



รายงานการวิจัย
๑๗๒๒๖ ๑ ๘๙
๒๔ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๓

รายงานการวิจัย

รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
ตำบลเขาขาว อำเภอละงุ จังหวัดสตูล

The Model for Managing Cultural Community Flea Markets for Tourism

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



หัวหน้าโครงการวิจัย ดร.รัชชพงษ์ ชี้ชวาลย์
ผู้ร่วมวิจัย นายศดานนท์ วัตตธรรม

รายงานวิจัยฉบับนี้ได้รับเงินอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้
(เงินบำรุงการศึกษา) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑

กิตติกรรมประกาศ

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

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ ดร.ประมวล เทพสังเคราะห์ ที่ให้เกียรติเป็นที่ปรึกษาใน งานวิจัยฉบับนี้ ซึ่งได้รับคำชี้แนะและแนวทางการจัดทำงานวิจัยเพื่อไปสู่ความสำเร็จ

ขอขอบคุณ คุณราเมศ หลีนุ่น ผู้ประสานงานในพื้นที่ในการช่วยอำนวยความสะดวก แก่คณะผู้วิจัยในทุก ๆ เรื่อง และขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ตัวแทนชุมชนของตำบลเข้าข้ำ อำเภอละงู จังหวัดสตูล และนักท่องเที่ยว ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์และ มีคุณค่าต่อการทำวิจัยในครั้งนี้ให้เกิดความครบถ้วน ครอบคลุม และสมบูรณ์

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

คุณประโยชน์ได้ ๆ อันพึงมีจากการวิจัยเล่มนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่าน และ ผู้ที่มีส่วนสำคัญต่อความสำเร็จที่เกิดขึ้น ตลอดจนผู้ที่มีความประรานาทที่จะเห็นถึงการพัฒนาท้องถิ่น บนพื้นฐานการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านกระบวนการจัดการท่องเที่ยวด้วยชุมชนในท้องถิ่นเป็นสำคัญ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ต่อไป

รัชพงษ์ ชัชวาลย์
ศดานนท์ วัตตอรรัม

กรกฎาคม 2562

เลข Bib#	114FB 920
วันที่	14 ธ.ค. 2563
เลขเรียกหนังสือ	338. 401/91
5 1145	

ชื่องานวิจัย	รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล
ผู้วิจัย	ดร.รัชชพงษ์ ชชวาลย์ นายศดานันท์ วัตตอรรัม
คณะ	มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
ปี	2561

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
ตำบลเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของ
นักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาองค์ประกอบใน
การจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการ
ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสานประกอบด้วย
การวิจัยเชิงปริมาณควบคู่การวิจัยเชิงคุณภาพ มีกระบวนการศึกษาประกอบด้วย การศึกษาพฤติกรรม
และความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
ผลการศึกษาพบว่ามีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริม
การตลาด ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก การศึกษาความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการ
ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่ามีปัจจัยด้านการวางแผน ด้านการ
จัดองค์การ ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ และด้านการควบคุม ทุกปัจจัยอยู่ในระดับมาก
สำหรับการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล
และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ผลการศึกษาพบว่าชุมชนมีศักยภาพด้านการเป็นแหล่ง
เกษตรกรรมที่มีความอุดมสมบูรณ์ มีที่ดินอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักของจังหวัดสตูล และ
ประชาชนในพื้นที่มีความต้องการในการพัฒนาให้เป็นตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
สำหรับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่าควรมี
การเตรียมความพร้อมให้ประชาชนในพื้นที่ด้วยการมีส่วนร่วม มีการวางแผนการดำเนินงานและการ
จัดตั้งคณะกรรมการดำเนินงาน ตลอดจนการประเมินคุณภาพการดำเนินงานที่สร้างการเรียนรู้ในการ
ปรับปรุงและพัฒนา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์และบริการมีคุณภาพสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว

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
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ในการวิจัย	3
3. คำจำกัดความ	3
4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	3
5. ขอบเขตของการวิจัย	4
6. นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
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
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	78
1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	78
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	81

สารบัญ (ต่อ)

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

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1. แสดงรายละเอียดของค่าคะแนนเต็มในแต่ละองค์ประกอบ	25
2. แสดงตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 1	26
3. แสดงตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 2	26
4. แสดงระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	27
5. แสดงระบบการท่องเที่ยว	51
6. แสดงจำนวนประชากร ตำบลเขาข่าว อำเภอลงทะเบียน จังหวัดสตูล	62
7. แสดงจำนวน และร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว	88
8. แสดงจำนวน และร้อยละเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็น 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. บทบาทของภาครีทีเกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว	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 มีมูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง ซึ่งประเทศไทยยังคงมีศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวมาก many ทั้งด้านทำเลที่ตั้งในการเป็นศูนย์กลางของภูมิภาค เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ และอธิษฐานไม่ตรึงคนไทย โดยในปี พ.ศ. 2558 World Economic Forum ได้จัดอันดับชีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและชีดความสามารถของประเทศไทยในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวติดอันดับโลก ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย กองประกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามสถานการณ์โลกและพฤติกรรมของผู้บริโภค อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยจึงต้องมีการปรับตัวตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก ตลอดจนต้องวางแผนการพัฒนาให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดเพื่อเป็นการรักษาและพัฒนาชีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

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

จัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 นี้ ได้มุ่งเน้นการกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนอย่างยั่งยืน ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นอีกด้วย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

จังหวัดสตูลเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลาย มีอัตลักษณ์ วิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ดึงดูดจังหวัดสตูลจึงได้มีการกำหนดแผนพัฒนาจังหวัดสตูล 4 ปี (พ.ศ. 2561 - 2564) โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดให้เป็น “เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานธรณ์โลก มีเศรษฐกิจมั่นคง สังคม น่าอยู่สันติสุขยั่งยืน และเป็นประตุสู่อาเซียน” และได้กำหนดประเด็นการพัฒนาที่สำคัญ คือ “การสร้างมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว การเกษตร และการค้าสู่อาเซียน” โดยที่เป็นการสร้างมูลค่าจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพให้เติบโตเป็นเมืองน่าอยู่ น่าเที่ยว สร้างรายได้ให้กับชุมชนและจังหวัด สำหรับเมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นเป้าหมายการพัฒนา คือเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (สำนักงานจังหวัดสตูล, 2561)

ตำบลเข้าขาว มีฐานะเป็นตำบลหนึ่งในอำเภอจังหวัดสตูล ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอจังหวัดสตูล ระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร และห่างจากศala กลางจังหวัดสตูลประมาณ 60 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 39.15 ตารางกิโลเมตร หรือ 24,471.25 ไร่ มีอาณาเขตทิศเหนือติดกับตำบลกำแพง และตำบลน้ำผุด อำเภอจังหวัดสตูล ทิศใต้ติดกับตำบลลักษณะ อำเภอจังหวัดสตูล และทิศตะวันตกติดกับตำบลกำแพง อำเภอจังหวัดสตูล โดยตำบลเข้าขาวมีประชากรทั้งสิ้น 6,478 คน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เช่น การทำสวนยางพารา ปาล์มน้ำมัน สวนผลไม้ และการทำฟาร์ม จึงถือได้ว่าตำบลเข้าขาวเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่อุดมสมบูรณ์ของจังหวัดสตูล แต่ประชากรมีรายได้ต่ำกว่าเฉลี่ยในกลุ่มประเทศอาเซียน (องค์การบริหารส่วนตำบลเข้าขาว, 2557) เนื่องจากตำบลเข้าขาวยังขาดตลาดเพื่อการจำหน่ายสินค้าและผลผลิตทางการเกษตร และมีแหล่งท่องเที่ยวที่จำกัดทำให้ไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนและไม่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน

