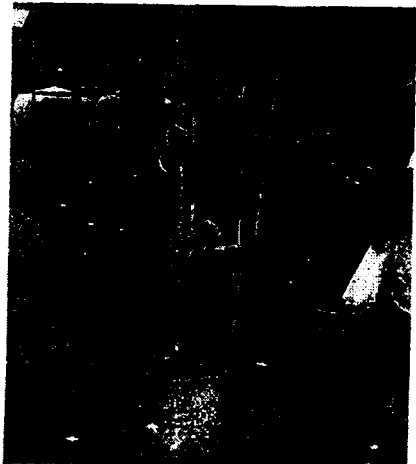
ลักษณะการแต่งกายของคนชุมชน
บ้านอาลีโฮมสเคย
ที่มา: ศูนย์สามมาคม, 2554



ปราสาทปรางกู๋ อำเภอปรางกู๋ จังหวัดศรีสะเกษ
สถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงกับบ้านอาลีโฮมสเคย
ที่มา: ศูนย์สามมาคม, 2554



การปลูกข้าวสวนครัวในชุมชนบ้านอาลีโฮมสเคย
ที่มา: ศูนย์สามมาคม, 2554



การตำลูกมะเกลือเพื่อนำมาข้อมสีผ้าไหม
ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลท่าโรงทาน, 2550



การเลี้ยงไหมของชุมชนบ้านอาลีโฮมสเคย
ที่มา: องค์การบริหารส่วนตำบลท่าโรงทาน, 2550

ภาคผนวก ง

เอกสารขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล



ลธ 0514.22.1/ 369

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดขอนแก่น 40002

๒๔ มกราคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน นายสมพงษ์ อรุณยะเดชา นายกองค์การบริหารส่วนตำบลลำโรงทาน

ด้วยนางสาวสุนิสา มามาก รหัสประจำตัว 515210005-1 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว แผนก คณะวิทยาการจัดการ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา : บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอลำโรงทาน จังหวัดสุรินทร์" เพื่อให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ คณะวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอให้นักศึกษาขอข้อมูลเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นในการส่งเสริม สนับสนุน ขององค์การบริหารส่วนตำบลลำโรงทานต่อบ้านอาลีโฮมสเตย์ เพื่อประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์มันทนา สามารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น

งานบริการการศึกษา

โทรศัพท์.0-4320-2401 ต่อ 210 โทรสาร.0-4320-2402

ผู้ประสานงาน นางสาวสุนิสา มามาก โทร 08-7241-2917

กรณีพิพัย / เจ้าของเรื่อง



ที่ ศธ 0514.22.1/ 370

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดขอนแก่น 40002

๖๕ มกราคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน นายปรีชา สมชอบ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลลำโรงทาบ

ด้วยนางสาวสุนิสา มามาก รหัสประจำตัว 515210005-1 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว แผนก คณะวิทยาการจัดการ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา : บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอลำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์" เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ คณะวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอให้นักศึกษาขอข้อมูลเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ เพื่อประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์มันทนา สามารถ)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยขอนแก่น

งานบริการการศึกษา

โทรศัพท์.0-4320-2401 ต่อ 210 โทรสาร.0-4320-2402

ผู้ประสานงาน นางสาวสุนิสา มามาก โทร 08-7241-2917

ภรณ์ทิพย์ / เจ้าของเรื่อง



ธ 0514.22.1/ 372

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ตำบลในเมือง อำเภอเมือง
จังหวัดร้อยเอ็ด 40002

๒๔ มกราคม 2554

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในการทำวิทยานิพนธ์

เรียน นายไพฑูรย์ ศิริบูรณ์ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุรินทร์

ด้วยนางสาวสุนิสา มามาก รหัสประจำตัว 515210005-1 นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว แผน ก คณะวิทยาการจัดการ กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการศักยภาพโฮมสเตย์ กรณีศึกษา : บ้านอาลีโฮมสเตย์ อำเภอสำโรงทาบ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อให้การศึกษาครั้งนี้สำเร็จตามวัตถุประสงค์ คณะวิทยาการจัดการ จึงใคร่ขอให้นักศึกษาขอข้อมูลเกี่ยวกับการมีสวนเกี่ยวข้องในการส่งเสริม สนับสนุน ประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวบ้านอาลีโฮมสเตย์ เพื่อประกอบการศึกษาในครั้งนี้ด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา ให้ความอนุเคราะห์ด้วย จักขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์มัณฑนา สามารต)

คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ปฏิบัติราชการแทนอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

งานบริการการศึกษา

โทรศัพท์.0-4320-2401 ต่อ 210 โทรสาร.0-4320-2402

ผู้ประสานงาน นางสาวสุนิสา มามาก โทร 08-7241-2917

กรกฎทิพย์ / เจ้าทองเรือง

ประวัติผู้เขียน

นางสาวสุนิสา มามาก เกิดวันที่ 5 ตุลาคม พ.ศ. 2528 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี
ศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม จากคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เมื่อปีการศึกษา 2547 เข้าศึกษาต่อในระดับมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น เมื่อปีการศึกษา 2551