



ชื่อผู้จัดทำรายงาน  
ร.ร. ๒๖ ๑ คศ. ๒๒

๒๕ ม.ค. ๒๕๖๓

## รายงานการวิจัย

รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

The Model for Managing Cultural Community Flea Markets for Tourism

Khao Khao Sub-district, La-ngu District, Satun Province



สำนักงานวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

หัวหน้าโครงการวิจัย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์

ผู้ร่วมวิจัย

นายศดานนท์ วัตตธรรม



รายงานวิจัยฉบับนี้ได้รับเงินอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้

(เงินบำรุงการศึกษา) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเล่มนี้ ได้ดำเนินการสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยการได้รับอนุมัติเงินอุดหนุนการวิจัย จากงบประมาณเงินรายได้ (เงินบำรุงการศึกษา) มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา เพื่อให้คณะผู้วิจัยได้มี โอกาสศึกษาประเด็นที่มีความสนใจ ขอขอบพระคุณคณะกรรมการ และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ที่ผลักดัน สนับสนุน ตรวจสอบความถูกต้องของประเด็นเนื้อหา ให้ข้อคิดเห็นในการปรับแก้ ความถูกต้องของงานวิจัยตลอดระยะเวลาในการศึกษาในครั้งนี้

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ประมาณ เทพสงเคราะห์ ที่ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาใน งานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งได้รับคำชี้แนะและแนวทางการจัดทำงานวิจัยเพื่อไปสู่ความสำเร็จ

ขอขอบคุณ คุณราเหม หลีหุ่น ผู้ประสานงานในพื้นที่ในการช่วยอำนวยความสะดวก แก่คณะผู้วิจัยในทุก ๆ เรื่อง และขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตัวแทนชุมชนของตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล และนักท่องเที่ยว ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่าต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ให้เกิดความครบถ้วน ครบคลุม และสมบูรณ์

ขอขอบคุณผู้ช่วยนักวิจัยทุกท่าน ที่ให้ความช่วยเหลือในการเก็บและรวบรวมข้อมูล และ บันทึกข้อมูล ด้วยความตั้งใจ ใส่ใจ และช่วยเหลือด้วยดีเสมอมา ทำให้คณะผู้วิจัยสามารถวิเคราะห์ ผลได้ตามช่วงเวลาที่ตั้งใจไว้ ตลอดจนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องจากสำนักงานคนบตี คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ที่ให้ความช่วยเหลือในการติดต่อประสานงาน และจัดการเรื่อง เอกสารให้เป็นอย่างดี

คุณประโยชน์ใด ๆ อันพึงมีจากงานวิจัยเล่มนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน และ ผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จที่เกิดขึ้น ตลอดจนผู้ที่มีความปรารถนาที่จะเห็นถึงการพัฒนาท้องถิ่น บนพื้นฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านกระบวนการจัดการท่องเที่ยวด้วยชุมชนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ต่อไป

รัชพงษ์ ชัชวาลย์

ศदानนท์ วัตตธรรม

กรกฎาคม 2562

เลข Bib#	1145920
วันที่	14 ธ.ค. 2563
เลขเรียกหนังสือ	338.491.1

5 117.5

ชื่องานวิจัย      รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว  
                                 ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ผู้วิจัย              ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์  
                                 นายศदानนท์ วัตตธรรม

คณะ                  มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ปี                      2561

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณควบคู่การวิจัยเชิงคุณภาพ มีกระบวนการศึกษาประกอบด้วย การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า มีปัจจัยด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ และด้านการควบคุม ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก สำหรับการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่าชุมชนมีศักยภาพด้านการเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีที่ตั้งอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสตูล และประชาชนในพื้นที่มีความต้องการในการพัฒนาให้เป็นตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าควรมีการเตรียมความพร้อมให้ประชาชนในพื้นที่ด้วยการมีส่วนร่วม มีการวางแผนการดำเนินงานและการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน ตลอดจนการประเมินคุณภาพการดำเนินงานที่สร้างการเรียนรู้ในการปรับปรุงและพัฒนา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

**Research Title** The Model for Managing Cultural Community Flea Market for Tourism  
Khao Khao Sub-district, La-ngu District, Satun Province

**Researchers** Dr.Rutchapong Chatchawan  
Mr.Sadanon Wattatham

**Faculty** Faculty of Humanities and Social Sciences

**Year** 2018

### ABSTRACT

This research, The model for managing cultural community flea market for tourism Khao Khao Sub-district, La-ngu District, Satun Province, aimed to study the behavior and needs of tourists in establishing the cultural community flea market for tourism, the components of the management of the cultural community flea market for tourism, and to present the management model of the cultural community flea market for tourism. This integrated research study consisted of quantitative research in conjunction with qualitative research. There was a study process consisting of study of behavior and needs of tourists in establishing a cultural community market for tourism. The results showed that there were four factors; product, price, place, promotion. All factors were at a high level. The research also studied about people's opinions in the area towards the management of cultural community markets for tourism The results showed that there were four factors; Planning, Organizing, Leading, Controlling. All factors were at a high level. For SWOT analysis to assess the community potential of Khao Khao Sub-district, La-ngu District, Satun Province, and in-depth interviews with relevant parties, the results showed that the community has the potential to be a fertile agricultural source locating near the main tourist attractions of Satun Province. Moreover, the people in the area needed to develop into a cultural community market for tourism. For the study of the model for managing cultural community flea market for tourism, the results revealed that the local people should be prepared themselves in participating. There were an operational plan and the establishment of an operational committee as well as evaluating the quality of operations that created learning for improvement and development providing quality products and services to impress tourists.



# สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
ABSTRACT.....	ข
สารบัญตาราง.....	จ
สารบัญภาพประกอบ.....	ช
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย.....	3
3. คำถามการวิจัย.....	3
4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	3
5. ขอบเขตของการวิจัย.....	4
6. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>6</b>
1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	6
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	15
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	29
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ.....	43
5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	49
6. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว.....	58
7. บริบทพื้นที่ ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล.....	60
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	65
9. กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	77
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>78</b>
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	78
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	81

## สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ.....	83
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	85
5. การวิเคราะห์ข้อมูล.....	86
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>88</b>
1. ผลการวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล.....	88
2. ผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล.....	97
3. ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเขาขาว อำเภอละงูจังหวัดสตูล.....	104
4. ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการ ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล.....	108
5. รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสม กับบริบทของพื้นที่ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล.....	116
<b>บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>118</b>
1. สรุปผลการวิจัย.....	118
2. อภิปรายผล.....	122
3. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย.....	126
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>129</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>139</b>
<b>ประวัติผู้เขียน.....</b>	<b>174</b>

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงรายละเอียดของค่าคะแนนเต็มในแต่ละองค์ประกอบ.....	25
2. แสดงตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 1.....	26
3. แสดงตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 2.....	26
4. แสดงระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม.....	27
5. แสดงระบบการท่องเที่ยว.....	51
6. แสดงจำนวนประชากร ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล.....	62
7. แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว.....	88
8. แสดงจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวและความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยว.....	90
9. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวม.....	93
10. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์.....	93
11. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านราคา.....	94
12. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	95
13. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	96
14. แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มประชาชนในพื้นที่.....	97
15. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวม.....	99
16. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการวางแผน.....	99
17. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการจัดองค์การ.....	101

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
18. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชน ในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการนำ และบทบาทผู้นำ.....	102
19. แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชน ในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการควบคุม.....	103



## สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1. แสดงรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยว.....	50
2. แนวคิดการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว.....	52
3. บทบาทของภาคีที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว.....	53
4. กระบวนการวางแผนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	54
5. รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน.....	55
6. กรอบแนวคิดการวิจัย.....	77
7. รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล.....	117



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลก ซึ่งในปี 2558 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกมีมูลค่ากว่า 7.86 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือร้อยละ 9.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศทั่วโลก (Gross Domestic Product : GDP) ในส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้นได้สร้างรายได้กว่า 2.23 ล้านล้านบาท มีมูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 17 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังคงมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และอัยาศัยไมตรีของคนไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum ได้จัดอันดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและขีดความสามารถของประเทศไทย ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมระดับโลก ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ กอปรกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสถานการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ตลอดจนต้องวางแผนการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อเป็นการรักษาและพัฒนาขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564) ได้กำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวไทยไว้ว่า “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพชั้นนำของโลกที่เติบโตอย่างมีคุณภาพบนพื้นฐานความเป็นไทย เพื่อส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน” โดยมียุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวและสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการเสริมความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหาร

จัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยแผนการพัฒนากการท่องเที่ยว ฉบับที่ 2 นี้ ได้มุ่งเน้นการกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนากการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ การพัฒนากการท่องเที่ยวใน ขนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอีกด้วย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

จังหวัดสตูลเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลาย มีอัตลักษณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ดึงดูดใจ จังหวัดสตูลจึงได้มีการกำหนดแผนพัฒนาจังหวัดสตูล 4 ปี (พ.ศ. 2561 - 2564) โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดให้เป็น “เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานธรณีโลก มีเศรษฐกิจมั่นคง สังคม น่าอยู่สันติ สุขยั่งยืน และเป็นประตูสู่อาเซียน” และได้กำหนดประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ คือ “การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว การเกษตร และการค้าสู่อาเซียน” โดยที่เป็นการสร้างมูลค่าจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพให้เติบโตเป็นเมืองน่าอยู่ น่าเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชนและจังหวัด สำหรับเมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นเป้าหมายการพัฒนา คือเป็นการพัฒนากการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อในแหล่งธรรมชาติ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (สำนักงานจังหวัดสตูล, 2561)

ตำบลเขาขาว มีฐานะเป็นตำบลหนึ่งในอำเภอละงู จังหวัดสตูล ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอละงู ระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร และห่างจากศาลากลางจังหวัดสตูลประมาณ 60 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 39.15 ตารางกิโลเมตร หรือ 24,471.25 ไร่ มีอาณาเขตทิศเหนือติดกับตำบลกำแพง และตำบลน้ำผุด อำเภอละงู จังหวัดสตูล ทิศตะวันออกติดกับตำบลละงู อำเภอละงู และตำบลนิคมพัฒนา อำเภอมะนัง จังหวัดสตูล ทิศใต้ติดกับตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล และทิศตะวันตกติดกับตำบลกำแพง อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยตำบลเขาขาวมีประชากรทั้งสิ้น 6,478 คน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น การทำสวนยางพารา ปาล์มน้ำมัน สวนผลไม้ และการทำนา จึงถือได้ว่าตำบลเขาขาวเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ของจังหวัดสตูล แต่ประชากรมีรายได้ต่อครัวเรือนอยู่ในเกณฑ์พอใช้ (องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว, 2557) เนื่องจากตำบลเขาขาวยังขาดตลาดเพื่อการจำหน่ายสินค้าและผลผลิตทางการเกษตร และมีแหล่งท่องเที่ยวที่จำกัดทำให้ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนและไม่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

จากสถานการณ์และปัญหาดังกล่าว ทำให้ชาวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีความประสงค์ในการดำเนินการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถเป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของ

จังหวัดสตูลที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสตูลนำไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จะสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่อย่างยั่งยืน แต่การดำเนินการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของตำบลเขาขาว ยังขาดรูปแบบในการจัดการ ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ตระหนักถึงปัญหาดังกล่าว กอปรกับมหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลาซึ่งมีภารกิจสำคัญในการพัฒนาท้องถิ่น จึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ที่มุ่งเน้นในการพัฒนารูปแบบการจัดการ ในโครงการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล” ภายใต้แผนงานการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล โดยการวิจัยในครั้งนี้ถือเป็นการใช้การศึกษาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรมที่จะสามารถพัฒนาท้องถิ่นให้มีความยั่งยืนต่อไป

## 2. คำถามการวิจัย

2.1 นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล จังหวัดสตูล เป็นอย่างไร

2.2 องค์ประกอบในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีอะไรบ้าง

2.3 รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล จังหวัดสตูล ควรเป็นอย่างไร

## 3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

3.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

3.3 เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล จังหวัดสตูล

## 4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล เพื่อนำไปสู่การเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ดังนั้นผลที่คาดว่าจะได้รับจากงานวิจัยนี้ ได้แก่



4.1 รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล อย่างยั่งยืน

4.2 แนวทางในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่อื่น ๆ ที่มีความสนใจและมีบริบทที่คล้ายคลึงกับตำบลเขาขาวได้นำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

## 5. ขอบเขตของการวิจัย

### 5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้พื้นที่ในตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

### 5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาองค์ประกอบในการจัดการ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งความคิดเห็นจากนักวิชาการในพื้นที่ทางด้านการจัดการท่องเที่ยว และการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบริบทในพื้นที่

### 5.3 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

#### 5.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ ได้แก่

- 1) ผู้บริหาร และบุคลากรที่เกี่ยวข้องในองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว
- 2) ผู้นำชุมชน และประชาชนทั่วไปในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว
- 3) ผู้นำกลุ่มอาชีพ วิสาหกิจชุมชน
- 4) ผู้นำทางศาสนา และปราชญ์ชุมชนในพื้นที่

#### 5.3.2 กลุ่มนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล

#### 5.3.3 หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่

- 1) หน่วยงานภาครัฐ เช่น จังหวัดสตูล พัฒนาชุมชนจังหวัดสตูล ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสตูล
- 2) หน่วยงานภาคเอกชน เช่น ประธานสมาพันธ์ SMEs สตูล
- 3) สถาบันการศึกษา และนักวิชาการ

## 6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมในสิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน ได้รับความรู้จากการศึกษา จากความเชื่อ ความศรัทธา ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของทุกภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6.2 ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึงสถานที่จัดกิจกรรมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่งเชื่อมโยงไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์และฟื้นฟู ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และสิ่งแวดล้อม

6.3 การจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการดำเนินงานเพื่อการจัดการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อาทิ การวางแผนดำเนินการ การจัดองค์การ การนำหรือบทบาทของผู้บริหาร และการควบคุมด้านทรัพยากรรวมทั้งเป้าหมายการดำเนินการในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

6.4 องค์กรประกอบในการจัดการ หมายถึงการวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และการควบคุมที่มีความสำคัญและส่งผลต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

6.5 รูปแบบการจัดการ หมายถึงแนวคิดในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งนำเสนอในลักษณะรูปแบบผังการเชื่อมโยงองค์กรประกอบและกระบวนการในการจัดการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษา ซึ่งมีทั้งหมด 8 ประเด็น ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
4. แนวคิดและทฤษฎีด้านการจัดการ
5. แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
6. แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว
7. บริบทพื้นที่ศึกษาตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

##### 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) เริ่มก่อตัวขึ้นและเติบโตควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการทำงานในระดับพื้นที่ของโครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (REST) ซึ่งในช่วงดังกล่าวมีการเรียกการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่หลากหลายชื่อ อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยว สีเขียว เป็นต้น ภายหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 รัฐบาลไทยได้ใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยประกาศให้ปี 2541 - 2542 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) และในปี 2544 ก็ได้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ซึ่งเป็นโครงการที่ชุมชนได้มีการผลิตสินค้าและบริการของชุมชนที่จะเป็นการหนุนเสริมการท่องเที่ยวเช่นกัน ต่อมาในปี 2545 การท่องเที่ยวได้ลงสู่ชุมชนในหลากหลายรูปแบบ และในปี 2547 มีการกำหนดมาตรฐานโฮมสเตย์ หรือเรียกชื่ออย่างเป็นทางการว่า “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” และปัจจุบันหากให้ชุมชนนิยามตนเองว่ามีชื่อเรียกในการดำเนินการท่องเที่ยวของตนว่าชื่ออะไร พบว่ามีชื่อเรียกที่ได้รับความนิยมในกลุ่มชุมชนที่ดำเนินการการท่องเที่ยว อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (จิราภรณ์ แก้วมณี, 2557)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น พงนา สวนศรี (2546) มีความเห็นว่า เจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือเป็นการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนเพื่อ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนและมองการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม โดยให้ความสำคัญ กับการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง สอดคล้องกับ สินธุ์ สโรบล (2546) ซึ่งได้เสนอว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทาง และลักษณะการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นไปตามที่ชุมชนได้กำหนดไว้ โดยให้ความสำคัญถึงความยั่งยืน ของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชน และ รชพร จันท์สว่าง (2546) ก็ได้ให้ความหมายของการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าเป็น การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นชุมชน โดยมีพื้นฐานสำคัญ คือการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนช่วยในการ กระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนด้วยการสร้างงานและกระจายรายได้ ขณะเดียวกันก็ช่วยในการอนุรักษ์ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตน ขณะที่ ชมพูนุช โมราชาติ (2551) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่าง วัฒนธรรมบนพื้นฐานของต้นทุนทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการบริหารจัดการโดย ชุมชนและเพื่อชุมชน ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คนในชุมชนต้อง เข้ามามีส่วนร่วมและเป็นผู้มีบทบาทหลักในการจัดการ ควบคุม ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อ ประโยชน์ของชุมชนเอง รวมทั้ง จิราภรณ์ แก้วมณี (2557) ก็ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวโดย ชุมชนว่า เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เน้นถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม ดำเนินการโดยชุมชน ชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและเป็นผู้มีส่วนได้เสียจากการท่องเที่ยว รวมถึงมี ลักษณะเหมือนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เน้นในเรื่องของสิ่งแวดล้อม

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยวโดยชุมชน” หมายถึงการจัดการท่องเที่ยว ที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางและวางแผนปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อเป็นกรอบในการบริหารจัดการและ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยตั้งอยู่บนหลักการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีความยั่งยืน พร้อมทั้งเป็นการสร้างการเรียนรู้ ให้แก่นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน

## 1.2 หลักการและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่มีลักษณะของการแย่งชิงการใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมของชุมชน หากแต่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของอัตลักษณ์ความเป็นชุมชนด้วยการใช้เทคโนโลยีในชุมชนเท่าที่จำเป็น และต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับคนในชุมชน เพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีหลักการสำคัญ ได้แก่ (Fennell, 1999)

- 1) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมายังครอบครัวของสมาชิกในชุมชนในฐานะเปิดให้เป็นที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ โดยไม่ต้องผ่านนายหน้าใด ๆ อันจะเป็นการสร้างรายได้ทางตรงให้แก่คนในชุมชน
- 2) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริงไม่ว่าจะเป็น การสร้างสาธารณูปโภคและการยกระดับความเป็นอยู่ที่ยั่งยืน “เพื่อสมาชิกในชุมชน” ไม่ใช่เพื่อนักท่องเที่ยว
- 3) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนอันเนื่องมาจากความพยายามนำความทันสมัยแบบตะวันตกเข้ามาสู่ชุมชน
- 4) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกในการเคารพและรักษาสิ่งแวดล้อม สังคม ตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชนให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว
- 5) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีงาม ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ที่ล้วนอยู่ภายใต้ขนานวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวชุมชนต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สอนให้นักท่องเที่ยวเคารพในความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่มองว่าใครเจริญกว่าและใครด้อยกว่า

นอกจากนี้หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นไปเพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดยืนของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยมีหลักการสำคัญ ดังนี้ (พจนานา สวนศรี, 2546)

- 1) ชุมชนเป็นเจ้าของ
- 2) ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการตัดสินใจและกำหนดทิศทาง
- 3) ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
- 4) ยกระดับคุณภาพชีวิต
- 5) ความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม

- 6) คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 7) ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
- 8) เคารพวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
- 9) เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
- 10) มีการกระจายรายได้สู่สาธารณะประโยชน์ของชุมชน

ดังนั้นการที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการสำคัญข้างต้นนั้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่เห็นถึงความแตกต่างของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวในลักษณะทั่วไป เพื่อสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจต่อบทบาทของชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสืบสานวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน

สำหรับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1) ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 2) องค์กรชุมชน 3) การจัดการ และ 4) การเรียนรู้ ซึ่งมีรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้ (พจนานุกรม, 2546)

- 1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม คือชุมชนนั้นมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิถีชีวิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 2) ด้านองค์กรชุมชน คือชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีปราชญ์หรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ซึ่งชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
- 3) ด้านการจัดการ คือมีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน
- 4) ด้านการเรียนรู้ คือลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการเรียนรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

### 1.3 กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นลักษณะของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนและผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว ในการที่จะร่วมกันตระหนักถึงคุณค่าและนำไปสู่การร่วมกันดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกัน พร้อมทั้งยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

1) องค์ประกอบด้านศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ องค์ประกอบที่สำคัญคือ คน ที่จะต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงในชุมชนของตน ด้วยการสร้างวัฒนธรรมการเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานของตน และมีการยกย่องเชิดชูผู้ที่มีความสามารถหรือปราชญ์ชุมชน และการให้ทุกคนได้มีโอกาสเสนอความเห็นร่วมกันในการกำหนดแนวทางกลยุทธ์ของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย 1) การกำหนดและแบ่งปันวิสัยทัศน์ คุณค่า กลยุทธ์ ซึ่งตัวแทนของชุมชนจะต้องสามารถเข้าร่วมรับฟัง เสนอความเห็นในการกำหนดแผนเชิงกลยุทธ์ตั้งแต่ต้น เพื่อให้แน่ใจว่าทุกคนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจอนาคตของชุมชน 2) การเข้าถึงข้อมูลของคนในชุมชน เพื่อให้การทำงานของชุมชนมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ประชาชนหรือตัวแทนชุมชนจะต้องสามารถเข้าถึงข้อมูลพื้นฐาน และข้อมูลที่มีความจำเป็นเฉพาะเจาะจงได้ และสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นได้โดยตรง 3) การฝึกอบรม ชุมชนจะต้องมีการฝึกอบรมเพิ่มทักษะความรู้ความสามารถให้กับทุกคนที่เกี่ยวข้อง ตรงตามวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้งาน และจะต้องมีการติดตามประเมินผลผู้เข้าร่วมอบรมว่าผลจากการอบรมแล้ว ผู้เข้าร่วมมีประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้นอย่างไร และควรมีการยกย่องเชิดชูผู้เข้าอบรมที่ดีเด่น สิ่งสำคัญคือต้องมีการจัดฝึกอบรมและทดสอบทักษะความสามารถของคนในชุมชนอย่างต่อเนื่อง 4) การสร้างวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์และการเปิดโอกาสให้กับคนรุ่นใหม่ การสร้างวัฒนธรรมแห่งความคิดสร้างสรรค์สำหรับคนรุ่นใหม่ สิ่งนี้ถือเป็นหัวใจสำคัญมากของการพัฒนาบุคลากรและการเพิ่มศักยภาพของคนในชุมชน เพราะการที่ชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ต้องมาจากการที่คนในชุมชนมีความสามารถสูง มีความคิดสร้างสรรค์ และได้นำศักยภาพที่ซ่อนอยู่ออกมาใช้งานอย่างเต็มที่

2) องค์ประกอบด้านศักยภาพของพื้นที่ หมายรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหน เห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตนเอง สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดพื้นฐาน ทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย

3) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นเรื่องไม่ยักนักที่จะทำอะไรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเกิดความยั่งยืนและสมดุลในคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) ได้ ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือ จากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชน ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการ กระจายและจัดสรรรายได้อย่างไร

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม กล่าวคือการทำที่ประชาชนหรือผู้ที่ เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้เสียได้มีการแสดงทัศนะผ่านการสื่อสาร การพูดคุย การสื่อความคิดเห็น การอภิปราย รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิชาการ ท้องถิ่น การร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการทำงาน ร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนด้านต่าง ๆ เพื่อให้คนในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม ดังนั้น กระบวนการมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจจึงเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนา ซึ่งไม่ได้ หมายความว่าให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาของรัฐตามที่รัฐกำหนด แต่หมายถึงการให้ ประชาชน กลุ่มชุมชน ร่วมกันคิดและตัดสินใจกำหนดทิศทางของชุมชนและร่วมปฏิบัติตามแผนของ ชุมชน และรับประโยชน์ร่วมกัน แต่อย่างไรก็ตามหากมีองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมที่สามารถ เอื้ออำนวยให้ทุกคนคิดและแสดงออกโดยอิสระก็จะเกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทั้งยังก่อให้เกิด ความรู้ใหม่ และก่อให้เกิดพลังที่จะนำชุมชนไปสู่ความสำเร็จหรือบรรลุเป้าหมายของชุมชนร่วมกัน

5) องค์ประกอบด้านผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งทุก อย่างที่ดำเนินการย่อมส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งสิ้น โดยผลกระทบมีทั้งด้าน บวก และด้านลบ ดังนี้ 1) ผลกระทบในทางบวก ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพา ตนเอง คิดเป็นทำเป็นมีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนาและเกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีการรวมตัวกันสร้าง ความเข้มแข็งในชุมชนนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามความคาดหวังและพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้ เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม และด้าน สิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวบรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ให้เกิดความรักความภาคภูมิใจในมีความรู้สึกเป็น



เจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้จากการทำงานร่วมกันในที่สุด และ 2) ผลกระทบในด้านลบ ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนตั้งแต่การเกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ จำนวนขยะที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ หรือปัญหาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม อาทิ การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยว และอาจจะสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเกินไป

ทั้งนี้ก่อนที่ชุมชนจะเปิดต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้องรู้และตระหนักถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชนซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนาท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการทำงานด้านการเตรียมความพร้อมของชุมชน ดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

ขั้นที่ 1 การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชน ในการพิจารณาทั้งด้านบวกและด้านลบของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มสนใจ

ขั้นที่ 2 สร้างการมีส่วนร่วม เป็นการดึงเอากลุ่มที่สนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนและกลุ่มองค์กรต่าง ๆ ในชุมชน เช่น กลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี กลุ่มออมทรัพย์ ผู้นำที่เป็นทางการ และผู้นำทางธรรมชาติมาพูดคุยเรื่องผลกระทบทั้งด้านผลดี-ผลเสีย เพื่อให้ได้ร่วมกันตัดสินใจร่วมกัน

ขั้นที่ 3 ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อศึกษา การสำรวจทางกายภาพ คือการทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดินทำกิน) และแผนที่รอบหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนและทรัพยากรธรรมชาติ) ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชนกับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว และศึกษากลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งผล การศึกษานี้จะทำให้เห็นศักยภาพและข้อจำกัดของชุมชนร่วมกัน

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันทั้งในด้านศักยภาพ ข้อจำกัด โอกาส และความเสี่ยง ในขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้มองเห็นได้ด้วยตนเอง และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

ขั้นที่ 5 ร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขปัญหาจุดอ่อน เช่น รวบรวมองค์ความรู้ซึ่งแต่ละชุมชนจะมีความแตกต่างกันออกไปมีเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่นบางชุมชนมีลักษณะเด่นด้านการพัฒนาชุมชน บางชุมชนมีลักษณะเด่นเรื่องการจัดระบบนิเวศน์ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันดึงเอกลักษณ์ให้เห็นร่วมกัน ก่อนนำสู่การเผยแพร่ออกไป

ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้อง ปลอดภัย ไม่ทำลายระบบนิเวศเดิมมากนัก เช่น การปรับทางเดินเข้าป่า ปรับปรุงบ้านพักและความสะอาดภายในชุมชนให้เป็นมาตรฐานของชุมชน ตามที่ตกลงร่วมกันโดยมีคณะกรรมการของชุมชนตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นที่ 6 วางรูปแบบการบริหารจัดการ ในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดตั้งองค์กร ขึ้นมาดำเนินงานหรืออาจใช้องค์กรที่ชุมชนที่อยู่แล้วแต่เพิ่มบทบาทหน้าที่ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว ราคา และการจัดสรรผลประโยชน์สู่ชุมชน พร้อมทั้งมาตรการในการป้องกันผลกระทบโดยอาจจะเป็นการสร้างกฎกติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ 7 ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ ที่สนใจ

ขั้นที่ 8 ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้อาจมีการจัดการท่องเที่ยววันร่องเพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มี ประสบการณ์หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ให้แสดงความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นทิศทางต่อไปในอนาคต

ขั้นที่ 9 ประเมินผล ในขั้นตอนการประเมินผลอาจแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินผลและสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกครั้ง และการประเมินผลเป็นช่วง ๆ ทุก ๆ 3 - 6 เดือน เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการทบทวนตนเองและแก้ไขข้อบกพร่อง

ขั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร เช่น การฝึกอบรม ในประเด็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย เป็นต้น การศึกษาดูงานสำหรับแกนนำองค์กร ชุมชนเพื่อเสริมโลกทัศน์พัฒนาทักษะการบริหารจัดการจากชุมชนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นตัวอย่างนำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพึงระวังผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นได้และ วางมาตรการป้องกันไว้แต่เริ่มแรก

สรุปได้ว่า การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว เป็นการให้ผู้ที่ เกี่ยวข้องเข้ามาเพื่อนำเสนอตัวอย่างในการบริหารจัดการ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการร่วมมือใน การพัฒนา ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว นอกจากปลูกสำนึกของชุมชนแล้วยังเป็นการ สร้างจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ ได้เข้ามาเยี่ยมชม

#### 1.4 ประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สำหรับประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีลักษณะที่เป็นบริบทสำคัญ สามารถสรุปประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ 5 ลักษณะ ดังนี้ (สินธุ์ สโรบล, 2546)

- 1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่แหล่งทรัพยากรอันหลากหลายของชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศในพื้นที่
- 2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นบนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบ สดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งมีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต โดยเน้นให้การท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน
- 3) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของกระบวนการและกิจกรรม เน้นให้มีการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยให้มีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง
- 4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการคำนึงถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นและหมายรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนโดยมีจุดมุ่งหมายปลายทางในการนำกลับมาบำรุงดูแลรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย
- 5) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการพัฒนาองค์กรการท่องเที่ยว โดยชุมชนในบริบทของการพัฒนาองค์กร เป็นความพยายามที่จะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการพัฒนาองค์กรชุมชนท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติแวดล้อมอย่างยั่งยืน

#### 1.5 การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบบูรณาการ

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบบูรณาการ ดำเนินการภายใต้การประสานประโยชน์ของการพัฒนาในด้านต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ซึ่งมีความครอบคลุมทั้งมิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติ

ด้านสังคมและวัฒนธรรม อันเป็นการผสมผสานการพัฒนาทั้ง 3 มิติ อย่างเป็นองค์รวมประกอบไปด้วย (สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2545; สินธุ์ สโรบล, 2546; จิราภรณ์ แก้วมณี, 2557)

1) มิติด้านสิ่งแวดล้อม มุ่งกระตุ้นประชาชนในชุมชนให้ตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์และคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รู้ปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวเพื่อจำกัดการพัฒนาและดำเนินการจัดการท่องเที่ยว โดยพยายามหลีกเลี่ยงให้เกิดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

2) มิติด้านเศรษฐกิจ มุ่งให้ประชาชนในพื้นที่มีรายได้เสริมจากการท่องเที่ยว โดยนำฐานทรัพยากรซึ่งเป็นสินทรัพย์รวมทั้งสมบัติสาธารณะมาเป็นต้นทุนในการจัดการท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้อย่างเสมอภาคและยุติธรรม และที่สำคัญประชาชนส่วนใหญ่ในชุมชนเห็นพ้องต้องกันที่จะนำฐานทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั้งธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสถานที่ทางประวัติศาสตร์มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งในการดำเนินการที่เหมาะสมและเป็นธรรมแก่สมาชิกทุกคนในชุมชนนั้น ประชาชนในพื้นที่เป็นผู้ดำเนินการท่องเที่ยวและควบคุมการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน โดยไม่ขัดแย้งกับการรักษาฐานทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามและเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกครัวเรือนเข้ามามีส่วนร่วม

3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม มุ่งใช้กิจกรรมต่าง ๆ รองรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม เพื่อเข้าใจและตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการจัดการในรูปแบบของ 1) การก่อตั้งจุดประชาสัมพันธ์ข้อมูลท่องเที่ยว 2) การก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น 3) การรวบรวมภูมิปัญญาด้านวรรณกรรมมุขปาฐะ และ 4) การจัดทำเอกสารเผยแพร่ด้านภูมิปัญญา

## 2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

### 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ โดยมีรูปแบบที่สำคัญเพื่อเป็นการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตนเอง โดยองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO, 1985) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสนใจไปที่แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงหมายรวมถึงการเดินทางเพื่อเข้าไปเรียนรู้และเข้าร่วมกิจกรรมงานเทศกาลหรือเข้าไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและอนุสาวรีย์ หรือเป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้ธรรมชาติ ประเพณี

และวัฒนธรรมท้องถิ่น และ Fridgen (1991) ก็ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเยี่ยมชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และขนบธรรมเนียมประเพณีในท้องถิ่น หรือศึกษาร่องรอยการทำกิจกรรมและวิถีในการดำเนินชีวิตของผู้คนในอดีต ที่มีความแตกต่างไปจากท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ ส่วน Kinnaird and Hall (1994) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจเป็นการท่องเที่ยวตามธรรมชาติในเมืองหรือในชนบทก็ได้ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ให้การศึกษแก่นักท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่นเกิดรายได้จากการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนของตน โดยรายได้นั้นมีได้มาจากการซื้อขายวัฒนธรรม สำหรับ Pfister (2000) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไกลออกไป เพราะต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ ในบางครั้งนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้ถึงรากลึกของวัฒนธรรมตามพื้นที่ต่าง ๆ ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจต้องการที่จะสำรวจวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งวัฒนธรรมถือเป็นผลผลิตอย่างหนึ่งที่ถูกแบ่งปันกันในสังคมประกอบไปด้วย คุณค่าองค์ความรู้ ธรรมเนียม และสินค้าที่เป็นวัตถุ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมมีทั้งที่เป็นวัตถุ เช่น ศิลปะ หัตถกรรม เครื่องแต่งกาย ที่อยู่อาศัย เครื่องมือ เป็นต้น และไม่ใช่วัตถุ เช่น องค์ความรู้ ธรรมเนียม คุณค่าและอุดมคติต่าง ๆ ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมร่วมกันในสังคม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานสำคัญนั้นคือความสนใจ การรับรู้ และความต้องการที่จะเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Sigala and Leslie (2005) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มีความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับมรดก ประเพณี และวัฒนธรรมที่สืบทอดมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ โดยมีวัฒนธรรมเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นวิถีในการดำเนินชีวิต แหล่งโบราณคดี การแสดงดนตรีพื้นบ้านและสากล ประเพณี วัฒนธรรม พิธีกรรมทางศาสนา งานหัตถกรรมฝีมือต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับนักวิชาการชาวไทยก็ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลาย โดย กุลธิดา สามะพุทธิ (2540) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากถิ่นฐานที่อยู่เป็นประจำไปยังท้องถิ่นอื่น ๆ เพื่อเยี่ยมชมความงามของวัฒนธรรมของชนกลุ่มอื่น ซึ่งมีการแสดงความเคารพซึ่งกันและกัน เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และซาบซึ้งในวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ และตระหนักถึงผลกระทบที่จะขึ้นต่อสภาพแวดล้อมภายในชุมชนจากการท่องเที่ยวของตน ซึ่งชุมชนผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็มีรายได้จากนักท่องเที่ยวถือเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอีกทางหนึ่ง ในขณะที่ ราณี อีสัยกุล (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชม ศึกษา

สภาพแวดล้อมโดยรอบและศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งงานประเพณี พิธีกรรม เทศกาลต่าง ๆ รวมไปถึงการท่องเที่ยวตามแหล่งประวัติศาสตร์ เช่น การท่องเที่ยวไหว้พระตามความเชื่อ การท่องเที่ยวศึกษาการทำหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณีต่าง ๆ ของคนในพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ จากการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวนอกพื้นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจจากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และทำให้เกิดรายได้ขึ้นภายในชุมชน สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมุ่งเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ๆ ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน เกิดการเรียนรู้และเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว อันเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวในลักษณะนี้เกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยวที่เกิดการเรียนรู้และซาบซึ้งในวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยว ชุมชนที่มีรายได้จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนของตน รวมทั้ง อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ (2548) ก็ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ งานประเพณี งานเทศกาล รวมไปถึงการเข้าไปศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนหรือสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

จากที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดึงดูดหรือแรงบันดาลใจจากเสน่ห์ของวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะไม่ว่าจะเป็นแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ งานประเพณี งานเทศกาล รวมไปถึงการเข้าไปศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนหรือสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินและเกิดความรู้ ความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว

## 2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการชื่นชมเอกลักษณ์ของพื้นที่ การเข้าไปเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน การเข้าไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดขึ้น รวมไปถึงการได้เข้าไปสัมผัสเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ความเชื่อ

ศาสนา จารีตประเพณี ซึ่งแตกต่างไปจากถิ่นที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบยั่งยืนนั้นต้องอยู่บนปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม 4 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