จากสถานการณ์และปัญหาดังกล่าว ทำให้ชาวตำบลเข้าขาว อำเภอจังหวัดสตูล มีความประสงค์ในการดำเนินการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะสามารถเป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าการเกษตรและผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ของ

จังหวัดสตูลที่เขื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสตูลนำไปสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่จะสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่อย่างยั่งยืน แต่การดำเนินการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของตำบลเขาขาว ยังขาดรูปแบบในการจัดการ ซึ่งคณะกรรมการพัฒนาท้องถิ่น จึงนำไปสู่การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ที่มุ่งเน้นในการพัฒนารูปแบบการจัดการ ในโครงการวิจัยเรื่อง “รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล” ภายใต้แผนงานการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสตูล โดยการวิจัยในครั้งนี้ถือเป็นการใช้การศึกษาเป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรมที่จะสามารถพัฒนาท้องถิ่นให้มีความยั่งยืนต่อไป

2. คำถ้ามการวิจัย

- 2.1 นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมและความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล จังหวัดสตูล เป็นอย่างไร
- 2.2 องค์ประกอบในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล มีอะไรบ้าง
- 2.3 รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล จังหวัดสตูล ควรเป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์ในการวิจัย

- 3.1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล
- 3.2 เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล
- 3.3 เพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล จังหวัดสตูล

4. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ มุ่งเน้นศึกษาองค์ประกอบที่ส่งผลต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล เพื่อนำไปสู่การเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ ดังนั้นผลที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัยนี้ ได้แก่

4.1 รูปแบบการจัดการตลาดนักชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของตำบลเข้าขوا อำเภอละงู จังหวัดสตูล อย่างยั่งยืน

4.2 แนวทางในการจัดการตลาดนักชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่นี้ ๆ ที่มีความสนใจและมีบริบทที่คล้ายคลึงกับตำบลเข้าขواได้นำไปใช้ให้เกิดประสิทธิภาพด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

5. ขอบเขตของการวิจัย

5.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ ได้ใช้พื้นที่ในตำบลเข้าขوا อำเภอละงู จังหวัดสตูล

5.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาองค์ประกอบในการจัดการ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ ความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวมทั้งความคิดเห็นจากนักวิชาการในพื้นที่ทางด้านการจัดการท่องเที่ยว และการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดนักชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่มีความสอดคล้องกับบริบทในพื้นที่

5.3 ขอบเขตด้านประชากร

กลุ่มประชากรสำหรับการวิจัยในครั้งนี้จำแนกออกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

5.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในพื้นที่ ได้แก่

- 1) ผู้บริหาร และบุคลากรที่ผู้เกี่ยวข้องในองค์กรบริหารส่วนตำบลเข้าขوا
- 2) ผู้นำชุมชน และประชาชนทั่วไปในพื้นที่องค์กรบริหารส่วนตำบลเข้าขوا
- 3) ผู้นำกลุ่มอาชีพ วิสาหกิจชุมชน
- 4) ผู้นำทางศาสนา และประชณ์ชุมชนในพื้นที่

5.3.2 กลุ่มนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูล

5.3.3 หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่

- 1) หน่วยงานภาครัฐ เช่น จังหวัดสตูล พัฒนาชุมชนจังหวัดสตูล ท่องเที่ยว และกีฬาจังหวัดสตูล
- 2) หน่วยงานภาคเอกชน เช่น ประธานสมาคม SMEs สตูล
- 3) สถาบันการศึกษา และนักวิชาการ

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อยิ่งชมในสิ่งที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม 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 องค์ประกอบในการจัดการ หมายถึงการวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และการควบคุม ที่มีความสำคัญและส่งผลกระทบต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเข้าหาอำเภอละงู จังหวัดสตูล

6.5 รูปแบบการจัดการ หมายถึงแนวคิดในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเข้าหาอำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งนำเสนอด้วยรูปแบบแผนผังการเชื่อมโยง องค์ประกอบและกระบวนการในการจัดการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
ตำบลเขาข้า อำเภอละงู จังหวัดสตูล ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทาง
ในการศึกษา ซึ่งมีทั้งหมด 8 ประเด็น ดังนี้

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

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) เริ่มก่อตัวขึ้นและเติบโตควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการทำางานในระดับพื้นที่ของโครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ (REST) ซึ่งในช่วงดังกล่าวมีการเรียกการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่หลากหลายชื่อ อาทิ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยว สีเขียว เป็นต้น ภายหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2540 รัฐบาลไทยได้ใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวกระตุ้นเศรษฐกิจ โดยประกาศให้ปี 2541 - 2542 เป็นปีส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand) และในปี 2544 ที่ได้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product : OTOP) ซึ่งเป็นโครงการที่ชุมชนได้มีการผลิตสินค้าและบริการของชุมชนที่จะเป็นการหนุนเสริมการท่องเที่ยวเชิงกัน ต่อกันในปี 2545 การท่องเที่ยวได้ลงสู่ชุมชนในหลากหลายรูปแบบ และในปี 2547 มีการกำหนด มาตรฐานโอลิมปิค หรือเรียกชื่ออื่นๆ เป็นทางการว่า “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” และปัจจุบันหาก ให้ชุมชนนิยามตนเองว่ามีชื่อเรียกในการดำเนินการท่องเที่ยวของตนว่า “อะไร” พบร่วมมือเรียกที่ได้รับความนิยมในกลุ่มชุมชนที่ดำเนินการการท่องเที่ยว อาทิ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (จิราภรณ์ แก้วมณี, 2557)

สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้น พจนานุกรมศรี (2546) มีความเห็นว่า เจตนาرمณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือเป็นการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องวิเคราะห์สถานการณ์ของชุมชนเพื่อ เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนและมองการพัฒนาอย่างเป็นองค์รวม โดยให้ความสำคัญ กับการพัฒนาสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และการเมือง สถาบันลしおงกับ สินธุ์ โรบล (2546) ซึ่งได้เสนอว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทาง และลักษณะการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นไปตามที่ชุมชนได้กำหนดไว้ โดยให้ความสำคัญถึงความยั่งยืน ของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชน และ ราชพร จันทร์สว่าง (2546) ก็ได้ให้ความหมายของการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนว่าเป็น การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นชุมชน โดยมีพื้นฐานสำคัญ คือการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนช่วยในการ กระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนด้วยการสร้างงานและกระจายรายได้ ขณะเดียวกันก็ช่วยในการอนุรักษ์ วัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีของชุมชนซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตน ขณะที่ ขมพนุช โมราชาติ (2551) กล่าวว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน 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 ที่ชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางและวางแผนแนวปฏิบัติต่าง ๆ เพื่อเป็นกรอบในการบริหารจัดการและ พัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพเกิดประโยชน์แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยตั้งอยู่บนหลักการใช้ ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุดและมีความยั่งยืน พร้อมทั้งเป็นการสร้างการเรียนรู้ ให้แก่นักท่องเที่ยวเห็นคุณค่าในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน

1.2 หลักการและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

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

1) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีผลกำไรตอบแทนมายั่งครอบครัวของสมาชิกในชุมชนในฐานะเปิดให้เป็นที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวในชุมชนนั้น ๆ โดยไม่ต้องผ่านนายหน้าใด ๆ อันจะเป็นการสร้างรายได้ทางตรงให้แก่คนในชุมชน

2) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนได้รับประโยชน์โดยรวมอย่างแท้จริงไม่ว่า จะเป็นการสร้างสาธารณูปโภคและการยกระดับความเป็นอยู่ที่มุ่งสร้าง “เพื่อสมาชิกในชุมชน” ไม่ใช่เพื่อนักท่องเที่ยว

3) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความตึงเครียดด้านสังคมและวัฒนธรรมในชุมชนอันเนื่องมาจากการความพยายามนำความทันสมัยแบบตะวันตกเข้ามาสู่ชุมชน

4) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สร้างจิตสำนึกในการเคารพและรักษาสิ่งแวดล้อม สังคม ตลอดจนวัฒนธรรมในชุมชนให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว

5) ต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีงาม ทั้งในระดับชาติและนานาชาติ ที่ล้วนอยู่ภายใต้นานาวัฒนธรรม โดยการท่องเที่ยวชุมชนต้องเป็นการท่องเที่ยวที่สอนให้นักท่องเที่ยวเคารพในความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในสังคม ไม่มองว่าใครเจริญกว่าและใครด้อยกว่า

นอกจากนี้หลักการของการท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นไปเพื่อแสดงให้เห็นถึงจุดยืนของ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยมีหลักการสำคัญ ดังนี้ (พจนานุส不忘ศรี, 2546)

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

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

ดังนั้นการที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการสำคัญข้างต้นนี้ มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกัน ก็ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนในพื้นที่เห็นถึงความแตกต่างของการจัดการท่องเที่ยวโดย ชุมชนกับการท่องเที่ยวในลักษณะทั่วไป เพื่อสร้างการตระหนักรู้และความเข้าใจต่อบบทบาทของชุมชน ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสืบสานวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน

สำหรับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

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

1) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม คือชุมชนนั้นมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิถีชีวิตที่พึงพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2) ด้านองค์กรชุมชน คือชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน มีประชญาติหรือผู้มีความรู้และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย ซึ่งชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3) ด้านการจัดการ คือมีกฎติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรมและ การท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้ มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4) ด้านการเรียนรู้ คือลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน และสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

1.3 กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

กระบวนการเรียนรู้ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นลักษณะของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชนและผู้มาเยือนหรือนักท่องเที่ยว ในการที่จะร่วมกันtranslate ศักดิ์สิทธิ์และนำไปสู่การร่วมกัน ดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์ร่วมกัน พร้อมทั้งยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ (พจนา สาบศรี, 2546)

1) องค์ประกอบด้านศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จัก รากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ องค์ประกอบที่สำคัญคือ คน ที่จะต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงในชุมชนของตน ด้วยการสร้างวัฒนธรรมการเพิ่มขีดความสามารถในการทำงานของตน และมีการยกย่องเชิดชูผู้ที่มีความสามารถหรือประณีตชุมชน 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 และได้นำศักยภาพที่ซ่อนอยู่ออกมายังเต็มที่

2) องค์ประกอบด้านศักยภาพของพื้นที่ หมายรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมประเพณีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหน เห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชนของตนเอง สามารถที่จะนำมายัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมีความรู้ ความเข้าใจในเรื่องแนวคิดพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดการในพื้นที่ได้ดีด้วย

3) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นเรื่องไม่ง่ายนักที่จะทำอะไรเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดเกิดความยั่งยืนและสมดุลในคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism : CBT) ได้ ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการพูดคุยกำหนดแนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชน ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีกิจกรรมอะไรบ้าง และจะมีการกระจายและจัดสรรรายได้อย่างไร

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม ก่อสร้างคือการที่ประชาชนหรือผู้ที่เกี่ยวข้อง หรือผู้มีส่วนได้เสียได้มีการแสดงทัศนะผ่านการสื่อสาร การพูดคุย การสื่อความคิดเห็น การถกปัญหา รวมถึงการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการระดมความคิดจากประสบการณ์ของนักวิชาการ ท่องถิ่น การร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบท่องชุมชนด้านต่าง ๆ เพื่อให้คุณในชุมชนรวมถึงผู้มาเยือนปฏิบัติตาม ดังนั้นกระบวนการมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจจึงเป็นกระบวนการสำคัญในการพัฒนา ซึ่งไม่ได้หมายถึงการให้ประชาชนเข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาของรัฐตามที่รัฐกำหนด แต่หมายถึงการให้ประชาชน กลุ่มชุมชน ร่วมกันคิดและตัดสินใจกำหนดทิศทางของชุมชนและร่วมปฏิบัติตามแผนของชุมชน และรับประโยชน์ร่วมกัน แต่อย่างไรก็ตามหากมองค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมที่สามารถเอื้ออำนวยให้ทุกคนคิดและแสดงออกโดยอิสระก็จะเกิดการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน ทั้งยังก่อให้เกิดความรู้ใหม่ และก่อให้เกิดพลังที่จะนำชุมชนไปสู่ความสำเร็จหรือบรรลุเป้าหมายของชุมชนร่วมกัน

5) องค์ประกอบด้านผลกระทบจากการทำการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งทุกอย่างที่ดำเนินการย่อมส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบทั้งสิ้น โดยผลกระทบมีทั้งด้านบวก และด้านลบ (ดังนี้ 1) ผลกระทบในทางบวก ส่งผลให้ชุมชนมีจิตสำนึกเกิดการพัฒนาตนเอง พึ่งพาตนเอง คิดเป็นทำเป็นมีความพยายามในการเรียนรู้พัฒนาและเกิดรายได้เพิ่มขึ้น มีการรวมตัวกันสร้างความเข้มแข็งในชุมชนนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืนตามความคาดหวังและพยายามที่จะดำเนินการเพื่อให้เป็นตามหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมวัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม และสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะนำไปสู่ความยั่งยืนคือการรวมองค์ความรู้ ภูมิปัญญา สืบสานสืบทอด ตลอดจนการนำไปใช้ประโยชน์ได้เกิดความรักความภาคภูมิใจในมีความรู้สึกเป็น

เจ้าของ มีส่วนร่วมในทรัพยากรของชุมชน และเกิดกระบวนการเรียนรู้จากการทำงานร่วมกันในที่สุด และ 2) ผลกระทบในด้านลบ ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนตั้งแต่การเกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ จำนวน ขยายที่เพิ่มมากขึ้นจากนักท่องเที่ยว การใช้น้ำ ระบบนิเวศธรรมชาติ หรือปัญหาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม อาทิ การรับวัฒนธรรมที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว เกิดกระแสการเลียนแบบ มีความขัดแย้งทางความคิด เสียความเป็นส่วนตัวในการที่จะต้องรองรับนักท่องเที่ยว และอาจจะสูญเสียเอกลักษณ์ของท้องถิ่น หากมีการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยามากเกินไป

ทั้งนี้ก่อนที่ชุมชนจะเปิดต้อนรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้องรู้และตระหนักรถึงผลกระทบ จากการท่องเที่ยวตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชนซึ่งผู้ดำเนินการพัฒนา ท่องเที่ยวโดยชุมชนควรมีกระบวนการการทำงานด้านการเตรียมความพร้อมของชุมชน ดังนี้ (พจนา สวนศรี, 2546)

ขั้นที่ 1 การให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวให้ชุมชน ในการพิจารณาทั้งด้าน บวกและด้านลบของการท่องเที่ยว ซึ่งในขั้นตอนนี้อาจจะมีเฉพาะผู้นำหรือกลุ่มสนใจ

