

รูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา*

Marketing Mix Modeling for Community – Based Tourism, Banprasat Homestay,
Amphoe Non Sung, Nakhon Ratchasima

รศสุคนธ์ ชันคำภาค

Rossukon Khunkumkard

มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

Vongchavalitkul University, Thailand.

Email: rossukon_khon@vu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา และเพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมต่อรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1.หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท ใช้การสัมภาษณ์ ซึ่งมีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 2. ผู้ประกอบธุรกิจบริการ ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิด โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 3. กลุ่มประชาชนท้องถิ่น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง 4. กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ณ โฮมสเตย์บ้านปราสาท เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับแจกแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก

ผลการวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีปัจจัยจูงใจในการมาท่องเที่ยวเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง ส่วนมากเดินทางมาครั้งแรก และเดินทางมาพร้อมเพื่อน การเดินทางส่วนใหญ่มาด้วยรถส่วนตัว และมีแนวโน้มการเดินทางกลับมาอีกแน่นอน ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา พบว่า ด้านบุคลากรมีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านที่น้อยที่สุดคือด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งแนวทางที่เหมาะสมต่อรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท ได้แบ่งออกเป็น 7 ด้าน

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด; การท่องเที่ยวชุมชน; โฮมสเตย์

* ปรับปรุงจากการประชุมวิชาการระดับชาติ MCU Congress II 2561

Abstract

This research are study tourists behavior and satisfaction of Banprasat homestay's marketing mix. To offer guidance for Banprasat homestay. The sample is devide into 4 groups 1.Government department officer, who involve with Banprasat homestay. By using the purposive sampling and interview. 2. Service provider, by using the purposive sampling and open-end question interview. 3. Local people, by using snowball sampling and structure interview. 4. Tourists, who travel in Banprasat homestay, using accidental or convenience sampling and questionnaire survey.

The results are 1. Most of tourists has motivation factor because Banprasat homestay is famous. They travel first time with their friends and they will come back again. 2. The most of tourist's satisfaction is people and the least satisfaction is place. So, the guidance of Banprasat homestay marketing mix has 7 parts.

Keyword: Marketing Mix, Community – Based Tourism, Homestay

บทนำ

จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ที่ได้ให้ความสำคัญกับการใช้ทุนมนุษย์ เน้นย้ำเศรษฐกิจพอเพียง ความสมดุลและยั่งยืนและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ 2555-2559 ซึ่งตั้งวิสัยทัศน์ไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลกสามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554) ทำให้ทิศทางการดำเนินงานพัฒนาสังคมและชุมชนได้มีการชูจุดเด่นวิถีไทยซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยที่ทำให้ประเทศไทยแตกต่างจากประเทศอื่นในประชาคมอาเซียน ซึ่งปัจจุบันหลายหน่วยงานภาคส่วนได้นำเอาการท่องเที่ยววิถีชุมชนและการท่องเที่ยวชุมชนเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างการพัฒนาสังคมของแต่ละจังหวัด รวมทั้งนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐที่มุ่งรักษาและพัฒนาชุมชนเนื่องจากมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและสังคม รวมถึงสถานที่ที่มีความผูกพันทางจิตใจของชนรุ่นหลัง เพื่อเรียนรู้ต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางประวัติศาสตร์

ชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา เป็น 1 ในชุมชนของจังหวัดนครราชสีมา ที่เปิดให้มีการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่มีจุดเด่นทางด้านแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี (พิพิธภัณฑ์เปิด) ซึ่งเป็นแหล่งโบราณคดีที่ขุดแต่งใหม่เป็นแห่งที่ 2 ต่อจากบ้านเชียง และเพื่อให้แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทมีความพร้อมที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2534 ถึง ปี พ.ศ. 2535 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงเริ่มดำเนินการ ปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์และสิ่งอำนวยความสะดวก สร้างอาคารศูนย์บริการข่าวสารนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาทได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเข้าร่วม