- 1) เพื่อมุ่งเน้นคุณค่าของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น
- 2) เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องดูแลรักษาให้คงไว้ถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
- 3) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด และต้องเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่ไปด้วย
- 4) เพื่อให้ชุมชนได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเพียงพอ พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพชีวิตภายในชุมชนด้วย

### 2.3 หลักการและลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีหลักการที่นำไปสู่การดำเนินการเพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบไปด้วย 4 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

- 1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษา รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะที่เดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน
- 2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้เกิดความรัก ความหวงแหน และดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตน และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การให้บริการที่พัก การขายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น
- 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 4) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการเคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเองด้วย

สำหรับลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น มีลักษณะสำคัญ 9 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

- 1) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างดีที่สุด เพื่อสามารถสืบต่อไปได้ในยุคหลัง
- 2) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ต้องไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 3) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น ทั้งด้านสังคม และวัฒนธรรม โดยยึดหลักการสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้าน สังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย
- 4) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักว่าทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 5) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักว่าจะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน
- 6) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 7) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ เกิดความอยากกลับมาเที่ยวอีก โดยยึดหลักว่าต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 8) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรับรองนักท่องเที่ยว และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถของชุมชน
- 9) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่จะต้องเข้มงวดในการป้องกันความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวอย่างอบอุ่นใจ

#### 2.4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ



และมีความเข้าใจในวัฒนธรรมใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางไปท่องเที่ยวตามโบราณสถานหรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม

2) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมงานศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ที่ประชาชนในพื้นที่นั้นจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์และศึกษาความเชื่อการยอมรับนับถือการเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ ตลอดจนได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism) หมายถึงการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีเอกลักษณ์ในการดำเนินชีวิตแบบเฉพาะและโดดเด่น มีผลงานสร้างสรรค์ที่มีลักษณะพิเศษ หรือเพื่อเข้าไปใช้ชีวิตอย่างเช่นคนในชุมชนได้ศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้านทำให้เกิดความเพลิดเพลินได้รับความรู้ และเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึงการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ผู้ร่วมกิจกรรมจะได้ทั้งการออกกำลังกาย การเล่นกีฬา หรือแข่งขันกีฬา และได้ท่องเที่ยวไปพร้อมกัน โดยมีการจัดการการท่องเที่ยวโดยแทรกกิจกรรมกีฬาตามเส้นทาง เพื่อให้ผู้ท่องเที่ยวได้สนุกสนาน เพลิดเพลินกับออกกำลังกาย และศึกษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึงการเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมสุขภาพหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว การนวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร การฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ และคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว

## 2.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเรียนรู้ผู้อื่นที่ทำให้ได้ย้อนกลับมามองตัวเองอย่างเข้าใจ ในสรรพสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ดังนั้น

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญจึงควรประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ อิงตาม องค์ประกอบของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวใน แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจอยู่ 10 ประการ คือ

- 1.1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏให้เห็น
- 1.2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ
- 1.3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง
- 1.4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น แกะสลัก
- 1.5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
- 1.6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์มหรสพต่าง ๆ
- 1.7) ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 1.8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการ

รับประทานอาหาร

- 1.10) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่าง ๆ
- 1.11) ลักษณะงานและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการ ทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ ผลตอบแทนในรูปแบบผลกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับ สิ่งแวดล้อม อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4) องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการ คำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวซึ่งจะได้รับรู้และประสบการณ์จากการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งยังช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม

5) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่ มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วน

ร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6) องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องของทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรัก ความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

## 2.6 มาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อันเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และศึกษาวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สรุปได้ดังนี้ (นราวดี บัวขวัญ, 2556)

### 1) ความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีลักษณะแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพราะวัฒนธรรมถือเป็นมรดกอย่างหนึ่งของสังคม ซึ่งมีทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ลักษณะการแต่งกาย อาหาร งานเทศกาล ประเพณี เป็นต้น และวัฒนธรรมยังเป็นประสบการณ์ที่มีการสั่งสมมาตั้งแต่บรรพบุรุษและสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน และสามารถเจริญงอกงามต่อไปได้

ปัจจุบันประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวและสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นภายในชุมชน แต่บางครั้งการทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยไม่มีการบริหารจัดการที่ดีอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนภายในชุมชนได้ จนก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบในที่สุด ดังนั้นการกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนให้หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จึงมีส่วนสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

และยังบ่งบอกให้นักท่องเที่ยวรับรู้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว อันเป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนเข้ามาท่องเที่ยวอีกด้วย

2) กรอบแนวคิดและการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใด นั้น ส่วนสำคัญมากจากเสน่ห์ที่ดึงดูดใจรวมไปถึงความน่าตื่นตาตื่นใจในกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน ซึ่งมีหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัย ความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และรวมไปถึงศักยภาพของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การต้อนรับซึ่งเป็นความประทับใจแรกในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน ซึ่งการบริหารจัดการเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว แต่ก็จำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนทางด้านนโยบาย งบประมาณจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะเข้ามาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่ได้เข้ามาท่องเที่ยว โดยชุมชนมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ทำให้ในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้และการสร้างจิตสำนึก รวมไปถึงการจัดการด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน

3) องค์ประกอบพื้นฐานสำหรับการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเป็นการที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดความสนใจหรือมีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมซึ่งสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตและภูมิปัญญา มีความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม และจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สั่งสมมาตั้งแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรม ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมความผูกพันต่อท้องถิ่น และความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ อีกทั้งศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือน

แหล่งท่องเที่ยวด้วย สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย 7 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี 3) ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบค้นได้ 6) ความผูกพันต่อท้องถิ่น 7) ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์

2. ศักยภาพทางกายภาพและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว 3) ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว

#### องค์ประกอบที่ 2 ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว

ศักยภาพในการรองรับด้านท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีส่วนช่วยเสริมแหล่งวัฒนธรรมนั้น ๆ ให้มีความสำคัญมีความเหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น แหล่งวัฒนธรรมอาจมีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวสูง แต่มีข้อจำกัดสูงในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานทำให้นักท่องเที่ยวไม่นิยมเข้าไปท่องเที่ยว ทำให้ศักยภาพในการจัดการด้านการท่องเที่ยวลดลงไปด้วยสำหรับศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา ได้แก่ 1) ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน 2) ศักยภาพในการพัฒนาท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก

#### องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เป็นความสามารถในการควบคุม ดูแลการดำเนินงานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ประกอบด้วยการจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดการด้านการท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของแหล่งวัฒนธรรมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่นที่อยู่โดยรอบแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในการเรื่องต่าง ๆ ที่จะ



ผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่นอย่างเหมาะสมเกณฑ์ประเมินด้าน

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

มี 2 ด้าน ได้แก่ 1. การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ 3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว 2. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ดัชนีชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการบริหารและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว 3) การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก 4) ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 5) ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

## 2.7 การประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถแบ่งได้เป็นองค์ประกอบโดยการให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวมากที่สุด เนื่องจากเป็นสิ่งดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชม ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยวมีความสำคัญของคะแนนน้อยที่สุด รายละเอียดของค่าคะแนนเต็มในแต่ละองค์ประกอบดังแสดงในตาราง 1 (นราวดี บัวขวัญ, 2556)

ตาราง 1 แสดงรายละเอียดของค่าคะแนนเต็มในแต่ละองค์ประกอบ

องค์ประกอบ	คะแนนเต็ม
1. ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	50
2. ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	10
3. การบริหารจัดการ	40
รวม	100

ที่มา : นราวดี บัวขวัญ (2556)

วิธีการให้คะแนน

ในการให้คะแนนจะมี 2 วิธีคือ

วิธีที่ 1 การให้คะแนนโดยพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยว มีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัดข้อใดมากที่สุด และจะให้ค่าคะแนนในข้อที่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวควรได้ในข้อนั้นเพียงข้อเดียว ทั้งนี้จะมีค่า

๓  
338-4-191  
๑ 11๙๕

การให้คะแนนตั้งแต่ 0 คะแนน ถึง 5 คะแนน หรือ 1 คะแนน ถึง 5 คะแนน โดยให้ผู้ประเมินทำเครื่องหมาย  รอบหมายเลขที่ต้องการในช่องคะแนน (A) ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 แสดงตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 1

ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้	คะแนน
- เอกลักษณะดับท้องถิ่น สามารถพบเห็นได้ทั่วไป	1
- มีเอกลักษณ์ระดับจังหวัด	2
- มีเอกลักษณ์ระดับภาค	<input checked="" type="radio"/> 3
- มีเอกลักษณ์ระดับชาติ	4
- มีเอกลักษณ์ระดับโลก สามารถพบเห็นได้เพียงแห่งเดียว	5
<b>คะแนนที่ได้</b>	3

ที่มา : นราวดี บัวขวัญ (2556)

ตัวอย่างการให้คะแนนในดัชนีชี้วัด หัวข้อ ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ ประเมินได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีคุณสมบัติตรงกับข้อ "มีเอกลักษณ์ระดับชาติ" ซึ่งมีค่าคะแนนเท่ากับ 3

วิธีที่ 2 การให้คะแนนโดยพิจารณาว่าแหล่งท่องเที่ยววันั้น มีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัดข้อใดบ้างโดยดัชนีชี้วัด 1 ข้อ จะมีค่าเท่ากับ 1 คะแนน หากไม่มีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัดใดเลยจะมีค่าเท่ากับ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรงแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน หากมีคุณสมบัติครบทุกข้อจะมีค่าเท่ากับ 5 คะแนนโดยให้ผู้ประเมินทำเครื่องหมาย  รอบหมายเลขที่ต้องการในช่องคะแนน ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 2

การจัดการด้านการบริหารและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว (5 คะแนน)

ดัชนี	คะแนน
- มีจำนวนบุคลากรด้านบริการเพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว	0 <input checked="" type="radio"/> 0.5 1
- มีระบบเตือนภัย และระบบรักษาความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว	0 <input checked="" type="radio"/> 0.5 1
- มีการจัดการด้านสิ่งก่อสร้างและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และต้องมีความเหมาะสมกลมกลืนกับสภาพพื้นที่	0 0.5 <input checked="" type="radio"/> 1

ดัชนี	คะแนน		
- มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่พอเพียงและถูกสุขลักษณะ	0	0.5	1
- มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น มีการออกแบบและใช้วัสดุก่อสร้างที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ประหยัดพลังงาน และมีระบบกำจัดของเสียที่ได้มาตรฐาน	0	0.5	1
คะแนนที่ได้		3	

ที่มา : นรวาดี บัวขวัญ (2556)

ตัวอย่างการให้คะแนนในดัชนีชี้วัดหัวข้อ การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว ประเมินได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีคุณสมบัติตรง 1 ข้อ (ข้อ 3) โดยแต่ละข้อมีค่าเท่ากับ 1 คะแนน และมีคุณสมบัติตรงแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพ 4 ข้อ (ข้อ 1, 2, 4 และ 5) โดยแต่ละข้อมีค่าเท่ากับ 0.5 คะแนน ฉะนั้น การประเมินในเกณฑ์นี้ได้ 3 คะแนน

การกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ในการกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยววนั้น จะนำคะแนนที่ได้ไปเทียบระดับมาตรฐานที่กำหนดไว้ซึ่งระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 แสดงระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ค่าคะแนน	ระดับมาตรฐาน	สัญลักษณ์
81 ขึ้นไป	ดีเยี่ยม	★★★★★
71 – 80	ดีมาก	★★★★
61 – 70	ดี	★★★
51 – 60	ปานกลาง	★★
50 หรือน้อยกว่า	ต่ำ	★

ที่มา : นรวาดี บัวขวัญ (2556)

## 2.8 การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งมนุษย์สร้างขึ้น ทั้งโบราณสถานหรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ทางวัฒนธรรม เช่น พระราชวัง วัดวาอาราม สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้จะเสื่อมสลายไปตามกาลเวลาและตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ขณะเดียวกันมนุษย์ยังมีส่วนช่วยทำลาย



อีกด้วย ทำให้อายุการใช้งานของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสั้นหรือเสื่อมสลายเร็วขึ้น จึงจำเป็นต้องออกมาตรการป้องกันต่าง ๆ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งพัฒนา, 2548)

- 1) ออกกฎหมายควบคุมรักษาโบราณสถาน โบราณวัตถุและศิลปวัตถุต่าง ๆ และกำหนดบทลงโทษผู้กระทำความผิดหรือฝ่าฝืนกฎหมาย เช่น ประเทศไทยได้ประกาศพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ทั้งนี้เพราะได้มองเห็นความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก และต้องการจะอนุรักษ์สถานที่เหล่านั้นไว้เป็นมรดกของชาติสืบต่อไป
- 2) ป้องกันมิให้มีการลักลอบหรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการอนุรักษ์วิธีการหนึ่งคือการจัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษา เพื่อมิให้สถานที่นั้นถูกทำลาย ตลอดจนจัดส่งผู้เชี่ยวชาญไปทำการดูแลและบูรณะให้คงอยู่ในสภาพเดิม
- 3) การบูรณะและซ่อมแซมสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษได้สร้างไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ชื่นชม ศึกษาและค้นคว้า แต่ดังได้กล่าวมาแล้วว่า โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปตามกาลเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการบูรณะซ่อมแซม โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านโบราณคดี โดยเฉพาะและต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ทันสมัย เพื่อจะได้คงสภาพไว้ให้ได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
- 4) จัดหางบประมาณหรือเงินทุนมาใช้จ่ายในการบูรณะซ่อมแซม ทั้งนี้เพราะการบูรณะซ่อมแซมสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะโบราณสถานและโบราณวัตถุ จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก บางครั้งอาจจะต้องขอความร่วมมือหรือความช่วยเหลือจากต่างประเทศ เพื่ออนุรักษ์หลักฐานและร่องรอยทางประวัติศาสตร์เอาไว้ เช่น ประเทศไทยได้รับความช่วยเหลือด้านนี้จากองค์การวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO)
- 5) จัดหาสถานที่สำหรับเก็บรักษาโบราณวัตถุและสิ่งที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและทางประวัติศาสตร์ให้อยู่ในสถานที่ที่ปลอดภัยมิให้ถูกทำลายหรือถูกโจรกรรมการนำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มารวมไว้ยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งนอกจากจะเป็นการสะดวกในการดูแลรักษาแล้วยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปชมได้อีกด้วย
- 6) ให้การศึกษาและประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจต่าง ๆ เกี่ยวกับความจำเป็นด้านการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือและมีจิตสำนึกในคุณค่าและห่วงแหนทรัพยากรทางวัฒนธรรม รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบถึงความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และช่วยกันดูแลรักษาไม่ให้ถูกทำลาย

### 3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาด

#### 3.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หากไม่มีนักท่องเที่ยวอาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งระบบ ดังนั้นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง ซึ่ง ฉันทซ์ วรรณถนอม (2552) ได้อธิบายว่าความหมายของนักท่องเที่ยว (Tourists) ตามความหมายของสันนิบาตชาติได้ให้คำนิยามไว้ในปี พ.ศ. 2480 ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศหนึ่งประเทศใดที่มีใช้บ้านเมืองที่อาศัยอยู่เป็นประจำเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และได้ให้ความหมายเพิ่มเติมต่อไปว่า บุคคลที่นับเป็นนักท่องเที่ยวและบุคคลที่ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้ คือ 1) บุคคลที่นับเป็นนักท่องเที่ยว คือผู้เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเดินทางไปประชุมและประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง เดินทางเพื่อทำธุรกิจการค้าบางประการ เดินทางมากับเรือที่เพลินตากับทิวทัศน์สองฝั่งน้ำและจะแวะพักอยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม 2) บุคคลที่ไม่รับเป็นนักท่องเที่ยว คือผู้ที่เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพได้อาชีพหนึ่งหรือประกอบธุรกิจที่มีรายได้ในประเทศนั้นโดยจะมีสัญญาไว้กับผู้ใดหรือไม่ก็ตาม หรือเดินทางมาเพื่อตั้งถิ่นฐานที่อยู่อย่างถาวรในประเทศนั้น เดินทางข้ามพรมแดนไปทำงานนอกประเทศของตน เดินทางเพื่อเข้าไปเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในที่ที่จัดไว้เป็นหอพักนักเรียนนักศึกษา เดินทางผ่านโดยมิได้แวะลงจากยานพาหนะเลย ไม่ว่าจะเดินทางอยู่ในอาณาเขตของประเทศใดประเทศหนึ่งเป็นเวลามากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม หรือเป็นผู้ลี้ภัยทางการเมืองหรือผู้ลี้ภัยทางศาสนาไปอยู่ต่างประเทศหรือผู้ลี้ภัยสงคราม รวมทั้ง เลิศพร ภาระสกุล (2559) ก็ได้อธิบายความหมายของนักท่องเที่ยวว่า บุคคลที่เดินทางจากท้องถิ่นที่อยู่ของคนไปยังท้องถิ่นที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ โดยได้มีการกระทำกิจต่าง ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) มีการบันทึกความทรงจำ นักท่องเที่ยวมักจะเก็บภาพของตัวเองคู่กับบรรยากาศโดยรอบเป็นส่วนใหญ่เพื่อให้ได้รู้ว่าตนเองได้เคยมาที่นี่ มักจะชอบเก็บภาพต่าง ๆ ในทุกรายละเอียดของสถานที่เพื่อเป็นการจดจำและรำลึกถึง 2) มีการพักผ่อน เมื่อออกเดินทาง มักจะต้องการความสะดวกสบาย ได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ การพักผ่อนก็เปรียบเสมือนการเปลี่ยนบรรยากาศในการนอน 3) มีการวางแผนการเดินทาง มักจะวางแผนการเดินทางตามจุดที่มีชื่อเสียง การเข้าพักและเรื่องอื่น ๆ อย่างมีระบบ มีเป้าหมายหลักซึ่งจะเป็นจุดประสงค์ในการเดินทาง 4) การเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสนใจ เป็นความสนใจในทุก ๆ รายละเอียดระหว่างการเดินทาง ทุก ๆ สถานที่ที่

เขาผ่านมามีความหมายอะไรบ้าง 5) มีสัมภาระในการเดินทาง โดยเน้นเรื่องของความสะดวกสบายให้กับตัวเอง จะเน้นในเรื่องของการนำไปใช้ประโยชน์เป็นหลัก และจะไม่พยายามเอาสัมภาระไปเยอะเกิดความจำเป็น 6) มีสมาชิกในการเดินทาง หลายคนมักจะชื่นชอบการไปแบบเป็นหมู่คณะ แต่ในขณะที่บางคนเดินทางจะไม่สนว่าใครจะไปหรือไม่ หากเขามีความต้องการที่จะไป เพียงแค่คนเดียวก็สามารถเดินทางได้แล้วโดยไม่ต้องรอใครทั้งสิ้น สำหรับองค์การท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization : WTO) (1968, ออนไลน์ อ้างถึงใน พัศตร์ พิรัชการ, 2554) ได้ประกาศใช้คำนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวหลังจากการประชุมเรื่องการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ที่กรุงโรมประเทศอิตาลี โดยเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกให้คำนิยาม “นักท่องเที่ยว” ดังนี้ 1) Traveler หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว รวมถึงสามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ นักท่องเที่ยว (Tourist) และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (Immigrant) ผู้เร่ร่อน (Nomad) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (Transit Passenger) ผู้ทำงานตามชายแดน (Border Worker) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น (Diplomat, Representative of Consulate, Member of Armed Force) และผู้ลี้ภัย (Refuges) 2) Visitor หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรก คือ Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ 3) Excursionist หมายถึง นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เช่น ผู้เดินทางมากับเรือสำราญ (Cruise) นอกจากนี้พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ในมาตรา 4 ได้ให้ความหมายของคำว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาจากท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่นเป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์ที่มีใจเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ดังนั้น จากความหมายข้างต้น สรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึงบุคคลที่เดินทางจากถิ่นที่อยู่ประจำของตน ไปยังที่ต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจ ไม่ได้หมายถึงการย้ายถิ่นฐานเป็นการถาวรแต่อย่างใด โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อไปประชุม เพื่อทำธุรกิจ เพื่อชมทิวทัศน์ต่าง ๆ

### 3.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตามปกติพฤติกรรมของมนุษย์มี 2 รูปแบบ นั่นคือ พฤติกรรมบางอย่างเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสัญชาตญาณ เช่น การจาม การไอ การกระพริบตา ซึ่งเป็นพฤติกรรมส่วนน้อยของมนุษย์ แต่พฤติกรรมส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดของมนุษย์ เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้

ไม่ใช่ได้มาจากการถ่ายทอดทางกรรมพันธุ์ แต่เป็นการถ่ายทอดทางสังคม สำหรับวัฒนธรรม คือ พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ มนุษย์เริ่มเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่เกิดไปจนวันตาย เป็นสิ่งที่มีอยู่แล้วก่อนเราเกิด เราเกิดมาในวัฒนธรรมใดก็จะเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ในวัฒนธรรมนั้น การที่ประชากรของสังคมต่าง ๆ มีพฤติกรรมอย่างเดียวกันแตกต่างกันไปนั้น เพราะมีการเรียนรู้ต่างกันไปตามวัฒนธรรมของตน การกระทำดังกล่าวทำให้วัฒนธรรมของสังคมต่าง ๆ แตกต่างกันไป การเรียนรู้ดังกล่าวรวมการเรียนรู้แบบรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวด้วย โดยผ่านสื่อกลางที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ เช่น โดยการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ ครอบครัว โรงเรียน เพื่อ สถาบันศาสนา และสิ่งอื่น ๆ สิ่งที่มีมนุษย์ต้องเรียนรู้ ได้แก่ ภาษา ความรู้ทางวิชาการด้านต่าง ๆ ค่านิยม ความเชื่อทางศาสนา อุดมการณ์ แบบแผนในการดำรงชีวิตหรือวิถีชีวิตและเรียนรู้ว่าจะทำตัวอย่างไรในสถานการณ์ทางสังคมที่แตกต่างกันไป สิ่งที่มีมนุษย์เรียนรู้ล้วนเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งทั้งสิ้น การอบรมสั่งสอนโดยสื่อที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ตาม ย่อมจะมีอิทธิพลต่อปัจเจกชนในสังคมไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม (งามพิศ สัตย์สงวน, 2543)

สำหรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาค้นคว้าและเสนอแนวคิดในการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยต่างมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้มีความเข้าใจเกี่ยวกับนิยามนักท่องเที่ยวได้ง่ายมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งมีความซับซ้อนและครอบคลุมหลายประเด็นด้วยกัน โดย วลัยพร รวีตระกูลไพบูลย์ (2558) ได้อธิบายว่าศาสตร์ทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีรากฐานมาจากพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงหมายถึงการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวในระยะก่อนการตัดสินใจซื้อ ระยะระหว่างการตัดสินใจซื้อ และระยะหลังการตัดสินใจซื้อ รวมถึงกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และผลกระทบจากกิจกรรมเหล่านั้น และ รวีวรรณ โปรยรุ่งโรจน์ (2558) อธิบายว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึงความรู้สึนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการเดินทางท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ และการที่จะศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว นั้น มีหนังสือและตำราหลายเล่มใช้คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) แทนคำว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แต่เมื่อศึกษาดูอย่างถี่ถ้วนพบว่า 2 คำนี้มีความหมายที่แตกต่างกัน ซึ่ง Pearce (2005) ได้แสดงความคิดเห็นถึงความแตกต่างนี้ โดยใช้แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Clawson and Knetsch (1996) ในการอธิบายความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและ

พฤติกรรมผู้บริโภค โดย Clawson and Knetsch (1996) กล่าวว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ช่วงที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ช่วงของการสร้างความคาดหวังเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นช่วงก่อนเดินทาง
- 2) ช่วงของนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ
- 3) ช่วงของนักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในระหว่างการท่องเที่ยว
- 4) ช่วงของการเดินทางกลับ
- 5) ช่วงของการระลึกถึงเหตุการณ์จากการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นช่วงหลังจากการท่องเที่ยว

ซึ่ง Pearce (2005) อธิบายว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว ในข้อที่ 1 แสดงให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้บริโภค ว่ากิจกรรมนี้ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนล่วงหน้ากันเป็นเดือนเป็นปีก่อนจะมีการเดินทาง แต่สำหรับผู้บริโภคนั้นจะไม่ใช้เวลาวางแผนนานขนาดนี้เหมือนกับที่นักท่องเที่ยวใช้กัน สำหรับข้อที่ 2 ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเป็นช่วงที่สำคัญมาก จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับคุณค่า หรือความประทับใจมากขึ้น มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาก ซึ่งต่างจาก ผู้บริโภคสินค้า ที่ในขั้นตอนนี้มีความสำคัญน้อยมาก ทั้งต่อประสบการณ์หรือการใช้สินค้าเลย ส่วนข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว แต่ไม่สามารถจับต้องได้ซึ่งสำหรับผู้บริโภคสินค้านั้น ในช่วงเวลานี้สินค้านั้นสามารถจับต้องได้ ข้อที่ 4 มีความเหมือนและคล้ายกันกับข้อที่ 2 และข้อสุดท้ายข้อที่ 5 เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวกลับมาอยู่กับสิ่งแวดล้อมเดิมของเขาจะมีการระลึกถึงประสบการณ์และช่วงเวลาที่ผ่านมา แม้เวลาจะผ่านไปเป็นเดือนหรือเป็นปี นักท่องเที่ยวก็ยังคงระลึกถึงและจดจำได้ แต่สำหรับผู้บริโภคสินค้า ในช่วงนี้พวกเขาจะจำได้แค่เวลาสั้นๆ และความทรงจำที่เกิดขึ้นมักไม่มีความสำคัญในชีวิตของพวกเขามากนัก

### 3.3 แนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล (2555) กล่าวว่าความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจะช่วยให้เราสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว และทราบว่าทำไมจึงต้องมีการเดินทาง จากการศึกษาวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวเราได้เห็นมาแล้วว่า นักเดินทางแสวงบุญในยุคกลางมีแรงจูงใจในการเดินทางอย่างอื่นด้วย นอกเหนือจากการไปเข้าเฝ้าพระเจ้าในมหาวิหารนั้น ๆ บางคนเดินทางเพื่อต้องการไปบำบัดโรคด้วย มีการหยิบฉวยสิ่งของเพื่อเป็นของที่ระลึกจากการเดินทาง สะท้อนให้เห็นถึงแรงจูงใจที่เดินทางได้สำเร็จ เราสามารถกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวทำการ

เดินทางด้วยเหตุผลหรือแรงจูงใจหลายอย่าง เช่น เพื่อหาความสุขทางด้านจิตวิญญาณอย่างการเดินทางไปทำบุญไหว้พระ หรือเพื่อสถานภาพทางสังคม อย่างการท่องเที่ยวไปในสถานที่ยอดนิยมไม่ได้ต้องการตอบสนองเพียงแค่การพักผ่อนเท่านั้น แต่การไปเที่ยวในสถานที่ยอดนิยมก็นำมาซึ่งความภาคภูมิใจในตัวเอง เช่น การเดินทางไปซื้อสินค้าในต่างประเทศนำมาซึ่งสถานภาพทางสังคม สำหรับนักท่องเที่ยวบางคน เกิดแรงจูงใจที่จะหลีกเลี่ยงจากความจำเจ ความวุ่นวายในชีวิตประจำวัน และยังได้เห็นได้สัมผัสกับวัฒนธรรม ความเข้าใจเกี่ยวกับตัวผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจทางการท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการด้านที่พักด้านอาหาร มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจในการกลับมาเยือนซ้ำ มีการบอกต่อผู้อื่น ซึ่งหมายถึงการเติบโตของธุรกิจซึ่งเป็นเป้าหมายของผู้ประกอบธุรกิจทุกคน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้น สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดทฤษฎีดังต่อไปนี้

### 3.3.1 ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการ (The Hierarchy of Needs Theory) ของ Maslow (1954)

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1954) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการอ้างอิงในงานวิจัย หนังสือ และตำราทั้งทางด้านจิตวิทยาของมนุษย์ทั่วไป และทางด้านพฤติกรรม นักท่องเที่ยวมากที่สุด ทฤษฎีหนึ่ง เนื่องจากทฤษฎีนี้อธิบายถึงแรงจูงใจของมนุษย์ที่มีความซับซ้อนให้ มีลักษณะที่เข้าใจง่ายมากขึ้น โดยทฤษฎีนี้มองว่า ความต้องการของมนุษย์เป็นแรงจูงใจที่ทำให้เขาแสดงพฤติกรรมบางอย่างโดยมนุษย์แต่ละคนก็ต่างมีความต้องการหลายประการ ซึ่งสามารถแบ่งตามลำดับขั้นตั้งแต่ความต้องการพื้นฐานไปจนกระทั่งถึงความต้องการที่ซับซ้อนมากขึ้น ได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่ ด้วยกัน ได้แก่

- 1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ซึ่งหมายถึงความต้องการพื้นฐานของร่างกายที่ทำให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างเป็นปกติสุข เช่น ความต้องการอากาศหายใจ ความต้องการการพักผ่อน ความต้องการอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยารักษาโรค เป็นต้น
- 2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (Safety and Security Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะมีชีวิตที่ปลอดภัยหรือห่างไกลจากความกลัว ความ

หวาดระแวง และความต้องการที่จะได้รับความสบายใจ และความมั่นใจจากการได้รับการปกป้องคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน

3) ความต้องการความรักและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (love and Belonging Needs) มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่จำเป็นต้องอยู่ร่วมกับผู้อื่น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์จะต้องการความรักจากบุคคลอื่น ๆ และต้องการได้ปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น นอกจากนี้ มนุษย์ยังต้องการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ ว่าเขาเป็นส่วนหนึ่งของคนกลุ่มหนึ่งหรือหลายกลุ่ม

4) ความต้องการได้รับการยกย่องหรือนับถือจากบุคคลอื่น (Self-esteem Needs) หมายถึง ความต้องการด้านชื่อเสียง และความต้องการเห็นคุณค่าและความสำคัญของตนเอง ตลอดจนความต้องการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น

5) ความต้องการความสำเร็จและการเข้าใจตัวเองอย่างแท้จริง (Self-actualization Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะรู้จักตนเองตามสภาพคุณลักษณะและศักยภาพที่แท้จริง

3.3.2 ทฤษฎีขั้นบันไดอาชีพของการเดินทาง และทฤษฎีรูปแบบอาชีพของการเดินทาง (The Theory of Travel Career Ladder (TCL) and Theory of Travel Career Patterns (TCP) ของ Pearce (1986)

ทฤษฎีขั้นบันไดอาชีพของการเดินทาง ได้ใช้ทฤษฎีของ Maslow (1954) เป็นแนวทางซึ่งมองว่านักท่องเที่ยวมีลำดับขั้นของความต้องการหรือแรงจูงใจที่มักจะเปลี่ยนแปลงไปตามประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้กับลำดับขั้นในหน้าที่การงานของมนุษย์โดยทั่วไป โดยลำดับขั้นดังกล่าวจะเรียกว่าลำดับขั้นบันไดอาชีพของการเดินทาง ได้แก่

1) ทฤษฎีขั้นบันไดอาชีพของการเดินทาง ซึ่งประกอบด้วยความต้องการทางการท่องเที่ยวจำนวน 5 กลุ่มด้วยการเรียงลำดับจากต่ำไปสูงสุด ได้แก่ ความต้องการในการพักผ่อนความต้องการความปลอดภัย ความต้องการมีสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ความต้องการได้รับการยอมรับจากผู้อื่นและได้รับการพัฒนาตนเอง และความต้องการประสบความสำเร็จในชีวิต ตามทฤษฎีนี้ นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่มาก มักจะมีความต้องการทางการท่องเที่ยวในขั้นที่สูงๆ เช่น ต้องการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวในขั้นพื้นฐาน เช่น ต้องการพักผ่อน นักท่องเที่ยวบางคนอาจจะไต่ลำดับของขั้นบันไดทางการท่องเที่ยวไปเรื่อย ๆ ตามประสบการณ์ที่เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางคน

อาจจะคงอยู่ ณ ชั้นบันไดชั้นใดชั้นหนึ่งเป็นเวลานานก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่นสุขภาพ หรือฐานะทางการเงิน เป็นต้น และในเวลาต่อมา Pearce (2005) ได้ทำการปรับปรุงทฤษฎีชั้นบันไดอาชีพของการเดินทาง โดยได้เสนอเป็นทฤษฎีใหม่ ซึ่งใช้ชื่อว่า ทฤษฎีรูปแบบอาชีพของการเดินทาง โดยเสนอว่ารูปแบบของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงชีวิตของเขา ทฤษฎีนี้จะแตกต่างจากทฤษฎีชั้นบันไดอาชีพของการเดินทางในแง่ที่ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะไม่ได้ถูกมองว่าเป็นลำดับขั้นของความต้อการ แต่ในทางตรงกันข้ามจะมีลักษณะที่เป็นแบบแผนที่จะเปลี่ยนไปตามช่วงชีวิตของนักท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละแบบแผนของแรงจูงใจนี้ประกอบด้วยแรงจูงใจหลายประการหรือหลายมิติด้วยกัน

2) ทฤษฎีรูปแบบอาชีพของการเดินทาง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับความสำคัญได้แก่ ระดับแรก เรียกว่า แรงจูงใจที่สำคัญ หรือแรงจูงใจในระดับขั้นหลัก เป็นแรงจูงใจที่สำคัญกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น การแสวงหาความแปลกใหม่ ความต้องการหลบหนีและพักผ่อน และความต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น เป็นต้น ระดับที่สอง เรียกว่า แรงจูงใจระดับขั้นกลางเป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญระดับกลางๆ กับนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการพัฒนาตนเอง และความต้องการความสำเร็จและการเข้าใจตัวเองอย่างแท้จริง เป็นต้น และระดับสุดท้าย เรียกว่า แรงจูงใจในระดับขั้นนอก มีความสำคัญน้อย เช่น ความต้องการการอยู่ลำพัง และความต้องการได้รับความคุ้นเคยในอดีต เป็นต้น

3.3.3 แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว (The Concept of Tourist Motivation) ของ Swarbrooke and Horner (2007)

Swarbrooke and Horner (2007) ได้เสนอว่า แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวมีหลายมิติ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 6 มิติสำคัญด้วยกัน ได้แก่

- 1) แรงจูงใจทางด้านกายภาพ (Physical Motivation) ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ความต้องการให้ผิวเป็นสีแทน ความต้องการออกกำลังกายและสุขภาพที่ดีขึ้น และความต้องการด้านเพศ เป็นต้น
- 2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivation) เช่น ความต้องการชมเมืองและความต้องการได้สัมผัสหรือเรียนรู้วัฒนธรรมของสถานที่อื่น ๆ
- 3) แรงจูงใจทางด้านอารมณ์ (Emotional Motivation) เช่น ความต้องการได้รับความคุ้นเคยในอดีต ความต้องการได้รับความรัก ความต้องการผจญภัย ความต้องการได้อยู่ในโลกแห่งความเพ้อฝัน เป็นต้น



4) แรงจูงใจทางด้านสมรรถนะ (Status Motivation) เช่น ความต้องการเป็นบุคคลที่สำคัญ ความต้องการเป็นผู้มีอำนาจ ความต้องการได้รับข้อเสนอที่ดี ที่จะใช้จ่ายไม่ฟุ้งเฟ้อ เป็นต้น

5) แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation) เช่น ความต้องการไปเยี่ยมเพื่อนและญาติ ความต้องการผูกมิตรกับผู้อื่น ความต้องการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อื่น และ ความต้องการได้ใช้ของที่มีราคาประหยัด เป็นต้น

6) แรงจูงใจในการพัฒนาตนเอง (Personal Development Motivation) เช่น ความต้องการได้รับความรู้เพิ่มเติม และความต้องการได้เรียนรู้ทักษะใหม่ๆ เป็นต้น

ข้อจำกัดของแนวคิดนี้ประการหนึ่ง คือได้มองข้ามความสำคัญและอิทธิพลของลักษณะเด่นของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยดึงที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ ถึงแม้แนวคิดนี้จะสอดคล้องกับลักษณะของแรงจูงใจที่มีลักษณะเป็นหลายมิติ แต่อาจไม่เพียงพอที่จะอธิบายแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางประเภทได้ เช่น นักท่องเที่ยวอาสาสมัครที่เข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาสาสมัคร

3.3.4 ทฤษฎีปัจจัยผลักและปัจจัยดึง (The Theory of Push and Pull Factors) ของ Dann (1997)

ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวที่ได้รับการกล่าวถึงมากที่สุดอีกทฤษฎีหนึ่ง คือ ทฤษฎีปัจจัยผลัก และปัจจัยดึงของ Dann (1997, P.184) โดยแนวคิดหลักของทฤษฎีนี้ คือ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจะแบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลักๆ คือ