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

ขั้นที่ 3 ศึกษาชุมชนร่วมกับชาวบ้าน โดยการทำงานร่วมกับชาวบ้านเพื่อ ศึกษา การสำรวจทางกายภาพ คือการทำแผนที่รอบนอก (แสดงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติและที่ดิน ทำกิน) และแผนที่รอบหมู่บ้าน (แสดงที่ตั้งของบ้านเรือน ทรัพยากรคนและทรัพยากรธรรมชาติ) ศึกษาประวัติศาสตร์ชุมชน ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ประเพณีของชุมชน ศึกษาความสัมพันธ์ของชุมชน กับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรเพื่อการท่องเที่ยว และศึกษากลุ่มต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งผล การศึกษานี้จะทำให้เห็นศักยภาพและข้อจำกัดของชุมชนร่วมกัน

ขั้นที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลร่วมกันทั้งในด้านศักยภาพ ข้อจำกัด โอกาส และ ความเสี่ยง ในขั้นตอนนี้จะทำให้ชุมชนได้มองเห็นได้ด้วยตนเอง และสามารถเชื่อมโยงเรื่องท่องเที่ยว กับการพัฒนาชุมชนได้ การวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้จะทำให้เกิดการจัดลำดับความสำคัญของปัญหา

ขั้นที่ 5 ร่วมกันพัฒนาศักยภาพและแก้ไขปัญหาจุดอ่อน เช่น รวบรวมองค์ ความรู้ซึ่งแต่ละชุมชนจะมีความแตกต่างกันออกໄປเมื่อเอกลักษณ์เฉพาะชุมชน เช่นบางชุมชนมีลักษณะ เด่นด้านการพัฒนาชุมชน บางชุมชนมีลักษณะเด่นเรื่องการจัดระบบนิเวศน์ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสม เป็นต้น ซึ่งชุมชนต้องร่วมกันดึงเอกลักษณ์ให้เห็นร่วมกัน ก่อนนำไปใช้ประโยชน์

ปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้เหมาะสม สอดคล้อง ปลอดภัย ไม่ทำลายระบบนิเวศเดิมมากนัก เช่น การปรับทางเดินเข้าบ้าน ปรับปรุงบ้านพักและความสะอาดภายในชุมชนให้เป็นมาตรฐานของชุมชน ตามที่ตกลงร่วมกันโดยมีคณะกรรมการของชุมชนตรวจสอบอย่างสม่ำเสมอ

ขั้นที่ 6 วางแผนการบริหารจัดการ ในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดตั้งองค์กร ขึ้นมาดำเนินงานหรืออาจใช้องค์กรที่ชุมชนที่อยู่แล้วแต่เพิ่มบทบาทหน้าที่ มีการกำหนดวัตถุประสงค์ ให้ชัดเจน กำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยว ราคา และการจัดสรรงบประมาณสู่ ชุมชน พร้อมทั้งมาตรการในการป้องกันผลกระทบโดยอาจจะเป็นการสร้างกฎติดอาง เพื่อเป็นแนวทาง ปฏิบัติทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

ขั้นที่ 7 ประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้รับรู้และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจ

ขั้นที่ 8 ทดลองดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ในขั้นตอนนี้อาจมีการจัดการ ท่องเที่ยวนำร่องเพื่อทดสอบความพร้อมของชุมชน โดยการเชิญบุคคลหรือหน่วยงานภายนอกที่มี ประสบการณ์หรือเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนเข้าร่วมกิจกรรม ให้แสดงความคิดเห็นและ ข้อเสนอแนะ เพื่อเป็นทิศทางต่อไปในอนาคต

ขั้นที่ 9 ประเมินผล ในขั้นตอนการประเมินผลอาจแยกออกเป็น 2 ส่วน คือ การประเมินผลและสรุปบทเรียนหลังเสร็จกิจกรรมทุกรอบ และการประเมินผลเป็นช่วง ๆ ทุก ๆ 3 - 6 เดือน เป็นต้น ซึ่งการประเมินผลจะช่วยให้เกิดการบทวนตนเองและแก้ไขข้อบกพร่อง

ขั้นที่ 10 พัฒนาองค์กร เช่น การฝึกอบรม ในประเด็นเกี่ยวกับการบริหาร จัดการ การสร้างการมีส่วนร่วม การสื่อความหมาย เป็นต้น การศึกษาดูงานสำหรับแกนนำองค์กร ชุมชนเพื่อเสริมโลกทัศน์พัฒนาทักษะการบริหารการจัดการจากชุมชนต้นแบบที่ประสบความสำเร็จ เพื่อเป็นตัวอย่างนำไปประยุกต์ หรือเป็นบทเรียนที่ชุมชนต้องพิจารณาและนำไปปรับใช้ วางแผนการป้องกันไว้แต่เริ่มแรก

สรุปได้ว่า การเตรียมความพร้อมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว เป็นการให้ผู้ที่ เกี่ยวข้องเข้ามาร่วมนำเสนอตัวอย่างในการบริหารจัดการ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านการร่วมมือใน การพัฒนา ซึ่งถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยว นอกจากปลูกสร้างนิยามของชุมชนแล้วยังเป็นการ สร้างจิตสำนึกของนักท่องเที่ยวต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเห็นคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนที่ ได้เข้ามายืนยันเมื่อ

1.4 ประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

สำหรับประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมีลักษณะที่เป็นบริบทสำคัญสามารถสรุปประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ 5 ลักษณะ ดังนี้ (สินธุ สโตรบล, 2546)

1) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่แหล่งทรัพยากรอันหลากหลายของชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวเนื่องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศในพื้นที่

2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เน้นบนเนื้อหาของการจัดการที่มีความรับผิดชอบ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งมีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกัน และกำจัดมลพิษและควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต โดยเน้นให้การท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

3) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของกระบวนการและกิจกรรม เน้นให้มีการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยให้มีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกรักต้องดูแลท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

4) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นการคำนึงถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นและมายรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนโดยมีจุดมุ่งหมายปลายทางในการนำกลับมาบำรุงดูแลรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

5) การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการพัฒนาองค์กรการท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการพัฒนาองค์กร เป็นความพยายามที่จะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการพัฒนาองค์กรชุมชนท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์พื้นที่ธรรมชาติแวดล้อมอย่างยั่งยืน

1.5 การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบบูรณาการ

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบบูรณาการ ดำเนินการภายใต้การประสานประโยชน์ของ การพัฒนาด้านต่าง ๆ เช้าด้วยกัน ซึ่งมีความครอบคลุมทั้งมิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านเศรษฐกิจ และมิติ

ด้านสังคมและวัฒนธรรม อันเป็นการผสมผสานการพัฒนาทั้ง 3 มิติ อย่างเป็นองค์รวมประกอบไปด้วย (สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2545; สินธุ์ โรบล, 2546; จิรากรณ์ แก้วมณี, 2557)

1) มิติด้านสิ่งแวดล้อม มุ่งกระตุ้นประชาชนในชุมชนให้รับหน้าที่
ความสำคัญของการอนุรักษ์และคุ้มครองด้านสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดกระบวนการเรียนรู้และร่วมมือกัน
ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รู้ปัญหาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากการ
ท่องเที่ยวเพื่อจำกัดการพัฒนาและดำเนินการจัดการท่องเที่ยว โดยพยายามหลีกเลี่ยงให้เกิด
ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