กิจกรรม ลักษณะส่วนตัวและเป็นคณะในโครงการต่างๆ จำนวนมากซึ่งงานวิจัยของสุชาติดา วงษ์ชัยภูมิ (2551) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาทในภาพรวมอยู่ในระดับสูงและจากการศึกษาของงานวิจัยของไพจิตร ประดิษฐ์ผล และ มนสิชา เพชรานนท์ (2553) กลับพบว่าประชาชนในชุมชนบ้านปราสาทส่วนมากมีหนี้สิน ซึ่งเป็นทั้งหนี้ส่วนตัวและหนี้ของครัวเรือน ดังนั้นหากมีการพัฒนาการตลาดและการส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว นอกจากจะช่วยกระจายรายได้และทำให้ประชาชนมีรายได้มากขึ้นแล้วยังทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตด้านสังคมดีขึ้นด้วย

ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของคนในชุมชน ควรทำการสำรวจความพร้อมทั้งทางด้านตลาดและทางด้านความพร้อมของชุมชนเพื่อให้มีข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจและเพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้แก่ชุมชนและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา
2. เพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมต่อรูปแบบประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา

วิธีดำเนินการวิจัย

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้แก่

- **หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท** ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) คือ เลือกสัมภาษณ์เฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทในการออกกฎระเบียบ นโยบายและดำเนินการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิดจำนวน 4 คน

- **ผู้ประกอบการธุรกิจบริการ** ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิดจำนวน 4 คน ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์จากกก, หัวหน้ากลุ่มผลิตภัณฑ์จากเส้นใยพืช, หัวหน้ากลุ่มอาชีพทำน้ำพริก, หัวหน้ากลุ่มอาชีพทำขนมไทย

- **กลุ่มประชาชนท้องถิ่น** โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) อาศัยการแนะนำของกลุ่มตัวอย่างที่ได้เก็บข้อมูลไปแล้ว (ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์, 2538) โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สัมภาษณ์ประชาชนที่ทำการเปิดบ้านเป็นโฮมสเตย์ ซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิดจำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้านปราสาทนายเทียม ละลองกลาง, รองประธาน

นายจำลอง ชูชีพ, เลขานุการคณะกรรมการกลุ่มบ้านพักโฮมสเตย์บ้านปราสาทนางสังวาล สัญญาอริยาภรณ์, ฝ่ายประชาสัมพันธ์และประสานงานโฮมสเตย์ นายจรัญ จอมกลาง, กรรมการชนชายไฟโรจน์ แนบกลาง

- **กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ณ โฮมสเตย์บ้านปราสาท** ใช้ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในโฮมสเตย์บ้านปราสาท ปี 2556-2558 เป็นกลุ่มตัวอย่างสำหรับแจกแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญหรือตามความสะดวก โดยเทียบตารางของ Taro Yamane (Yamane, 1973)

- **กลุ่มตัวอย่างสำหรับการสนทนากลุ่ม** ได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการจัดการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา จำนวน 30 คน

เครื่องมือวิจัย

1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบด้วยการสัมภาษณ์เจาะจง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง, กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบริการ, กลุ่มประชากรท้องถิ่น โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างซึ่งมีการกำหนดคำถามในการสัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้าด้วยคำถามปลายเปิดเป็นการสัมภาษณ์เจาะจงเพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเสนอความคิดเห็นได้อย่างเต็มที่และได้ข้อเท็จจริงมากที่สุด

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณได้แก่ แบบสอบถาม โดยใช้แจกกับกลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งแบบสอบถามเป็นแบบปลายปิด และคำถามปลายเปิด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม, พฤติกรรมต่อการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์, ความพึงพอใจต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์ ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา

การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มี 3 วิธี คือ การวิเคราะห์ผลข้อมูลเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์ข้อคำถามของแต่ละกลุ่มตัวอย่างจากการสัมภาษณ์เจาะลึก โดยจัดกลุ่มประเด็นสำคัญในแต่ละตอนที่ใช้ในการสัมภาษณ์ มาบรรยายตามความเป็นจริงของสภาพการดำเนินงาน และวิเคราะห์ผลข้อมูลเชิงปริมาณจากข้อมูลแบบสอบถาม โดยการหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์คำนวณผลทางสถิติสายสังคมศาสตร์ รวมทั้งได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการตั้งสมมติฐาน ด้วยเครื่องมือทดสอบค่าสถิติไคสแควร์ (Chi - Square)

ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างโดยภาพรวมสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 256 คน (ร้อยละ 64) มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี จำนวน 180 คน (ร้อยละ 45) มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 246 คน (ร้อยละ 61.5) ประกอบอาชีพนักศึกษา จำนวน 212 คน (ร้อยละ 53) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ระหว่าง 15,000 – 20,000 จำนวน 352 คน (ร้อยละ 88)

2) พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา
ตารางที่ 1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
ปัจจัยจูงใจในการมาท่องเที่ยว		
- แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	246	61.50
- องค์กร/หน่วยงานมอบหมายให้มา	130	32.50
- ต้องการมาสัมผัสวิถีชีวิตที่แตกต่าง	16	4.00
- อื่นๆ	8	2.00
จำนวนครั้งที่เดินทางมายังโฮมสเตย์บ้านปราสาท		
- ครั้งแรก	212	53.00
- ไม่ใช่ครั้งแรก	188	47.00
จำนวนคนที่เดินทางมาด้วย		
- เดินทางมาคนเดียว	128	32.00
- เดินทางมาพร้อมเพื่อน	256	64.00
- เดินทางมาพร้อมครอบครัว	16	4.00
การเดินทาง		
- รถส่วนตัว	238	59.5
- รถขนส่งโดยสาร	162	40.5
แนวโน้มการเดินทางกลับมาอีก		
- กลับมาแน่นอน	386	96.5
- ไม่แน่ใจ	10	2.5
- ไม่ตอบ	4	1
รวม	400	100

จากตาราง 1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนมากมีปัจจัยจูงใจในการมาท่องเที่ยวเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง (ร้อยละ 61.50) และกลุ่มตัวอย่างส่วนมากเดินทางมาครั้งแรก (ร้อยละ 53.00) และเดินทางมาพร้อมเพื่อน (ร้อยละ 64.00) การเดินทางส่วนใหญ่มาด้วยรถส่วนตัว (ร้อยละ 59.5) และมีแนวโน้มการเดินทางกลับมาอีกแน่นอน (ร้อยละ 96.5)

ตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์ บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา

ที่	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าสถิติ	
		ค่าเฉลี่ย	ค่า S.D.
ด้านผลิตภัณฑ์		4.80	0.39
1	แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	4.63	0.50
2	ที่พักโฮมสเตย์	4.94	0.25
3	กิจกรรมต้อนรับ	4.94	0.25
4	ของที่ระลึก	4.88	0.34
5	คุณภาพของอาหาร	4.81	0.40
ด้านราคา		3.73	0.89
1	ค่าใช้จ่าย	3.73	0.89
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย		3.68	0.74
1	สามารถติดต่อผ่านทางโทรศัพท์	4.08	0.65
2	สามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์/สื่อออนไลน์	3.24	0.79
3	สามารถติดต่อผ่านการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.82	0.77
4	ความสะดวกในการเข้าถึงหมู่บ้าน	3.55	0.86
5	หมู่บ้านมีความปลอดภัย	3.72	0.62
ด้านการส่งเสริมการตลาด		3.39	0.77
1	ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต	3.61	0.74
2	ประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นพับ	3.51	0.76
3	ประชาสัมพันธ์ผ่านสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	3.83	0.82
4	ประชาสัมพันธ์ผ่านการออกบูธ ท่องเที่ยว	3.54	0.75
5	ประชาสัมพันธ์ผ่านป้ายประชาสัมพันธ์	2.49	0.80
ด้านภาพลักษณ์		3.80	0.66
1	การแต่งกายโดยนำภูมิปัญญามาประยุกต์	3.65	0.64