1) ปัจจัยผลัก (Push Factors) หมายถึง ปัจจัยภายในหรือความต้องการ และความคาดหวังที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2) ปัจจัยดึง (Pull Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจ และความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

Dann อธิบายเพิ่มเติมว่า ปัจจัยผลักจะเกิดขึ้นก่อน จากนั้นปัจจัยดึงจึงจะเกิดขึ้นตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ปัจจัยดึงเป็นผลที่ตามมาของปัจจัยผลัก ข้อความนี้สามารถอธิบายให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น คือ ตามปกติแล้วนักท่องเที่ยวจะเกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวก่อน เช่น ต้องการพักผ่อนหรือต้องการได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ด้วยความต้องการเหล่านี้เป็นปัจจัยผลัก จากนั้นนักท่องเที่ยวจึงตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่ที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากความน่าสนใจและความดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง ซึ่งปัจจัยประการหลังนี้เป็นปัจจัยดึง

### 3.3.5 ปัจจัยที่นำไปสู่การท้อเที้ยวของ Hazel (2004)

Hazel (2004) ยังได้สรุปปัจจัยที่นำไปสู่การท้อเที้ยวว่า นักท้อเที้ยวหลายคน ตัดสินใจที่ใช้ช่วงวันหยุดในการพักผ่อน ซึ่งล้วนแต่จะมีสาเหตุหรือปัจจัยที่นำไปสู่การท้อเที้ยว ดังกล่าว โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

- 1) การพักผ่อน (Rest and Renewal) ในช่วงวันหยุดจะเป็นช่วงเวลาแห่งการหยุดการทำงานประจำที่รับผิดชอบและการหากิจกรรมใหม่ ๆ รอบตัวเพื่อคลายความเครียด รวมถึงลดความเบื่อหน่ายในการทำงาน นักท้อเที้ยวมักจะใช้โอกาสในการเพิ่มพลังให้กับตัวเองได้กลับไปทำงานด้วยความสดชื่นและมีแรงจูงใจใหม่ ๆ
- 2) สุขภาพ (Mental and Physical Health) ช่วงวันหยุดจะเป็นช่วงการฟื้นฟูสุขภาพทั้งกายและใจโดยการลดความตึงเครียด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการป้องกันและหลีกเลี่ยงจากการเจ็บป่วยหรือเกิดโรคต่าง ๆ ได้
- 3) การเข้าสังคมหรือการสร้างความสัมพันธ์ (Social Interaction) การท้อเที้ยวในช่วงวันหยุดจะเป็นการเปิดโอกาสให้พบปะคนใหม่ ๆ นักท้อเที้ยวอาจจะได้เจอคนที่มาจากสถานที่ที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในการเรียนรู้พฤติกรรมและวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายอีกทั้ง ยังเป็นช่วงเวลาที่นักท้อเที้ยวจะใช้เวลากับคนที่รัก ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ครอบครัว ก่อนที่จะกลับไปสู่การทำงานอีกครั้ง
- 4) การเปิดประสบการณ์ (Broadening Experiences) ช่วงวันหยุดนักท้อเที้ยวจะใช้โอกาสในการเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ๆ ที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน การทำกิจกรรมใหม่ ๆ ที่ไม่เคยทำเพื่อให้เกิดความสนใจใหม่ๆ ทักษะใหม่ ๆ ที่อาจจะนำไปใช้ในการทำงานให้ดียิ่งขึ้น
- 5) การสร้างความเป็นอิสระส่วนตัว (Developing Independence) นักท้อเที้ยวโดยเฉพาะคนหนุ่มสาวมักจะมีความเป็นส่วนตัวสูง ในช่วงวันหยุดจะใช้เวลาเพื่อพักผ่อนเพื่อเป็นการอยู่กับตัวเอง ทำในสิ่งที่ตัวเองอยากทำ หรือพัฒนาศักยภาพตัวเองภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ ๆ

### 3.3.6 รูปแบบของแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจท้อเที้ยวของ McIntosh, Goeldner and Ritchie (1995)

McIntosh, Goeldner and Ritchie (1995) ได้พัฒนารูปแบบของแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจท้อเที้ยวออกเป็น 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

1) แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับร่างกายและจิตใจสุขภาพ การออกกำลังกายและการพักผ่อน

2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivators) เป็นแรงจูงใจที่พิจารณาถึงความสนใจที่จะเรียนรู้ในวัฒนธรรมใหม่ ๆ ดนตรี ศิลปะ สถาปัตยกรรม และวิถีของแหล่งท่องเที่ยว

3) แรงจูงใจต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นแรงจูงใจในการพบปะพูดคุยกับคนใหม่ ๆ หรือการเยี่ยมเพื่อนฝูงและครอบครัว

4) แรงจูงใจเกี่ยวกับสถานภาพและศักดิ์ศรี (Status and Prestige Motivators) เป็นแรงจูงใจที่พิจารณาถึงความต้องการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ความมุ่งมั่นในการศึกษาต่อ การพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น การทำงานอดิเรกทำ

### 3.4 ทฤษฎีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

สำหรับทฤษฎีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้เกิดการท่องเที่ยว โดย วลัยพร ธีวตระกูลไพบูลย์ (2558) อธิบายว่าทฤษฎีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนั้นได้ดัดแปลงมาจากทฤษฎีมาจากทฤษฎีการตัดสินใจของผู้บริโภคสินค้าทั่วไป แต่มีการเพิ่มเติมปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเฉพาะสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มเข้าไปเพื่อให้เห็นความแตกต่างที่ชัดเจน ดังนี้

#### 3.4.1 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว Schmoll (1977)

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Schmoll (1977) ได้ดัดแปลงมาจากทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคของ Howard and Sheth (1969) และ Nicosia (1966) โดยมีการแบ่งขั้นตอนการตัดสินใจออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความปรารถนาที่จะท่องเที่ยว (Travel Desires)

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)

ขั้นที่ 3 การเปรียบเทียบตัวเลือก (Comparison of Travel Alternatives)

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจ (Decision)

กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Schmoll นั้นได้มีการแบ่งกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นปัจจัยภายในและภายนอกไว้ 4 กลุ่มหลัก ๆ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ปัจจัยทางด้านสิ่งกระตุ้นทางการท่องเที่ยว (Travel Stimuli) ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย เอกสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว คำแนะนำจากนักท่องเที่ยว และคำแนะนำจากตัวแทนท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 2 ปัจจัยทางด้านบุคคลและสังคม (Personal and Social Determinants) มีส่วนสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเติมเต็มทางด้านจิตใจ เช่น แรงจูงใจ ความต้องการ และความคาดหวัง โดยประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ เช่น สถานภาพทางเศรษฐกิจและทางสังคม บุคลิกภาพ อิทธิพลทางสังคม ทัศนคติและค่านิยม

กลุ่มที่ 3 ปัจจัยภายนอก (External Variables) ได้แก่ ความมั่นใจในตัวแทนท่องเที่ยว ภาพพจน์ของแหล่งท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว ความเสี่ยงภัย และข้อจำกัดทางด้านต่าง ๆ เช่น เวลา ค่าใช้จ่าย

กลุ่มที่ 4 ปัจจัยทางด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Characteristics and Features of Destination) ปัจจัยในกลุ่มนี้ ได้แก่ ราคา คุณค่า ข้อมูลการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

#### 3.4.2 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว Mathieson and Wail (1982)

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Mathieson and Wail (1982) ได้มีการเพิ่มขึ้นตอนของการตัดสินใจจาก Schmol (1977) อีก 2 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนที่ 5 และ 6 โดยรวมขั้นตอนการตัดสินใจออกเป็น 6 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ความปรารถนาที่จะท่องเที่ยว (Travel Desires)

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)

ขั้นที่ 3 เปรียบเทียบตัวเลือก (Assessment of Travel Alternatives)

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจ (Decision)

ขั้นที่ 5 การจัดการท่องเที่ยว (Travel Arrangements)

ขั้นที่ 6 ประสบการณ์การท่องเที่ยวและการประเมินผล (Travel Experience and Evaluation)

นอกจากนี้กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Mathieson and Wail นั้น ได้มีการแบ่งกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไว้ 4 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ปัจจัยด้านลักษณะของนักท่องเที่ยว (Tourist Profile) ได้แก่ ลักษณะทางด้านเศรษฐกิจและสังคม เช่น อายุ การศึกษา รายได้ ทัศนคติ ประสบการณ์ และแรงจูงใจ

กลุ่มที่ 2 ปัจจัยทางด้านการรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว (Travel Awareness) เช่น ภาพพจน์ สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ

กลุ่มที่ 3 ปัจจัยทางด้านลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Resources and Characteristics) ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวสภาพภูมิศาสตร์และสิ่งแวดล้อม แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว สภาพเศรษฐกิจและการเมือง และสิ่งอำนวยความสะดวก

กลุ่มที่ 4 ปัจจัยทางด้านการจัดการท่องเที่ยว (Trip Features) ปัจจัยในกลุ่มนี้ ได้แก่ ความมั่นใจในตัวแทนท่องเที่ยว ราคาและคุณค่า ระยะเวลา การเสี่ยงภัย แรงกดดันภายในครอบครัว และแรงกดดันจากการจัดการท่องเที่ยว ขนาดของกลุ่มที่จะท่องเที่ยว และระยะทาง

#### 3.4.3 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Goodall (1988)

สำหรับทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Goodall (1988) แบ่งขั้นตอนการตัดสินใจออกเป็น 5 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การรับรู้ความต้องการ (Need Recognition)

ขั้นที่ 2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)

ขั้นที่ 3 การประเมินตัวเลือก (Evaluation of Alternatives)

ขั้นที่ 4 การตัดสินใจ (Purchase Decision)

ขั้นที่ 5 การประเมินหลังการซื้อ (Post-purchase Evaluation)

ในทฤษฎีของกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Goodall (1988) ได้มีการนำเรื่องของกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวที่มีโอกาสเป็นตัวเลือก (Opportunity Set) เข้ามาอธิบายเพิ่มเติม แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชอบ (Preference) มีความคาดหวังที่จะไปเยือน (Expectation) ประกอบกับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีภาพพจน์ดี (Image) จึงจะมีโอกาสจัดอยู่ในกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยวที่มีโอกาสเป็นตัวเลือกที่ดีของ Goodall (1988) สะท้อนให้เห็นว่า แหล่งท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญในเรื่องของภาพพจน์เป็นอย่างมาก เพราะภาพพจน์มีส่วนช่วยผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวมีโอกาสเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจไปเยือนได้

#### 3.4.4 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Middleton (1994)

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Middleton (1994) มีลักษณะที่แตกต่างจากทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวถึงมาก่อนหน้านี้ เนื่องจากได้มีการนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้น

การตอบสนองออกจากทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคมาปรับใช้เพื่ออธิบายการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญของกลุ่มปัจจัยหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่

กลุ่มที่ 1 ช่องทางการสื่อสาร (Communication Channels) ได้แก่ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย แผ่นพับ การขายโดยบุคคล การประชาสัมพันธ์ และจากเพื่อน ครอบครัว และกลุ่มอ้างอิง

กลุ่มที่ 2 ความรู้สึกหลังการใช้บริการ (Post-purchase and Post-consumption Feelings) ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจ และพร้อมที่จะกลับไปใช้บริการยังแหล่งท่องเที่ยววนั้นอีกครั้ง

### 3.5 ความหมายส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจโดยเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความพึงพอใจ ความต้องการของผู้บริโภค (Kotler and Keller, 2012) ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า (Customer Needs) 2) ราคา (Price) ที่สะท้อนคุณค่าสร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคกับสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับ (Cost to Satisfy Customer) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่สร้างความสะดวกในการซื้อ (Convenience to Buy) และ 4) การส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) ที่สื่อสารไปยังผู้บริโภค (Communication) (เอกก์ ภทรธนกุล, 2556)

3.5.1 ผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งที่ผู้ขายเสนอขายและมอบให้กับผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการและให้ความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยผลิตภัณฑ์นั้น แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนทางกายภาพ สามารถจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน เช่น งานบริการต่าง ๆ (Kotler and Keller, 2012)

3.5.2 ราคา หมายถึงจำนวนเงินที่กำหนดขึ้นเพื่อแสดงถึงมูลค่าเพื่อการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์หรือบริการ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ผู้บริโภคจะยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นเมื่อราคาสะท้อนคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Kotler and Keller, 2012)

3.5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงช่องทางการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้ขายไปยังผู้บริโภค การส่งมอบนั้นอาจผ่านคนกลาง หรือขายโดยผู้ขายของโดยตรง การจัดจำหน่ายมีผลต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค จึงต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายของผู้บริโภค ทั้งด้าน สถานที่ ทำเลที่ตั้ง เวลา และวิธีการ (ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2554)

3.5.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึงเครื่องมือที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ในการแจ้งข้อมูล ข่าวสาร เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ บริการตราสินค้า หรือองค์กร และสร้างความพอใจ เกิดทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการหรือกระตุ้นเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์ โดยคาดหวังว่าการสื่อสารทางการตลาดจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ ทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อ (Lovelock, 2010)

การติดต่อสื่อสารทางการตลาดของผู้ขายไปยังผู้บริโภคนั้นเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ โดยการบอกต่อ ชักชวน และย้ำเตือนผู้บริโภคนั้นเพื่อสร้างทัศนคติขององค์กร อาจเป็นการสื่อสารทางตรงหรือทางอ้อมก็ได้ (Kotler and Keller, 2012) การสื่อสารทางการตลาดนั้นช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับตราสินค้าขององค์กร เป็นการสื่อสารที่ทำให้ลูกค้าได้เรียนรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น ๆ และรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของตราสินค้า เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อสัจย์ต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) มีส่วนร่วมกับตราสินค้า (Brand Engagement) และทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจทดลองและเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น (เจนจิรา เกษรขจรทิพย์, 2557)

องค์ประกอบของการสื่อสารการตลาด (Marketing Communications Mix) ประกอบไปด้วยการสื่อสารหลัก 8 ประเภทคือ (Kotler and Keller, 2012)

1) การโฆษณา (Advertising) คือการประชาสัมพันธ์ความคิด (Ideas) สินค้า หรือบริการ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น สื่อสิ่งพิมพ์ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร สื่อกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ และป้ายโฆษณาต่าง ๆ

2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การจัดกิจกรรมที่มีระยะเวลาสั้น ๆ ที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองหรือซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมการขายกับผู้บริโภค (Consumer Promotion) เช่น สินค้าขนาดทดลอง คุปอง การลดราคา เป็นต้น การส่งเสริมการขายกับร้านค้า (Trade Promotion) เช่น การให้เงินสนับสนุนการตั้งป้ายโฆษณาหน้าร้าน การให้ส่วนลดการค้า และการส่งเสริมการขายแบบกระตุ้นยอดขายจากการให้เงินรางวัลตามเป้ากับพนักงานขาย

3) งานแสดงและการสร้างประสบการณ์ร่วม (Events and Experiences) การที่บริษัทเป็นผู้สนับสนุน (Sponsor) ในการจัดกิจกรรมหรือโครงการต่าง ๆ ที่สร้างความเชื่อมโยงระหว่างตราสินค้ากับลูกค้า เช่น งานบันเทิงต่าง ๆ งานกีฬา งานแสดงศิลปะ เป็นต้น

4) การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว (Public Relations and Publicity) โครงการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นโครงการภายในที่จัดขึ้นเพื่อพนักงานในองค์กร หรือโครงการภายนอกที่จัดขึ้นสำหรับลูกค้า บริษัทอื่น ๆ รัฐบาลหรือสื่อแขนงต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์หรือปกป้องภาพลักษณ์ต่าง ๆ ของบริษัทหรือสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง

5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) การใช้จดหมาย โทรศัพท์ แฟกซ์ จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) อินเทอร์เน็ตเพื่อสื่อสารโดยตรงไปยังลูกค้าเฉพาะคน

6) การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) กิจกรรมหรือโครงการทางออนไลน์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดส่วนร่วมทั้งทางตรงและทางอ้อม เพื่อเพิ่มการรับรู้ในตราสินค้า (Brand Awareness) ปรับปรุงภาพลักษณ์หรือเพิ่มยอดขายสินค้าและบริการ

7) การสื่อสารแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Marketing) การสื่อสารของบุคคลถึงบุคคลเกี่ยวกับประสบการณ์การซื้อหรือการใช้บริการนั้นผ่านการพูด การเขียน หรือการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์

8) การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling) การที่พนักงานขายมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้า เพื่อจุดประสงค์ในการนำเสนอสินค้า แสดงวิธีการใช้งาน การตอบคำถาม และการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ

#### 4. แนวคิด และทฤษฎีด้านการจัดการ

##### 4.1 ความหมายของการจัดการ

ในอดีตนักวิชาการมักไม่นิยามความหมายของคำว่า “การจัดการ” เหตุผลเพราะคำว่า การจัดการมีความหมายที่กว้างเกินจะอธิบายได้อย่างครอบคลุม แต่ในปัจจุบันนักวิชาการได้ให้ความสำคัญที่จะให้ความหมายของคำว่า การจัดการ เพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายลักษณะของการจัดการที่ชัดเจน โดย Dubrin and Ireland (1993) ได้อธิบายว่า การจัดการเป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ทรัพยากรองค์การให้บรรลุเป้าหมายผ่านหน้าที่ในการวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำ และการควบคุม สำหรับ (Robbins and DeCenzo, 2004; Certo, 2003) ได้ให้ความหมายของการจัดการว่าเป็นกระบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร ในขณะที่ Wehrich and Koontz (2005) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการในการออกแบบและการบำรุงรักษาสภาพแวดล้อมของการทำงานร่วมกันในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับ อัจฉรา ชิวตระกูลกิจ (2542) กล่าวว่า การจัดการ คือ กระบวนการในการวางแผน จัดระเบียบองค์กร



กระตุ้นและควบคุมทรัพยากรอันประกอบด้วยทรัพยากรมนุษย์ เงินทุนและทรัพยากรอื่น ๆ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสำหรับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ก็ได้ให้ความหมายของการจัดการว่าเป็นกระบวนการนำ ทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหาร รวมทั้ง นิรมล กิติกุล (2545) ก็ได้อธิบายว่า การจัดการ หมายถึง ระบบการจัดการของผู้บริหารที่ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ มาดำเนิน กิจกรรมขั้นตอนต่าง ๆ โดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์สูงสุด

โดยสรุป การจัดการคือกระบวนการในดำเนินการวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และ การควบคุม ทรัพยากรทางการบริหารซึ่งประกอบไปด้วย ทรัพยากรมนุษย์ การเงินและงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลบรรลุเป้าหมายที่ องค์กรกำหนดไว้

#### 4.2 ทฤษฎีด้านการจัดการ

สำหรับทฤษฎีด้านการจัดการนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอแนวคิดและหลักการ จัดการที่สำคัญ ๆ โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

1) การจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ คือการจัดการที่มีการนำหลักทาง วิทยาศาสตร์มาเป็นเครื่องมือช่วยในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ โดยเน้นการหาวิธีที่ใช้แล้วดีที่สุด มาใช้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ประการ ดังนี้ (Robbins and Coulter, 1999)

- 1.1) การพัฒนาวิธีการทางวิทยาศาสตร์สำหรับการทำงานในแต่ละงาน
- 1.2) คัดเลือก อบรม และพัฒนาความคิดทางวิทยาศาสตร์ให้เกิดกับ

คนงานแต่ละคน

1.3) ประสานงานกับคนงานอย่างใกล้ชิดและกระตือรือร้น เพื่อให้ คนงานปฏิบัติงานอย่างยินยอมพร้อมใจกับหลักการทางวิทยาศาสตร์

1.4) แบ่งงานและความรับผิดชอบระหว่างฝ่ายจัดการกับคนงานอย่าง เท่าเทียมกัน

2) การจัดการเชิงบริหาร คือการจัดการที่ให้ความสำคัญกับหลักการ จัดการและโครงสร้างขององค์กร ตลอดจนผู้บริหารมากที่สุด โดยมีหลักการจัดการ 14 ข้อ เพื่อช่วยให้ ผู้บริหารสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Dubrin and Ireland, 1993)

2.1) การแบ่งงานกันทำ (Division of Work) โดยการเพิ่มการแบ่ง งานกันทำตามความสามารถหรือตามความถนัดในงานแต่ละงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

2.2) อำนาจหน้าที่ (Authority) ผู้บริหารมีสิทธิในการสั่งการและมีอำนาจที่จะบังคับให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติตามคำสั่ง

2.3) เอกภาพการสั่งการ (Unity of Command) ผู้ใต้บังคับบัญชาควรรับคำสั่งจากผู้บังคับบัญชาเพียงคนเดียว ตามหลักการ One Man One Boss

2.4) วินัย (Discipline) ผู้ใต้บังคับบัญชาควรให้ความเคารพและเชื่อฟังในข้อกำหนดและนโยบายขององค์กร

2.5) เอกภาพในทิศทาง (Unity of Direction) งานแต่ละงานในแต่ละกลุ่มหรือแต่ละฝ่ายควรปฏิบัติงานภายใต้แผนและการอำนวยความสะดวกเดียวกัน

2.6) ผลประโยชน์ส่วนตัวขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ส่วนรวม (Subordination of Individual Interests to the General Interests) นั่นคือผลประโยชน์ทางสังคมมาก่อนในลำดับแรก ส่วนผลประโยชน์ขององค์กรในลำดับที่สอง และผลประโยชน์ของตนเองเป็นลำดับสุดท้าย

2.7) ผลตอบแทน (Remuneration) คนงานควรได้รับค่าจ้างอย่างยุติธรรม และผลตอบแทนนั้นต้องเป็นที่ยอมรับได้ทั้งคนงานและองค์กร

2.8) รวมอำนาจ (Centralization) เพิ่มบทบาทของผู้ใต้บังคับบัญชาในกระบวนการตัดสินใจ คือ การกระจายอำนาจ (Decentralization) ในขณะที่หากลดบทบาทด้านนี้ลงจะเป็นการรวมอำนาจไว้ที่ศูนย์กลาง (Centralization) ผู้บริหารที่มีความสามารถต้องตัดสินใจอย่างถูกต้องว่าสถานการณ์ใดควรรวมอำนาจและสถานการณ์ใดควรกระจายอำนาจ

2.9) สายการบังคับบัญชา (Scalar Chain) ควรกำหนดสายการบังคับบัญชาแต่ละหน่วยงานในองค์กรให้ชัดเจนไม่เลื่อมล้ำ ทับซ้อน หรือคลุมเครือ ซึ่งสายการบังคับบัญชานี้จะสัมพันธ์กับการสื่อสารในองค์กรด้วย

2.10) ระเบียบ (Order) ทุกสิ่งทุกอย่างควรมีระเบียบแบบแผน การบรรจุลูกจ้างเข้าทำงานควรคำนึงถึงคุณสมบัติ และองค์กรต้องจัดให้บุคคลทำงานที่เหมาะสมกับตนเอง

2.11) ยุติธรรม (Equity) ผู้บริหารควรบังคับบัญชาด้วยความเมตตา กรุณาและยุติธรรมต่อผู้ใต้บังคับบัญชา

2.12) ความมั่นคง (Stability of Personnel) อัตราการออกจากงานสูงส่งให้เห็นถึงประสิทธิภาพของผู้บริหารและองค์กร ผู้บริหารควรสร้างความรู้สึกในเรื่องความมั่นคงในหน้าที่การงานให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อลดอัตราการออกจากงานให้น้อยลง

2.13) การริเริ่ม (Initiative) ผู้ใต้บังคับบัญชาควรได้รับโอกาสในการ ออกแบบและดำเนินการตามแผนด้วยตนเอง

2.14) ความสามัคคี (Esprit de Corps) เพื่อให้การทำงานเป็นทีม ประสบความสำเร็จการส่งเสริมให้มีความสามัคคีในหมู่คณะเป็นสิ่งที่ควรกระทำ เพื่อให้เกิด เอกภาพทั้งองค์กร

3) การจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์ คือการจัดการที่ให้ความสนใจกับ ความสัมพันธ์ของคนในสังคมที่มีต่องาน บางครั้งเรียกว่า การจัดการที่มุ่งคนเป็นหลัก ซึ่งได้พัฒนา ต่อมาเป็นพฤติกรรมองค์กรในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของนักวิชาการของไทย ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการที่ สอดคล้องกันในข้างต้น เช่น อัจฉรา ชิวตระกูลกิจ (2542) ซึ่งได้แบ่งแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการ ออกเป็นกลุ่มตามลำดับก่อนหลังของการค้นพบ ซึ่งกลุ่มแรกสุดเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการแบบ คลาสสิก ซึ่งประกอบด้วยทฤษฎีการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ และทฤษฎีกระบวนการในการจัดการ แนวคิดของกลุ่มที่สองเชื่อว่าพฤติกรรมของคนในองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ฝ่ายจัดการจะต้องคำนึงอยู่ เสมอ และแนวคิดกลุ่มที่สามมุ่งเน้นที่กระบวนการในการตัดสินใจ โดยอาศัยตัวแบบทางคณิตศาสตร์ เป็นเครื่องมือ นอกจากนี้แล้ว พงมาน เตียววัฒนรัฐติกาล (2542) ได้สรุปแนวคิดของการจัดการซึ่งมี พัฒนาการมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยมีแนวคิดสำคัญ ดังนี้

1) แนวคิดการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ จะอยู่บนพื้นฐานของการใช้ หลักการวิทยาศาสตร์มาช่วยในการจัดการ เช่น การทดลอง การวัด เป็นต้น

2) แนวคิดการจัดการเชิงมนุษยสัมพันธ์ จะเน้นการใช้หลักการมนุษย-สัมพันธ์และจิตวิทยาในการจัดการ เนื่องจากแนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับมนุษย์เป็นหลัก

3) แนวคิดการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์ จะทำการศึกษาพฤติกรรมของ มนุษย์รูปแบบต่าง ๆ แล้วนำมาประยุกต์เข้ากับการจัดการ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันหลายองค์กรได้มีการ นำแนวคิดและทฤษฎีการจัดการในแบบต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเกิดความเหมาะสมกับการ ดำเนินงานขององค์กรในมิติต่าง ๆ จนเกิดเป็นแนวคิดและทฤษฎีการจัดการแนวใหม่มากมาย ซึ่งส่วน ใหญ่แล้วล้วนมาจากฐานแนวคิดต่าง ๆ ที่ได้กล่าวข้างต้น

#### 4.3 กระบวนการและองค์ประกอบของการจัดการ

สำหรับกระบวนการและองค์ประกอบของการจัดการนั้น ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ได้กล่าวว่า มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ อันได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) 2) การจัด

องค์การ (Organizing) 3) การชี้นำ (Leading) 4) การควบคุม (Controlling) และอัจฉรา ชิวตระกูลกิจ (2542) กล่าวว่า การจัดการเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่ทำเนนไปอย่างต่อเนื่อง ภายในองค์กรหนึ่ง ๆ ฝ่ายบริหารจึงมีกิจกรรมที่จะต้องกระทำอยู่หลากหลาย เช่น จัดสรรงบประมาณมาลงทุนในโครงการใหม่และโครงการเดิมที่กำลังดำเนินการอยู่ หาโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ชี้นำและปกครองลูกน้องให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น การจัดการเป็นกระบวนการและมีองค์ประกอบที่ค่อนข้างซับซ้อน จึงต้องแบ่งกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการดังกล่าวออกเป็นขั้นตอนย่อยเพื่อให้การพิจารณาเป็นไปได้โดยสะดวกและชัดเจนยิ่งขึ้น

ซึ่งโดยทั่วไปแล้วหลักการจัดการประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังนี้

1) การวางแผน (Planning) หมายถึงการกำหนดวิธีปฏิบัติไว้ล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความสำเร็จของงานตามที่ต้องการโดยพิจารณาว่าองค์การต้องการอะไร ทำอะไร ต้องการให้องค์การเป็นอย่างไรในอนาคต โดยการพิจารณาจากสภาพในปัจจุบันขององค์การที่มีความสัมพันธ์กับความเป็นไปได้ในอนาคต ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ เลือกวิธีปฏิบัติงาน เลือกวิธีจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้บริหาร ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ย่อมวางแผนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

2) การจัดองค์การ (Organizing) เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การไว้ชัดเจนแล้ว องค์การต้องมีการแบ่งหน้าที่ จัดความสัมพันธ์ของกิจการต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การมีประสิทธิภาพคล่องตัว มีการประสานงานที่ดี จึงต้องจัดองค์การให้เหมาะสม ดังนั้น การจัดองค์การจึงเป็นการกำหนดและจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำเพื่อให้งานเสร็จตามเป้าหมาย ต้องแยกงานเป็นกลุ่ม และมอบหมายผู้รับผิดชอบรับไปดำเนินการ พร้อมกับมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้มีการประสานงานระหว่างกลุ่มกิจกรรม สิ่งสำคัญในการจัดองค์การก็คือ ผู้บริหารต้องแบ่งงานกันตามความถนัด

3) การชี้นำ (Leading) หัวหน้าหน่วยงานต้องเป็นผู้มีศิลปะในการชี้นำหรือสั่งการ ส่งเสริมให้ทุกคนมีความกระตือรือร้นในการทำงาน รู้จักหลักและวิธีการจูงใจให้คนอุทิศตนทั้งด้านความคิดและกำลังกายให้กับองค์การอย่างเต็มที่ สามารถจัดข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในองค์การได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เข้าใจพฤติกรรมของบุคลากร รู้จักให้ค่าตอบแทนแก่พนักงานอย่างเหมาะสมและยุติธรรม และมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานอันสมควร

4) การควบคุม (Controlling) เมื่อผู้บริหารมอบงานไปแล้ว จำเป็นต้องควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ การควบคุมติดตามเริ่มตั้งแต่การกำหนดมาตรการให้มีระบบการรายงานการทำงานของพนักงานเพื่อเสนอต่อผู้บริหารตามลำดับชั้นอย่างสม่ำเสมอ การรายงานผลเป็นการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงแตกต่างจากมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

#### 4.4 แนวโน้มรูปแบบการจัดการ

สำหรับแนวโน้มรูปแบบการจัดการนั้น วิรัช สงวนวงศวาน (2551) ได้อธิบายว่าองค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต จะมีลักษณะ ดังนี้

- 1) ความเป็นโลกาภิวัตน์ (Globalization) เมื่อประเทศต่าง ๆ ไร้พรมแดน จะมีการเคลื่อนย้ายเงินทุนไปประกอบการในประเทศต่าง ๆ มากขึ้น การจัดการจะต้องดำเนินการในรูปแบบขององค์การระหว่างประเทศ การเมือง และวัฒนธรรมที่แตกต่างจะเป็นปัจจัยที่ท้าทายการดำเนินงานในตลาดโลก
- 2) เน้นความสำคัญเรื่องจริยธรรม (Ethics) มีการเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับจริยธรรมของธุรกิจเป็นหลักสูตรของสถาบันการศึกษามากขึ้น มีกฎหมายและกฎเกณฑ์ให้การดำเนินงานของธุรกิจต้องคำนึงถึงจริยธรรมมากขึ้น
- 3) มีความหลากหลายทางด้านแรงงาน (Workforce Diversity) ทั้งเพศ เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม คนพิการ และผู้ด้อยความสามารถด้านต่าง ๆ แนวโน้มของคณงานจะมีอายุสูงขึ้น มีการอพยพของแรงงานระหว่างประเทศมากขึ้น การกีดกันผู้หญิงหรือคนบางกลุ่ม (Glass Ceiling) จะลดลง
- 4) ผู้บริหารจะมีความเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น (Entrepreneurship) ผู้บริหารยุคใหม่จะต้องทราบกระบวนการที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่โดยศึกษาโอกาสจากสิ่งแวดล้อม มีความคิดใหม่ๆ ที่จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ และมีความสามารถในการปรับตัว ยืดหยุ่นเพื่อให้องค์การประสบความสำเร็จและเจริญก้าวหน้าไปตลอด
- 5) มีการจัดการรูปแบบ E-business (Electronic Business) ซึ่งเป็นรูปแบบต่าง ๆ ที่ธุรกิจซื้อขายแลกเปลี่ยนหรือทำธุรกรรม เช่น Internet-based รูปแบบของ E-commerce เช่น B2B (Business to Business) B2C (Business to Consumer) C2C (Consumer to Consumer) G2B (Government to Business)

6) การจัดการความรู้และองค์การแห่งการเรียนรู้ (Knowledge Management and Learning Organization) ผู้บริหารยุคปัจจุบันจะต้องเผชิญกับสิ่งแวดล้อมและความรู้ใหม่ ๆ ที่พัฒนาไปตลอดเวลา จึงต้องศึกษา ติดตาม เพื่อพัฒนาความรู้ของตน ในขณะที่องค์การในยุคศตวรรษที่ 21 ก็ต้องมีความสามารถในการเรียนรู้และตอบสนองความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วทันการณ์ ผู้บริหารในองค์การแห่งการเรียนรู้ยังต้องถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงาน สนับสนุนส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาความรู้เพื่อให้องค์การอยู่รอดและเจริญเติบโตไปได้เสมอ แม้สิ่งแวดล้อมจะเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะใดก็ตาม

7) การจัดการเชิงคุณภาพ (Quality Management) ในสภาวะการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต การแข่งขันของธุรกิจทวีความรุนแรงมากขึ้น ผู้บริโภคจะมีสิทธิเลือกซื้อสินค้าจากผู้ขายที่ให้สินค้าที่มีคุณค่า หรือคุณภาพมากที่สุด การจัดการด้านคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นความจำเป็นของธุรกิจ การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management หรือ TQM) นับเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมสูงมาก เพราะ TQM มีปรัชญาการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

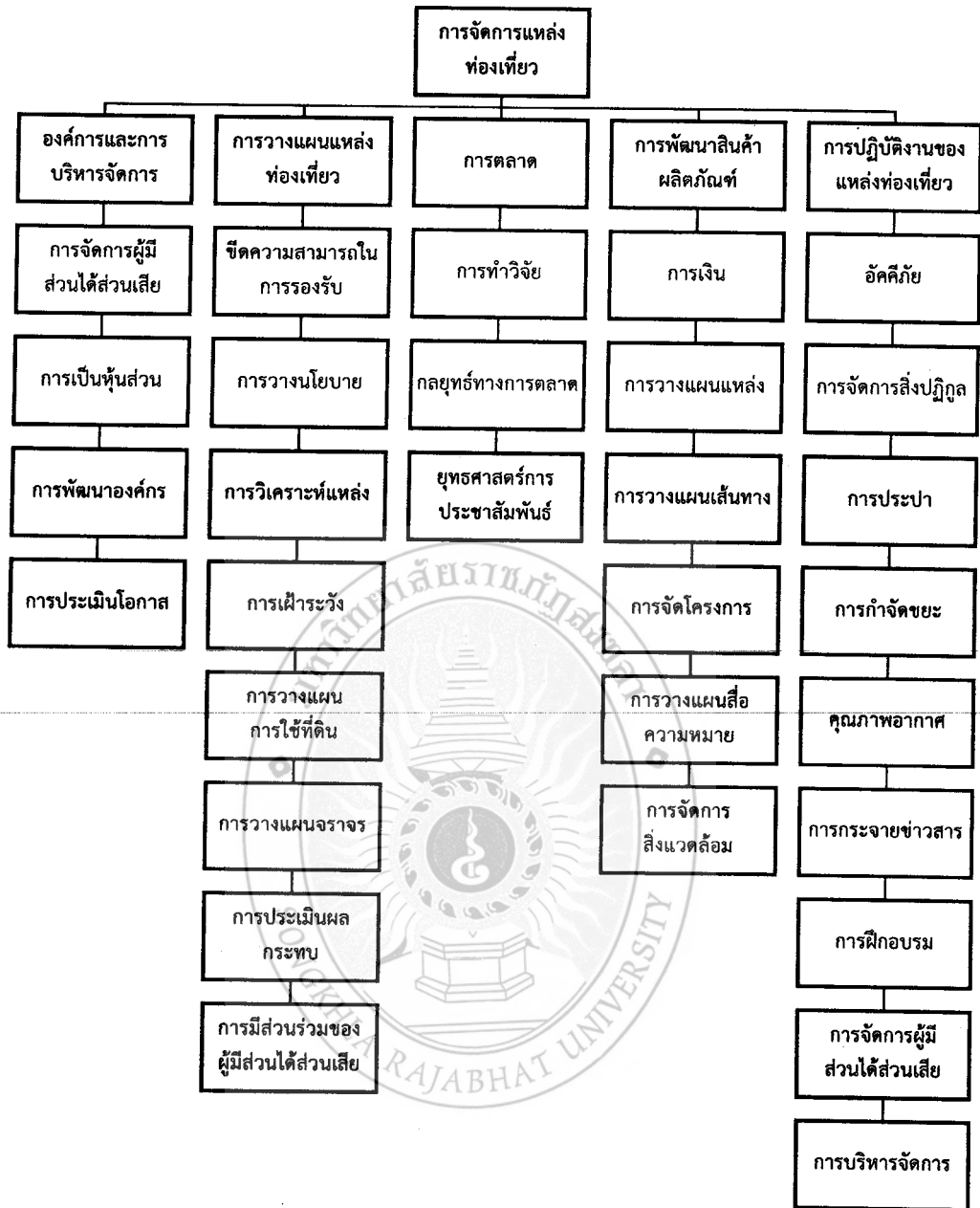
## 5. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