2) มิติด้านเศรษฐกิจ มุ่งให้ประชาชนในพื้นที่มีรายได้เสริมจากการ
ท่องเที่ยว โดยนำฐานทรัพยากรซึ่งเป็นสินทรัพย์รวมทั้งสมบัติสาธารณะมาเป็นต้นทุนในการจัดการ
ท่องเที่ยว มีการกระจายรายได้อย่างเสมอภาคและยุติธรรม และที่สำคัญประชาชนส่วนใหญ่ในชุมชน
เห็นพ้องต้องกันที่จะนำฐานทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีอยู่ทั้งธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และ
สถานที่ทางประวัติศาสตร์มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งในการดำเนินการที่เหมาะสม
และเป็นธรรมแก่สมาชิกทุกคนในชุมชนนั้น ประชาชนในพื้นที่เป็นผู้ดำเนินการท่องเที่ยวและควบคุม
การเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน โดยไม่ขัดแย้งกับการรักษาฐานทรัพยากรธรรมชาติ
สิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามและเปิดโอกาสให้ประชาชนทุกครัวเรือนเข้ามามีส่วนร่วม

3) มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม มุ่งใช้กิจกรรมต่าง ๆ รองรับการ
พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม เพื่อ
เข้าใจและกระหน่ำในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งอาจมีการจัดการในรูปแบบของ 1) การก่อตั้งจุด
ประชาสัมพันธ์ข้อมูลท่องเที่ยว 2) การก่อตั้งพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น 3) การรวบรวมภูมิปัญญาด้าน
วรรณกรรมมุขปาฐะ และ 4) การจัดทำเอกสารเผยแพร่ท่านภูมิปัญญา

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความน่าสนใจ โดยมีรูปแบบที่
สำคัญเพื่อเป็นการท่องเที่ยวสำหรับการเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตนเอง
โดยองค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO, 1985) ได้ให้ความหมายว่า
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้ความสนใจไปที่แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยว
เชิงวัฒนธรรมจึงหมายความรวมถึงการเดินทางเพื่อเข้าไปเรียนรู้และเข้าร่วมกิจกรรมงานเทศกาล
หรือเข้าไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวและอนุสาวรีย์ หรือเป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้ธรรมชาติ ประเพณี

และวัฒนธรรมท้องถิ่น และ Fridgen (1991) กล่าวให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวบ้านที่ซึ่งมีเสน่ห์ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เพื่อเยี่ยมชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และขนบธรรมเนียมประเพณีในท้องถิ่น หรือศึกษาร่องรอยการทำกิจกรรมและวิถีในการดำเนินชีวิตของผู้คนในอดีต ที่มีความแตกต่างไปจากท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ ส่วน Kinnaird and Hall (1994) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาจเป็นการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ในเมืองหรือในชนบทก็ได้ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ให้การศึกษาแก่นักท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่นเกิดรายได้จากการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนของตน โดยรายได้นั้นมีได้มาจากการซื้อขายวัฒนธรรม สำหรับ Pfister (2000) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้ลอกออกไป เพราะต้องการที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของพื้นที่นั้น ๆ ในบางครั้งนักท่องเที่ยวต้องการเรียนรู้ถึงรากเล็กของวัฒนธรรมตามพื้นที่ต่าง ๆ ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจต้องการที่จะสำรวจวิถีชีวิตของคนในชุมชนที่มีความแตกต่างกัน ซึ่งวัฒนธรรมถือเป็นผลผลิตอย่างหนึ่งที่ถูกแบ่งปันกันในสังคมประกอบไปด้วย คุณค่า องค์ความรู้ ธรรมเนียม และสินค้าที่เป็นวัตถุ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าวัฒนธรรมมีทั้งที่เป็นวัตถุ เช่น ศิลปะ หัตกรรม เครื่องแต่งกาย ที่อยู่อาศัย เครื่องมือ เป็นต้น และไม่ใช่วัตถุ เช่น องค์ความรู้ ธรรมเนียม คุณค่าและอุดมคติต่าง ๆ ซึ่งมีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมร่วมกันในสังคม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานสำคัญ นั่นคือความสนใจ การรับรู้ และความต้องการที่จะเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ Sigala and Leslie (2005) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่ให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับมรดก ประเพณี และวัฒนธรรมที่สืบทอดมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ โดยมีวัฒนธรรมเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นวิถีในการดำเนินชีวิต แหล่งโบราณคดี การแสดง ดนตรีพื้นบ้านและสาขาวัฒนธรรม พิธีกรรมทางศาสนา งานหัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อ ฯ เป็นต้น สำหรับนักวิชาการชาวไทยก็ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้อย่างหลากหลาย โดย กุลธิดา สามพุทธิ (2540) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวจากภูมิทั้งที่อยู่เป็นประจำไปยังท้องถิ่นอื่น ๆ เพื่อเยี่ยมชมความงามดงงามของวัฒนธรรมของชนกลุ่มนี้ ซึ่งมีการแสดงความเคารพซึ่งกันและกัน เกิดมิตรภาพ ความรู้ ความเข้าใจ และซาบซึ้งในวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ และตระหนักรถึงผลกระทบที่จะขึ้นต่อสภาพแวดล้อม ภายในชุมชนจากการท่องเที่ยวของตน ซึ่งชุมชนผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็มีรายได้จากการท่องเที่ยวถือเป็นการส่งเสริมและพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศอีกด้วยหนึ่ง ในขณะที่ ราณี อิสิชัยกุล (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเที่ยวชม ศึกษา

สภาพแวดล้อมโดยรอบและศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็น จิตกรรม ประตีมกรรม สถาปัตยกรรม รวมทั้งงานประเพณี พิธีกรรม เทศกาลต่าง ๆ รวมไปถึงการท่องเที่ยวตามแหล่งประวัติศาสตร์ เช่น การท่องเที่ยวไหว้พระตามความเชื่อ การท่องเที่ยวศึกษาการทำทัศน์พื้นบ้าน ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ถึงวิถีความเป็นอยู่ ประเพณีต่าง ๆ ของคนในพื้นที่ ซึ่งในปัจจุบันนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นเครื่องมืออย่างหนึ่งในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ จากการศึกษาให้นักท่องเที่ยวสนใจพื้นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวโดยมีแรงจูงใจจากการจัดกิจกรรมต่าง ๆ และทำให้เกิดรายได้เข้ามายังชุมชน สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งมุ่งเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้เกิดประสบการณ์ใหม่ๆ ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน กิจกรรมเรียนรู้และเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว อันเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสมดุลแห่งกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ กิจกรรมนี้แก่ทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยวที่เกิดการเรียนรู้และซาบซึ้งในวัฒนธรรมจากการท่องเที่ยว ชุมชนที่มีรายได้จากการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในชุมชนของตน รวมทั้ง อุดม เซียกิวงศ์ และคณะ (2548) ที่ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าเป็นการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เช่น แหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ งานประเพณี งานเทศกาล รวมไปถึงการเข้าไปศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนหรือสถานที่ต่าง ๆ ที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ของสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

จากที่ได้กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึงการท่องเที่ยว รูปแบบหนึ่งที่นักท่องเที่ยวได้รับแรงดึงดูดหรือแรงบันดาลใจจากเสน่ห์ของวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งมีลักษณะโดดเด่นเฉพาะไม่ว่าจะเป็นแหล่งโบราณคดี แหล่งประวัติศาสตร์ งานประเพณี งานเทศกาลด้วยกัน รวมไปถึงการเข้าไปศึกษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนหรือสถานที่ต่าง ๆ ที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินและเกิดความรู้ ความเข้าใจ และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว

2.2 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นการชื่นชมเอกลักษณ์ของพื้นที่ การเข้าไปเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน การเข้าไปร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ชุมชนจัดขึ้น รวมไปถึงการได้เข้าไปสัมผัสเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ความเชื่อ

ศาสนा จารีตประเพณี ซึ่งแตกต่างไปจากถินที่นักท่องเที่ยวอาศัยอยู่ สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้น ซึ่งในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบยั่งยืนนั้นต้องอยู่บนปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม 4 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