2	ภาษาพูดท้องถิ่น	3.74	0.53
3	การสอนอาชีพให้นักท่องเที่ยว	3.89	0.80
4	สัญลักษณ์และป้ายบอกทาง ตั้งแต่ทางเข้าหมู่บ้าน-บริเวณหมู่บ้าน	3.75	0.68
5	การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน	3.99	0.69
ด้านบุคลากร		4.31	0.63
1	ชาวบ้านในหมู่บ้านมีความอึดยาศัยดี เป็นกันเอง	4.37	0.58
2	ความมีมารยาทและสุภาพ	4.43	0.58
3	ใจรักและเต็มใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว	4.41	0.65
4	ผู้ประกอบการติดต่อมีความพร้อมและอธิบายได้ชัดเจน	4.01	0.74
5	มัคคุเทศก์ท้องถิ่นมีความรู้และสามารถบรรยายให้เห็นภาพ	4.33	0.62
ด้านกระบวนการ		3.86	0.87
1	ความพร้อมในจุดต้อนรับครั้งแรก	3.87	0.77
2	ความพร้อมของที่พักโฮมสเตย์	3.93	0.72
3	ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	3.86	0.87
4	ความพร้อมของกิจกรรมในชุมชน	3.79	0.77
5	ความพร้อมของสถานที่ในการทำกิจกรรมต่างๆ	3.87	0.72
6	กระบวนการติดต่อสอบถามข้อมูลต่างๆ	3.91	0.73
7	กระบวนการจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ	3.82	0.73
ด้านการจัดแพ็คเกจและโปรแกรมท่องเที่ยว		3.62	0.77
1	แพ็คเกจและโปรแกรมท่องเที่ยว	3.62	0.77

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด (\bar{x} = 4.80, S.D. = 0.39) รองลงมา คือ ด้านบุคคล (\bar{x} = 4.31, S.D. = 0.63) ด้านกระบวนการ (\bar{x} = 3.86, S.D. = 0.87) ด้านภาพลักษณ์ (\bar{x} = 3.80, S.D. = 0.66) ด้านราคา (\bar{x} = 3.73, S.D. = 0.89) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (\bar{x} = 3.68, S.D. = 0.74) ด้านการจัดแพ็คเกจและโปรแกรมท่องเที่ยว (\bar{x} = 3.62, S.D. = 0.77) ด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{x} = 3.39, S.D. = 0.77) ตามลำดับ

2. แนวทางที่เหมาะสมต่อรูปแบบประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์ บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา

ด้านผลิตภัณฑ์ : โดยรวมจากการสำรวจ พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านปราสาท มีความพร้อมที่ดีมาก แต่สิ่งที่จะต้องดำเนินการเพื่อให้สังคมเป็นที่จดจำและสามารถสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้น ได้แก่ ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ดังนั้นควรมีการออกแบบโลโก้ที่ดึงเอาความเป็นบ้านปราสาทมาใช้

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : ควรมีการเพิ่มช่องทางสามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์ เช่น การจัดทำเว็บไซต์ของชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท มีการอัปเดตกิจกรรมหรือข่าวสารต่างๆที่ทันสมัย ซึ่งปัจจุบันสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญเป็นอย่างมากในการพัฒนาสังคมในชุมชนท้องถิ่น

ด้านการส่งเสริมการตลาด : ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เว็บไซต์ของหน่วยงานที่ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว หรือทางการท่องเที่ยวชุมชน (CBT) และการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านปราสาทที่สามารถเห็นได้ชัดเจนและจัดทำแผ่นพับรายละเอียดข้อมูลของชุมชน รวมถึงโปรแกรม ค่าใช้จ่ายต่างๆ ไว้ตามสถานที่ให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ข้อมูล

ด้านภาพลักษณ์ : ควรมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้หรือออกแบบการแต่งกายที่เน้นวิถีชีวิตสังคม เช่น การใส่ผ้าถุงในงานพิธีหรือกิจกรรมต่างๆ และควรมีการจัดทำคู่มือภาษาท้องถิ่นเพื่อเป็นการนำเสนอและเผยแพร่ พร้อมทั้งเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นที่เป็นลายลักษณ์อักษร สอดคล้องกับงานวิจัยของ กุณฑลทิพย์ พาณิชภักดิ์ (2556) ได้เสนอแนะในงานวิจัยว่า การอยู่รอดอย่างยั่งยืนต้องเกิดจากพลังของชุมชนเอง โดยควรต้องมีการเสริมสมรรถนะของชุมชนในทุกด้าน ดังที่เป็นข้อเสนอแนะจากการสังเคราะห์องค์ความรู้เศรษฐกิจพอเพียงโดยสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน โดยควรต้องมีการเชื่อมโยงกิจกรรมพัฒนาตั้งแต่การประกอบอาชีพ ที่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ให้เกิดเป็นธุรกิจชุมชนที่ใช้วัฒนธรรม ภูมิปัญญาของชุมชน นำไปสู่การพึ่งตนเอง