### 5.1 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดี เป็นหลักประกันความสำเร็จของการท่องเที่ยวทั้งในเมืองและชนบท โดยคำนึงถึงชุมชนเจ้าของท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพโดยหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวที่ดี ซึ่งประกอบไปด้วย

- 1) การมีองค์กรและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ
- 2) มีการวางแผนในด้านกายภาพและด้านสังคมของแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ให้ความสำคัญเรื่องการตลาด
- 4) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและให้เหมาะสมกับประเภทและลักษณะของทรัพยากร

5) ให้ความสำคัญใส่กับการวางแผนและการบริหารจัดการ  
ซึ่งสามารถสรุปรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้ตามภาพประกอบ 1 ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549)

การวางแผนถือเป็นหลักเกณฑ์พื้นฐานในการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมทั้งการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการค้นหาคำความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยว ซึ่งความต้องการ (Demand) มีความสัมพันธ์กับการตอบสนอง (Supply) โดยปัจจัยความต้องการด้านการท่องเที่ยว มีความเชื่อมโยงกับตลาดนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและ

ต่างประเทศ และผู้คนในท้องถิ่นซึ่งได้ใช้แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการของนักท่องเที่ยวร่วมกัน (UN-WTO, 2002) ขณะที่การตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เรียกรว่ระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) โดยสามารถอธิบายได้ดังตาราง 5 ดังนี้ (นราวดี บัวขวัญ, 2556)

ตาราง 5 แสดงระบบการท่องเที่ยว

ปัจจัยความต้องการ (Demand Factors)	ปัจจัยการตอบสนอง (Supply Factors)
➢ ตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	➢ แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว
➢ ตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ	➢ ที่พักอาศัย
➢ การใช้ประโยชน์ด้านแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการ	➢ สิ่งอำนวยความสะดวก การบริการอื่น ๆ
➢ การท่องเที่ยวของผู้คนในท้องถิ่น	➢ ระบบการขนส่ง
	➢ โครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง
	➢ องค์ประกอบขององค์กร/สถาบันที่เกี่ยวข้อง

ที่มา : UN-WTO (2002)

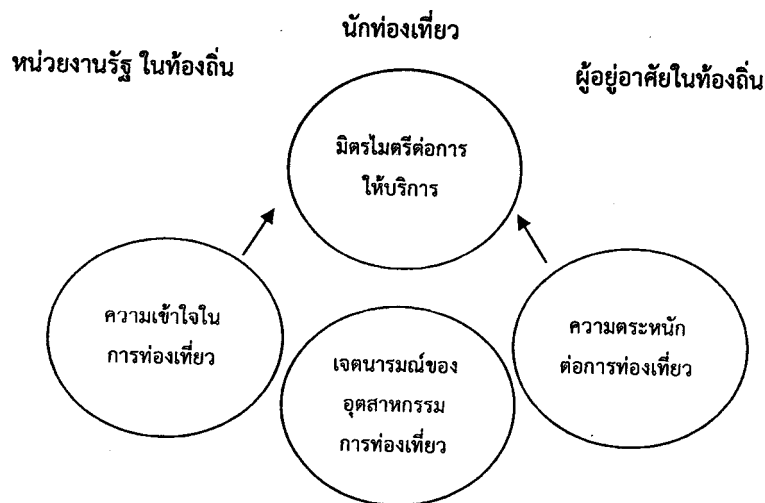
อย่างไรก็ตามการวางแผนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว นั้น นักวางแผนต้องให้ความสำคัญต่อสินค้าการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน การยอมรับจากภาคีที่เกี่ยวข้อง และสามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับต่าง ๆ ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก ได้เสนอกรอบแนวคิดการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Planning) เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนผู้ประกอบการธุรกิจ และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยกรอบแนวคิดดังกล่าวช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถแข่งขันได้ เพิ่มความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สร้างความร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องซึ่งสามารถสรุปตามภาพประกอบ 2 ดังนี้





ภาพประกอบ 2 แสดงแนวคิดการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว  
ที่มา : ดัดแปลงมาจาก UN-WTO (2007)

บทบาทของภาคีที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญต่อกระบวนการวางแผนด้านการจัดการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนในการทำความเข้าใจต่อวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (Keler, 2011) ซึ่งภาคีที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวนอกจากนักท่องเที่ยวแล้ว ยังรวมถึงผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่หน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นและผู้แทนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งบทบาทของภาคีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย การสร้างความเข้าใจและการตระหนักรู้ถึงการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และการสร้างเจตนาธรรมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตามภาพประกอบ 3 ดังนี้



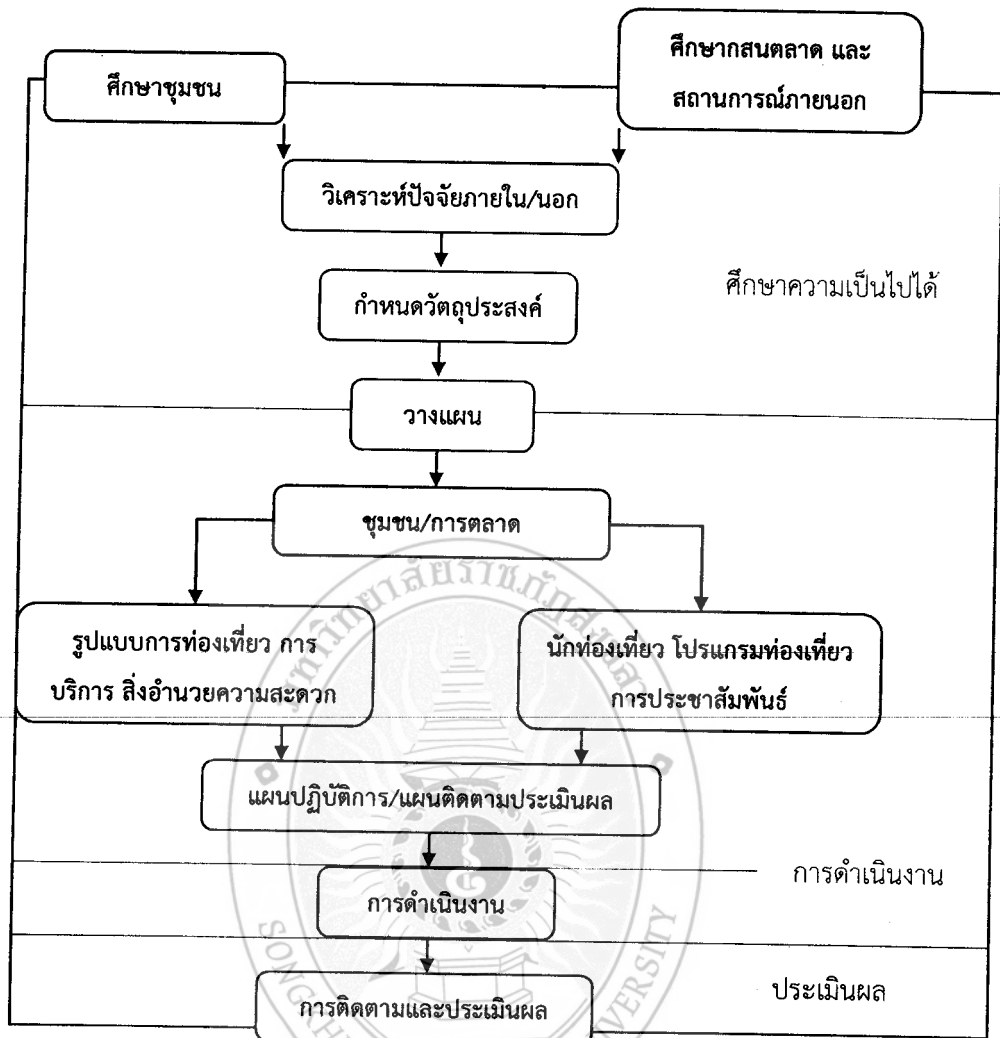
ภาพประกอบ 3 แสดงบทบาทของภาคีที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก Keler (2011)

กระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่ง (Besson, 2007) ได้แนะนำว่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พื้นที่จะต้องพิจารณาถึงประเด็นที่สำคัญในการดำเนินการร่วมกันภายในองค์กร ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ความชัดเจนทางกลยุทธ์ (Strategic) วิสัยทัศน์ (Vision) การวางแผน (Planning) และวัตถุประสงค์ (Objective) ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 2) เกี่ยวข้องกับผู้คนในท้องถิ่นและการบูรณาการวัฒนธรรมท้องถิ่นเข้าด้วยกัน
- 3) การจัดการโครงสร้างในการพัฒนาความร่วมมือ
- 4) ความต่อเนื่องของกระบวนการและโปรแกรมการท่องเที่ยว

ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพราะชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและทรัพยากรเหล่านั้นได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูไว้โดยชุมชน โดยที่วัฒนธรรมเป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่ชุมชนต่าง ๆ ได้นำมาจัดการให้เกิดเป็นรูปของการท่องเที่ยว ดังนั้นกระบวนการสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการวางแผน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ในส่วนของการเตรียมความพร้อม และการเตรียมความพร้อมด้านการตลาด โดยแสดงในภาพประกอบ 4 ดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

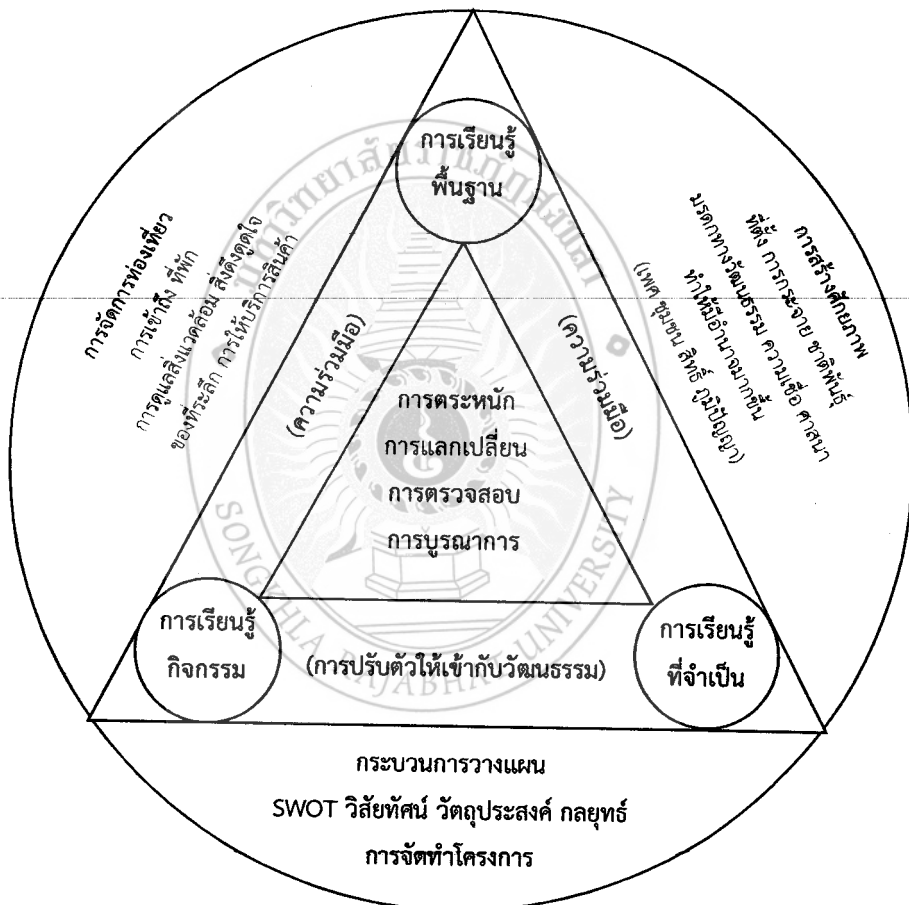


ภาพประกอบ 4 แสดงกระบวนการวางแผนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน  
ที่มา : ดัดแปลงมาจาก พจนา สวนศรี (2546)

การใช้การควบคุมต้นทุนทางปัญญา เป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยนำมาใช้เพื่อส่งเสริมความรู้ทางปัญญา ซึ่งเริ่มจากการกำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ เพื่อให้โครงการประสบความสำเร็จ ชุมชนจะต้องรวบรวมความรู้ที่ได้มาระหว่างการทำงานและการทำกิจกรรม (การเรียนรู้กิจกรรม) และองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวัน (การเรียนรู้ที่จำเป็น) เพื่อที่จะทำให้กลุ่มความรู้มีความสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้น องค์ความรู้ทั้งหมดถูกรวบรวมผ่านกระบวนการตระหนัก เปลี่ยนแปลงประสบการณ์ การพิสูจน์ และการบูรณาการ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อชุมชน และถูกใช้ในการวางแผนและดำเนินการโครงการ องค์ความรู้ที่สำคัญซึ่งอาจจะมีอยู่แล้วแต่ต้อง

เพิ่มพูนองค์ความรู้ รวมถึงการสังเกตกิจกรรมต่าง ๆ การได้ประสบการณ์ศึกษาจากตำรา ภูมิปัญญาท้องถิ่น การฝึกปฏิบัติจริง การอธิบาย และการปรึกษาหารือ การเรียนรู้หรือเทคนิคใหม่ใหม่ที่สำคัญโดยทั่วไปรวมถึงการเรียนรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล การวิจารณ์ เวทีกลุ่มย่อย การระดมสมอง การเรียนรู้ระบบ การประชุม การบรรยาย การฝึกอบรม การสัมมนา การให้คำแนะนำได้การจัดการการเปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์การทบทวนวรรณกรรมและการประเมินผล รายละเอียดตามภาพประกอบ 5 ดังนี้ (ประพิร์พร อักษรศรี, 2553)

### รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน



ภาพประกอบ 5 รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก ประพิร์พร อักษรศรี (2553)

## 5.2 ผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีปัจจัยที่เข้ามามีส่วนสำคัญส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ สึกหรือได้รับความเสียหายจากการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยนั้นก็คือ สภาพแวดล้อม มลพิษ รวมถึงการจัดการต่าง ๆ ซึ่งจากการศึกษาของ M. Li et al (2007 อ้างถึงใน นราวดี บัวขวัญ, 2556) โดยการสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเมือง จำนวน 120 ตัวอย่าง พบว่า ร้อยละ 43 ของนักท่องเที่ยวชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางมรดกโลกมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยอาจไม่ได้ตระหนักถึงสิ่งที่สลับซับซ้อนที่มรดกโลกตั้งอยู่ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกมักจะถูกมองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าที่จะต้องไปเยี่ยมชมให้ได้ ถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม นอกจากนี้การจัดการก็ถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยว เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการจัดการทางมรดกวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการทางมรดกทางวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวยังคงโต้แย้งกันด้วยหลัก เหตุผล (Mckercher et al, 2005) นอกจากนี้มรดกทางวัฒนธรรมอาจจะถูกนำไปใช้ในทางพาณิชย์ และการคอร์ปชั่นซึ่งขึ้นอยู่กับการนิยามความหมายของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดก นั้น ๆ (M. Li et al, 2008 อ้างถึงใน นราวดี บัวขวัญ, 2556) ซึ่งความขัดแย้งระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นหลักฐานทางแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกกับสถานะของมรดกโลกขึ้นอยู่กับ การระบุคุณค่าและความเป็นเอกภาพของพื้นที่นั้น (WHC, 2005) ซึ่งจากการศึกษาการพัฒนา การท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกในประเทศจีน (Li et al, 2008) พบว่า เมื่อแหล่งท่องเที่ยวได้รับความ นิยมและมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ตามมา อาทิ ปัญหาจรรยาบรรณการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ปัญหาเรื่องงบประมาณที่จะนำมา บำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด มีประสิทธิภาพ และปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้ง ในการท่องเที่ยวออกฤดูกาล มีการเก็บค่าเข้าเยี่ยมชมต่ำกว่าปกติ จึงทำให้มีงบประมาณไม่เพียงพอใน การดูแลแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับ Davies and Cahill (2000) ได้อธิบายถึงผลกระทบต่อวัฒนธรรมจากการ พัฒนาการท่องเที่ยว โดยสรุปไว้ว่าการท่องเที่ยวทำให้ความสวยงาม รวมถึงเสน่ห์ต่าง ๆ ของสถานที่ ท่องเที่ยวลดลง เพราะมีการก่อสร้างบดบังความสวยงามหรืออาจไปทำลายสภาพแวดล้อมบริเวณ แหล่งท่องเที่ยวได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างมลพิษในชุมชน รวมถึงเป็นการทำให้ทัศน者在 การมองเห็นสิ่ง ต่าง ๆ ลดลงอีกด้วย ผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรมนั้น แบ่งออกเป็นผลกระทบทางบวกและ ทางลบ ดังนี้

### 5.2.1 ผลกระทบทางบวก

- 1) เป็นการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของคนภายในชุมชน
- 2) ทำให้ชุมชนได้พบนักท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น สร้างประสบการณ์เรียนรู้
- 3) เกิดการเปลี่ยนแปลงทางคุณค่าและประเพณีค่านิยมในทางบวก
- 4) เป็นการส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม
- 5) เป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจในวัฒนธรรมให้กับนักท่องเที่ยว
- 6) เป็นการเปิดโอกาสให้มีการแสดงทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
- 7) เป็นการสร้างให้เกิดความยอมรับความแตกต่างทางวัฒนธรรม
- 8) เป็นการสร้างความสุขให้กับจิตใจ

### 5.2.2 ผลกระทบทางลบ

- 1) ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อาจมีการดื่มเหล้า เล่นการพนัน หรือ มั่วสุมอบายมุขอื่น ๆ จนอาจสร้างปัญหาให้กับคนในชุมชน
- 2) อาจเกิดปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด โสเภณีเพิ่มมากขึ้น
- 3) อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่ไม่ต้องการ
- 4) อาจเกิดผลกระทบทางด้านภาษาและวัฒนธรรม
- 5) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอาจส่งผลให้เกิดการแทนที่ดั้งถิ่นฐาน
- 6) อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงทางประเพณีวัฒนธรรมในทางลบ
- 7) ครอบครัแตกแยก
- 8) ท้องถิ่นอาจถูกตัดออกจากทรัพยากรธรรมชาติ
- 9) อาจทำให้สังคมขยายออกเป็นกลุ่มใหม่ๆ
- 10) อาจทำให้ความสัมพันธ์กับธรรมชาติ การเมือง และสาธาณณะลดน้อยลง

จากแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสังคมทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจากการวิจัยของ ชูลิทธิ ชูชาติ และคณะ (2544) ที่ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตลุ่มแม่น้ำวาว ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งด้านบวก ได้แก่ ทำให้เกิดการรื้อฟื้นวัฒนธรรมชุมชน เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม มีการกระจายรายได้เกิดขึ้นในชุมชนจากนักท่องเที่ยว ส่วนผลกระทบในทางลบ ได้แก่ อาจทำให้ชาวบ้านในชุมชนมองเห็นเงินมากกว่ามิตรภาพที่ดีต่อกัน นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีวรรณ ผิวนิม และปรารถนา จันทร์พันธ์ (2546) ที่ทำ

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำตลิ่งชัน มีผลกระทบต่อชุมชนทั้งสองทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งผลในด้านบวกนั้นก่อให้เกิดการจ้างงานสร้างรายได้ให้กับสมาชิกภายในชุมชนซึ่งมีผลทางเศรษฐกิจ มีการปรับปรุงพื้นที่และสาธารณูปโภคในชุมชนให้ดีขึ้น ส่งผลให้วัฒนธรรมภายในชุมชนเป็นไปในทางบวก นั่นก็คือกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม กิจกรรมต่าง ๆ ทางวัฒนธรรม รวมไปถึงความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ส่วนผลกระทบในด้านลบนั้นอาจก่อให้เกิดกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้เกิดปัญหาแออัดของการคมนาคม เกิดปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหามลพิษทางอากาศ

สรุปได้ว่าผลกระทบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นกับชุมชนมีทั้งในด้านบวกและด้านลบ ดังนั้นผู้นำชุมชนและประชาชนในชุมชนควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการและวางแผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับกระทบในด้านบวกให้เกิดประโยชน์กับชุมชนอย่างยั่งยืนที่สุด ในขณะที่เดียวกันก็ต้องเตรียมการป้องกันและแก้ไขปัญหาซึ่งอาจเกิดขึ้นและเป็นผลกระทบด้านลบให้มีผลกระทบน้อยที่สุด

## 6. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

แนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (People's Participation) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ที่มุ่งเน้นคนเป็นสำคัญมากกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจ และได้มีความพยายามเปลี่ยนแปลงในการพัฒนา จากระดับบนลงล่าง (Top-down) มาเป็นจากระดับล่างขึ้นบน (Bottom - up) ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Oakley (1984) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แนวทางจากระดับล่างขึ้นบนนี้เกี่ยวข้องกับอย่างยิ่งกับแนวคิดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดหายไปในการบวนการพัฒนา

### 6.1 ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

กระบวนการมีส่วนร่วมถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบัน เพราะในการจัดการการท่องเที่ยวต้องใช้ทรัพยากรที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นเจ้าของร่วมกัน ซึ่ง เมธี ปิยะคุณ (2547) ได้กล่าวว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้มีการจัดการด้านท่องเที่ยว ซึ่งในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น ผู้บริหารท้องถิ่นและพนักงานส่วนท้องถิ่นจะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาล กระทรวง ทบวง กรม ซึ่งมีส่วน

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการประสานแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการ มีการประสานแผนพัฒนาระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่าง ๆ ในพื้นที่ และมีการจัดทำบริการสาธารณะร่วมกัน โดยมีแนวทางดำเนินการ ดังนี้

- 1) การประสานการจัดทำแผน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกประเภทควรจะต้องประสานแผนพัฒนาร่วมกัน และมีการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด และยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ละประเภทในพื้นที่จังหวัดนั้น ๆ โดยการประสานแผนพัฒนาอาจมอบให้องค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายเป็นหน่วยดำเนินการและใช้โครงสร้างองค์กรประสานแผนพัฒนาเดิม กำหนดไว้แล้วตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการจัดทำและประสานแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมีการจัดโครงการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ
- 2) การจัดทำเครือข่ายศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีการสร้างเครือข่ายศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ใกล้เคียงหรือพื้นที่จังหวัดเดียวกัน โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ระบบอินเทอร์เน็ต ระบบดาวเทียม เป็นต้น
- 3) การสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ใกล้เคียง ในพื้นที่จังหวัดหรือกลุ่มจังหวัดเดียวกันควรมีการสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวให้เป็นระบบครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 4) การจัดทำกิจกรรมสาธารณะร่วมกัน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรแสวงหาแนวทางในการจัดทำบริการสาธารณะ การปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้คุ้มค่า และลดความซ้ำซ้อน โดยการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเจริญเติบโตและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดการสร้างงานเป็นการกระจายรายได้จากส่วนกลางสู่ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและสนับสนุน ชุมชนในท้องถิ่นมีบทบาทหน้าที่และส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม



ตลอดจนมีความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน ภายใต้การประสานการดำเนินงานโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกประเภทในพื้นที่

สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2545) ซึ่งศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนกวีานพะเยา ผลการศึกษาพบว่าประเด็นการมีส่วนร่วมของประชาชน มีความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในด้านการวางแผน ไปร่วมดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวต่งนั้น หากพื้นที่ใดมีแนวคิดในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อส่งผลต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และจากการศึกษาของ พรพรรณ เปล่งปลั่ง (2545) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่โดดเด่นในการพัฒนา คือการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยได้มีการตั้งประชาคมตลาดน้ำ เพื่อเป็นองค์กรที่จะเข้ามาขับเคลื่อนและบริหารจัดการตลาดน้ำ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ (2547) ได้เสนอว่าการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มแรก ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยประโยชน์ในที่นี่รวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทน

## 7. บริบทพื้นที่ศึกษา ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

### 7.1 สภาพทั่วไป

#### 7.1.1 ประวัติความเป็นมาของตำบลเขาขาว

ในอดีตกาลมีตำนานเล่าว่าบริเวณตำบลเขาขาวและตำบลน้ำผุด อำเภอละงู จังหวัดสตูล เป็นดินแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติดินและน้ำ เปรียบเสมือนดินแดนอู่ข้าวอู่น้ำเลยทีเดียว จึงมีพระยาจำนวน 2 คน ยกทัพทำสงครามสู้รบกันเพื่อแข่งชิงดินแดนบริเวณดังกล่าวนี้ แต่ทั้งสองไม่สามารถเอาชนะกันได้ จึงได้ทำพิธี “ตอละ” (แปลว่า “เลิก” ซึ่งเป็นภาษามลายู) หรือหย่าทัพนั่นเอง และตกลงแบ่งพื้นที่ดังกล่าวเป็นสองส่วน คือตอละเหนือหรือตำบลน้ำผุดในปัจจุบัน และตอละใต้หรือตำบลเขาขาวในปัจจุบัน จากนั้นทั้งสองก็ไม่เคยสู้รบกันอีกเลย ตอละเหนือหรือตำบลน้ำผุดมีขุนสำราญเดิมชื่อนายแหลบ ซึ่งต่อมาได้บรรดาศักดิ์เป็นหมื่นสนิท เป็นผู้ปกครองคนแรก ส่วนตอละใต้หรือตำบลเขาขาวในปัจจุบันมีขุนภิรมย์ เดิมชื่อนายผอม นกเกษม เป็นผู้ปกครองคนแรก ต่อมาเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2483 นายเอ๊ะ ตั้งดำ ดำรงตำแหน่งกำนันในขณะนั้นได้เปลี่ยนชื่อจากตำบลตอละใต้เป็นตำบลเขาขาวและใช้ชื่อดังกล่าวมาจนถึงปัจจุบัน เหตุที่

เปลี่ยนชื่ออาจเป็นเพราะทางทิศตะวันตกของตำบลเขาขามมีภูเขาขนาดใหญ่และที่บริเวณหน้าผาของยอดภูเขาดังกล่าวมีสีขาวปรากฏให้เห็นเด่นชัด และบนยอดภูเขาดังกล่าวมีบ่อน้ำอยู่บ่อหนึ่งซึ่งเล่าขานกันว่าน้ำไม่เคยแห้งขอดและเป็นที่สุดที่อยู่ของ “ทวดโตะเขาขาม” ซึ่งสมัยโบราณชาวบ้านต่างนับถือกันมากและพากันบูชาบนบานศาลกล่าวขอความช่วยเหลือเรื่อยมา ปัจจุบันประชาชนตั้งถิ่นฐานรวมกันเป็นชุมชนบริเวณสองฟากฝั่งของถนนสายละงู - นางแก้ว ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการสัญจรไปมา และมีบางส่วนที่แยกตัวไปสร้างบ้านเรือนตามลำพังอยู่ในสวนซึ่งเป็นที่ดินของตนเองดำเนินชีวิตเรียบง่ายแบบชาวบ้านชนบทภายใต้วัฒนธรรมแบบอิสลาม โดยมีมัสยิดหรือสุเหร่าเป็นศูนย์กลางรวมจิตใจของชุมชน ประชาชนส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลามคิดเป็นร้อยละ 95 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

#### 7.1.2 สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม บางส่วนเป็นที่เนินสูง เช่น บ้านบ่อหิน สภาพพื้นดินโดยทั่วไปเป็นดินร่วน ดินเหนียว มีลำคลองใหญ่และเล็กหลายสาย เช่น คลองละงู คลองลำจุนง คลองลำป่าไร้ด และมีหนองน้ำอีกหลายแห่ง ในฤดูฝนมีน้ำท่วมขังในพื้นที่ ราษฎรส่วนใหญ่มีอาชีพทางด้านเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำนา ทำสวนยางพารา ทำสวนผลไม้ และปลูกผักต่าง ๆ เพื่อขายในจังหวัดและต่างจังหวัด ส่วนการคมนาคมใช้ทางบกเพียงทางเดียว

#### 7.1.3 ที่ตั้ง

ตำบลเขาขาม ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอละงู ระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร และห่างจากจังหวัดสตูลประมาณ 60 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 39 ตารางกิโลเมตร หรือ 24,471 ไร่

#### 7.1.4 อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลกำแพงและบ้านลานเสือ ตำบลน้ำมุด อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล และตำบลนิคมพัฒนา อำเภอมะนัง จังหวัดสตูล

ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลละงู อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลกำแพง บ้านทุ่งเสม็ด ตำบลกำแพง อำเภอละงู จังหวัดสตูล

#### 7.1.5 ประชากร

ประชากรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขามมีทั้งสิ้น 6,478 คน แยกเป็นชาย 3,245 คนและหญิง 3,233 คน มีความหนาแน่น เฉลี่ย 164 คน/ตารางกิโลเมตร แยกรายละเอียดตามตาราง 6 ดังนี้

ตาราง 6 แสดงจำนวนประชากร ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ชื่อหมู่บ้าน	จำนวน ครัวเรือน/ หลัง	จำนวนประชากร		รวม
		ชาย	หญิง	
บ้านสันติสุข หมู่ที่ 1	336	573	582	1,155
บ้านหาญ หมู่ที่ 2	154	310	312	622
บ้านบ่อหิน หมู่ที่ 3	520	874	886	1,760
บ้านนาข่าเหนือ หมู่ที่ 4	171	346	340	686
บ้านดาหลำ หมู่ที่ 5	224	447	434	881
บ้านทุ่งเกาะปาบ หมู่ที่ 6	273	483	458	971
บ้านนาข่าใต้ หมู่ที่ 7	115	212	221	433
<b>รวม</b>	<b>1,793</b>	<b>3,245</b>	<b>3,233</b>	<b>6,478</b>

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว (2561)

#### 7.1.6 ทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติที่พบว่ามีหลายชนิด เช่น แร่ธาตุ โดยแร่ธาตุที่ขุดพบ คือ พลวง และตะกั่วแต่ยังไม่มีการขุดในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้มีป่าไม้บนพื้นที่ในบริเวณนี้ มีทั้งไม้สวยงามและไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้สาวดำ ไม้หมากพลูตักแตน เป็นต้น สัตว์น้ำมีเฉพาะสัตว์น้ำจืดเพราะไม่มีพื้นที่ติดทะเล

#### 7.2 โครงสร้างพื้นฐาน

##### 7.2.1 การคมนาคม

ประชาชนใช้การจราจรทางบกเป็นสำคัญ โดยเฉพาะถนนทางหลวงชนบท หมายเลข 3007 ถนนสายละงู - นางแก้ว ซึ่งเป็นถนนเชื่อมระหว่างอำเภอมะนังกับอำเภอละงู จังหวัดสตูล นอกจากนี้ยังมีถนนทางหลวงชนบทที่ใช้ในเดินทางติดต่อภายในเขตพื้นที่อีก จำนวน 5 สาย คือ

- 1) สายบ้านเกาะแกล-บ้านหัวควน
- 2) สายบ้านเกาะแกล-บ้านหาญ
- 3) สายบ้านดาหลำ-บ้านนาข่า
- 4) สายบ้านเกาะเปลว-ลำตอละ
- 5) สายบ้านบ่อหิน-บ้านทุ่งเกาะปาบ

### 7.2.2 แหล่งน้ำ

- 1) คลองละงู เป็นธรรมชาติไหลมาจากตำบลน้ำผุดไหลผ่านหมู่ที่ 4, 5, 6 และ 7 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาวเป็นคลองที่มีน้ำไหลผ่านตลอดปี
- 2) คลองลำตอละและลำจุนง เป็นคลองตามธรรมชาติในช่วงแล้งน้ำจะแห้งไม่พอใช้สำหรับการเกษตร
- 3) หนองพรุบล้าง เป็นหนองน้ำธรรมชาติมีเนื้อที่ประมาณ 16 ไร่ ใช้สำหรับเลี้ยงปลาและทำการเกษตร
- 4) ฝ่ายน้ำล้น มี 4 แห่ง
- 5) บ่อน้ำตื้น มี 450 บ่อ
- 6) บ่อบาดาล มี 35 บ่อ
- 7) บ่อโยก มี 43 บ่อ

### 7.2.3 การไฟฟ้า

ประชาชนมีไฟฟ้าใช้ครอบคลุมทุกครัวเรือน

### 7.2.4 การโทรคมนาคม

ประชาชนในพื้นที่นิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่ยังมีโทรศัพท์สาธารณะให้บริการอีกจำนวน 6 แห่ง

## 7.3 ด้านเศรษฐกิจ

สภาพเศรษฐกิจขององค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน ทำนาทำไร่ เป็นต้น นอกจากนี้ยังประกอบอาชีพเสริม เช่น กลุ่มทำขนม เลี้ยงสัตว์ ปลูกผักสวนครัว ปลูกไม้ผล เช่น ทุเรียน เงาะ มังคุด ส้มโอ ขนุน เป็นต้น และมีบางส่วนประกอบอาชีพค้าขายและรับจ้างทั่วไป ฐานะทางครอบครัวโดยทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ ปานกลาง

## 7.4 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว เช่น ทรัพยากรป่าไม้ ป่าเขาขาว-ควนทัง ไม้หนุมพอ ไม้ไข่เขียว เป็นต้น สำหรับปัญหาสิ่งแวดล้อมประสบปัญหาอยู่บ้าง เนื่องจากมีผู้ประกอบการมาตั้งโรงงานไม่หินและโรงงานคัดแยกทรายในเขตพื้นที่ จึงส่งผลกระทบต่อคุณภาพของน้ำในคลองละงูและคุณภาพอากาศในละแวกโรงงาน

### สถานที่ท่องเที่ยว

ถ้ำวังคราม ตั้งอยู่บ้านหาญ หมู่ที่ 2 ตำบลเขาขาว นับเป็นถ้ำที่สวยงามมากถ้ำหนึ่ง ปัจจุบันมีการก่อสร้างถนนลาดยางจนถึงบริเวณถ้ำวังคราม และหนองพรุบล้าง มีการก่อสร้างถนนคอนกรีตเสริมเหล็กรอบ ๆ เพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกาย

## 7.5 ด้านสังคม

### 7.5.1 ด้านการศึกษา มีสถานศึกษาอยู่ 5 แห่ง ดังนี้

- 1) โรงเรียนบ้านหาญ
- 2) โรงเรียนบ้านบ่อหิน
- 3) โรงเรียนบ้านดาหลำ (โรงเรียนโครงการขยายโอกาสทางการศึกษา)
- 4) โรงเรียนบ้านนาซ่า
- 5) ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนตำบลเขาขาว

### 7.5.2 การพัฒนาเด็กเล็ก มีศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 3 แห่ง ดังนี้

- 1) ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบ่อหิน
- 2) ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านทุ่งเกาะปราบ
- 3) ศูนย์พัฒนาเด็กก่อนเกณฑ์ในมัสยิดนุรุลมุบีน

### 7.5.3 ด้านศาสนา มีมัสยิด จำนวน 7 แห่ง

- 1) มัสยิดบ้านหนองแบก
- 2) มัสยิดญามือภูมัยยี่ปิ่น
- 3) มัสยิดบ้านบ่อหิน
- 4) มัสยิดเอี้ยะชาน
- 5) มัสยิดญามือลือควาน
- 6) มัสยิดนุรุลมุบีน
- 7) มัสยิดมิมฟ้าฮุดตั้น

## 7.6 ขนบธรรมเนียมประเพณี

การติดต่อสื่อสารใช้ภาษาไทยกลางและภาษาไทยถิ่นใต้ และภาษามลายูท้องถิ่นด้วยกิจกรรมที่ปรากฏต่อเนื่อง เช่น การแข่งขันกีฬาประจำตำบล กีฬาเยาวชน ส่วนการละเล่นอื่น ๆ ไม่ค่อยปรากฏให้เห็นเด่นชัด ส่วนประเพณีที่สำคัญที่ยึดถือปฏิบัติที่สืบทอดกันมา ได้แก่ ประเพณีการแต่งงาน ประเพณีเข้าสู่สูต ประเพณีวันฮารีรายอ วันเมาลิด เทศกาลถือศีลอดในเดือนรอมฎอน การเลี้ยงทำบุญต่าง ๆ (นุหรี) เพื่อเป็นการอุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปแล้วและเป็นการสร้างบุญกุศลของผู้ประกอบกิจกรรมดังกล่าว

## 7.7 การสาธารณสุข

มีสถานพยาบาลประจำตำบล 1 แห่ง คือ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเขาขาว โดยให้บริการด้านส่งเสริมสุขภาพแก่ประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว

## 8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการสังเคราะห์เพื่อนำไปสู่การเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ได้ดังนี้