- 1) เพื่อมุ่งเน้นคุณค่าของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิน
- 2) เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องดูแลรักษาให้คงไว้ถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อม และคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน
- 3) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด และต้องการพำนักระยะยาว
- 4) เพื่อให้ชุมชนได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเพียงพอ พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพชีวิตภายในชุมชนด้วย

2.3 หลักการและลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

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

- 1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษา รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยวนั้น เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวในการเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ในการเข้าชม ในขณะเดียวกันก็จะก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชน
- 2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการปลูกฝังสร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้เกิดความรัก ความหวังแห่ง และดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตน และได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนของ 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 โดยยึดหลักที่ว่าต้องอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมอย่างดี ที่สุด เพื่อสามารถสืบท่อไปได้ในยุคหลัง
- 2) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ต้องไม่ทำให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 3) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของห้องถิน ทั้งด้านสังคม และวัฒนธรรม โดยยึดหลักการสร้างแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้าน สังคมและวัฒนธรรมที่หลากหลาย
- 4) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในห้องถิน โดยยึดหลัก ว่าทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องจะได้ความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการ อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 5) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับ ผลประโยชน์ โดยยึดหลักว่าจะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวและได้รับ ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน
- 6) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบ ตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 7) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่ม คุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ เกิดความอยากรถลับมาเที่ยวอีก โดยยึดหลักว่าต้องมีกิจกรรม ท่องเที่ยวตรงตามคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 8) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรับรอง นักท่องเที่ยว และความสะอาดของพื้นที่ โดยยึดหลักว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถของชุมชน
- 9) เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่จะต้องเข้มงวดในการป้องกันความปลอดภัยในชีวิตและ ทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวอย่างอบอุ่นใจ

2.4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของห้องถินต่าง ๆ เพื่อได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน อีกทั้งศึกษาความเชื่อ พิธีกรรมต่าง ๆ

และมีความเข้าใจในวัฒนธรรมใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม และวัฒนธรรม โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งสามารถแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ออกเป็น 5 ประเภท ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางไปท่องเที่ยวตามโบราณสถานหรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาธรรมชาติทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม

2) การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเพื่อยืนยันความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ ที่ประชาชนในพื้นที่นั้นจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์และศึกษาความเชื่อการยอมรับนับถือการเคารพธิกรรมต่าง ๆ ตลอดจนได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตริบท (Rural Tourism) หมายถึงการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในหมู่บ้านที่มีเอกลักษณ์ในการดำเนินชีวิตแบบเฉพาะและโดดเด่น มีผลงานสร้างสรรค์ที่มีลักษณะพิเศษ หรือเพื่อเข้าไปใช้ชีวิตอย่างเช่นคนในชุมชนได้ศึกษาภูมิปัญญาพื้นบ้าน ทำให้เกิดความเพลิดเพลินได้รับความรู้ และเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น

4) การท่องเที่ยวน้ำ (Sport Tourism) หมายถึงการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ผู้ร่วมกิจกรรมจะได้ทั้งการออกกำลังกาย การเล่นกีฬา หรือแข่งขันกีฬา และได้ท่องเที่ยวไปพร้อมกัน โดยมีการจัดรายการการท่องเที่ยวโดยแทรกกิจกรรมกีฬาตามเส้นทาง เพื่อให้ผู้ท่องเที่ยวได้สนุกสนาน เพลิดเพลินกับออกกำลังกาย และศึกษาสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ทำให้ได้รับความรู้ ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น

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

2.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเรียนรู้ผู้อื่นที่ทำให้ได้ย้อนกลับมาองค์ความอย่างเข้าใจในสรรษสิ่งของโลกที่ไม่สามารถแยกตัวออกจากกันได้ ต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน ดังนั้น

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

1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวใน
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น อันประกอบด้วยสิ่งดูดใจอยู่ 10 ประการ คือ

- 1.1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ปรากฏให้เห็น
- 1.2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่าง ๆ
- 1.3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในห้องถินและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง
- 1.4) ศิลปะ หัตกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น แกะสลัก
- 1.5) ศาสนาร่วมถึงพิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา
- 1.6) ดนตรี การแสดงละครบ ภาพนิทรรศ์หรือสพต่าง ๆ
- 1.7) ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา
- 1.8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการ

รับประทานอาหาร

1.10) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ชนบหรมนเนียม และเทศกาลต่าง ๆ

1.11) ลักษณะงานและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่มี
การศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทาง
วัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการ
ทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้
ผลตอบแทนในรูปแบบผลกำไรสุทธิท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับ
สิ่งแวดล้อม อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4) องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการ
ดำเนินการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหาลักษณะท่องเที่ยวซึ่งจะได้รับรู้และประสบการณ์จากการ
ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งยังช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและ
สิ่งแวดล้อม

5) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่
มีการดำเนินการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วน

ร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6) องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องของทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรัก ความหวังแห่งทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2.6 มาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น อันเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และศึกษาวัฒนธรรม ชนบ河流域เนียมประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ ตั้งนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาได้กำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สรุปได้ดังนี้ (นราวดี บัวชัญ, 2556)

1) ความสำคัญของมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีลักษณะแตกต่างไปจากแหล่งท่องประเภทอื่น ๆ เพราะวัฒนธรรมถือเป็นมรดกอย่างหนึ่งของสังคม ซึ่งมีทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี เครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ลักษณะการแต่งกาย อาหาร งานเทศกาล ประเพณี เป็นต้น และวัฒนธรรมยังเป็นประสบการณ์ที่มีการสั่งสมมาตั้งแต่บรรพบุรุษ และสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน และสามารถเจริญงอกงามต่อไปได้

ปัจจุบันประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวและสามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นภายในชุมชน แต่บางครั้งการทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยไม่มีการบริหารจัดการที่ดีอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนภายในชุมชนได้ จึงก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบในที่สุด ดังนั้นการกำหนดกรอบหรือเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนให้หน่วยงานและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้นำมาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และใช้เป็นเครื่องมือเพื่อตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับมาตรฐานในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จึงมีส่วนสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

และยังบ่งบอกให้นักท่องเที่ยวรับรู้คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว อันเป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจก่อนเข้ามาท่องเที่ยวอีกด้วย

2) กรอบแนวคิดและการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

การที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเข้าไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้นั้น ส่วนสำคัญมากจากเสน่ห์ที่ดึงดูดใจรวมไปถึงความน่าตื่นเต้นในกิจกรรมต่าง ๆ ภายในชุมชน ซึ่งมีหลายปัจจัย ได้แก่ คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทาง ความปลอดภัย ความสามารถในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และรวมไปถึงศักยภาพของชุมชนในการรองรับนักท่องเที่ยว เช่น การต้อนรับซึ่งเป็นความประทับใจแรกในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ฯลฯ ซึ่งการบริหารจัดการเป็นส่วนสำคัญที่สุดในการทำให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว แต่ก็จำเป็นที่จะต้องได้รับการสนับสนุนทางด้านนโยบาย งบประมาณจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่จะเข้ามาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ที่ได้เข้ามาท่องเที่ยว โดยชุมชนมีส่วนร่วมต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยว ทำให้ในการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว ให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้และการสร้างจิตสำนึก รวมไปถึงการจัดการด้านการมีส่วนร่วมในชุมชน

3) องค์ประกอบพื้นฐานสำคัญของการประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