ด้านบุคลากร : ควรมีการผลักดันบุคลากรของชุมชนให้เกิดความเชี่ยวชาญในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของการจัดอบรมเกี่ยวกับแนวทางในการเพิ่มทักษะต่างๆ อาทิ ทักษะทางภาษาต่างประเทศ และการจัดอบรมเกี่ยวกับขั้นตอนในการประสานงานติดต่อของคนในชุมชน

ด้านกระบวนการให้บริการ : คณะกรรมการชุมชนควรมุ่งเน้นการประชุมในแต่ละฝ่ายงานเพื่อรายงานความคืบหน้ารวมทั้งการประสานงานกันอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นงานจนถึงสิ้นสุดการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อก่อให้เกิดความราบรื่นในการให้บริการ

ด้านการจัดแพ็คเกจและโปรแกรมท่องเที่ยว : ปัจจุบันชุมชนบ้านปราสาทมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสวิถีชีวิตชุมชน โดยมีการทำงานของรูปแบบ “ชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ที่พักทางวัฒนธรรม) แหล่งโบราณคดีบ้านปราสาท” ดังนั้นควรมีการจัดกิจกรรมการต้อนรับและการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น จัดโปรแกรมท่องเที่ยวทางโบราณคดีซึ่งอาจมีการร่วมมือระหว่างอุทยานประวัติศาสตร์พิ

มายและปราสาทพนมวันเพื่อให้เห็นความเปลี่ยนแปลงของศิลปะในแต่ละยุคของอาณาจักรขอม รวมทั้งเชื่อมโยงชุมชนใกล้เคียงเพื่อกระจายรายได้ทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะส่งผลให้ชุมชนโดยรอบเกิดการตระหนักถึงการอนุรักษ์วัฒนธรรมสังคมดั้งเดิมของตนเองสอดคล้องกับผลการวิจัยของศุภมาศ ศิลาน้อย (2557) พบว่า การกระจายรายได้สู่ชุมชนควรมีการสนับสนุนส่งเสริม ให้มีการจัดการประชุมหรือดาเนินกิจกรรม ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นหรือชุมชนต่างๆ โดยการสลับหมุนเวียนกันไปในแต่ละชุมชนท้องถิ่นเพื่อเป็นการ แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ทั้งยังเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกของคนในท้องถิ่นหรือชุมชนให้หันมาให้ความสำคัญ ในการร่วมกันจัดการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและสอดคล้องกับงานวิจัยของสำราญ สระอุณ (2554) ที่สรุปงานวิจัย ว่ากระบวนการเคลื่อนไหวทางสังคมที่เหมาะสมในการพัฒนา คือ การจัดพบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภูมิปัญญา ระหว่างเกษตรกรกับเกษตรกร การจัด“ของฝากจากเพื่อนบ้าน” เพื่อรื้อฟื้นวัฒนธรรมการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การ สร้างความสัมพันธ์ฉันท์เพื่อนพ้อง วิธีการนี้ได้ส่งผลให้เกิดแรงกระตุ้นที่ได้เห็นแบบอย่างจากบ้านเกษตรกร รายอื่นและแรงกระตุ้นจากการจะต้องเป็นเจ้าภาพในการต้อนรับการศึกษาดูงานของสมาชิกและเกิดการเพิ่ม ทุนทางสังคม เพิ่มทุนมนุษย์ เกิดวัฒนธรรมดีงามในความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่และช่วยเหลือกัน