### 8.1 งานวิจัยเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว

สายชล พฤกษนันท์ (2550) ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาารูปแบบการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนโดยชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษาบ้านป่าข้าวหลาม ตำบลกีดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสอบถาม สังเกตแบบมีส่วนร่วม สทนากลุ่มและบันทึกภาพ ผลการวิจัยพบว่า จุดแข็งของการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน คือ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ กลุ่มชาติพันธุ์กระเหรี่ยง ความสวยงามของลำน้ำแม่แตง และการล่องแพตามแก่งหินต่าง ๆ ที่มีความตื่นเต้นและสนุกสนาน และเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ประกอบกับความเงียบสงบของหมู่บ้าน การคงอยู่ของวิถีชีวิต แบบดั้งเดิมและความมีไมตรีจิตของชาวบ้าน จุดอ่อน คือการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีบางอย่าง เช่น การแต่งกาย การสร้างบ้านเรือนที่ทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกบางอย่าง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงการนับถือศาสนาจากความเชื่อดั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เป็นการนับถือศาสนาคริสต์ ประกอบกับการขาดความสามัคคีของชาวบ้าน ความไม่กระตือรือร้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โอกาส คือ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชนเผ่ารวมถึงการท่องเที่ยวแบบผจญภัย มากยิ่งขึ้น ประกอบกับการขยายตัวของท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภายในประเทศ รวมถึงรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย อุปสรรค คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวรวมทั้ง ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

เอกลักษณ์ ทองเสมียน (2550) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาน้ำตกเก้าโจน ตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผ่านมา ควบคู่กับการศึกษาภูมิหลัง ความรู้ ความเข้าใจ ปัญหาอุปสรรคของชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ ใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า การจัดการท่องเที่ยวของน้ำตกเก้าโจน

เริ่มเมื่อประมาณ 7 ปีที่ผ่านมา เมืองค์ประกอบด้านท่องเที่ยว เชนนิเวศทั้ง 4 ด้านได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านองค์กร มีชุมชนเป็นผู้จัดการท่องเที่ยว ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชนนิเวศอยู่ในระดับมาก พบมีปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วม 6 ด้าน คือ

- 1) ชุมชนคิดว่าการศึกษาพื้นที่ควรเป็นหน้าที่ของหน่วยงานอื่น
- 2) กลุ่มผู้นำคิดว่าการวางแผนควรเป็นหน้าที่ของผู้นำเท่านั้น
- 3) ชุมชนไม่เคยทำการติดตามและประเมินผลมาก่อน
- 4) ขาดกรรมการที่มาจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
- 5) ขาดความร่วมมือ
- 6) เกิดความขัดแย้งภายในและในด้านการมีส่วนร่วมที่ผ่านมาของชุมชน

กลุ่มของคณะกรรมการหมู่บ้านที่มีส่วนร่วม 3 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านการพัฒนาพื้นที่ และด้านการรับผลประโยชน์ ส่วนกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียมีส่วนร่วมด้วยกัน 2 ด้าน คือ ด้านการพัฒนาพื้นที่ และด้านการรับผลประโยชน์ สำหรับแนวทางการมีส่วนร่วมที่ชุมชนต้องการ คือ การมีส่วนร่วมในการวางแผน การมีส่วนร่วมในการพัฒนา การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ การมีส่วนร่วมในการติดตาม และประเมินผล การมีส่วนร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ มากขึ้น ต้องการมีกฎเกณฑ์เพื่อเป็นหลักในการทำงาน และแนวทางมีส่วนร่วมของชุมชนที่นำเสนอมีด้วยกัน 8 ข้อ คือ

- 1) ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการศึกษาพื้นที่
- 2) ควรมีส่วนร่วมในการวางแผนมากขึ้น
- 3) เพิ่มกิจกรรมเชนนิเวศ
- 4) ผู้มีส่วนรับผลประโยชน์ควรมีมากขึ้น
- 5) ควรมีการติดตามและประเมินผลการจัดการท่องเที่ยว
- 6) ควรมีส่วนร่วมทุกด้านกับหน่วยงานที่เข้ามา
- 7) ควรมีกรรมการที่มาจากชาวบ้านกลุ่มอื่น ๆ
- 8) ควรทำความเข้าใจร่วมกันเพื่อสร้างความร่วมมือในชุมชน

ดุชนี ชาวนา และคณะ (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านผาแตก ตำบลสบปิง อำเภอมะแมง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้านผาแตกและสถานการณ์ท่องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อรวบรวมองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศักยภาพของชุมชนในการกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน และเพื่อศึกษากระบวนการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนบ้านผาแตก เครื่องมือที่ใช้เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยว่า 1) ชาวบ้านมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อนการพัฒนา ซึ่งสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้เกิดปัญหาจากการจัดการ เนื่องจากขาดความรู้และความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ตลอดจนขาดทักษะในการจัดการและมีเจตคติในเชิงลบต่อการท่องเที่ยวจึงทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการ ผลกระทบที่เกิดขึ้น ชุมชนเป็นผู้ถูกกระทำ ทั้งจากนักท่องเที่ยวที่มองชุมชนเป็นของแปลก ขยะมูลฝอยที่นักท่องเที่ยวนำเข้ามาหรือจากหน่วยงานบางหน่วยงานที่เข้ามาเพื่อหวังผลงานเพียงเล็กน้อยก็ตาม 2) ผลการดำเนินงาน พบว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะยั่งยืนได้

ต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมมือกันจัดการทรัพยากรของตนเองที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดแก่ระบบนิเวศและความสัมพันธ์ทางสังคม วิถีชีวิตของคนในชุมชน ทั้งโยชน์ การอนุรักษ์ และฟื้นฟู ซึ่งควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทุกขั้นตอน มีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม แนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชนทั้งทางพื้นที่และทางสังคมของชุมชน และ 3) การท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนและคนในชุมชนได้ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ และการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ตามวิธีการที่กล่าวข้างต้นค่อยๆปลูกฝัง ค่อยๆ ซึมซับตามกาลเวลา

รัชนิวรรณ บุญอนันต์ (2553) ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม : กรณีศึกษาวัดวังพระธาตุ ตำบลไตรตรัง อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมของวัดวังพระธาตุ และ 3) เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมของวัดวังพระธาตุ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ จำนวน 15 คน การสนทนากลุ่มย่อยภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ จำนวน 15 คน และจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ จำนวน 17 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ ตำบลไตรตรัง อำเภอมือง จังหวัดกำแพงเพชร ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านกายภาพ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมของวัดวังพระธาตุในรูปแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างชุมชนท้องถิ่น องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ และรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมของวัดวังพระธาตุ พบว่า รูปแบบที่เหมาะสมกับบริบทของวัดวังพระธาตุ คือ รูปแบบ “นครไตรตรัง”

นิสารัตน์ จุลวงค์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิง



เกษตรล่องเรือชมสวนเลียบบคลองมหาสวัสดิ์ ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบบคลองมหาสวัสดิ์มีกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 กระบวนการ คือ การวางแผนการจัดสายงาน การดำเนินงาน และการควบคุมการดำเนินงาน โดยมีองค์ประกอบที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ประการ ได้แก่ ทุนทางบุคคล ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรมและทุนภายนอก จากการวิจัยสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแห่งนั้นมาจากส่วนร่วมของชุมชน การมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละ และมีวิสัยทัศน์ ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันของคนในชุมชน และการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนต่อไป

วันสาด ศรีสุวรรณ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำตาปี 2) เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี และ 3) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี มีการเก็บข้อมูลเอกสารและข้อมูลภาคสนาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบสนทนากลุ่ม เก็บข้อมูลภาคสนามในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำตาปี จำนวน 8 ตำบล เป็นเวลา 2 ปี ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2549 ถึงเดือนสิงหาคม 2551 โดยการสัมภาษณ์ การสังเกต และการสนทนากลุ่มจากผู้รู้ จำนวน 90 คน ผู้ปฏิบัติ จำนวน 120 คนและผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 160 คน นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องด้วยวิธีการแบบสามเสาวเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายที่ตั้งไว้ และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำตาปี มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวทั้งในแง่ประวัติศาสตร์ กลุ่มชาติพันธุ์ ภาษา วรรณกรรม การละเล่นพื้นบ้าน ศาสนา พิธีกรรมและความเชื่อ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ขนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสภาพภูมิประเทศทางธรรมชาติ แนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปีประกอบด้วย 1) ธารงศ์สร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้มีความรู้สึกในการเป็นเจ้าของ มีความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ความสะอาดของสถานที่ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) สร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน โดยร่วมกันศึกษาค้นคว้าหาสิ่งที่ดีและมีประโยชน์เพื่อนำมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งความมีอัธยาศัยไมตรีของชุมชน 3) มีการวางแผนความรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินงานและการแบ่งปันผลประโยชน์ และ 4) จัดเตรียมความพร้อม

ด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านศูนย์ข้อมูล เส้นทาง การท่องเที่ยว ด้านอาหาร เครื่องดื่ม ห้องน้ำ จุดชมวิว การสื่อสาร และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกิจกรรม การท่องเที่ยว ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนกลุ่ม น้ำตาปี เป็นการบริหารจัดการในรูปแบบของคณะกรรมการระดับตำบลร่วมกันพัฒนา โดยเลือกตั้งจาก สมาชิกของชมรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจะ ประสบความสำเร็จได้ ก็ต่อเมื่อ 1) ชุมชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและร่วมมือ ดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง 2) ชุมชนต้องรักและหวงแหนวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมใน ท้องถิ่น 3) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องได้รับการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของแผนการ พัฒนาขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ 4) องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและรัฐบาลต้องมี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวใน ท้องถิ่น และ 5) ผู้มีส่วนร่วมในการจัดและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่าง เป็นธรรม โดยสรุป การดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนกลุ่มน้ำตาปีเป็นการดำเนินงานที่ เป็นประโยชน์แก่ชุมชน ทั้งในแง่อาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนทั้งในชุมชนและนอกชุมชน ตลอดจนเป็นการสร้างความสามัคคีของคนในชุมชนและเผยแพร่ขนบธรรมเนียมประเพณีความงาม ของธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น สมควรที่ภาครัฐและภาคเอกชนจะร่วมมือให้การสนับสนุนให้ การดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนกลุ่มน้ำตาปีเจริญก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป

จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัด ฉะเชิงเทรา ในครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของ นักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ วัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อ เดือน ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจุดเริ่มต้นของการเดินทาง ประชากรที่ใช้ในการ วิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรานั้นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร มีระดับความ คิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโส

วรารามวรวิหาร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สูงที่สุด ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหารแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจุดเริ่มต้นของการเดินทางต่างกันมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหารไม่แตกต่างกัน

นราวดี บัวขวัญ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองแห อำเภอบางใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการของตลาดน้ำคลองแหเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงเสนอแนะรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่คลองแห การดำเนินการวิจัยเป็นแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการตลาดน้ำ คลองแหเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ระดับบุคคล และการสัมภาษณ์กลุ่ม โดยมีเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสำรวจ แบบสังเกต และแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและความสัมพันธ์ของข้อมูลเพื่อสรุปและตีความ รวมทั้งการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 470 คน ในการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการตลาดน้ำคลองแหเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) บริการท่องเที่ยว 4) การส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีค่าคำถามชัดเจนขององค์ประกอบสูงสุด คือ 11.538 5) การมีส่วนร่วม 6) กระบวนการสิ่งแวดล้อม และ 7) องค์การในการดำเนินงาน นอกจากนี้ในส่วนของรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทของคลองแหนั้นควรมีองค์การจัดการในลักษณะประชาคมตลาดน้ำคลองแหซึ่งประกอบด้วยทุกภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของคลองแห โดยมีการกำหนดเป้าหมายการวางแผน เพื่อนำไปสู่การจัดการตลาดน้ำคลองแหที่มุ่งเน้นการสร้างเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับบริบทของคลองแห ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมและการบูรณาการ การสร้าง

ความร่วมมือกับภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องในลักษณะเครือข่าย โดยใช้ตลาดน้ำคลองแหเป็นกลยุทธ์ในการจัดการเพื่อพัฒนาและเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ใกล้เคียง

วรภาพ วงศ์รอด (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพชุมชนและแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเน้นการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรท้องถิ่น มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ประธานสภาวัฒนธรรม ครู และนักเรียน และผู้นำชุมชน ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การจัดประชุม การอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดเวทีประชาคม การศึกษาดูงาน และนาร่องกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้ง 3 แห่ง มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ ขนบธรรมเนียมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ชุมชน ด้านการจัดการท่องเที่ยวมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่มีอยู่เดิม และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ใหม่ มีการตระหนักถึงคุณค่า สร้างจิตสำนึกการจัดการทุนและทรัพยากรในชุมชน การสืบสานวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ชุมชนต้นแบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การอบรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมเรียนรู้การจัดการวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม ได้จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ค้นหาศักยภาพ การระดมความคิด การจัดตั้งคณะทำงาน การประสานร่วมมือกับเครือข่ายเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น มีการจัดระบบข้อมูลข่าวสาร การจัดการทรัพยากร การพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ จัดกิจกรรมนาร่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดทำแผนพัฒนาชุมชนวัฒนธรรม จัดระบบข้อมูลด้านวัฒนธรรมที่บ้าน การจัดตั้งกองทุนชุมชนวัฒนธรรม การจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในชุมชน

สุถิ เสริฐศรี (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคก อำเภอมือเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคกจังหวัดสมุทรสงคราม ในบริบทของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) เพื่อศึกษากระบวนการจัดการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนของชุมชนคลองโคก จังหวัดสมุทรสงคราม 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคก จังหวัดสมุทรสงคราม สู่ความยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากชาวบ้านในชุมชนคลองโคก จำนวน

361 ชุด มีการสัมภาษณ์บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์ และมีการอภิปรายผล ผลจากการศึกษา พบว่า 1) อัตลักษณ์ของชุมชนคลองโค่นมีอัตลักษณ์ 3 ประการ ได้แก่ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาช้านานที่เก่าแก่ มีวิถีชีวิตริมน้ำ มีป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ 2) กระบวนการจัดการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ ชีตความสามารถในการรองรับของพื้นที่และส่งเสริมให้ชุมชนคลองโค่นเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีวิตชีวิตริมน้ำ กิจกรรมพายเรือคายัคและกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ กิจกรรมถีบกระดานเก็บหอยแครง กิจกรรมล่องเรือให้อาหารสัตว์ท้องถิ่น 3) แนวทางการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโค่น ได้แก่ ให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของชุมชน ปลูกฝังชาวบ้านให้มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนให้มีความสุข

กนกเกล้า แก้วกล้า และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนครชัยบุรีรินทร์ 2) เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนครชัยบุรีรินทร์ และ 3) การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนครชัยบุรีรินทร์ โดยดำเนินการวิจัยแบบผสมวิธีเป็นรูปแบบผสมผสานทั้งการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนครชัยบุรีรินทร์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว จำนวน 18 ท่าน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านคุณค่าของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ 5) ด้านความปลอดภัย 6) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 7) ด้านความพร้อมของคนในชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่จะนำไปประยุกต์ใช้ต้องมีการพิจารณาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมทั้งสอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนั้น เพื่อให้เกิดความมีประสิทธิผลมากที่สุด ในการทำประโยชน์ให้กับประชาชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

## 8.2 งานวิจัยเกี่ยวข้องกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จุฑามาศ คงสวัสดิ์ (2550) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณเมืองโบราณอุทอง และศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุน้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปีที่จำนวนมากที่สุด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี นักเรียนนักศึกษาจำนวนมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยว การเดินทางครั้งนี้เป็นครั้งแรก และเดินทางมาจากภาคกลาง ประเภทกลุ่มเดินทางคือมากับกลุ่มเพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และตัดสินใจท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นการแนะนำจากเพื่อนมากที่สุด 2) นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากจำนวน 5 ด้าน โดยเรียงจากลำดับมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านบริการ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ และสุดท้ายมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง คือด้านการประชาสัมพันธ์ การทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุทอง โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด 5 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้ชุมชนมีส่วนร่วม ด้านแหล่งเรียนรู้ และด้านความสะดวกหรือบริการพื้นฐาน

ธนธรณ์ ศรีสวัสดิ์ (2552) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในระดับมาก แต่มีความต้องการให้ทางตลาดน้ำขยายพื้นที่สำหรับจอดรถเพิ่มขึ้น ส่วนแนวทางในการพัฒนาตลาด

น้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร ได้ข้อเสนอ แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร 4 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางพัฒนาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว 2) แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว 3) แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว 4) แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

นุติพงษ์ บัวทอง (2553) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ ตำบลปราสาทสิทธิ์ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะด้านกายภาพของพื้นที่ตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพผลการวิจัยพบว่าลักษณะด้านกายภาพของพื้นที่ตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ มีศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากสภาพพื้นที่ มีทรัพยากรทางกายภาพสูง มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของชาวบ้าน มีเทศกาลประเพณีต่าง ๆ รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น สถาปัตยกรรมที่อยู่อาศัยจะสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมและอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวบริเวณจังหวัดใกล้เคียง ในพื้นที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งในด้านสาธารณูปโภคและการคมนาคมที่สะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา ประชาชนมีความพร้อมในการร่วมมือในการพัฒนาตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง แนวทางการพัฒนาเริ่มจากการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนมีมิติร่วมกันในการทำงาน ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาของพื้นที่ในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และพัฒนาวิธีการทำงาน มีการคิดปฏิบัติ ประเมินผลเพื่อให้เกิดการสรุปการทำงานในแนวทางเดียวกันในด้านการท่องเที่ยว อธิบายให้ชุมชนได้รู้ว่าตนมีทรัพยากรอะไรบ้างที่ก่อประโยชน์ในด้านการท่องเที่ยว เพื่อตระหนักถึงคุณค่าในทรัพยากรที่มีอยู่และรู้ถึงวิธีการรักษาทรัพยากรนั้น ๆ รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาเพื่อพัฒนาตลาดน้ำวัดประสิทธิ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูงเทียบเท่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำอัมพวาที่อยู่ในระดับสากล

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญในจังหวัดปทุมธานี และเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ในด้านทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมมอญ ความคิดเห็นของภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนถึงพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้โดยมีรายการตรวจสอบทรัพยากร แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง โดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโอ่งอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโคก ตลอดจนด้านประเพณี เทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เสาหงส์ธงตะขาบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนน และพัฒนาเส้นทางการเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ให้เชื่อมโยงถึงกัน ตลอดจนพัฒนาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นรินทร์ สังข์รักษา (2555) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน อู่อารยธรรม จังหวัดราชบุรี วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในอู่อารยธรรม จังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอู่อารยธรรม จังหวัดราชบุรี และ 3) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอู่อารยธรรม จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรเพศกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ การศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.5 ตามลำดับ 2) ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรเพศกับความคิดเห็นในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของความคิดเห็นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ระยะเวลาในการทำงาน และการศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ตามลำดับ 3) แนวทางการส่งเสริมการ

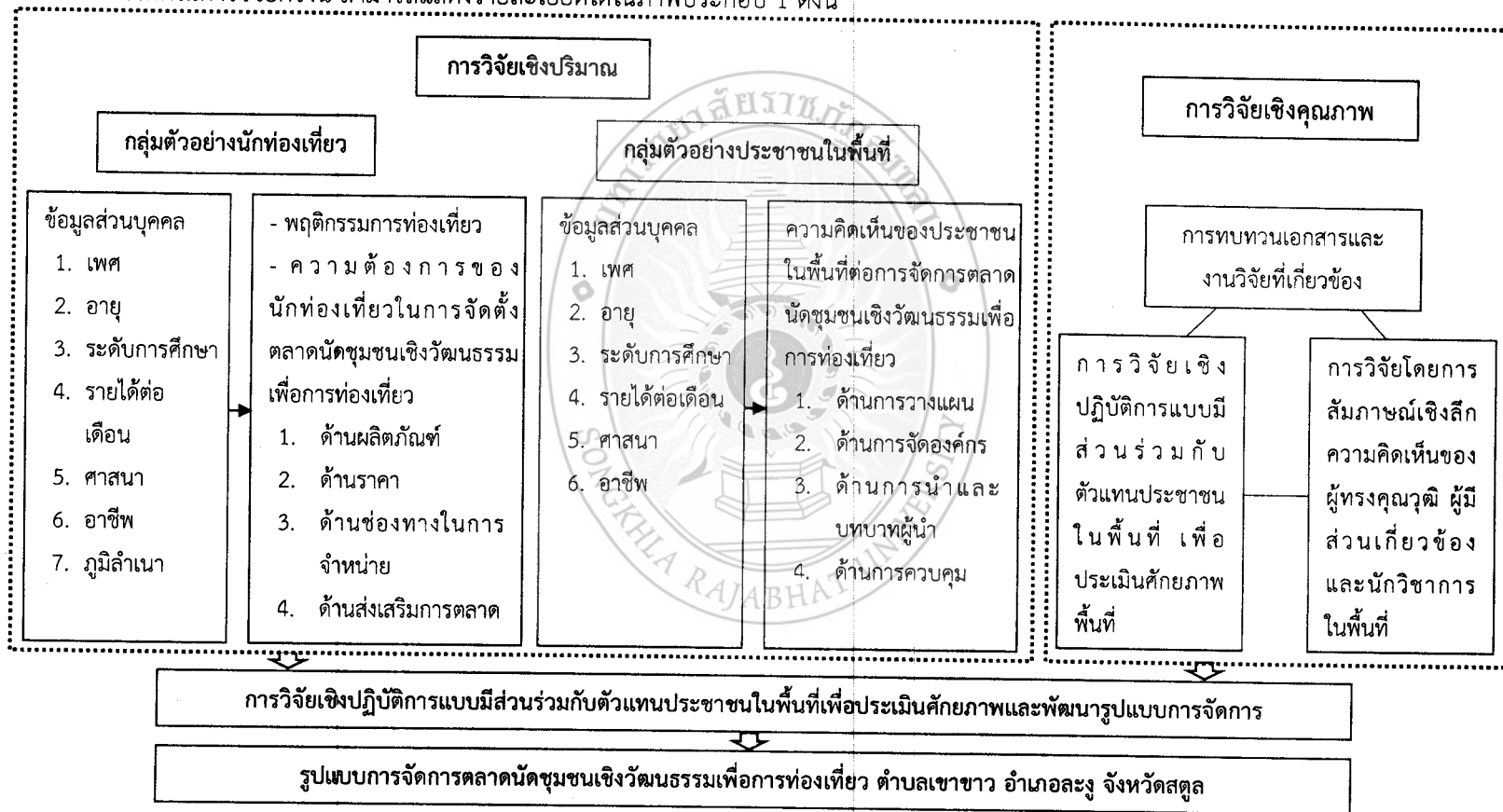


ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 2 องค์ประกอบ คือ 1) แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการวิเคราะห์ส่วนขาด ในปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้อง การพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละและจิตอุทิศ การมีส่วนร่วมของชุมชน ในลักษณะของ “บวร” ได้แก่ บ้าน วัด โรงเรียน และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้โดดเด่น 2) หน่วยงานภาครัฐประกอบด้วย การสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร การประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง



## 9. กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ สามารถแสดงรายละเอียดได้ในภาพประกอบ 1 ดังนี้



ภาพประกอบ 6 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : สังเคราะห์โดยคณะผู้วิจัย (2561)

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) กล่าวคือ เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) เพื่อให้ได้รายละเอียดที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย 2 วิธีการหลัก ได้แก่

1) การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาจากหนังสือ บทความ รายงาน งานวิจัย และสิ่งตีพิมพ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล จากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้

2) การศึกษาภาคสนาม (Field Research) เป็นศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการในพื้นที่ เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

#### 1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 1.1 ประชากรในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่มตามวิธีการศึกษา ดังนี้

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสตูล ในการให้ข้อมูลด้วยการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

2) กลุ่มประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ในการให้ข้อมูลด้วยการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และกลุ่มตัวแทนประชาชนในการร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ร่วมกับนักวิจัย ในการร่วมกันค้นหาศักยภาพของชุมชน การพัฒนารูปแบบการจัดการและการร่วมตัดสินใจเลือกรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

3) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่ ในการให้ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

## 1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งออกตามกลุ่มประชากรในการวิจัย ทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสตูล โดยสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวใน จังหวัดสตูล ในปี พ.ศ. 2560 จำนวน 1,000,748 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) และใช้วิธีการสุ่มของ Yamane (1973) โดยได้กำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดระหว่างค่าจริงกับค่าประมาณร้อยละ 5 หรือระดับ 0.05 ตามสูตร ดังนี้

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

เมื่อ  $n$  หมายถึง จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)  
 $N$  หมายถึง จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา (=1,000,748)  
 $e$  หมายถึง ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ .05

จากการคำนวณ ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,000,748}{1 + 1,000,748 (0.0025)} \\ &= 400 \\ &\approx 400 \end{aligned}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการวิจัย คือ 400 กลุ่มตัวอย่าง (คน)

จากนั้น ได้ใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Technique) ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสตูล เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จนครบทั้ง 400 คน

2) กลุ่มประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยแบ่งเป็นการเก็บข้อมูลวิจัยใน 2 ลักษณะ ได้แก่

2.1) ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยสุ่มตัวอย่างจากประชาชนในพื้นที่ตำบล เขาขาว อำเภอ ละงู จังหวัดสตูล ในปี พ.ศ. 2560 จำนวน 6,478 คน (องค์การบริหารส่วนตำบล เขาขาว, 2557) และใช้วิธีการสุ่มของ Yamane (1973) โดยได้กำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่ม ตัวอย่างที่ยอมให้เกิดระหว่างค่าจริงกับค่าประมาณร้อยละ 5 หรือระดับ 0.05 ตามสูตร ดังนี้

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

เมื่อ	n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
	N	หมายถึง	จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา (=6,478)
	e	หมายถึง	ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ระดับ .05

จากการคำนวณ ได้ดังนี้

$$n = \frac{6,478}{1 + 6,478 (0.0025)}$$

$$= 378$$

$$\approx 400$$

ตัวอย่าง (คน)

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการวิจัย คือ 400 กลุ่ม

จากนั้น ได้ใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Technique) ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จนครบทั้ง 400 คน

2.2) ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Technique) ซึ่งคัดเลือกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงของพื้นที่ ในการร่วมกันค้นหาศักยภาพของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการจัดการ และการร่วมตัดสินใจเลือกรูปแบบ การจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 20 คน

3) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Technique) ซึ่งคัดเลือกจากผู้มีความรู้ และประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 15 คน

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งออกเป็น 4 แบบ คือ 1) แบบสอบถาม ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดสตูล 2) แบบสอบถาม ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว 3) การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว และ 4) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่ โดยอาศัยแนวความคิดทางทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการสร้างเครื่องมือ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปของตำบลเขาขาว และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) นำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสรุป เพื่อกำหนดขอบเขตและเนื้อหาในการสร้างเครื่องมือ เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา

3) นำข้อคำถามและประเด็นในการเก็บข้อมูลที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ แก้ไข ปรับปรุง เพื่อความเหมาะสม และเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และปรับปรุงแก้ไข ภาษาและคำถามให้ชัดเจน เข้าใจง่ายสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้เข้าร่วมประชุม และผู้ให้สัมภาษณ์

4) ในส่วนของแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงทั้งเนื้อหาและภาษาไปทดสอบ (Try-out) เพื่อหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา จากนั้นจึงนำมาปรับปรุง แล้วนำไปเก็บรวบรวมต่อไป

2.1 แบบสอบถาม ได้มีการดำเนินการเป็น 2 ชุด ประกอบด้วยแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว และจากประชาชนในพื้นที่ โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 2.1.1 แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว

แบบสอบถาม เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ และข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้แสดงข้อเสนอแนะ ซึ่งแบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา อาชีพ ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและลักษณะของตลาดนัดที่นักท่องเที่ยวต้องการ เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ ได้แก่ ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว วันและเวลาที่เหมาะสมในการเปิดทำการของตลาด สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในตลาดนัด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เป็นข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้แสดงข้อเสนอแนะ

ในส่วนของข้อคำถามปลายปิด ลักษณะคำถามให้เลือกตอบเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (rating scale) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ตอบ ความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด	ให้ 5	คะแนน
ตอบ ความต้องการอยู่ในระดับมาก	ให้ 4	คะแนน
ตอบ ความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง	ให้ 3	คะแนน
ตอบ ความต้องการอยู่ในระดับน้อย	ให้ 2	คะแนน
ตอบ ความต้องการอยู่ในระดับน้อยที่สุด	ให้ 1	คะแนน

#### 2.1.2 แบบสอบถามสำหรับประชาชนในพื้นที่

แบบสอบถาม เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ และข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้แสดงข้อเสนอแนะ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา และอาชีพ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ ได้แก่ ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำและบทบาทผู้นำ และด้านการควบคุม

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เป็นข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้แสดงข้อเสนอแนะ

ในส่วนของข้อคำถามปลายปิด ลักษณะคำถามให้เลือกตอบเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนน ดังนี้

ตอบ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด	ให้ 5	คะแนน
ตอบ ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก	ให้ 4	คะแนน

- ตอบ ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง ให้ 3 คะแนน  
 ตอบ ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย ให้ 2 คะแนน  
 ตอบ ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด ให้ 1 คะแนน

## 2.2 การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และร่วมกันค้นหาศักยภาพของชุมชนตำบลเขาขาว ครั้งที่ 2 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อระดมความคิดเห็นในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และครั้งที่ 3 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอรูปแบบและตัดสินใจเลือกรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

## 2.3 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้แสดงข้อมูล ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีแนวคำถาม ดังนี้

- 1) สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสตูลในปัจจุบัน
- 2) ความพร้อมหรือศักยภาพของชุมชนตำบลเขาขาวในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
- 3) ประเด็นที่ต้องเตรียมการรับมือในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ในอนาคต
- 4) รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ใน 4 ประเด็น ได้แก่ (1) การวางแผน (2) การจัดองค์การ (3) การนำหรือบทบาทของผู้บริหาร และ (4) การควบคุม ทั้งในเรื่องของโครงสร้าง อำนาจหน้าที่ การจัดสรรทรัพยากรทางการจัดการ กิจกรรมการดำเนินงาน และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

## 3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

### 3.1 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ แก่ไขปรับปรุงเพื่อความเหมาะสม และเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และปรับปรุงแก้ไขภาษาและคำถามให้ชัดเจน เข้าใจง่ายสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) ดร.ตฤวิศ สุวรรณวงศ์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรม



และการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านนโยบายสาธารณะและการวางแผน  
 2) ดร.ทวีสินธุ์ ตั้งแข็ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
 ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางการจัดการท่องเที่ยว และ 3) ดร.นิจกานต์ หนูอุไร อาจารย์ประจำ  
 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการตลาด คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย  
 ทักษิณ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางการตลาด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ให้คะแนน +1 เมื่อแน่ใจว่าวัดได้ตรง

ให้คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจ

ให้คะแนน -1 เมื่อแน่ใจว่าวัดได้ไม่ตรง

หลังจากนั้นนำคะแนนที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป โดยใช้สูตร ดังนี้ (ศิริชัย พงษ์วิชัย, 2544)

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

เมื่อ	IOC	หมายถึง	ค่าดัชนีความสอดคล้อง
	R	หมายถึง	คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
	$\sum R$	หมายถึง	ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
	N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จากการหาค่าดังกล่าว พบว่า 1) แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวย่อยข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ขึ้นไป จำนวน 30 ข้อ และต้องปรับแก้ไขจำนวน 5 ข้อ ซึ่งได้มีการปรับแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไปจำนวน 35 ข้อ 2) แบบสอบถามสำหรับประชาชนในพื้นที่ข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ขึ้นไป จำนวน 29 ข้อ และต้องปรับแก้ไข จำนวน 3 ข้อ ซึ่งได้มีการปรับแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป จำนวน 32 ข้อ 3) ข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์มีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ขึ้นไป ทุกข้อ รวมทั้งสิ้น จำนวน 4 ข้อ และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

### 3.2 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น

คณะผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขจากการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ไปทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยเลือกทดสอบกับนักท่องเที่ยวและประชาชนในเขตพื้นที่ตำบลคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำผลที่ได้มาหาค่า

ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีวัดความคงที่ภายใน (The Measure of Internal Consistency) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.97 ถือว่ามีค่าของความเชื่อมั่นอยู่ในระดับเหมาะสม เนื่องจากการวิจัยพื้นฐานควรมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.80 (เซวาร์ อินโย, 2553) จากนั้นจึงนำผลที่ได้มาปรับปรุง และนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริงต่อไป

#### 4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ มีแนวทางในการดำเนินงาน ดังนี้

##### 4.1 การจัดเตรียมแนวทางในการดำเนินงาน

การดำเนินงานในระยะที่ 1 นี้ เป็นการดำเนินงานในเชิงกรอบแนวคิด แผนการดำเนินการ ระเบียบวิธีวิจัย และแนวทางการดำเนินการเก็บข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

4.1.1 การจัดทำกรอบแนวคิด การจัดทำแผนการดำเนิน ระเบียบวิธีวิจัย และแนวทางการดำเนินการเก็บข้อมูล

4.1.2 การจัดทำเครื่องมือและประเด็นการเก็บข้อมูล ทั้งในส่วนของกรจัดทำแบบสอบถาม ประเด็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ครอบคลุมประเด็นตามกรอบแนวคิดและวิธีการประเมิน

##### 4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินงานในระยะที่ 2 นี้ เป็นการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีการบริหารจัดการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปของชุมชนตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.2.2 การลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว และการใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่

##### 4.3 การวิเคราะห์ผล สรุปผล อภิปรายผล และการจัดทำรายงานการวิจัย

การดำเนินงานในระยะที่ 3 นี้ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

4.3.1 การวิเคราะห์ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้ดำเนินการเก็บรวบรวม ทั้งจากการศึกษาเอกสาร การใช้แบบสอบถาม การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสัมภาษณ์ รวมทั้งสรุปผล และอภิปรายผลที่เกิดขึ้น

4.3.2 การจัดทำรายงานวิจัย และนำเสนอข้อเสนอแนะในการดำเนินงานในอนาคต

## 5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ สามารถแบ่งตามเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

### 5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม

หลังจากที่คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

1) สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้ในการอธิบายลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยนำเสนอในรูปของความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) และการอธิบายระดับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยนำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากคำถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะต่อรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมด และดำเนินการวิเคราะห์ด้วยการจำแนกประเภทข้อความที่มีลักษณะเหมือนกันและคล้ายคลึงกันให้อยู่ในประเภทเดียวกัน จากนั้นวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลและนำเสนอในรูปของตาราง

การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยที่ได้จากคำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ยึดหลักการกระจายแบบปกติข้อมูล ตามหลักเกณฑ์ของ Best (1997) ดังนี้

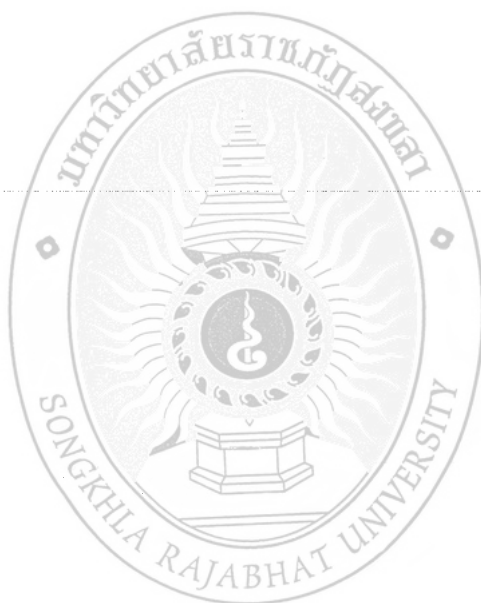
ระดับคะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49	มาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49	น้อย
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.49	น้อยที่สุด

### 5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

หลังจากที่คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

### 5.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

หลังจากที่คณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการวิเคราะห์เชิงปริมาณ



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) กล่าวคือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ควบคู่การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ซึ่งสามารถนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล
2. ผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล
3. ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเขาขาว อำเภอละงูจังหวัดสตูล
4. ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการ ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก
5. การนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

โดยผลการวิจัยรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ทั้ง 5 ส่วน สามารถนำเสนอรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ตาราง 7 จำนวน และร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว (n=400)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	168	42.00
หญิง	232	58.00

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	10	2.50
21 – 30 ปี	88	22.00
31 – 40 ปี	131	32.75
41 – 50 ปี	115	28.75
51 - 60 ปี	37	9.25
61 ปีขึ้นไป	19	4.75
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	2	0.50
ประถมศึกษา	64	16.00
มัธยมศึกษาหรือปวช.	82	20.50
อนุปริญญาหรือปวส.	62	15.50
ปริญญาตรี	164	41.00
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	26	6.50
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	149	37.25
10,001 – 20,000 บาท	128	32.00
20,001 – 30,000 บาท	55	13.75
30,001–40,000 บาท	39	9.75
40,001–50,000 บาท	17	4.25
50,001 บาทขึ้นไป	12	3.00
ศาสนา		
พุทธ	69	17.25
อิสลาม	331	82.75
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	8	2.00
ข้าราชการ	81	20.25
รัฐวิสาหกิจหรือพนักงานของรัฐ	67	16.75
พนักงานบริษัทเอกชน	54	13.50
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	109	27.25

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกร	40	10.00
อื่น ๆ	41	10.25
ที่อยู่ปัจจุบัน		
ภายในจังหวัดสตูล	357	89.25
นอกจังหวัดสตูล	43	10.75

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.00 และเพศชาย ร้อยละ 42.00

อายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 32.75 รองลงมา คือ อายุ 41 - 50 ปี ร้อยละ 28.75 และน้อยที่สุด คือ มีอายุต่ำกว่า 20 ปี ร้อยละ 2.50

ระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.00 รองลงมา มีมัธยมศึกษาหรือปวช. ร้อยละ 20.50 และน้อยที่สุด คือต่ำกว่าประถมศึกษา ร้อยละ 0.50

รายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 37.25 รองลงมา คือ มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 32.00 และน้อยที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 3.00

ศาสนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 82.75 รองลงมา คือ ศาสนาพุทธ ร้อยละ 17.25

อาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.25 รองลงมา คือ มีอาชีพข้าราชการ ร้อยละ 20.25 และน้อยที่สุด คือ นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 2.00

ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดสตูล ร้อยละ 89.25 และนอกจังหวัดสตูล ร้อยละ 10.75

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ตาราง 8 จำนวน และร้อยละ เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็นของกลุ่มนักท่องเที่ยว (n=400)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
เมื่อท่านตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวท่านจะค้นหาหรือได้รับข้อมูลจากช่องทางใดบ้าง*		
เพื่อน	101	21.96
ญาติหรือครอบครัว	53	11.52

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
โทรทัศน์หรือวิทยุ	13	2.83
หนังสือหรือสิ่งพิมพ์	17	3.70
สื่อออนไลน์	261	56.52
บริษัทนำเที่ยว	15	3.28
เมื่อท่านเดินทางไปท่องเที่ยวโดยปกติจะมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน		
เดินทางคนเดียว	11	2.75
2 คน	77	19.25
3 - 4 คน	142	35.50
มากกว่า 4 คน ขึ้นไป	170	42.50
ลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่ท่านต้องการ*		
เป็นตลาดนัดที่มีอาหารและสินค้าประจำถิ่น	167	34.58
เป็นตลาดนัดที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น	139	28.78
เป็นตลาดนัดที่จำลองขึ้นเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว		
เป็นตลาดนัดที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนหย่อนใจและ	40	8.28
ชื่นชมธรรมชาติได้ในเวลาเดียวกัน	136	28.16
อื่น ๆ	1	0.20
วันที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว		
ทุกวัน	29	7.25
ทุกวันศุกร์ของสัปดาห์	48	12.00
ทุกวันเสาร์ของสัปดาห์	53	13.25
ทุกวันอาทิตย์ของสัปดาห์	88	22.00
ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ของสัปดาห์	182	45.50
เวลาที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว		
ช่วงเช้า (ประมาณ 06.00 - 11.00 น.)	28	7.00
ช่วงกลางวัน (ประมาณ 11.00 - 15.00 น.)	39	9.75
ช่วงเย็น (ประมาณ 15.00 - 20.00 น.)	251	62.75
ตลอดทั้งวัน	72	18.00
อื่น ๆ	10	2.50
สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ท่านต้องการให้มีในตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว*		
ผักและผลไม้ตามฤดูกาล	196	16.07



พฤติกรรมगत่องเที่ยวและความคิดเห็น	จำนวน	ร้อยละ
อาหารสำเร็จรูปหรืออาหารแห้ง	142	11.64
ขนมหวานหรือขนมไทย	151	12.38
เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย	123	10.08
เครื่องดื่มหรือเครื่องดื่มสมุนไพร	170	13.93
ของฝากและของที่ระลึก	208	17.05
ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือพื้นบ้าน	230	18.85

\* เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

จากตาราง 8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยจะค้นหาหรือได้รับข้อมูลจากช่องทาง สื่อออนไลน์ ร้อยละ 56.52 รองลงมา จากเพื่อน ร้อยละ 21.96 น้อยที่สุดคือ บริษัทนำเที่ยว

เดินทางไปท่องเที่ยวโดยปกติจะมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน มากกว่า 4 คนขึ้นไป ร้อยละ 42.50 รองลงมาจำนวน 3 – 4 คน ร้อยละ 35.50 น้อยที่สุด คือ เดินทางคนเดียว ร้อยละ 2.75

ลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือเป็นตลาดนัดที่มีอาหารและสินค้าประจำถิ่น ร้อยละ 34.58 รองลงมา เป็นตลาดนัดที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ร้อยละ 28.78 และเป็นตลาดนัดที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนหย่อนใจและชื่นชมธรรมชาติได้ในเวลาเดียวกัน ร้อยละ 28.16

วันที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ของสัปดาห์ ร้อยละ 45.50 รองลงมา ทุกวันอาทิตย์ของสัปดาห์ ร้อยละ 22.00

เวลาที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วงเย็น ประมาณ 15.00 - 20.00 น. ร้อยละ 62.75 รองลงมาตลอดทั้งวัน ร้อยละ 18.00

สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้มีในตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือพื้นบ้าน ร้อยละ 18.85 รองลงมา คือ ของฝากและของที่ระลึก ร้อยละ 17.05 ต้องการน้อยที่สุดคือ เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย ร้อยละ 10.08

ส่วนที่ 3 ระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยรวมรายด้านและรายข้อ

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวม (n=400)

ความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.18	0.60	มาก
2.ด้านราคา	4.27	0.63	มาก
3.ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	4.39	0.63	มาก
4.ด้านส่งเสริมการตลาด	4.11	0.72	มาก
โดยรวม	4.23	0.57	มาก

จากตาราง 9 พบว่าความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.23$ ,  $SD = 0.57$ ) เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และ ด้านส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18$ ,  $SD = 0.60$ ;  $\bar{X} = 4.27$ ,  $SD = 0.63$ ;  $\bar{X} = 4.39$ ,  $SD = 0.63$ ;  $\bar{X} = 4.11$ ,  $SD = 0.72$  ตามลำดับ)

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์จำแนกเป็นรายข้อ

ความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. มีสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า	4.25	0.68	มาก
2. สินค้ามีมาตรฐาน และมีคุณภาพ เชื่อถือได้	4.27	0.69	มาก
3. มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ	4.29	0.71	มาก
4. มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนจำหน่าย (สินค้าชุมชน)	4.18	0.79	มาก
5. มีบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น บรรจุภัณฑ์อาหารในกระถงไบตอง	4.14	0.86	มาก
6. สามารถเปลี่ยนหรือสามารถคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่มีคุณภาพได้	3.97	0.98	มาก
รวม	4.18	0.60	มาก

จากตาราง 10 พบว่าความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18, SD = 0.60$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์สูงสุดในข้อที่มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ( $\bar{X} = 4.29, SD = 0.71$ ) รองลงมาคือ สินค้ามีมาตรฐาน และมีคุณภาพ เชื่อถือได้ ( $\bar{X} = 4.2, SD = 0.69$ ) และข้อที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการน้อยที่สุด คือสามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่มีคุณภาพได้ ( $\bar{X} = 3.97, SD = 0.98$ )

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านราคา จำแนกเป็นรายข้อ

ความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรม ด้านราคา	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. มีการควบคุมราคาสินค้าที่เป็นมาตรฐาน	4.33	0.81	มาก
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า	4.36	0.74	มาก
3. มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน	4.41	0.73	มาก
4. มีระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย	4.22	0.76	มาก
5. สามารถต่อรองราคาได้	4.06	0.89	มาก
รวม	4.27	0.63	มาก

จากตาราง 11 พบว่าความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.27, SD = 0.63$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านราคาสูงสุดในข้อมีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.41, SD = 0.73$ ) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ( $\bar{X} = 4.36, SD = 0.74$ ) และข้อที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการน้อยที่สุด คือ สามารถต่อรองราคาได้ ( $\bar{X} = 4.06, SD = 0.89$ )

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย จำแนกเป็นรายข้อ

ความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะดวกในการเดินทาง	4.45	0.66	มาก
2. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย	4.45	0.71	มาก
3. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีสถานที่อำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ฯลฯ	4.41	0.75	มาก
4. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี	4.33	0.78	มาก
5. มีป้ายบอกทางไปยังสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) ที่ชัดเจน	4.32	0.80	มาก
รวม	4.39	0.63	มาก

จากตาราง 12 พบว่าความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.39$ ,  $SD=0.63$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านช่องทางในการจัดจำหน่ายสูงสุดในข้อสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะดวกในการเดินทาง ( $\bar{X}=4.45$ ,  $SD=0.66$ ) รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย ( $\bar{X}=4.45$ ,  $SD=0.71$ ) และข้อที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการน้อยที่สุดคือ มีป้ายบอกทางไปยังสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) ที่ชัดเจน ( $\bar{X}=4.32$ ,  $SD=0.80$ )

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกเป็นรายข้อ

ความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม ด้านส่งเสริมการตลาด	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. มีการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดฯ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์	4.34	0.82	มาก
2. มีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่นของผู้จำหน่ายสินค้าในตลาด	4.04	0.83	มาก
3. มีเวทีกลางและจัดให้มีการแสดงเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับชม เช่น การแสดงพื้นบ้าน หรือดนตรีพื้นบ้าน เป็นต้น	4.01	0.91	มาก
4. มีการตกแต่งและออกแบบสถาปัตยกรรมภายในตลาดที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น เช่น การตกแต่งด้วยว่าว หรือผ้าพื้นเมือง เป็นต้น	4.00	0.94	มาก
5. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เช่น การทำเกษตรอินทรีย์ การดำนา การปลูกพืชผักปลอดสารพิษ	4.18	0.86	มาก
6. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การทำอาหารหรือขนม	4.11	0.91	มาก
รวม	4.11	0.72	มาก

จากตาราง 13 พบว่าความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.11$ ,  $SD=0.72$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด สูงสุดในข้อมีการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดฯ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ( $\bar{X}=4.34$ ,  $SD=0.82$ ) รองลงมาคือมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เช่น การทำเกษตรอินทรีย์ การดำนา การปลูกพืชผักปลอดสารพิษ ( $\bar{X}=4.18$ ,  $SD=0.86$ ) และข้อที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีต้องการน้อยที่สุด คือมีการตกแต่งและออกแบบสถาปัตยกรรมภายในตลาดที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น เช่น การตกแต่งด้วยว่าว หรือผ้าพื้นเมือง ( $\bar{X}=4.00$ ,  $SD=0.94$ )

2. ผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม  
เพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชาชนในพื้นที่

ตาราง 14 จำนวน และร้อยละ ข้อมูลทั่วไปของประชาชนในพื้นที่ (n=400)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	205	51.25
หญิง	195	48.75
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	33	8.25
21 - 30 ปี	93	23.25
31 - 40 ปี	119	29.75
41 - 50 ปี	84	21.00
51 - 60 ปี	50	12.50
61 ปีขึ้นไป	21	5.25
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าประถมศึกษา	18	4.50
ประถมศึกษา	112	28.00
มัธยมศึกษาหรือปวช.	116	29.00
อนุปริญญาหรือปวส.	42	10.50
ปริญญาตรี	107	26.75
ปริญญาโทหรือสูงกว่า	5	1.25
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	163	40.75
10,001 - 20,000 บาท	185	46.25
20,001 - 30,000 บาท	37	9.25
30,001 - 40,000 บาท	8	2.00
40,001 - 50,000 บาท	4	1.00
50,001 บาทขึ้นไป	3	0.75

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
ศาสนา		
พุทธ	30	7.50
อิสลาม	370	92.50
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	36	9.00
ข้าราชการ	42	10.50
รัฐวิสาหกิจหรือพนักงานของรัฐ	17	4.25
พนักงานบริษัทเอกชน	32	8.00
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	51	12.75
เกษตรกร	195	48.75
อื่น ๆ	27	6.75

จากตาราง 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชาชนในพื้นที่ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

เพศ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.25 และเพศหญิง ร้อยละ 48.75  
อายุ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 29.75 รองลงมา คือ อายุ 21 – 30 ปี ร้อยละ 23.25 และน้อยที่สุด คือ มีอายุ 61 ปีขึ้นไป ร้อยละ 5.25

ระดับการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ร้อยละ 29.00 รองลงมา ประถมศึกษา ร้อยละ 28.00 และน้อยที่สุด คือ ปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 1.25

รายได้ต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 46.25 รองลงมา คือ ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 40.75 และน้อยที่สุด คือ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 50,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 0.75

ศาสนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 92.50 รองลงมา คือ ศาสนาพุทธ ร้อยละ 7.50

อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ เกษตรกร ร้อยละ 48.75 รองลงมา คือ มีค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 12.75 และน้อยที่สุด คือ รัฐวิสาหกิจหรือพนักงานของรัฐ ร้อยละ 4.25

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยรวมรายด้านและรายข้อ

ตาราง 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวม (n=400)

ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1.ด้านการวางแผน	4.23	0.63	มาก
2.ด้านการจัดองค์การ	4.29	0.64	มาก
3.ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ	4.32	0.64	มาก
4.ด้านการควบคุม	4.43	0.60	มาก
โดยรวม	4.31	0.59	มาก

จากตาราง 15 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.31$ ,  $SD=0.59$ ) เมื่อจำแนกรายด้านพบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ และด้านการควบคุมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.23$ ,  $SD=0.63$ ;  $\bar{X}=4.29$ ,  $SD=0.64$ ;  $\bar{X}=4.32$ ,  $SD=0.64$ ;  $\bar{X}=4.43$ ,  $SD=0.60$ ) ตามลำดับ

ตาราง 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการวางแผน จำแนกเป็นรายข้อ

ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม ด้านการวางแผน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ชุมชนเขาขาวควรมีการประเมินศักยภาพชุมชนและวางแผนการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.21	0.76	มาก
2. ชุมชนเขาขาวควรมีตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้	4.25	0.82	มาก
3. ชุมชนเขาขาวควรมีการจัดทำปฏิทินงานเทศกาลประจำปีเพื่อใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดนัดชุมชนฯ	4.19	0.80	มาก
4. ชุมชนเขาขาวควรมีการประเมินทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตลาดนัดชุมชนฯ ที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว	4.19	0.85	มาก



ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม ด้านการวางแผน	$\bar{X}$	SD	ระดับ
5. ชุมชนเขาขาวควรมีการวางแผนทางด้านภาษาต่างประเทศเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ	4.20	0.87	มาก
6. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีการวางแผนและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกำหนดกฎ กติกา และการบริหารจัดการสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าในตลาด	4.25	0.82	มาก
7. ชุมชนเขาขาวควรมีการวางแผนระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน	4.30	0.74	มาก
รวม	4.23	0.63	มาก

จากตาราง 16 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.23$ ,  $SD=0.63$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการวางแผน สูงสุดในข้อชุมชนเขาขาวควรมีการวางแผนระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\bar{X}=4.30$ ,  $SD=0.74$ ) รองลงมาคือ ชุมชนเขาขาวควรมีตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้ และตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีการวางแผนและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกำหนดกฎ กติกา และการบริหารจัดการสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าในตลาด ( $\bar{X}=4.25$ ,  $SD=0.82$ ) และข้อที่ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ชุมชนเขาขาวควรมีการประเมินทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตลาดนัดชุมชนฯ ที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว ( $\bar{X}=4.19$ ,  $SD=0.85$ )

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านการจัดองค์การ จำแนกเป็นรายชื่อ

ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรม ด้านการจัดองค์การ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ชุมชนเขาขาวควรมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน	4.35	0.79	มาก
2. ชุมชนเขาขาวควรมีคณะกรรมการในการออกแบบและก่อสร้างด้านสถาปัตยกรรมสำหรับตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน	4.24	0.82	มาก
3. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีการพัฒนาศักยภาพของผู้จำหน่ายสินค้าให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว	4.28	0.79	มาก
4. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการจราจรและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ	4.30	0.82	มาก
5. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ หรือการใช้สื่อออนไลน์	4.26	0.81	มาก
6. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการด้านขยะที่มีประสิทธิภาพและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมชุมชน	4.32	0.75	มาก
7. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มอย่างชัดเจน	4.32	0.81	มาก
รวม	4.29	0.64	มาก

จากตาราง 17 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการจัดองค์การ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.29$ ,  $SD=0.64$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนในพื้นที่ที่มีความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการจัดองค์การ สูงสุดในข้อชุมชนเขาขาวควรมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\bar{X}=4.35$ ,  $SD=0.75$ ) รองลงมาคือมีตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการด้านขยะที่มีประสิทธิภาพและไม่ส่งผลกระทบต่อ

ต่อสิ่งแวดล้อมชุมชน ( $\bar{X}=4.32$ ,  $SD=0.79$ ) และข้อที่ประชาชนในพื้นที่ที่มีความคิดเห็นน้อยที่สุด คือ ชุมชนเขาขาวควรมีคณะกรรมการในการออกแบบและก่อสร้างด้านสถาปัตยกรรมสำหรับตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\bar{X}=4.24$ ,  $SD=0.82$ )

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ จำแนกเป็นรายข้อ

ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรให้ความสำคัญ ส่งเสริม และสนับสนุนในการจัดการตลาดนัดชุมชนฯ	4.31	0.82	มาก
2. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีนโยบายที่สอดคล้องและสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.26	0.77	มาก
3. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ	4.37	0.74	มาก
4. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง	4.34	0.79	มาก
5. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีการทำงานร่วมกับเครือข่ายหรือกลุ่มอาชีพทั้งภายในและภายนอกชุมชน	4.28	0.84	มาก
6. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน	4.34	0.79	มาก
รวม	4.32	0.64	มาก

จากตาราง 18 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการนำและบทบาทของผู้นำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.32$ ,  $SD=0.64$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนในพื้นที่ที่มีความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการนำและบทบาทของผู้นำสูงสุดในข้อผู้นำของชุมชนเขาขาวควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ ( $\bar{X}=4.37$ ,  $SD=0.74$ ) รองลงมาคือ ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถ

กระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง และ ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการ  
ทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ( $\bar{X}$  =4.34, SD=0.79) และ  
ข้อที่ประชาชนในพื้นที่ที่มีความต้องการน้อยที่สุด คือ ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีนโยบายที่สอดคล้อง  
และสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ( $\bar{X}$  =4.26, SD=0.77)

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่ในการ  
จัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านการ  
ควบคุม จำแนกเป็นรายชื่อ

ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม ด้านการควบคุม	$\bar{X}$	SD	ระดับ
1. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินคุณภาพ ความสะอาด และราคาที่เหมาะสมสำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์ ชุมชนที่จำหน่ายในตลาดนัดชุมชนฯ	4.41	0.72	มาก
2. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินความ ปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในตลาดนัด ชุมชนฯ	4.40	0.72	มาก
3. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินสิ่งปลูก สร้างและสถาปัตยกรรมของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อ สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน	4.37	0.84	มาก
4. ชุมชนเขาขาวควรมีการประเมินความสามารถในการรองรับ นักท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการทำงานในอนาคต	4.43	0.71	มาก
5. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและดูแลนักท่องเที่ยว ในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมใน ตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์	4.46	0.68	มาก
6. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินกิจกรรม การท่องเที่ยวภายในตลาดนัดชุมชนฯ ให้มีความเหมาะสมกับ วัฒนธรรมของชุมชนและสามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามา มีส่วนร่วมทำกิจกรรม	4.46	0.74	มาก
รวม	4.43	0.60	มาก

จากตาราง 19 พบว่า ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการควบคุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.43$ ,  $SD=0.60$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนในพื้นที่ที่มีความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการควบคุม สูงสุดในข้อชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุม และดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ( $\bar{X}=4.46$ ,  $SD=0.68$ ) รองลงมาคือ ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตลาดนัดชุมชนฯ ให้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมของชุมชนและสามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรม ( $\bar{X}=4.46$ ,  $SD=0.74$ ) และข้อที่ประชาชนในพื้นที่ต้องการน้อยที่สุด ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินสิ่งปลูกสร้างและสถาปัตยกรรมของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน ( $\bar{X}=4.37$ ,  $SD=0.84$ )

### 3. ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเขาขาว อำเภอละงูจังหวัดสตูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในการประเมินศักยภาพชุมชน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งมีรายละเอียดเป็นรายด้าน ดังนี้

#### จุดแข็ง

- 1) ตำบลเขาขาวเป็นตำบลขนาดเล็กมีพื้นที่ทั้งหมด 39.154 ตรม. แบ่งการปกครองเป็น 7 หมู่บ้าน มีประชากรทั้งหมดประมาณ 6,500 คน ร้อยละ 95 นับถือศาสนาอิสลาม ทำให้ง่ายต่อการติดต่อประสานงานและบริหารจัดการ
- 2) ประชาชนตั้งถิ่นฐานพักอาศัยติดต่อกันหลายชั่วอายุคน ทำให้มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและตำนานที่เป็นเอกลักษณ์ และอัตราย้ายถิ่นค่อนข้างน้อยทำให้มีความผูกพันทางเครือญาติและรักสามัคคีในหมู่คณะค่อนข้างสูง
- 3) ทรัพยากรดินมีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุและมีลำคลองไหลผ่านหลายสาย พื้นที่จึงความเหมาะสมต่อการทำอาชีพเกษตรกรรม และประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร
- 4) ด้านทิศตะวันตกของตำบลเขาขาวมีภูเขาใหญ่ตั้งอยู่และที่ยอดของภูเขาดังกล่าวมีหน้าผาสีขาวปรากฏเห็นเด่นชัดเป็นสัญลักษณ์ของชุมชนและนำมาใช้ตั้งชื่อของตำบลเขาขาวจนปัจจุบัน

5) ตำบลเขาขาวตั้งอยู่ถนนสายละงู - นางแก้ว ซึ่งเป็นถนนเชื่อมต่อระหว่างอำเภอมะนัง จังหวัดสตูล กับอำเภอละงู จังหวัดสตูล และเป็นถนนสายหลักที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นเส้นทางสัญจรในการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ถ้ำภูผาเพชร น้ำตกวังสายทอง และการล่องแก่ง เป็นต้น ซึ่งตำบลเขาขาวสามารถจัดเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้

6) ตำบลเขาขาวมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ถ้ำวังครามซึ่งมีหินงอกหินย้อยที่มีความสวยงามซึ่งปรากฏจากดึกดำบรรพ์ และตั้งอยู่ในเขตประกาศพื้นที่สตูลจีโอพาร์ค บ้านไม้อายุร้อยปี และทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นต้น

7) มีแหล่งเรียนรู้เกษตรพอเพียง กลุ่มอาชีพด้านการเกษตรที่มีความน่าสนใจ อาทิ ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ กลุ่มเพาะเห็ด ศูนย์การเรียนรู้ผึ้งโพรง ศูนย์การเรียนรู้ปลูกผักไร้ดิน และกลุ่มอาชีพอีกหลากหลาย ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้

8) มีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นพื้นที่เกษตรกรรมโดยเฉพาะการทำนา จึงทำให้มีภูมิปัญญาด้านอาหารที่มีความหลากหลายสามารถพัฒนาต่อยอดกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

9) มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่น่าสนใจและควรค่าแก่การอนุรักษ์ เช่น การแสดงรอนเง็ง การแสดงลีลาต การแสดงลิเกบก และประเพณีหรือพิธีการทางศาสนา เป็นต้น ซึ่งศิลปวัฒนธรรมเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

#### จุดอ่อน

1) ประชาชนมีการย้ายถิ่นฐานน้อย และอยู่อาศัยกันในลักษณะเครือญาติ ซึ่งถือเป็นจุดแข็งแต่ขณะเดียวกันก็กลายเป็นจุดอ่อนเพราะทำให้คนในชุมชนมีแนวคิดเชิงอนุรักษ์นิยมรักพวกพ้อง แต่ทำให้ขาดการเปิดรับสิ่งใหม่ๆ และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างเชื่องช้า

2) ความพร้อมพื้นฐานของชุมชนทั้งในด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการบางส่วนยังไม่ทั่วถึงและเพียงพอต่อความต้องการของชุมชน หรือการที่จะรองรับนักท่องเที่ยว

3) ประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจและทักษะในการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร หรือนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

4) ประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้และยังสามารถอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

- 5) ชุมชนยังขาดตลาดจำหน่ายผลผลิตของชุมชนที่จะจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง โดยส่วนใหญ่ชุมชนจะผลิตผลผลิตทางการเกษตรส่งขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ต้องจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาค่อนข้างถูก
- 6) ชุมชนยังขาดผู้ประกอบการในพื้นที่ที่จะลงทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการภายในชุมชนถือเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนและสร้างงานและช่วยกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน
- 7) ชุมชนยังขาดพื้นที่ในการเป็นศูนย์รวมสำหรับจำหน่ายอาหารหรือศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน
- 8) ชุมชนขาดการรวบรวมประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมหรือตำนานให้เป็นลายลักษณ์อักษร รวมทั้งยังขาดแหล่งเรียนรู้หรือพิพิธภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมประวัติศาสตร์เกี่ยวกับตำบลเขาขาว
- 9) ชุมชนขาดการเชื่อมโยงข้อมูลของกลุ่มอาชีพ และผลิตภัณฑ์ชุมชน บางส่วนยังขาดการพัฒนาและควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน
- 10) ประชาชนในพื้นที่นิยมปลูกพืชเชิงเดี่ยว เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน เป็นต้น เมื่อราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำทำให้มีผลกระทบทางเศรษฐกิจเป็นวงกว้าง
- 11) การใช้จ่ายงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและท้องที่ไม่มี ความสอดคล้องกัน เกิดความซ้ำซ้อนและการพัฒนาเป็นไปอย่างเชื่องช้า
- 12) ประชาชนไม่ค่อยให้ความสำคัญเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาชุมชน และตรวจสอบติดตามควบคุมการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงานราชการ

### โอกาส

- 1) สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเวลานาน ทำให้ประชาชนเริ่มตื่นตัวค้นหาแนวทางในการประกอบอาชีพใหม่ๆ เกิดขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นกระแสการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
- 2) รัฐบาลและจังหวัดสตูลประกาศนโยบายส่งเสริมและให้การช่วยเหลือการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างจริงจัง โดยเฉพาะจังหวัดสตูลซึ่งได้กำหนดเป็นวิสัยทัศน์และนโยบายในการพัฒนาจังหวัดโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญ
- 3) นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลมากขึ้น สืบเนื่องจากกระแสการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสตูลจีโอพาร์ค

4) กระแสสังคมในการให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะความต้องการบริโภคอาหารปลอดภัยของประชาชนเพิ่มปริมาณมากขึ้น

5) สื่อออนไลน์ในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถส่งต่อหรือสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ไปยังบุคคลอื่น ๆ ได้ ซึ่งสามารถช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

#### อุปสรรค

1) ปัจจุบันการจัดการท่องเที่ยวมีการแข่งขันสูง เนื่องจากทั้งกลุ่มผู้ประกอบการหรือชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวต่างเห็นโอกาสที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจึงทำให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจนำไปสู่การแข่งขันที่ค่อนข้างสูง

2) ชุมชนยังขาดการเข้าถึงแหล่งทุนที่จะสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน หรือต่อยอดธุรกิจของชุมชน

3) เนื่องจากจังหวัดสตูลมีจุดเด่นในการท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดสตูลส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวทางทะเลมากกว่าการท่องเที่ยวในลักษณะอื่น ๆ

4) เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศและราคาผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ เป็นผลให้นักท่องเที่ยวลดการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวลง

#### สรุปการประเมินศักยภาพชุมชน

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการประเมินศักยภาพของชุมชนเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยสมรรถนะที่มีความโดดเด่นของชุมชนคือ เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม จึงทำให้ชุมชนมีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพรวมทั้งทำเลที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสตูล และประชาชนในพื้นที่มีความต้องการในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับประเด็นที่ชุมชนต้องมีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและ ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพนั้น คือต้องมีการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในพื้นที่ให้มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พร้อมทั้งการพัฒนาตลาดนัดจำหน่ายสินค้าเกษตรซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสามารถสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะทำให้เกิดการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันรัฐบาลและจังหวัดสตูลได้มีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างจริงจัง ประกอบกับนักท่องเที่ยวเดินทางเข้า



มาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลเป็นจำนวนมาก จากกระแสการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกอีกด้วย

#### 4. ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยรวบรวมความคิดเห็นในลักษณะการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญที่ผ่านการตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ ซึ่งสามารถเสนอรายละเอียดดังนี้

##### 1. ศักยภาพของชุมชนตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ในการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม

แนวทางในการพัฒนาจังหวัดสตูล ซึ่งมีเป้าหมายที่สำคัญคือ “เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศอุทยานธรณีโลก เศรษฐกิจมั่นคง สังคมน่าอยู่สันติสุขยั่งยืน ประตูลู่อาเซียน” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยจังหวัดสตูลจะมีความโดดเด่นทางการท่องเที่ยวคุณภาพ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล 2) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และศาสนา 3) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา 4) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร และ 5) การท่องเที่ยวเพื่อคุณภาพชีวิตและการมีสุขภาพดี ปัจจุบันจังหวัดสตูลถือเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่น โดยในปี พ.ศ. 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวน 1,000,748 คน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 8,168 ล้านบาท

สำหรับตำบลเขาขาวเป็นตำบลหนึ่งในจังหวัดสตูล ซึ่งสามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดสตูล ความสอดคล้องที่เกิดขึ้นนี้จะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นอย่างเป็นระบบและจะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการอย่างเหมาะสม ซึ่งกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมนี้ จะต้องเกิดจากความต้องการหรือความปรารถนาของประชาชนในพื้นที่ ด้วยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายในชุมชนที่พยายามแสวงหาแนวทางการพัฒนาที่มีความเหมาะสมกับศักยภาพของชุมชน หรือเรียกว่า “การระเบิดจากภายใน” ตามหลักการพัฒนาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 9 ซึ่งชุมชนต้องมีการเตรียมความพร้อมและมีการดำเนินการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้

ศักยภาพของประชาชนในพื้นที่เองก่อน ดังเช่นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1. นายศักดิ์ดา วิชาศิริกุล รองผู้ว่าราชการจังหวัดสตูล ท่านที่ 2. นายจรัญ อินทสระ รักษาการแทนพัฒนาการจังหวัดสตูล และท่านที่ 3. นางอัจฉรินทร์ เมืองจันทร์ ท้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสตูล ได้กล่าวเช่นเดียวกันว่า

“ชุมชนต้องดึงศักยภาพของกลุ่มต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี ผู้นำชุมชน และผู้นำศาสนา โดยใช้หลักการที่เรียกว่า “โฟลามทุ่ง” ค่อยๆ ขยายไปเรื่อย ๆ จนครบและทั่วถึงทุกกลุ่มทั้งชุมชน โดยควรต้องสร้างความรู้ความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนก่อนและหาก พวกเขาเห็นประโยชน์และความสำคัญก็จะเข้ามามีส่วนร่วมทั้ง ลงแรง และลงทุน อยากรให้ชุมชนใช้ความพยายามในการทำงานโดยไม่ต้องคาดหวังที่จะให้หน่วยงาน ราชการมาสนับสนุนงบประมาณก่อน ซึ่งผมเชื่อว่าสามารถทำได้ ชุมชนต้องเริ่มต้นด้วยตัวเองทำให้ เห็นผล หน่วยงานราชการก็พร้อมที่จะสนับสนุน ดังนั้นชุมชนต้องทำให้เห็นก่อนว่าเอาจริงนะ”

“ได้เห็นถึงความมุ่งมั่นและตั้งใจของแกนนำชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นเรื่องที่ดี และเป็นสิ่งที่รัฐบาลรวมทั้งจังหวัดต้องการให้ เกิดขึ้นในชุมชน และที่สำคัญได้เห็นตรงกันว่าพัฒนาชุมชนในครั้งนี้ตรงกับแนวคิด “ระเบิดจากภายใน” ถือเป็นความต้องการจากชุมชนอย่างแท้จริงหากชุมชนเอาจริงเอาจัง ทางหน่วยงานราชการ พร้อมและยินดีสนับสนุน”

“ปัจจุบันจังหวัดสตูลมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวปีละประมาณกว่า 1 ล้านคน เนื่องจากจังหวัดสตูลมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยเฉพาะ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และที่กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในปัจจุบันคือแหล่งท่องเที่ยว อุทยานธรณีโลก นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเหล่านั้นแล้วปัจจุบันหลายชุมชนในจังหวัดสตูลเกิดการตื่นตัวและให้ความสำคัญในการจัดทำกรท่องเที่ยวโดยชุมชนจนประสบความสำเร็จ เช่น ชุมชน นาทอน อำเภอทุ่งหว้า จังหวัดสตูล หรือชุมชนบ่อเจ็ดลูก อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งกว่าจะเกิดการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนก็ต้องใช้เวลาและความพร้อมของคนในชุมชน ซึ่งชุมชนต้อง “ระเบิดจากภายใน” ก่อนโดยชุมชนต้องแสวงหาความรู้ สร้างความเข้าใจเรียนรู้และพัฒนา ตื่นตัว ทุ่มเท และตั้งใจกับการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนจริง”

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมนั้น ชุมชนตำบลเขาขาวได้มี แนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นลักษณะตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาเป็นตลาดนัดที่จัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น อาหารท้องถิ่น ผักพื้นบ้าน ปลอดภัย ผลไม้ปลอดภัย หัตถกรรมชุมชน ฯลฯ โดยบรรยากาศภายในตลาดนัดมีการตกแต่ง ที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นชุมชนเกษตรกรรม เนื่องจากชุมชนเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญจึงทำให้ ชุมชนเลือกพื้นที่บริเวณทุ่งนาจัดตั้งเป็นตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ ตลาดนัดเป็นแหล่งในการจำหน่ายสินค้าและเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอันจะนำไปสู่การสร้าง

รายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งหากพิจารณาถึงศักยภาพของชุมชนถือว่ามีความศักยภาพที่น่าสนใจ อาทิ ศักยภาพในการเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่ผลิตสินค้าเกษตร เช่น ข้าว ผักและผลไม้ปลอดสารพิษ รวมทั้งมีศักยภาพในเชิงพื้นที่ที่มีทำเลที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และแหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก แต่ทั้งนี้ชุมชนก็ต้องค้นหาหรือพัฒนาศักยภาพอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว และต้องประเมินกลุ่มลูกค้าว่ามีความสนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะกิจกรรมใดบ้าง เพราะหากชุมชนมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนก็จะสามารถทำให้ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเกิดผลสำเร็จได้ นอกจากนี้ชุมชนยังต้องมีการเตรียมพร้อมเกี่ยวกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชนทั้งในด้านกายภาพ และด้านสังคมอีกด้วย ดังเช่นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1. นายศักดิ์ วิชาศิริกุล รองผู้ว่าราชการจังหวัดสตูล ท่านที่ 2. นายจรัญ อินทสระ รักษาการแทนพัฒนาการจังหวัดสตูล และท่านที่ 3. นายธานี ทะยิมะสาและนายอำเภอละงู ได้กล่าวเช่นเดียวกันว่า

“ชุมชนเขาขาวควรต้องทำการประเมินหรือค้นหาวัตถุดิบ อาหารพื้นบ้าน พิษพรรณ ประจำถิ่น สินค้า และผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นของชุมชนออกมา ต้องวิเคราะห์หาเอกลักษณ์หรือจุดเด่นที่สำคัญออกมานำเสนอ เช่น เป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีความอุดมสมบูรณ์ก็ใช้จุดเด่นทุ่งนา หรือตลาดนัดกลางทุ่งนาที่ชุมชนเสนอมาก็เป็นจุดเด่นที่น่าสนใจ รวมทั้งยังต้องประเมินศักยภาพชุมชน ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมของคนในชุมชนว่ามีความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือไม่ อาจต้องมีการให้ความรู้กับคนในชุมชนด้วย หรือประเมินเส้นทางสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพร้อมหรือไม่ ถนนหนทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้าไป พื้นที่รองรับที่จอดรถปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องประเมินและเตรียมความพร้อม”

“ศักยภาพของชุมชนเขาขาวในการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบตลาดนัดนั้น ถือว่ามีความศักยภาพที่เป็นไปได้ นอกจากจะมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในพื้นที่แล้ว ทำเลที่ตั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดแหล่งอื่น และสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตกรรมของจากแอ่งหลัก ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงและบูรณาการกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถประสานงานและส่งต่อนักท่องเที่ยวกันได้อย่างดี”