สรุปผลการวิจัย

1. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยว ชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาเรียนรู้วิถีสังคมของชุมชนบ้านปราสาท ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ส่วนใหญ่มีปัจจัยจูงใจมาจาก แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง ส่วนมากเดินทางมาครั้งแรกและเดินทางมาพร้อมเพื่อน ส่วนความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ. นครราชสีมา มีความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ มากที่สุดในส่วนของที่พักโฮมสเตย์และกิจกรรมต้อนรับ รongลงมา คือ ด้านบุคคล คือ ความมีมารยาทและสุภาพ, ด้านกระบวนการ คือ ความพร้อมของที่พักโฮมส เตย์, ด้านภาพลักษณ์ คือ การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในชุมชน, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย คือ สามารถติดต่อผ่านทางโทรศัพท์, ด้านการส่งเสริมการตลาด คือ การประชาสัมพันธ์ผ่านสำนักงานการ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตามลำดับ

2. แนวทางที่เหมาะสมต่อรูปแบบประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวชุมชนโฮมสเตย์บ้าน ปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา แบ่งออกเป็น 7 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ : คือการออกแบบตราสินค้าของ ผลิตภัณฑ์มาใช้, ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย : ควรมีการเพิ่มช่องทางสามารถติดต่อผ่านทางเว็บไซต์, ด้าน การส่งเสริมการตลาด : ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์และการจัดทำป้ายประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยวชุมชนบ้านปราสาทที่สามารถเห็นได้ชัดเจนและจัดทำแผ่นพับรายละเอียดข้อมูลของชุมชน, ด้าน ภาพลักษณ์ : ควรมีการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้หรือออกแบบการแต่งกายที่เน้นวิถีชีวิตสังคม,

ด้านบุคลากร : ควรมีการผลักดันบุคลากรของชุมชนให้เกิดความเชี่ยวชาญในการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการการท่องเที่ยว ทั้งในด้านของการจัดอบรมเกี่ยวกับแนวทางในการเพิ่มทักษะต่างๆ, ด้านกระบวนการให้บริการ : คณะกรรมการชุมชนควรมุ่งเน้นการประชุมในแต่ละฝ่ายงานเพื่อรายงานความคืบหน้ารวมทั้งการประสานงานกันอย่างต่อเนื่องตั้งแต่กระบวนการเริ่มต้นงานจนถึงสิ้นสุดการให้บริการการท่องเที่ยว, ด้านการจัดแพ็คเกจและโปรแกรมท่องเที่ยว : ควรมีการจัดกิจกรรมการต้อนรับและการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น จัดโปรแกรมท่องเที่ยวทางโบราณคดีกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงเพื่อกระจายรายได้ในการพัฒนาสังคม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาเส้นทางทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียงเพื่อให้เกิดความหลากหลายและสอดคล้องกับชุมชนและกลุ่มนักท่องเที่ยว
2. ควรมีการศึกษาถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวบ้านปราสาท เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนควบคู่ไปกับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559*. (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อ 25 กรกฎาคม 2559, จาก http://www.tica.or.th/images/plan_tourism2555-2559/2555-2559.pdf
- กฤษณทิพย์ พาณิชศักดิ์. (2554). *ชุมชนคนทำถ่านกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง : กรณี บ้านเขายี่สาร อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสงคราม*. ในรายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยแห่งชาติ 2554 ด้านปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (141-152). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
- ไพจิตร ประดิษฐ์ผล และมนสิชา เพชรานนท์. (2553). *คุณภาพชีวิตในชุมชนท่องเที่ยวโฮมสเตย์ กรณีศึกษา โฮมสเตย์บ้านปราสาท อ.โนนสูง จ.นครราชสีมา*. ค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2557 <http://arch.kku.ac.th/journal/wp-content/uploads/2012/06/09-53.pdf>
- ศุภมาศ ศิลาน้อย. (2557). *แนวทางการส่งเสริมตลาดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนเกาะยอ อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา*. ในรายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ครั้งที่ 3 : 2557 (207-214). ภูเก็ต : มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต.
- ศิริลักษณ์ สุวรรณวงศ์. (2538). *ทฤษฎีและเทคนิคการสุ่มตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- สุชาติา วงษ์ชัยภูมิ. (2551). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนบ้านปราสาท อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- Yamane, T. (1973). *Statistic: An Introductory Analysis*. New York: Harper and Row.