“ชุมชนเขาขาวมีการตื่นตัวในการทำเรื่องท่องเที่ยวถือเป็นเรื่องที่ดี และการทำแหล่งท่องเที่ยวเป็นตลาดนัดชุมชน ก็สอดคล้องกับศักยภาพชุมชนที่มีการทำการเกษตร ชุมชนเขาขาวมีธนาคารพันธุ์ข้าวซึ่งถือเป็นจุดเด่นที่สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาตลาดท่องเที่ยว และยังเป็นผู้ผลิตพืชผักและผลไม้ส่งขายไปยังพื้นที่อื่น ๆ หากชุมชนมีตลาดสินค้าเองก็ถือเป็นเรื่องที่ดีและควรเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อให้เกิดการส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างกันแล้วได้ประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งควรดึงชุมชนอื่น ๆ หรือชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมขายสินค้าด้วยเพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้า และเป็นการกระจายรายได้ทั้งในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงได้เป็นอย่างดี”

## 2. แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

สำหรับแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ที่จะทำให้ดำเนินการได้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นที่จะต้องมีความครอบคลุมในหลักการด้านการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นนำและบทบาทของผู้นำ ตลอดจนการควบคุม ซึ่งจะทำให้เกิดการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความสำเร็จได้ ดังนั้นตำบลเขาขาวควรมีการเตรียมการในด้านการจัดการที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ดังนี้

### 2.1 ด้านการวางแผน

ด้านการวางแผน เป็นกำหนดวิธีปฏิบัติไว้ล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความสำเร็จของงานตามที่ต้องการโดยพิจารณาว่าองค์การหรือชุมชนต้องการอะไร ทำอะไร ต้องการให้องค์การหรือชุมชนเป็นอย่างไรในอนาคต โดยพิจารณาจากสภาพในปัจจุบันขององค์การหรือชุมชนที่มีความสัมพันธ์กับความเป็นไปได้ในอนาคต ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การหรือชุมชน เลือกวิธีปฏิบัติงาน เลือกวิธีจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ พบว่าตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ควรมีการวางแผนการดำเนินงาน ดังนี้

2.1.1 ควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการตลาดนัดชุมชนฯ การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้เกิดความรู้ความเข้าใจและได้มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวร่วมกัน

2.1.2 ต้องมีเรื่องราวความเป็นมาหรือมีเอกลักษณ์ ซึ่งประชาชนในชุมชนต้องร่วมกันกำหนด ซึ่งชุมชนตำบลเขาขาวได้มีการกำหนดเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของตลาดนัดฯ คือตลาดนัดชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่มีพื้นที่อยู่กลางทุ่งนาและต้องการให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการจำหน่ายสินค้าและอาหารที่เป็นของชุมชนและปลอดภัยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน

2.1.3 ควรมีการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างความโดดเด่นและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยชุมชนได้มีการดำเนินการจัดทำทางเดินสะพานไม้ลัดเลาะไปกลางทุ่งนา ซึ่งจะให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสสัมผัสกับความสวยงามของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่ พร้อมทั้งมีการวางแผนที่จะนำวัว และลูกกลม ซึ่งถือเป็นการละเล่นที่เป็น

เอกลักษณ์ของชาวชุมชนเขาขาว และจังหวัดสตูล มาใช้ในการตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงามและสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

2.1.4 ต้องสามารถเชื่อมโยงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ เช่น อาหารสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีความปลอดภัย เป็นอาหารที่มีความเป็นมาจากภูมิปัญญาของชุมชน รวมทั้งการใช้บรรพบุรุษวัฒนธรรมชาติที่สร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวถึงความปลอดภัยของอาหารและการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการด้วย

2.1.5 ต้องมีกิจกรรมพิเศษเพื่อการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความรู้สึกแปลกใหม่อยู่เสมอ เช่น มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมประจำถิ่นที่สามารถบอกเล่าความเป็นมาของชุมชนได้ หรือมีกิจกรรมเสวนาให้ความรู้ มีการสาธิตการทำอาหารพื้นบ้านที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชนโดยให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้วย

2.1.6 ต้องมีการจัดแบ่งพื้นที่ให้มีความเหมาะสม โดยการแบ่งประเภทอาหารและสินค้า เพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และไม่ควรมีร้านค้าหนาแน่นเกินไป ประเภทสินค้าควรมีความหลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกซื้ออาหารและสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งจะเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2.1.7 ควรเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัดผ่านทางผู้ประกอบการการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล หรือเชื่อมโยงกับกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงที่จะสามารถส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างกันได้

2.1.8 ควรเชื่อมโยงและมีกิจกรรมนิทรรศการที่จัดแสดงความรู้เกี่ยวกับอุทยานธรณีโลก เนื่องจากชุมชนอยู่ในพื้นที่ที่มีการประกาศเป็นอุทยานธรณีโลก ถือเป็นจุดเด่นที่สร้างความน่าสนใจให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยวและเรียนรู้แหล่งอุทยานธรณีโลกที่มีในชุมชน

2.1.9 ควรมีการพัฒนาเยาวชนหรืออาสาสมัครนักร้องเพลงชุมชน ซึ่งจะทำหน้าที่ในการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และช่วยสร้างความน่าสนใจและคุณค่าให้แก่ตลาดนัด ๆ ที่มีการดำเนินการเพื่อการท่องเที่ยว

2.1.10 ควรมีการกำหนดกฎเกณฑ์และมีมาตรการควบคุมไม่ให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ และต้องไม่มีกิจกรรมการแสดงที่สื่อทางลามกอนาจารหรือไม่เหมาะสมที่ขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน หากตลาดนัดฯ สามารถควบคุมสิ่งที่ไม่พึงประสงค์เหล่านี้ได้ก็จะสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ตลาดนัดฯ เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

2.1.11 ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งมีต้นทุนในการดำเนินการไม่สูงมากแต่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ดังนั้นตลาดนัดฯ จำเป็นที่จะต้องเตรียมการในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย

2.1.12 ควรมีการจัดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาตนเองและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนอื่น ๆ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้แก่ตลาดนัดฯ และชุมชน

## 2.2 ด้านการจัดองค์การ

สำหรับด้านการจัดองค์การ องค์การหรือชุมชนต้องมีการแบ่งหน้าที่ จัดความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การหรือชุมชนมีประสิทธิภาพคล่องตัว มีการประสานงานที่ดี ดังนั้นการจัดองค์การจึงเป็นการกำหนดและจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำเพื่อให้งานเสร็จตามเป้าหมาย ต้องแยกงานเป็นกลุ่ม และมอบหมายผู้รับผิดชอบรับไปดำเนินการ พร้อมกับ การมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้มีการประสานงานระหว่างกลุ่มกิจกรรม จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ พบว่าตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ควรมีคณะกรรมการดำเนินงานประกอบด้วย 11 ฝ่าย ดังนี้

2.2.1 ฝ่ายอำนวยการ มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนา พร้อมทั้งออกกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่งเกี่ยวกับตลาดนัดฯ ควบคุม ประสานงานการดำเนินงานในฝ่ายต่าง ๆ พิจารณา วินิจฉัย ชี้ขาด กรณีต่าง ๆ

2.2.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว มีหน้าที่ในการวางแผนและจัดทำสื่อต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดนัดฯ และการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเขาขาว โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่ต้องมีข้อมูลที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลร้านค้า และกิจกรรม หรือการแสดงในตลาดเพื่อเสริมสร้างบรรยากาศในการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงอัตลักษณ์แห่งท้องถิ่น ดูแลต้อนรับมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนองค์กร หน่วยงานที่เข้ามาขอข้อมูลหรือศึกษาดูงาน จัดบริการมัคคุเทศก์น้อยนำเที่ยวตลาดนัดฯ ให้บริการข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

2.2.3 ฝ่ายภูมิทัศน์และอาคารสถานที่ มีหน้าที่ในการกำหนดควบคุม ออกแบบ ตกแต่งและการดำเนินงานด้านภูมิทัศน์และอาคารสถานที่ของตลาดนัดฯ ลานจอดรถ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา และสุขา ให้มีสภาพเรียบร้อยและปลอดภัย และสะท้อนภูมิปัญญาหรืออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเหมาะสม

2.2.4 ฝ่ายรักษาความปลอดภัย จัดระเบียบจราจรและที่จอดรถ มีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย และจัดระเบียบการจราจรและการจอดรถให้มีความสะดวกปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ประสานงานเจ้าหน้าที่ตำรวจกรณีช่วงเทศกาลหรือมีเหตุด่วน

2.2.5 ฝ่ายควบคุมคุณภาพอาหารและสินค้า มีหน้าที่ในการประเมินความสามารถและคุณภาพของผู้ประกอบการ ในการเข้าร่วมจำหน่ายอาหารและสินค้าใน ตลาดนัดฯ และควบคุม ตรวจสอบ คุณภาพอาหารและสินค้าให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ

2.2.6 ฝ่ายจัดระเบียบการค้า มีหน้าที่ในการควบคุมและจัดระเบียบร้านค้าให้เป็นไปตามระเบียบของตลาดนัดฯ จัดพื้นที่จำหน่ายอาหารและสินค้าให้มีความเหมาะสม เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว รับลงทะเบียนร้านค้าที่มีความประสงค์จะจำหน่ายอาหารและสินค้า ประชาสัมพันธ์จัดหาร้านค้ามาร่วมจำหน่ายอาหารและสินค้า และพิจารณาคัดเลือกร้านค้าที่มีความคุณภาพและมีความเหมาะสมแก่ตลาดนัดฯ

2.2.7 ฝ่ายจัดเก็บรายได้ มีหน้าที่ในการจัดทำทะเบียนร้านค้า สัญญาเช่าพื้นที่ และจัดเก็บรายได้จากผู้ประกอบการ ควบคุมผู้ประกอบการให้ปฏิบัติตามกฎระเบียบตามสัญญา รายงานผลการจัดเก็บรายได้และประมาณการรายได้แก่ฝ่ายอำนวยการ

2.2.8 ฝ่ายส่งเสริมอาชีพและยกระดับมาตรฐานสินค้า มีหน้าที่ในการจัดการส่งเสริม สนับสนุน แนะนำการประกอบอาชีพแก่ผู้ประกอบการ จัดฝึกอบรมและพัฒนาผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับมาตรฐานอาหารและสินค้า จัดประชุมผู้ประกอบการเพื่อสร้างการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจในการทำงานร่วมกัน

2.2.9 ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ นิทรรศการและการแสดง มีหน้าที่ในการวางแผน ควบคุม และประสานงานการจัดกิจกรรมพิเศษ นิทรรศการหรือการแสดงเพื่อสร้างบรรยากาศการท่องเที่ยว ทั้งจากภายในชุมชนและจากภายนอกชุมชน ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมที่ดั้งเดิมและไม่ขัดกับวัฒนธรรมหรือหลักการทางศาสนาอิสลาม

2.2.10 ฝ่ายรักษาความสะอาดและการจัดการขยะ มีหน้าที่ในการวางแผน ควบคุมการจัดการความสะอาดภายในตลาด และจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมของตลาดนัดฯ รวมทั้งให้ความรู้และรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการจัดการขยะ เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชน

2.2.11 ฝ่ายประเมินผล รับข้อร้องเรียน และการพยาบาล มีหน้าที่ในการวางแผน ควบคุมการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และรับข้อร้องเรียนสรุปประเด็นให้แก่ฝ่ายอำนวยการ พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจและเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายเบื้องต้น นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านการพยาบาล การปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่ผู้ป่วย และประสานงานกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

### 2.3 ด้านการชี้แนะและบทบาทของผู้นำ

สำหรับการชี้แนะและบทบาทของผู้นำ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งเสริมให้ทุกคนมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ดังนั้นผู้นำต้องรู้จักหลักและวิธีการจูงใจให้คนอุทิศตนทั้งด้านความคิดและกำลังกายให้กับองค์กรหรือชุมชนอย่างเต็มที่ สามารถจัดข้อขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรหรือชุมชนได้เป็นอย่างดี มีมนุษยสัมพันธ์ดี เข้าใจพฤติกรรมของบุคลากร รู้จักให้ผลตอบแทนแก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและยุติธรรม จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

และนักวิชาการ พบว่าตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ควรมีการดำเนินการในการขึ้นนำและบทบาทของผู้นำ เป็น 2 ช่วง ดังนี้

2.3.1 ในช่วงการเริ่มต้นดำเนินงานจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์กลุ่มบุคคลแกนนำที่จะเป็น ผู้ก่อตั้งตลาดนัดฯ ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจและเป็นกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ ในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ประชาชนในชุมชนและนำไปสู่การระดมทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินงาน ดังนั้นหากกลุ่มอาสาสมัครชุมชนเหล่านี้สามารถทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจและเห็นการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมก็จะขยายผลกรรมมีส่วนร่วมของชุมชน และนำไปสู่การกำหนดเป็นกลุ่มที่เป็นทางการในการบริหารจัดการต่อไป

2.3.2 ในช่วงการดำเนินการนี้ถือเป็นช่วงที่เป็นทางการจึงมีการกำหนดเป็น คณะกรรมการฝ่ายอำนวยการในโครงสร้างการบริหารตลาดนัดฯ มีบทบาทหน้าที่โดยตรงในการ ดำเนินการขึ้นนำและบทบาทของผู้นำ เนื่องจากมีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนา พร้อมทั้งออกกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่งเกี่ยวกับตลาดนัดฯ ควบคุม ประสานงานการ ดำเนินงานในฝ่ายต่าง ๆ พิจารณา วินิจฉัย ชี้ขาด กรณีต่าง ๆ พร้อมทั้งพิจารณาจัดสรรผลประโยชน์ ให้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและยุติธรรม

#### 2.4 ด้านการควบคุม

สำหรับด้านการควบคุม เมื่อมีการวางแผนการดำเนินงานแล้วจำเป็นต้องควบคุมการ ปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ การควบคุมติดตามเริ่มตั้งแต่การกำหนดมาตรการให้มีระบบการ รายงานการทำงานของสมาชิก เพื่อเสนอต่อผู้นำองค์กรหรือชุมชนตามลำดับชั้นอย่างสม่ำเสมอ การ รายงานผลเป็นการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงแตกต่างจากมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างไร เพื่อเป็น แนวทางในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และ นักวิชาการ พบว่าตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ควรมีการดำเนินการในการควบคุมการดำเนินงาน ดังนี้

2.4.1 ควรมีระบบการรายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการในแต่ละ ฝ่าย ของตลาดนัดฯ โดยรายงานต่อคณะกรรมการฝ่ายอำนวยการซึ่งทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการ ดำเนินงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้

2.4.2 ควรมีนักวิชาการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเป็นที่ปรึกษา ที่จะช่วยในการให้ คำปรึกษาในการควบคุมการดำเนินงานให้มีความถูกต้องเหมาะสมตามหลักวิชาการ ซึ่งสามารถทำให้ เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

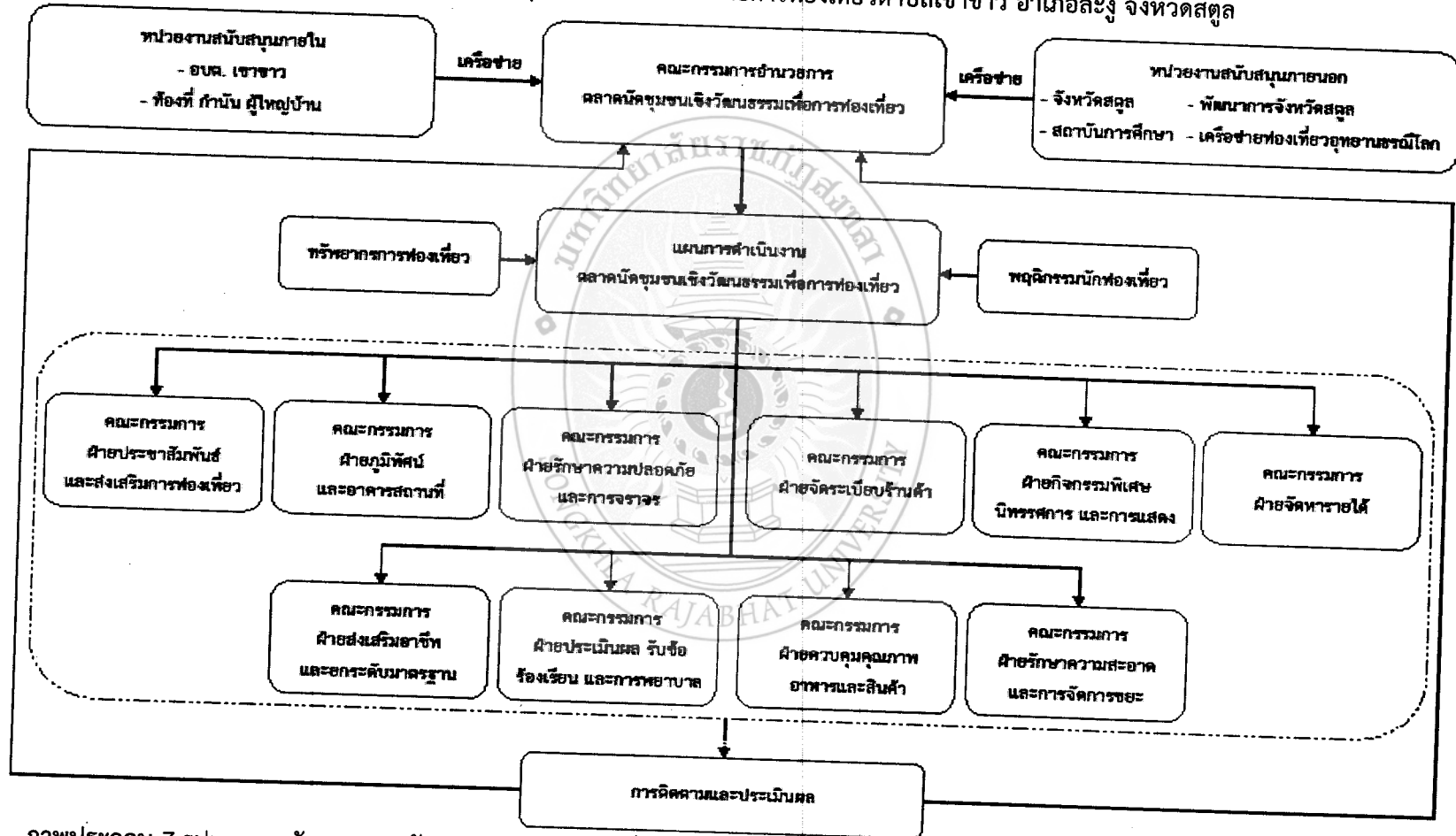


5. รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ตำบลเขาขาว อำเภอลงู จังหวัดสตูล

ซึ่งผลการศึกษารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอลงู จังหวัดสตูล ประกอบด้วย 1.ผลการวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 2.ผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 3.ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเขาขาว อำเภอลงูจังหวัดสตูล และ 4.ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการ ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอลงู จังหวัดสตูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเมื่อได้วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จึงสามารถนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอลงู จังหวัดสตูล ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปและนำเสนอได้ดังภาพประกอบ 7



รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล



ภาพประกอบ 7 รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล  
ที่มา : สัั้งเคราะห์โดยคณะผู้วิจัย (2561)

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว รวมทั้งนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) กล่าวคือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ควบคู่การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ซึ่งสามารถนำเสนอสรุปผลของการศึกษาได้ดังนี้

#### 1. สรุปผลการวิจัย

##### 1.1 สรุปผลการวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.00 อายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 32.75 ระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.00 รายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 37.25 ศาสนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 82.75 อาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.25 ที่อยู่ปัจจุบัน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดสตูล ร้อยละ 89.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยจะค้นหาหรือได้รับข้อมูลจากช่องทาง สื่อออนไลน์ ร้อยละ 56.52 เดินทางไปท่องเที่ยวโดยปกติจะมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน มากกว่า 4 คนขึ้นไป ร้อยละ 42.50 ลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือเป็นตลาดนัดที่มีอาหารและสินค้าประจำถิ่น ร้อยละ 34.58 วันที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ของสัปดาห์ ร้อยละ 45.50 เวลาที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วงเย็น ประมาณ 15.00 - 20.00 น. ร้อยละ 62.75 สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้มีในตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือพื้นบ้าน ร้อยละ 18.85

ความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.23$ ,  $SD = 0.57$ ) เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ทั้งหมด อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.18, SD= 0.60$ ;  $\bar{X} = 4.27, SD= 0.63$ ;  $\bar{X} = 4.39, SD= 0.63$ ;  $\bar{X} = 4.11, SD= 0.72$ ) ตามลำดับ โดยในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อที่มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ( $\bar{X} = 4.29, SD= 0.71$ ) ในด้านราคา กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อที่มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.41, SD= 0.73$ ) ในด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะดวกในการเดินทาง ( $\bar{X} = 4.45, SD= 0.66$ ) และในด้านส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อมีการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดฯ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ( $\bar{X} = 4.34, SD= 0.82$ )

## 1.2 สรุปผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของประชาชนในพื้นที่ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร เพศ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.25 อายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 29.75 ระดับการศึกษา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ร้อยละ 29.00 รายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 46.25 ศาสนา พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 92.50 อาชีพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ เกษตรกร ร้อยละ 48.75

ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.31, SD= 0.59$ ) เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ และด้านการควบคุม อยู่ในระดับมาก ทั้งหมด ( $\bar{X} = 4.23, SD= 0.63$ ;  $\bar{X} = 4.29, SD= 0.64$ ;  $\bar{X} = 4.32, SD= 0.64$ ;  $\bar{X} = 4.43, SD= 0.60$ ) ตามลำดับ โดยด้านการวางแผน สูงสุดในข้อชุมชนเขาขาวควรมีการวางแผนระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\bar{X} = 4.30, SD= 0.74$ ) ในด้านการจัดองค์การ สูงสุดในข้อชุมชนเขาขาวควรมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ( $\bar{X} = 4.35, SD= 0.75$ ) ในด้านการนำและบทบาทของผู้นำ สูงสุดในข้อผู้นำของชุมชนเขาขาวควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ ( $\bar{X} = 4.37, SD= 0.74$ ) ในด้านการควบคุม สูงสุดในข้อชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ( $\bar{X} = 4.46, SD= 0.68$ )

### 1.3 สรุปผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ดังนี้

ผลการประเมินศักยภาพของชุมชนเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยสมรรถนะที่มีความโดดเด่นของชุมชนคือ เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตรกรรม จึงทำให้ชุมชนมีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ รวมทั้งทำเลที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสตูล และประชาชนในพื้นที่มีความต้องการในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับประเด็นที่ชุมชนต้องมีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพนั้น คือต้องมีการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในพื้นที่ให้มีทักษะความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พร้อมทั้งการพัฒนาตลาดนัดจำหน่ายสินค้าเกษตรซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะทำให้เกิดการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันรัฐบาลและจังหวัดสตูลได้มีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างจริงจัง ประกอบกับนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลเป็นจำนวนมาก จากกระแสการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกอีกด้วย

### 1.4 สรุปผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการ ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

ศักยภาพของชุมชนตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ในการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว นั้น ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพที่สามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมได้ โดยชุมชนตำบลเขาขาวได้มีแนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นลักษณะตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่จัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น อาหารท้องถิ่น ผักพื้นบ้านปลอดสารพิษ ผลไม้ปลอดสารพิษ หัตถกรรมชุมชน ฯลฯ โดยบรรยากาศภายในตลาดนัดมีการตกแต่งที่สะท้อนวิถีชีวิตความเป็นชุมชนเกษตรกรรม เนื่องจากชุมชนเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญจึงทำให้ชุมชนเลือกพื้นที่บริเวณทุ่งนาจัดตั้งเป็นตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้ตลาดนัดเป็นแหล่งในการจำหน่ายสินค้าและเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไปพร้อมกัน อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งหากพิจารณาถึงศักยภาพของชุมชนถือว่ามีศักยภาพที่น่าสนใจ อาทิ ศักยภาพในการเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่ผลิตสินค้าเกษตร รวมทั้งมีศักยภาพในเชิงพื้นที่มีทำเลที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และแหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก แต่ทั้งนี้ชุมชนก็

จะต้องค้นหาหรือพัฒนาศักยภาพอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว และต้องประเมินกลุ่มนักท่องเที่ยวว่ามีความสนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะกิจกรรมใดบ้าง ชุมชนยังต้องมีการเตรียมพร้อมเกี่ยวกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในด้านกายภาพและด้านสังคมอีกด้วย นอกจากนี้ชุมชนตำบลเขาขาวต้องมีแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่ครอบคลุมในหลักการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นนำและบทบาทของผู้นำ ตลอดจนการควบคุม ซึ่งจะทำให้เกิดการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความสำเร็จได้

#### 1.5 รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ดังนี้

การจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีองค์ประกอบที่สำคัญตามหลักการจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นนำและบทบาทผู้นำ และการควบคุม สำหรับองค์ประกอบการวางแผน คือมีการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อเป็นพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าของชุมชนพร้อมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่สามารถสร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนด้วย และเพื่อให้เป้าหมายดังกล่าวบรรลุผลจึงต้องมีการจัดองค์การ โดยการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 1) ฝ่ายประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ฝ่ายจัดระเบียบร้านค้า 3) ฝ่ายจัดเก็บรายได้ 4) ฝ่ายควบคุมคุณภาพอาหารและสินค้า 5) ฝ่ายภูมิทัศน์และอาคารสถานที่ 6) ฝ่ายรักษาความปลอดภัยและการจราจร 7) ฝ่ายส่งเสริมอาชีพและยกระดับมาตรฐานสินค้า 8) ฝ่ายรักษาความสะอาดและจัดการขยะ 9) ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ นิทรรศการ และการแสดง 10) ฝ่ายประเมินผล รับข้อร้องเรียน และการพยาบาล โดยมีคณะกรรมการอำนวยการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ทำหน้าที่กำหนดแผนการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายที่ได้มาจากการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน และจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการควบคุม กำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้บรรลุผลสำเร็จได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมีการช่วยในการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกชุมชนอีกด้วย

## 2. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ซึ่งนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยจะค้นหาหรือได้รับข้อมูลจากช่องทางสื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มีความสะดวกรวดเร็วทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ดังนั้นการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมากในปัจจุบันจึงควรดำเนินการด้วยการใช้สื่อออนไลน์ สอดคล้องกับ อาศิรา ราชเวียง (2560) ได้ศึกษาการโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มผู้สูงอายุ โดยพบว่าความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทำให้เกิดรูปแบบของการติดต่อสื่อสารแบบใหม่ในปัจจุบันที่เรียกว่าเครือข่ายออนไลน์ที่สามารถสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างโอกาสและความได้เปรียบให้กับองค์การที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ สำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยปกตินักท่องเที่ยวจะมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน มากกว่า 4 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวเป็นลักษณะครอบครัวสอดคล้องกับลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะครอบครัว โดยลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือเป็นตลาดนัดที่มีอาหารและสินค้าประจำถิ่น และวันที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ของสัปดาห์ ซึ่งเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาร่วมกับครอบครัว สอดคล้องกับ Hazel (2004) ที่ได้สรุปปัจจัยที่นำไปสู่การท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้ช่วงวันหยุดในการพักผ่อนเนื่องจากเป็นช่วงเวลาหยุดการทำงานประจำ เพื่อทำกิจกรรมใหม่ ๆ คลายความเครียดหรือลดความเบื่อหน่ายจากการทำงาน และการท่องเที่ยวในวันหยุดจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลากับครอบครัวก่อนจะกลับสู่สภาวะการทำงานอีกครั้ง เวลาที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วงเย็น ประมาณ 15.00 - 20.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีความเหมาะสมในการพักผ่อนรวมทั้งเป็นช่วงเวลาสำหรับมื้ออาหารเย็นซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สำหรับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือพื้นบ้าน ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่นที่สร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้อธิบายถึงองค์ประกอบ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ อาทิเช่น วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หัตถกรรม วัฒนธรรมอาหารการกิน ประเพณีพื้นบ้าน เป็นต้น

สำหรับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ สุประภา สมนึกพงษ์ (2560) ได้นำเสนอข้อมูลแนวโน้มลักษณะนักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ของ World Economic Forum 2017 ที่ได้นำเสนอข้อมูลคำทำนายของบริษัท Amadeus ถึงแนวโน้มลักษณะนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2573 ว่ามีลักษณะนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น 6 แบบ ได้แก่ 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการความเรียบง่าย 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ค้นหาความโดดเด่นในสังคม 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ตามหารางวัลแก่ชีวิต 4) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีข้อผูกมัด 5) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับจริยธรรม และ 6) กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้ค้นหาความแตกต่างทางวัฒนธรรม เป็นกลุ่มที่ต้องการทำอะไรใหม่ๆ ในชีวิตในลักษณะสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นจึงทำให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ขนิษฐา บรมสำลี และรัฐพล สันสน (2560) ได้ศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์บริการท่องเที่ยวตลาดน้ำ 2) ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว 3) สถานที่ตั้งและเวลาการเข้าถึงตลาดน้ำ 4) การสื่อสารการตลาดและการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว 5) บุคลากร 6) กระบวนการบริการ 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ 8) การจัดการประสิทธิภาพและคุณภาพ มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน โดยในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อที่มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ในด้านราคา กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อที่มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ในด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะดวกในการเดินทาง และในด้านส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อมีการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดฯ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์

2.2 ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

โดยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนในพื้นที่มีความต้องการให้เกิดรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ



พจนา สวนศรี (2546) ได้อธิบายว่าเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นเป็นการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป นอกจากนี้ รัชพร จันทรสว่าง (2546) ได้เสนอว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นชุมชน โดยมีพื้นฐานสำคัญคือการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนโดยการสร้างงานและกระจายรายได้ให้คนในชุมชน เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ และด้านการควบคุม อยู่ในระดับมากทั้งหมด ตามลำดับ สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ที่ได้อธิบายกระบวนการและองค์ประกอบของการจัดการว่ามีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นนำ และการควบคุม นอกจากนี้ อัจฉรา ชิวตระกูลกิจ (2542) ก็ได้ อธิบายว่าการจัดการเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่ทำเนิการไปอย่างต่อเนื่องภายในองค์กร ฝ่ายบริหารจึงมีกิจกรรมที่จะต้องกระทำอยู่หลากหลายซึ่งโดยทั่วไปแล้วการจัดการประกอบด้วย

- 1) การวางแผน เป็นการกำหนดเป้าหมายและวิธีปฏิบัติไว้ล่วงหน้าเพื่อให้เกิดความสำเร็จของงาน
- 2) การจัดองค์การ เป็นการแบ่งหน้าที่ การกำหนดบทบาทความรับผิดชอบ การจัดความสัมพันธ์ของการดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเกิดประสิทธิภาพ
- 3) การขึ้นนำ เป็นการกระตุ้น ส่งเสริมให้สมาชิกในองค์กรเกิดความมุ่งมั่นและทุ่มเทให้การดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ
- 4) การควบคุม เป็นการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อควบคุมให้สมาชิกดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ และทำให้ทราบถึงปัญหาไปสู่การปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ

สำหรับด้านการวางแผนซึ่งประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่าคุณชุมชนเขาควรจะมีการวางแผนระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน สอดคล้องกับ สินธุ์ สโรบล (2546) ซึ่งได้เสนอว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางและลักษณะการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นไปตามที่ชุมชนได้ตั้งใจไว้ โดยให้ความสำคัญกับความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน ในด้านการจัดองค์การ ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่าคุณชุมชนเขาควรจะมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน สอดคล้องกับ พจนา สวนศรี (2546) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในด้านการจัดการไว้ว่าคุณชุมชนต้องมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว มีกฎ กติกา ในการจัดการสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ที่สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านการนำและบทบาทของผู้นำ ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่าคุณผู้นำของชุมชนเขาควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวชุมชนในลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เมธิ ปิยะคุณ (2547) ได้กล่าวว่าคุณองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งการจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิด

ผลสัมฤทธิ์นั้น ผู้บริหารและพนักงานส่วนท้องถิ่นต้องมีความรู้ความเข้าใจในนโยบายด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การประสานแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และส่งเสริม สนับสนุน ในการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ และในด้านการควบคุม ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่าชุมชนเขาชาวควรมีมาตรการในการควบคุมและดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์เนื่องจากประชาชนในพื้นที่ไม่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสร้างผลกระทบต่อเชิงลบในพื้นที่ ซึ่งจะเป็นการทำลายวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ดั้งเดิมของชุมชน สอดคล้องกับ พจนานุกรม (2546) ที่ได้กล่าวไว้ว่าก่อนที่ชุมชนจะเปิดรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะรู้และตระหนักถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชนในการวางรูปแบบการบริหารจัดการ พร้อมทั้งมาตรการในการป้องกันผลกระทบในลักษณะของการสร้างกฎ กติกา เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ ทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

2.3 รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ได้มีการดำเนินการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยการศึกษาข้อมูลและนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดนัดฯ ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้ 1) พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดฯ 2) ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดฯ 3) ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่ในการจัดตั้งตลาดนัดฯ ซึ่งในขั้นตอนนี้ยังเป็นการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีกด้วย และ 4) การประเมินศักยภาพชุมชนด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมจากตัวแทนชุมชน จนได้รูปแบบจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

สำหรับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบที่สำคัญตามหลักการจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำและบทบาทผู้นำ และการควบคุม สำหรับองค์ประกอบวางแผน คือมีการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อเป็นพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าของชุมชน พร้อมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่สามารถสร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนด้วย สอดคล้องกับ Fennell (1999) ที่ได้อธิบายหลักการและองค์ประกอบของท่องเที่ยวชุมชนว่าต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับคนในชุมชน เพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน และเพื่อให้เป้าหมายดังกล่าวบรรลุผลจึงต้องมีการจัดองค์การ โดยการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 1) ฝ่ายประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ฝ่ายจัดระเบียบร้านค้า 3) ฝ่ายจัดเก็บรายได้ 4) ฝ่ายควบคุมคุณภาพอาหารและสินค้า 5) ฝ่ายภูมิ

ทัศน์และอาคารสถานที่ 6) ฝ่ายรักษาความปลอดภัยและการจราจร 7) ฝ่ายส่งเสริมอาชีพและยกระดับมาตรฐานสินค้า 8) ฝ่ายรักษาความสะอาดและจัดการขยะ 9) ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ นิทรรศการและการแสดง 10) ฝ่ายประเมินผล รับข้อร้องเรียน และการพยาบาล โดยมีคณะกรรมการอำนวยการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ทำหน้าที่กำหนดแผนการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายที่ได้มาจากการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน และจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการควบคุม กำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จสอดคล้องกับ พจนา สวนศรี (2546) ที่ได้อธิบายกระบวนการเตรียมความพร้อมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว โดยระบุขั้นตอนที่สำคัญด้านการจัดการ คือมีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ซึ่งการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้บรรลุผลสำเร็จได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมีการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภายในและภายนอกชุมชนอีกด้วย

### 3. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล สามารถแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ ดังนี้

#### 3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1) ควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการตลาดนัดชุมชนฯ การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้เกิดความรู้ความเข้าใจและได้มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวร่วมกัน
- 2) ควรมีการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างความโดดเด่นและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่นการทำทางเดินสะพานไม้ลัดเลาะไปกลางทุ่งนา ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับความสวยงามของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่ หรือการประดับตกแต่งพื้นที่ด้วย วัว และลูกกลม ซึ่งถือเป็นการละเล่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวชุมชนเขาขาว และจังหวัดสตูล มาใช้ในการตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงามและสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว
- 3) ควรมีการเชื่อมโยงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ เช่น อาหารสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีความปลอดภัย เป็นอาหารที่มีความเป็นมาจากภูมิ

ปัญญาของชุมชน รวมทั้งการใช้บรรพบุรุษที่สร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวถึงความปลอดภัยของอาหารและการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการด้วย

4) ควรมีกิจกรรมพิเศษเพื่อการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความรู้สึกแปลกใหม่อยู่เสมอ เช่น มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมประจำถิ่นที่สามารถบอกเล่าความเป็นมาของชุมชนได้ หรือมีกิจกรรมเสวนาให้ความรู้ มีการสาธิตการทำอาหารพื้นบ้านที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชนโดยให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้วย

5) ควรมีการจัดแบ่งพื้นที่ให้มีความเหมาะสม โดยการแบ่งประเภทอาหารและสินค้า เพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และไม่ควรมีร้านค้าหนาแน่นเกินไป ประเภทสินค้าควรมีความหลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกซื้ออาหารและสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งจะเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

6) ควรเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัดผ่านทางผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล หรือเชื่อมโยงกับกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงที่จะสามารถส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างกันได้

7) ควรเชื่อมโยงและมีกิจกรรมนิทรรศการที่จัดแสดงความรู้เกี่ยวกับอุทยานธรณีโลก เนื่องจากชุมชนอยู่ในพื้นที่ที่มีการประกาศเป็นอุทยานธรณีโลก ถือเป็นจุดเด่นที่สร้างความน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยวและเรียนรู้แหล่งอุทยานธรณีโลกที่มีในชุมชน

8) ควรมีการพัฒนาเยาวชนหรืออาสาสมัครนำเรื่องชุมชน ซึ่งจะทำหน้าที่ในการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และช่วยสร้างความน่าสนใจและคุณค่าให้แก่ตลาดนัด ๆ ที่มีการดำเนินการเพื่อการท่องเที่ยว

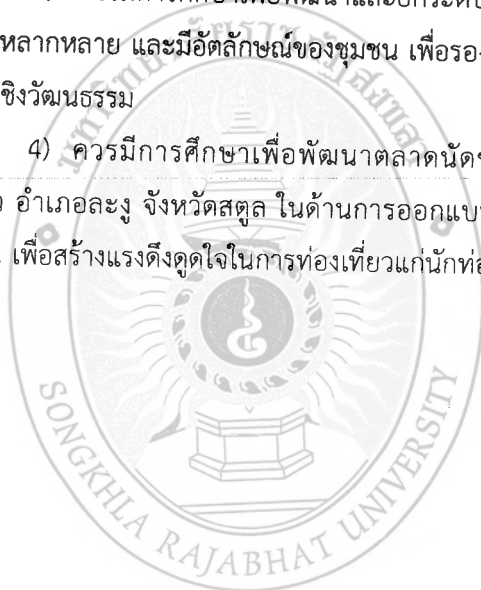
9) ควรมีการกำหนดกฎเกณฑ์และมีมาตรการควบคุมไม่ให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ และต้องไม่มีกิจกรรมการแสดงที่สื่อทางลามกอนาจารหรือไม่เหมาะสมที่ขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน หากตลาดนัด ๆ สามารถควบคุมสิ่งที่ไม่พึงประสงค์เหล่านี้ได้ก็จะสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ตลาดนัด ๆ เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

10) ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งมีต้นทุนในการดำเนินการไม่สูงมากแต่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ดังนั้นตลาดนัด ๆ จำเป็นที่จะต้องเตรียมการในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ง่าย

11) ควรมีการจัดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาตนเองและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนอื่น ๆ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้แก่ตลาดนัด ๆ และชุมชน

### 3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม เพื่อเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้มีความโดดเด่นแก่ตลาดนัดชุมชน เนื่องจากจังหวัดสตูลเป็นจังหวัดที่มีผู้นับถือศาสนาอิสลามเป็นจำนวนมาก ทำให้มีวัฒนธรรมอาหารการกินในรูปแบบชาวมุสลิม ซึ่งสามารถรองรับทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะจากประเทศมาเลเซียที่นับถือศาสนาอิสลามได้
- 2) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล เพื่อสร้างความหลากหลาย และสร้างทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจ
- 3) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐานในด้านคุณภาพ มีความหลากหลาย และมีอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในรูปแบบตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม
- 4) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ในด้านการออกแบบและสถาปัตยกรรมที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว



## บรรณานุกรม

- กนกเกล้า แก้วเกล้า และคณะ. (2559). “รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรีรินทร์”. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*. 11(2), หน้า 91 - 103.
- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม*. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2561, จาก <http://61.19.236.137/tourism/th/home>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *เดือนมีนาคม 2561 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขยายตัวร้อยละ 16 [เว็บไซต์]*. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.mots.go.th/content.php?nid=10351&filename=index>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). *แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลธิดา สสมาพุทธิ. (2540). *การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง*. มปท.งานประเพณีและกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลวดี คูหะโรจนานนท์. (2545). *หลักการตลาด*. ปทุมธานี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลัยการณ.
- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2556). *แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม*. สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2561, จาก <http://tourism-dan1.blogspot.com>
- ชนิษฐา บรมสำลี และรัฐพล สันสน. (2560). “รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน”. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 10(2), หน้า 1-22.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). *แผนการพัฒนการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564)*. ม.ป.ท.: โรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- งามพิศ สัตย์สงวน. (2543). *หลักมานุษยวิทยาวัฒนธรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: รามการพิมพ์
- จิราภรณ์ แก้วมณี. (2557). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนบ้านหัวเขาจีน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- จุฑาภรณ์ ทองเพ็ญ. (2554). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑามาศ คงสวัสดิ์. (2550). *การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เจนจิรา เกษรจรทิพย์. (2557). *ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในร้านอาหารญี่ปุ่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด). คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉันทซ์ วรรณถนอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชมพูนุท โมราชาติ. (2551). *การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านชะชอม หมู่ที่ 7 ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี*. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราวุฒวิทยาลัย.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ และคณะ. (2544). *รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตลุ่มแม่น้ำว่าง*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เชาว์ อินโย. (2553). *การประเมินผลโครงการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดุขณี ขาวนา และคณะ. (2551). *รายงานการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านผาแตก ตำบลสบบึง อำเภอมะแตง จังหวัดเชียงใหม่*. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ตุลา มหาพสุธานนท์. (2547). *หลักการจัดการและการบริหาร*. กรุงเทพฯ: พ.ศ. พัฒนาจำกัด.
- เทพรัตน์ จันทพันธ์ และวิวัฒน์ ฤทธิมา. (2556). *การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบ้านขาว อำเภอรอนดง จังหวัดสงขลา [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]*. วารสาร การประชุมหาดใหญ่วิชาการ ครั้งที่ 4.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2545). *การบริหารงานบุคคล (พิมพ์ครั้งที่ 9)*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- ธนธรณ์ ศรีสวัสดิ์. (2552). *ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตตลิ่งชัน กรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นรชาติ บัวขวัญ. (2556). *รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองแห อำเภอกาบัง จังหวัดสงขลา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นรินทร์ สังข์รักษา. (2555). *รายงานการวิจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อุทยานธรรม จังหวัดนครปฐม*. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นิรมล กิติกุล. (2545). *องค์การและการจัดการ*. กาญจนบุรี: สถาบันราชภัฏกาญจนบุรี.
- นिसารัตน์ จุลวงศ์. (2553). *การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอฟุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นุติพงษ์ บัวทอง. (2553). *แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำวัดประสาธลสิทธิ์ ตำบลประสาธลสิทธิ์ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี*. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ ดีไซน์.
- ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). *กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ประกอบศิริ ภัคดิพินิจ. (2545). *ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านร่องไฮ ตำบลแม่ไร่ อำเภอมือง จังหวัดพะเยา*. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ประไพร์พร อักษรศรี. (2553). *รูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยาล่าง*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น). มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2561, จาก <http://thesis.rru.ac.th/thesis.php?id=380>.



- ประยงค์ จันทเต็ง. (2540). *ความคิดเห็นของปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดราชบุรี*. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- พจนนา สวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). *การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรพรรณ เปล่งปลั่ง. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน*. (วิทยานิพนธ์ มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- มณีวรรณ ผิวนิม และปรารธนา จันทรุพันธ์. (2546). *ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ต่อวิถีชีวิตชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ*. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2561, จาก <http://www.ttresearch.org/pdf/>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). *เอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย*. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เมธี ปิยะคุณ. (2547). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ดีที่สุด*. ค้นเมื่อ 22 เมษายน 2561, จาก [www.stou.ac.th/thai/offices/ocel/knowledge/3-46/page19-3-46.html](http://www.stou.ac.th/thai/offices/ocel/knowledge/3-46/page19-3-46.html)
- รชพร จันท์สว่าง. (2546). *เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกลหลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
- รวีวรรณ ไพรรุ่งโรจน์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- รัชนิวรรณ บุญอนันต์. (2553). "รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม : กรณีศึกษา วัดวังพระธาตุ ตำบลไทรตรีงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร". *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 9(26), หน้า 43 - 57.
- ราณี อิศัยกุล. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ใน เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน (หน่วยที่ 1)*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

- รุ่งทิพย์ ว่องปฏิบัติการ. (2544). การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม. *จุลสารการท่องเที่ยว*. 20.1 (มกราคม - มีนาคม).
- เลิศพร ภาวะสกุล. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรภพ วงศ์รอด. (2557). “แนวทางการจัดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์”. *วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์*. 20(3), หน้า 13 - 28.
- วรรณภา ศิลปอาษา. (2545). *การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัลย์พร ธีวตระกูลไพบูลย์. (2558). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วันสาด ศรีสุวรรณ. (2553). รูปแบบการจัดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2547). *การจัดการและพฤติกรรมองค์กร* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินโดไชนา.
- วีระพล ทองมา และประเจต อำนาจ. (2547). *ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ (รายงานผลการวิจัย)*. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- วีระพล ทองมา. (2551). *กลยุทธ์การบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวชุมชนบนพื้นที่สูงในจังหวัดเชียงใหม่*. เชียงใหม่: คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2544). *การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์* (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). *9 in 1 รู้เพื่อเรื่องศัพท์การบริหารธุรกิจ/การบริหารรัฐกิจ*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- สายชล พุกขนันท์. (2550). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาบ้านป่าข้าวหลาม ตำบลกี้ดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2545). *การท่องเที่ยวโดยชุมชนแนวคิดและประสบการณ์*. เชียงราย : โครงการประสานงานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (กสว.) มิ่งเมืองนวัตน์.
- สำนักงานจังหวัดสตูล. (2561). *แผนพัฒนาจังหวัดสตูล 4 ปี (พ.ศ. 2561 - 2564) ฉบับทบทวน*. ม.ป.ท.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). ค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.dpe.go.th/content>
- สินธุ์ สโรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน: ฐานคิดจากงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น ใน *การท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตกรุงเทพมหานคร.
- สุทธิ เสริฐศรี. (2557). *แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชน*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุประภา สมนึกพงษ์. (2560). “แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย”. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 10(3), หน้า 2055-2068.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล. (2557). ค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.khaokhaw.go.th/html/new-menu-1-view.asp?action=2&id=56>
- อัจฉรา ชิวตระกูลกิจ. (2542). *การจัดการสำหรับวิศวกร*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- อาศิรา ราชเวียง. (2560). “อนาคตผู้ประกอบการในยุค 4.0”. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 12(2), หน้า 79-88.

- อุดม เขยกีวงศ์ และคณะ. (2548). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- เอกก์ ภทรธนกุล. (2556). *อัจฉริยะการตลาด*. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกลักษณ์ ทองเสมียน. (2550). การศึกษากระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาน้ำตกเก้าโจน ตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Balcar, M. J. O. and Pearce, D. G. (1996). Heritage tourism on the west coast of New Zealand. *Tourism Management*, 17(3). Doi: 10.1016/0261-5177(96)00007-6.
- Besson, E. and Sutherland, M. (2007). *The European Capital of Culture Process: Opportunities for Managing Cultural Tourism*. Retrieved October 23, 2018, from [https://www.picture-project.com/IMG/pdf/220\\_long\\_en.pdf](https://www.picture-project.com/IMG/pdf/220_long_en.pdf)
- Best, J. W. (1997). *Research in education*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Certo, S.C. (2003). *Modern Management*. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
- Clawson, M. and Knetsch, J. L. (1966). *Economics of Outdoor Recreation*. Baltimore, MD: Johns Hopkins.
- Dann, G. (1997). "Anomie, ego-enhancement and tourism" *Annals of Tourism Research*. 4(4), p.187-219.
- Davies, T. and Cahill, S. (2000). *Environmental Implications of the Tourism Industry*. Retrieved March 23, 2018, from <https://www.rff.org/publications/working-papers/environmental-implications-of-the-tourism-industry/>
- Dubrin, A. J., and Ireland, R. D. (1993). *Management and organization* (2<sup>nd</sup> ed.). Ohio: South Westem Publishing Company.
- Fennell, D. A. (1999). *Ethical Tourism*. Canada: Brock University.

- Fridgen, J. (1991). *Dimension of tourism*. USA: Educational Institution, American Hotel & Hotel Association.
- Giampiccoli, A., and Kalis, J. H. (2012). *Tourism, Food, and Culture: Community-Based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondoland, Culture, Agriculture, Food & Environment*, 34(2), 101-123. Doi:10.1111/j.2153-9561.2012.01071.
- Goodall, B. (1988). "How tourists choose their holidays: An analytical framework" *Marketing in the tourism industry: The promotion of destination regions*. London: Routledge.
- Hazel, N. (2004). "Holidays for children and families in need: an exploration of the research and policy context for social tourism in the UK" *Children and Society*, 19, p.225-236.
- Howard, J. A. and Sheth, J. N. (1969). *The Theory of Buyer Behavior*. New York: John Wiley.
- Kinnaird, V. and Hall, D. (1994). *Tourism: A Gender Analysis*. UK: John Wiley & Sons.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Li, M., Wu, B. and Cai, L. (2007). Tourism development of world heritage sites in China: A geographic perspective. *Tourism Management*, 29(2).
- Li, T., Ren, G., Lusardi, T., Wilz, A., Lan, J. Q., Iwasato, T., et al. (2008). Adenosine kinase is a target for the Prediction and Prevention of epilep-togenesis in mice. *J. Clin. Invest.* 118, 571-582.
- Lovelock. (2010). *Services Marketing* (4<sup>th</sup> ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Maslow, A. (1954). *Motivation and Personality*. New York: HarperCollins.
- Mathieson, A. and Wail, G. (1982). *Tourism: Economic, physical and social impacts*. Essex: Longman.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R. and Ritchie, J. R. B. (1995). *Tourism: Principles, Practices and Philosophies*. New York: John Wiley.

- Middleton, V. T. C. (1994). *Marketing in travel and tourism* (3<sup>th</sup> ed.) Oxford: Butterworth - Heinemann.
- Nicosia, F. W. (1966). *Consumer Decision Processes*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Oakley, P. and Marsden, D. (1984). *Approaches To Participation In Rural Development*. Geneva: International Labour Office for the ACC Task Force on Rural Development.
- Pearce, D. (1986). *Tourist Development* (2<sup>nd</sup> ed.). Harlow: Longman Scientific & Technical.
- Pfister, R. E. (2000). *Culture as a Tourism Resource: Aboriginal Views on the Privileges of Storytelling*. (Chapter 6) in *Tourism and Development in Mountain Regions*.
- Robbin, S. P. and Coulter, M. (1999). *Management*. New Jersey: Prentice Hall. Inc.
- Robbins, S. P. and DeCenzo, D. A. (2004). *Fundamentals of Management Essential Concept and Applica* (4<sup>th</sup> ed.). Upper Saddle River. New Jersey: Pearson.
- Schmoll, G. A. (1977). *Tourism Promotion*. London: Tourism International Press.
- Scott, W. G. (1962). *Human Relations in Management: A Behavioral Science Approach*. Illinois: Richard D. Irwan.
- Sigala, M. and Leslie, D. (2005). *International Cultural Tourism: Management, Implications and Cases*. USA: Elsevier Science & Technology.
- Silberberg, T. (1994). *Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites*. Presentation of paper to conference if school of business, University of Victoria. "Quality management in urban tourism: balancing business and environment".
- Swarbrooke, J. S. and Horner, S. (2007). *Consumer Behavior in Tourism* (2<sup>nd</sup> ed.). Oxford: Butterworth-Heinemann.
- UNTWO. (2017). *Why tourism?*. Retrieved March 20, 2018, from <http://www2.untwo.org/content/why-tourism>.
- UNWTO. (1997). *Tourism 2020 Vision*. Madrid: UNWTO.

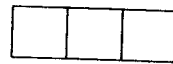
- Wehrich, H. and Koontz, H. (2005). *Management: A Global Perspective* (11<sup>st</sup> ed.). Singapore: McGraw – Hill.
- World Tourism Organization. (2011). *Religious Tourism in Asia and the Pacific*. Madrid: The World Tourism Organization.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An introductory Analysis* (3<sup>th</sup> ed.). New York: Harper and Row.





ภาคผนวก





แบบสอบถาม (สำหรับนักท่องเที่ยว)

รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว  
ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

แบบสอบถามนี้จะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกพิจารณาและวิเคราะห์ในภาพรวมโดยข้อมูลส่วนต่างๆ นี้ ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บเป็นความลับและจะไม่นำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุด

1.1 เพศ

ชาย

หญิง

1.2 อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

21 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

51 - 60 ปี

61 ปีขึ้นไป

1.3 ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าประถมศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษาหรือปวช.

อนุปริญญาหรือปวส.

ปริญญาตรี

ปริญญาโทหรือสูงกว่า

1.4 รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,001 - 20,000 บาท

20,001 - 30,000 บาท

30,001 - 40,000 บาท

40,001 - 50,000 บาท

50,001 บาทขึ้นไป

1.5 ศาสนา

พุทธ

อิสลาม

- คริสต์  อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

## 1.6 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา  ข้าราชการ  รัฐวิสาหกิจหรือ  
พนักงานของรัฐ
- พนักงานบริษัทเอกชน  ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว  เกษตรกร
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

## 1.7 ที่อยู่ปัจจุบัน

- ภายในจังหวัดสตูล  นอกจังหวัดสตูล (โปรดระบุ จังหวัด  
.....)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นท่านมากที่สุด

2.1 เมื่อท่านตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวท่านจะค้นหาหรือได้รับข้อมูลจากช่องทางใดมากที่สุด

- เพื่อน  ญาติหรือครอบครัว  โทรทัศน์หรือวิทยุ
- หนังสือหรือสิ่งพิมพ์  สื่อออนไลน์  บริษัทนำเที่ยว

2.2 เมื่อท่านเดินทางไปท่องเที่ยวโดยปกติจะมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน

- เดินทางคนเดียว  2 คน  3 - 4 คน
- มากกว่า 4 คน ขึ้นไป

2.3 ลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่ท่านต้องการ

- เป็นตลาดนัดที่มีอาหารและสินค้าประจำถิ่น
- เป็นตลาดนัดที่แสดงถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
- เป็นตลาดนัดที่จำลองขึ้นเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยว
- เป็นตลาดนัดที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนหย่อนใจและชื่นชมธรรมชาติได้ในเวลาเดียวกัน
- อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

2.4 วันที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

- ทุกวัน  ทุกวันศุกร์ของสัปดาห์  ทุกวันเสาร์ของสัปดาห์
- ทุกวันอาทิตย์ของสัปดาห์  ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ของสัปดาห์

2.5 เวลาที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

- ช่วงเช้า (ประมาณ 06.00 - 11.00 น.)  ช่วงกลางวัน (ประมาณ 11.00 - 15.00 น.)
- ช่วงเย็น (ประมาณ 15.00 - 20.00 น.)  ตลอดทั้งวัน

อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

2.6 สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ท่านต้องการให้มีในตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผักและผลไม้ตามฤดูกาล  อาหารสำเร็จรูปหรืออาหารแห้ง  ขนมหวานหรือขนมไทย

เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย  เครื่องดื่มหรือเครื่องดื่มสมุนไพร  ของฝากและของที่ระลึก

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือพื้นบ้าน  อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 3 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว  
โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถาม	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. มีสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า					
2. สินค้ามีมาตรฐาน และมีคุณภาพ เชื่อถือได้					
3. มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ					
4. มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนจำหน่าย (สินค้าชุมชน)					
5. มีบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น บรรจุภัณฑ์อาหารในกระทงใบตอง					
6. สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่มีคุณภาพได้					
<b>ด้านราคา</b>					
1. มีการควบคุมราคาสินค้าที่เป็นมาตรฐาน					
2. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า					
3. มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน					
4. มีระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย					
5. สามารถต่อรองราคาได้					
<b>ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย</b>					
1. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะดวกในการเดินทาง					
2. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย					
3. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีสถานที่อำนวยความสะดวกที่เพียงพอ เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ฯลฯ					



.....  
.....  
“ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”





## แบบสอบถาม (สำหรับประชาชนในพื้นที่)

รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

แบบสอบถามนี้จะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนา รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกพิจารณาและวิเคราะห์ในภาพรวม โดยข้อมูลส่วนต่างๆ นี้ ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บเป็นความลับและจะไม่นำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น

ขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ดร.รัชพงษ์ ชูชาลย์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับท่านมากที่สุด

### 1.1 เพศ

ชาย

หญิง

### 1.2 อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี

21 - 30 ปี

31 - 40 ปี

41 - 50 ปี

51 - 60 ปี

61 ปีขึ้นไป

### 1.3 ระดับการศึกษา

ต่ำกว่าประถมศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษาหรือปวช.

อนุปริญญาหรือปวส.

ปริญญาตรี

ปริญญาโทหรือสูงกว่า

### 1.4 รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 10,000 บาท

10,001 - 20,000 บาท

20,001 - 30,000 บาท

30,001 - 40,000 บาท

40,001 - 50,000 บาท

50,001 บาทขึ้นไป

### 1.5 ศาสนา

พุทธ

อิสลาม

คริสต์

อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

## 1.6 อาชีพ

- นักเรียน/นักศึกษา       ข้าราชการ       รัฐวิสาหกิจหรือพนักงานของรัฐ  
 พนักงานบริษัทเอกชน       ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว       เกษตรกร  
 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว  
โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการวางแผน</b>					
1. ชุมชนเขาขาวควรมีการประเมินศักยภาพชุมชนและวางแผนการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว					
2. ชุมชนเขาขาวควรมีตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้					
3. ชุมชนเขาขาวควรมีการจัดทำปฏิทินงานเทศกาลประจำปีเพื่อใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดนัดชุมชนฯ					
4. ชุมชนเขาขาวควรมีการประเมินทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตลาดนัดชุมชนฯ ที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว					
5. ชุมชนเขาขาวควรมีการวางแผนทางด้านภาษาต่างประเทศเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
6. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีการวางแผนและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกำหนดกฎ กติกา และการบริหารจัดการสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าในตลาด					
7. ชุมชนเขาขาวควรมีการวางแผนระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน					
<b>ด้านการจัดองค์การ</b>					
1. ชุมชนเขาขาวควรมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2. ชุมชนเขาขาวควรมีคณะกรรมการในการออกแบบและก่อสร้างด้านสถาปัตยกรรมสำหรับตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน					
3. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีการพัฒนาศักยภาพของผู้จำหน่ายสินค้า ให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว					
4. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการจราจรและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ					
5. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ หรือการใช้สื่อออนไลน์					
6. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการด้านขยะที่มีประสิทธิภาพและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมชุมชน					
7. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มอย่างชัดเจน					
<b>ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ</b>					
1. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรให้ความสำคัญ ส่งเสริม และสนับสนุนในการจัดการตลาดนัดชุมชนฯ					
2. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีนโยบายที่สอดคล้องและสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
3. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ					
4. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง					
5. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีการทำงานร่วมกับเครือข่ายหรือกลุ่มอาชีพทั้งภายในและภายนอกชุมชน					
6. ผู้นำของชุมชนเขาขาวควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน					



ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>ด้านการควบคุม</b>					
1. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินคุณภาพ ความสะอาด และราคาที่เหมาะสมสำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จำหน่ายในตลาดนัดชุมชนฯ					
2. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในตลาดนัดชุมชนฯ					
3. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินสิ่งปลูกสร้างและสถาปัตยกรรมของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน					
4. ชุมชนเขาขาวควรมีการประเมินความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการทำงานในอนาคต					
5. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมึนเมา					
6. ชุมชนเขาขาวควรมีมาตรการในการควบคุมและประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตลาดนัดชุมชนฯ ให้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมของชุมชนและสามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรม					

ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

“ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”



ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๔ / ๒๐๑๐

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ๙๐๐๐๐

๒ ตุลาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย  
เรียน คณบดีคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ  
สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามงานวิจัย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล (A Model of Cultural Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province) โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่า ดร.นิงกานต์ หนูอุไร อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต บุคลากรในสังกัดของท่าน เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ ดร.นิงกานต์ หนูอุไร เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ดังรายละเอียดตามเอกสารที่ส่งมาพร้อมนี้ และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายนเรศ อากาศสุวรรณ)  
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
โทรศัพท์ ๐ ๗๕๖๖ ๐๖๖๖  
โทรสาร ๐ ๗๕๖๖ ๐๖๖๓



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โทร. ๑๑๑๙

ที่ คมส ๒๑/๔๔/ว

วันที่ ๑๖ ตุลาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

**เรื่องเดิม** คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล (A Model of Cultural Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province) โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล

**ข้อเท็จจริง** ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป โดยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่า คร.ทวีสินธุ์ คังเซ่ง อาจารย์คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรอบรู้ มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการวิจัยเป็นที่ประจักษ์ และมีความเหมาะสมในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

**ข้อกฎหมาย/ระเบียบ**

**ข้อพิจารณา** คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ คร.ทวีสินธุ์ คังเซ่ง บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ดังรายละเอียดความเอกสารที่ส่งมาพร้อมนี้ และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๗๑๐

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายณนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โทร. ๑๓๑๔๔

ที่ คมส ๖๑/๒๕๕

วันที่ ๓๑ ตุลาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีวิทยาเขต

เรื่องเดิม คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาศึกษาศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล (A Model of Cultural Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province) โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล

ข้อเท็จจริง ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป โดยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่า คร.คณูวิศ สุวรรณวงศ์ อาจารย์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีวิทยาเขต เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรอบรู้มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการศึกษาวิจัยเป็นที่ประจักษ์ และมีความเหมาะสมในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

## ข้อกฎหมาย/ระเบียบ

ข้อพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ คร.คณูวิศ สุวรรณวงศ์ บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ดังรายละเอียดตามเอกสารที่ส่งมาพร้อมนี้ และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อานนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



ที่ ศร ๐๕๖๐.๐๙ / ๒๒๒๒

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน พัฒนาการ อำเภอละงู

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมรัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอละงู และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใดๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาถนเรศ อาภาสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐



ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๙ / ๒๖๐๘

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายอำเภอละงู

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันที่จันทร์ที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๐.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ที่ว่าการอำเภอละงู และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๓๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๕๒๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๗๕๒๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๓๐



ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๔ / ๒๕๖๖

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๗๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน พัฒนาการจังหวัดสตูล

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชีจวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมรัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันจันทร์ที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๓.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ศาลากลางจังหวัดสตูล และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร. รัชชพงษ์ ชีจวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชีจวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๖๗๐



ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๔ / ๒๒๑๓

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน ผู้ว่าราชการจังหวัดสตูล

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอสะบะง จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันจันทร์ที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๔.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ศาลากลางจังหวัดสตูล และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๒๖๓

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๙๔๒๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๙๔๒๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๒๖๓





ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๔ / ๒๖๑๒

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๒๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน ท้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสตูล

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชีวาลัย อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันที่จันทร์ที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๕.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ สำนักงานทิวาท้องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสตูล และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชีวาลัย โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาดนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๙๕๒๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๙๕๒๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชีวาลัย โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๗๐



ที่ ศร ๐๔๖๐.๐๔/๒๖๖๓

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๓๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน ประธานสภาพันธ์ SMEs สตูล

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันจันทร์ที่ ๓ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๖.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ จังหวัดสตูล และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชำนาญกร อาภาสุวรรณ)  
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๙๔๖๖ ๐๖๖๒

โทรสาร ๐ ๙๔๖๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๖๗๐



ที่ ศร ๐๔๖๐.๐๔/๒๒๔

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอสะบะง จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันอังคารที่ ๙ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายทนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๙๔๖๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๙๔๖๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐



ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๔ / ๒๖๖๘

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน ท่านผู้อำนวยการ

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอสะงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันอังคารที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๐.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยคณบดีอาจารย์นาถนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๕๖๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๗๕๖๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐



ที่ ทธ ๐๕๖๐.๐๔ / ๒๒๖๓

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๒๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๔ ตำบลเขาขาว

ด้วย คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๓.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาถนเรศ อาภาสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐



ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๔/๖๖๑)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๖๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายประวิทย์ จิวจวบ

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันที่อังคารที่ ๙ ธันวาคม ๒๕๖๑ เวลา ๑๓.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาถนเรศ อากาศวรรณ)  
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐



ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๔ / ๒๖๖๕

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๑๕ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายจักรพรรณ วิสแฉ

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอสะบะง จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเขียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และวิธีการสัมภาษณ์ ในวันที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๔.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขนาดนเรศ อากาศวรรณ)  
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๔๖๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๗๔๖๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๖๗๐



ที่ ศร ๐๕๖๐.๐๔ / ๒๕๖๔

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายวรวรธรณ์ โสเด่ง

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมศึกษารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอสะงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและเผยแพร่เป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันอังคารที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๕.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นางนเรศ อากาศวรรณ)  
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๗๕๖๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๓๕๔๓ ๓๖๗๐





ที่ ศธ ๐๕๖๐.๐๙ / ๒๒๖๐

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา  
อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา  
๙๐๐๐๐

๒๘ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายสมศักดิ์ แดงหลัง

ด้วย คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันอังคารที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๑๖.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นาถนเรศ อากาศสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๕๒๖ ๐๒๖๒

โทรสาร ๐ ๗๕๒๖ ๐๒๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : คร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๗๐



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โทร. ๑๓๙๙

ที่ คมส ๖๓/๑๐๖๖

วันที่ ๑๖ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขออนุญาตเผยแพร่ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

เรื่องเดิม ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล (A Model of Cultural Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province) โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล

**ข้อเท็จจริง** ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป โดยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรอบรู้มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการวิจัยเป็นที่ประจักษ์ และมีความเหมาะสมในการให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าวในครั้งนี้

**ข้อกฎหมาย/ระเบียบ**

**ข้อพิจารณา** คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงเรียนมาเพื่อขออนุญาตเผยแพร่ให้ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปองศักดิ์ ทองเนื้อแข็ง บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันจันทร์ที่ ๑๗ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นายนรงค์ อากาศวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โทร. ๑๓๔๔

ที่ คมส ๒๑/๑๐๖๓

วันที่ ๑๒ ธันวาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ

**เรื่องเดิม** ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล (A Model of Cultural Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province) โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล

**ข้อเท็จจริง** ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป โดยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่า ดร.นราวดี บัวขวัญ อาจารย์คณะวิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรอบรู้มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการวิจัยเป็นที่ประจักษ์ และมีความเหมาะสมในการให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าวในครั้งนี้

### ข้อกฎหมาย/ระเบียบ

**ข้อพิจารณา** คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ ดร.นราวดี บัวขวัญ บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอบถามข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันศุกร์ที่ ๑๔ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๐๘.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นารานเรศ อาภาสุวรรณ)

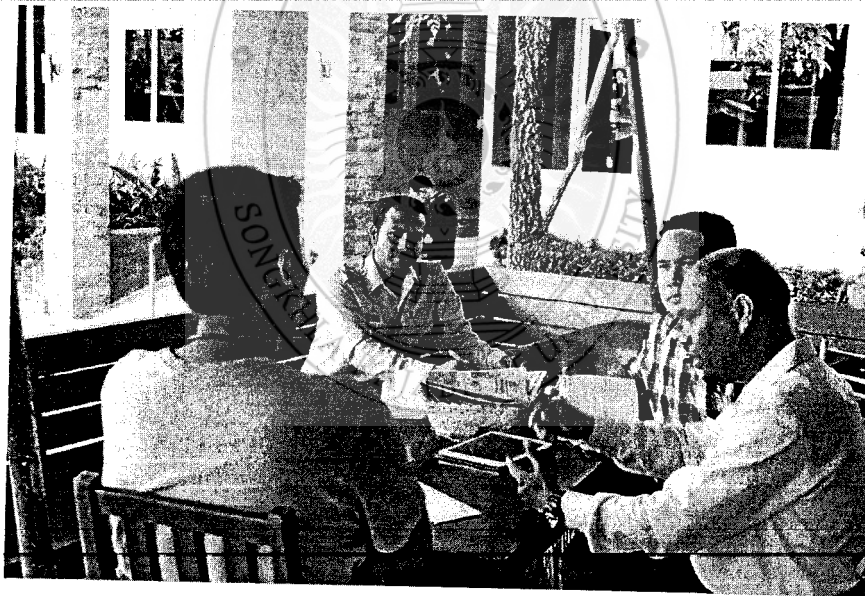
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

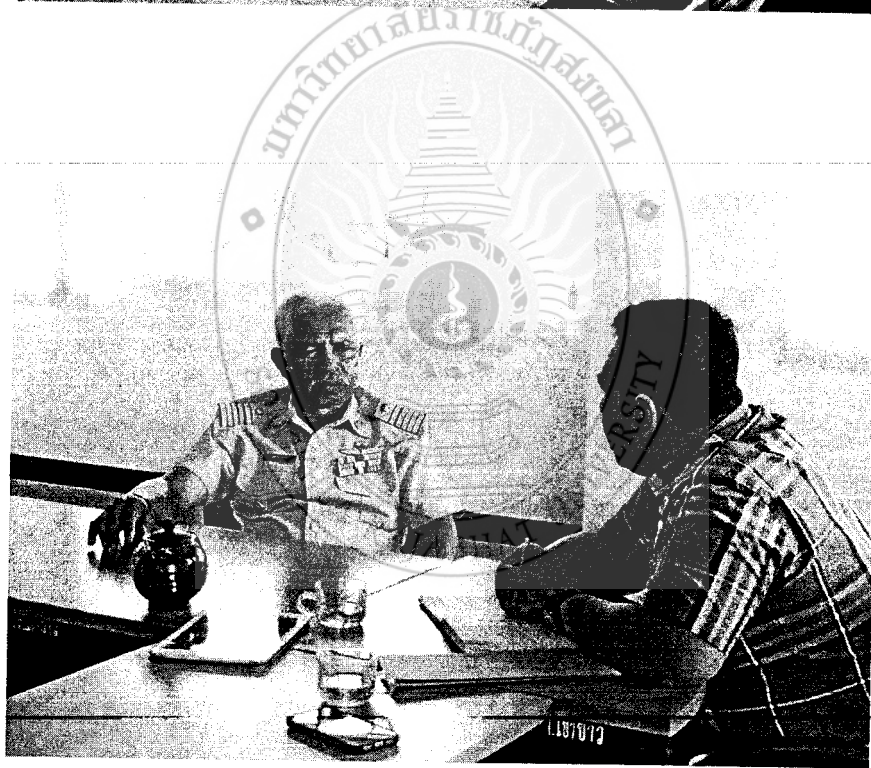
การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดตั้งและดำเนินงาน

ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล













## การประเมินศักยภาพและพัฒนาารูปแบบการจัดการ

ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล







## ประวัติคณะผู้วิจัย

### หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Dr.Rutchapong Chatchawan

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์พนักงานมหาวิทยาลัย

หน่วยงาน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ประวัติการศึกษา

ปร.ด. ปรัชญาคุณภูมิบัณฑิต (การจัดการ)

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รป.ม. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)

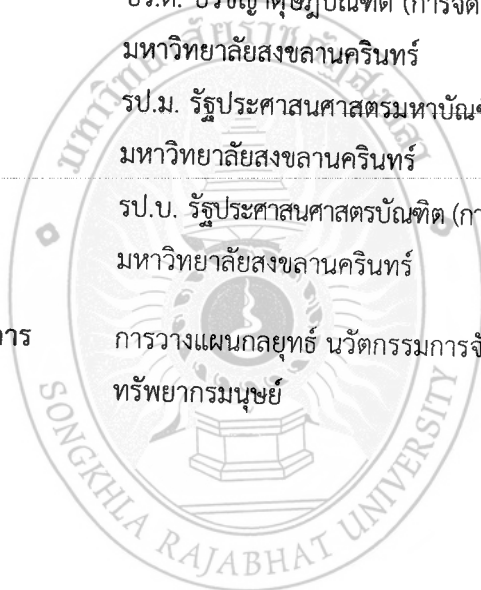
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รป.บ. รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารและการปกครองท้องถิ่น)

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ประสบการณ์ด้านวิชาการ

การวางแผนกลยุทธ์ นวัตกรรมจัดการ การบริหาร  
ทรัพยากรมนุษย์



ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย)	นายศदानนท์ วัตตธรรม
ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ)	Mr.Sadanon Wattatham
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์พนักงานมหาวิทยาลัย
หน่วยงาน	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ประวัติการศึกษา	<p>ร.ม. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการเงินและการคลัง) สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์</p> <p>ร.บ. รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารและการปกครองท้องถิ่น) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์</p> <p>นศ.บ. นิเทศศาสตรบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์) มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช</p>
ประสบการณ์ด้านวิชาการ	<p>การบริหารจัดการท้องถิ่น การประเมินผลโครงการ การบริหารองค์การ</p>