องค์ประกอบที่ 1 ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว
ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเป็นการที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้แก่แหล่งท่องเที่ยว เช่น มีความโดดเด่นและมีเอกลักษณ์ของวิถีชีวิตริมแม่น้ำ ภูมิปัญญา ความงามทางศิลปวัฒนธรรม และจากการที่วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมของมนุษย์ที่สืบสานมาตั้งแต่อดีตและมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ดังนั้นความสามารถในการสืบทอดทางวัฒนธรรม ความต่อเนื่องของการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมความผูกพันต่อท้องถิ่น และความเข้มแข็งในการรักษาวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญในการรักษาวัฒนธรรมให้คงอยู่ซึ่งเป็นจุดเสริมศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญ อีกทั้งศักยภาพในทางกายภาพและการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย และความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยือน

แหล่งท่องเที่ยวด้วย สำหรับองค์ประกอบด้านศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 2 ด้าน ได้แก่

1. คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมประกอบด้วย 7 ดัชนี

ชี้วัด ได้แก่ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ 2) ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี 3) ความคงามทางศิลปวัฒนธรรม 4) ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง 5) ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณีที่สืบคันได้ 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) ศักยภาพในการพัฒนาห้องพักจัดอาหาร

องค์ประกอบที่ 3 การบริหารจัดการ

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



ผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ห้องถังอีกอย่างหนึ่งสมเกณฑ์ประเมินด้าน

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มี 2 ด้าน ได้แก่ 1. การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 ด้านนี้ชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว 2) การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ฟื้นฟื้นที่ 3) การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว 2. การจัดการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ด้านนี้ชี้วัด ได้แก่ 1) การจัดการด้านการบริหารและสารสนับโภคแก่นักท่องเที่ยว 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 มีคุณสมบัติตรงกับด้านนี้ชี้วัดข้อใดมากที่สุด และจะให้ค่าคะแนนในข้อที่เห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวควรได้ในข้อนั้นเพียงข้อเดียว ทั้งนี้จะมีค่า

ก

๓๒๘.๔๙-๑๖๘

๘ ๑๗๙-๕

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
- เอกลักษณ์ระดับท้องถิ่น สามารถพบที่ได้ทั่วไป	1
- มีเอกลักษณ์ระดับจังหวัด	2
- มีเอกลักษณ์ระดับภาค	3
- มีเอกลักษณ์ระดับชาติ	4
- มีเอกลักษณ์ระดับโลก สามารถพบที่ได้เพียงแห่งเดียว	5
คะแนนที่ได้	3

ที่มา : นราวดี บัวชัย (2556)

ตัวอย่างการให้คะแนนในดัชนีชี้วัด หัวข้อ ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้ ประเมินได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้น มีคุณสมบัติตรงกับข้อ “มีเอกลักษณ์ระดับชาติ” ซึ่งมีค่าคะแนนเท่ากับ 3

วิธีที่ 2 การให้คะแนนโดยพิจารณาว่า แหล่งท่องเที่ยวนั้น มีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัดข้อ ใดบ้างโดยดัชนีชี้วัด 1 ข้อ จะมีค่าเท่ากับ 1 คะแนน หากไม่มีคุณสมบัติตรงกับดัชนีชี้วัดใดเลยจะมีค่าเท่ากับ 0 คะแนน หากมีคุณสมบัติตรงแต่ไม่ได้ดำเนินการหรือไม่มีประสิทธิภาพให้ 0.5 คะแนน หากมีคุณสมบัติครบถ้วนจะมีค่าเท่ากับ 5 คะแนนโดยให้ผู้ประเมินทำเครื่องหมาย รอบหมายเลขที่ต้องการในช่องคะแนน ดังแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 แสดงตัวอย่างการให้คะแนนแบบวิธีที่ 2

การจัดการด้านการบริหารและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว (5 คะแนน)

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

ตัวชี้วัด	ค่าคะแนนที่ได้	ค่าคะแนน
- มีการจัดการด้านอาหารและโภชนาการที่พอดีเพียงและถูกสุขลักษณะ	0	0.5
- มีการจัดการด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เช่น มีการออกแบบและใช้วัสดุก่อสร้างที่กลมกลืนกับสภาพแวดล้อม ประยุกต์ พลังงาน และมีระบบกำจัดของเสียที่ได้มาตรฐาน	0	0.5
	3	1

ที่มา : นราวดี บัวขวัญ (2556)

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

การกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

ในการกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวนั้น จะนำคะแนนที่ได้ไปเทียบระดับมาตรฐานที่กำหนดไว้ซึ่งระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังแสดงในตาราง 4

ตาราง 4 แสดงระดับมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

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

ที่มา : นราวดี บัวขวัญ (2556)

2.8 การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมซึ่งมีนุชน์สร้างขึ้น ทั้งโบราณสถานหรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์ สถานที่ทางวัฒนธรรม เช่นพระราชวัง วัดวาอาราม สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้จะเนื่องสลายไปตามกาลเวลาและตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ ขณะเดียวกันมนุษย์ยังมีส่วนช่วยทำลาย

อีกด้วย ทำให้อายุการใช้งานของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมสั้นหรือเสื่อมลายเร็วขึ้น จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะออกแบบการป้องกันต่าง ๆ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งพัฒนา, 2548)

- 1) ออกแบบหมายความคุณรักษาโบราณสถาน โบราณวัตถุและศิลปวัตถุต่าง ๆ และกำหนดบทลงโทษผู้กระทำความผิดหรือฝ่าฝืนกฎหมาย เช่น ประเทศไทยได้ประกาศพระราชบัญญัติโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พ.ศ. 2504 ทั้งนี้ เพราะได้มองเห็นความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่าเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก และต้องการจะอนุรักษ์สถานที่เหล่านี้ไว้เป็นมรดกของชาติสืบต่อไป
- 2) ป้องกันมิให้มีการลักลอบหรือทำลายสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการอนุรักษ์วิธีการหนึ่งคือการจัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษา เพื่อมิให้สถานที่นั้นถูกทำลาย ตลอดจนจัดส่งผู้เชี่ยวชาญไปทำการดูแลและบูรณะให้คงอยู่ในสภาพเดิม
- 3) การบูรณะและซ่อมแซมสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งที่บรรพบุรุษได้สร้างไว้ให้อนุชนรุ่นหลังได้ชื่นชม ศึกษาและค้นคว้า แต่ต้องได้กล่าวมาแล้วว่า โบราณสถาน โบราณวัตถุ เป็นสิ่งที่เสื่อมลายไปได้ตามกาลเวลา ดังนั้นจึงจำเป็นจะต้องมีการบูรณะซ่อมแซม โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านโบราณคดี โดยเฉพาะและต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ทันสมัย เพื่อจะได้คงสภาพไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้
- 4) จัดหางบประมาณหรือเงินทุนมาใช้จ่ายในการบูรณะซ่อมแซม ทั้งนี้ เพราะการบูรณะซ่อมแซมสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม โดยเฉพาะโบราณสถานและโบราณวัตถุ จะต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงมาก บางครั้งอาจจะต้องขอความร่วมมือหรือความช่วยเหลือจากต่างประเทศ เพื่อนำรักษาหลักฐานและร่องรอยทางประวัติศาสตร์เอ้าไว้ เช่น ประเทศไทยได้รับความช่วยเหลือด้านนี้จากองค์กรวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO)
- 5) จัดหาสถานที่สำหรับเก็บรักษาโบราณวัตถุและสิ่งที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมและทางประวัติศาสตร์ให้อยู่ในสถานที่ที่ปลอดภัยมิให้ถูกทำลายหรือถูกโจรมารกรรมการนำสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มารวมไว้ยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งนอกจากจะเป็นการสะดวกในการดูแลรักษาแล้ว ยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปชมได้อีกด้วย
- 6) ให้การศึกษาและประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจต่าง ๆ เกี่ยวกับความจำเป็นด้านการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยทุกฝ่ายจะต้องให้ความร่วมมือและมีจิตสำนึกในคุณค่าและห่วงใยการ呵ารทางวัฒนธรรม รวมทั้งประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบถึงความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และช่วยกันดูแลรักษาไม่ให้ถูกทำลาย

3. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและส่วนประสมทางการตลาด

3.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หากไม่มีนักท่องเที่ยวอาจจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งระบบ ดังนั้นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ถูกต้อง ซึ่ง ฉบับที่ วรรณณอม (2552) ได้อธิบายว่าความหมายของนักท่องเที่ยว (Tourists) ตามความหมายของสันนิบาตชาติได้ให้คำนิยามไว้ในปี พ.ศ. 2480 ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศไทยโดยที่ไม่ใช่บ้านเมืองที่อาศัยอยู่เป็นประจำเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และได้ให้ความหมายเพิ่มเติมต่อไปว่า บุคคลที่นับเป็นนักท่องเที่ยวและบุคคลที่ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้ คือ 1) บุคคลที่นับเป็นนักท่องเที่ยว คือผู้เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเดินทางไปประชุมและประกอบการกิจอย่างใดอย่างหนึ่ง เดินทางเพื่อทำการค้าบางประการ เดินทางมา กับเรือที่เพลินตากับทิวทัศน์สองฝั่งน้ำและจะแพะอยู่น้อยกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม 2) บุคคลที่ไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว คือผู้ที่เดินทางมาเพื่อประกอบอาชีพได้อาชีพหนึ่งหรือประกอบธุรกิจที่มีรายได้ในประเทศไทยนี้โดยจะมีสัญญาไว้กับผู้ใดหรือไม่ก็ตาม หรือเดินทางมาเพื่อตั้งถิ่นฐานที่อยู่อย่างถาวรในประเทศไทยนั้น เดินทางข้ามพรหมแดนไปทำงานนอกประเทศไทยของตน เดินทางเพื่อเข้าไปเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาที่อาศัยอยู่ในที่ที่จัดไว้เป็นหอพักนักเรียน นักศึกษา เดินทางผ่านโดยมิได้แผลงจากภายนอกประเทศเลย ไม่ว่าจะเดินทางอยู่ในอาณาเขตของประเทศไทยโดยประเทศหนึ่งเป็นเวลามากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม หรือเป็นผู้ลี้ภัยจากการเมืองหรือผู้ลี้ภัยทางศาสนาไปอยู่ต่างประเทศหรือผู้ลี้ภัยสังคม รวมทั้ง เลิศพร ภาระสกุล (2559) ที่ได้อธิบายความหมายของนักท่องเที่ยวว่า บุคคลที่เดินทางจากห้องถินที่อยู่ของคนไปยังห้องถินที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ โดยได้มีการกระทำกิจด่าง ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) มีการบันทึกความทรงจำ นักท่องเที่ยวมักจะเก็บภาพของตัวเองคู่กับบรรยายกาศโดยรอบเป็นส่วนใหญ่เพื่อให้ได้รู้ว่าตนเองได้เคยมาที่นี่ มักจะชอบเก็บภาพต่าง ๆ ในทุกรายละเอียดของสถานที่เพื่อเป็นการจดจำและรำลึกถึง 2) มีการพักผ่อน เมื่อออกเดินทาง มักจะต้องการความสะดวกสบาย ได้พักผ่อนอย่างเต็มที่ การพักผ่อนก็เปรียบเสมือนการเปลี่ยนบรรยากาศในการนอน 3) มีการวางแผนการเดินทาง มักจะวางแผนการเดินทางตามจุดที่มีชื่อเสียง การเข้าพักและเรื่องอื่น ๆ อย่างมีระบบ มีเป้าหมายหลักซึ่งจะเป็นจุดประสงค์ในการเดินทาง 4) การเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสนใจ เป็นความสนใจในทุก ๆ รายละเอียดระหว่างการเดินทาง ทุก ๆ สถานที่ที่

เข้าผ่านมาว่ามีความหมายอะไรบ้าง 5) มีสัมภาระในการเดินทาง โดยเน้นเรื่องของความสะดวกสบายให้กับตัวเอง จะเน้นในเรื่องของการนำไปใช้ประโยชน์เป็นหลัก และจะไม่พยายามเอาสัมภาระไปเยอะเกิดความจำเป็น 6) มีสามารถในการเดินทาง หลายคนมักจะซึ่งชอบการไปแบบเป็นหมู่คณะแต่ในขณะที่บางคนเดินทางจะไม่สนใจว่าใครจะไปหรือไม่ หากเขามีความต้องการที่จะไป เพียงแค่คนเดียว ก็สามารถเดินทางได้แล้วโดยไม่ต้องรอใครทั้งสิ้น สำหรับองค์กรห้องท่องเที่ยวแห่งโลก (World Tourism Organization : WTO) (1968, ออนไลน์ อ้างถึงใน พัสดุ พิรัญญารา, 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 (Refugee) 2) Visitor หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ ประเภทแรก คือ Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ 3) Excursionist หมายถึง นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ เช่น ผู้เดินทางมา กับเรือสำราญ (Cruise) นอกจากนี้ พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ในมาตรา 4 ได้ให้ความหมายของคำว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางมาจากท้องถิ่นอันเป็นถิ่นที่อยู่โดยปกติของตนไปยังท้องถิ่นอื่น เป็นการชั่วคราว ด้วยความสมัครใจและด้วยวัตถุประสงค์ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือรายได้

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

3.2 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตามปกติพฤติกรรมของมนุษย์มี 2 รูปแบบ นั้นคือ พฤติกรรมบางอย่างเป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นเองหรือเกิดจากสัญชาตญาณ เช่น การจำ การร้อง การกระพริบตา ซึ่งเป็นพฤติกรรมส่วนน้อยของมนุษย์แต่พฤติกรรมส่วนใหญ่หรือเกือบทั้งหมดของมนุษย์ เป็นพฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้

ไม่ใช่ได้มาจากการถ่ายทอดทางกรรมพันธุ์ แต่เป็นการถ่ายทอดทางสังคม สำหรับวัฒนธรรม คือ พฤติกรรมที่เกิดจากการเรียนรู้ มนุษย์เริ่มเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เริ่มตั้งแต่เกิดไปจนวันตาย เป็นสิ่งที่มีอยู่ แล้วก่อนเราเกิด เราเกิดมาในวัฒนธรรมใดก็จะเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ ในวัฒนธรรมนั้น การที่ประชากรของ สังคมต่าง ๆ มีพฤติกรรมอย่างเดียวกันแตกต่างกันไปนั้น เพราะมีการเรียนรู้ต่างกันไปตามวัฒนธรรม ของตน การกระทำดังกล่าวทำให้วัฒนธรรมของสังคมต่าง ๆ แตกต่างกันไป การเรียนรู้ดังกล่าวรวม การเรียนรู้แบบรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวด้วย โดยผ่านสื่อสารที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้ เช่น โดยการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ ครอบครัว โรงเรียน เพื่อ สถาบันศาสนา และสิ่งอื่น ๆ สิ่งที่มนุษย์ต้อง เรียนรู้ได้แก่ ภาษา ความรู้ทางวิชาการด้านต่าง ๆ ค่านิยม ความเชื่อทางศาสนา อุดมการณ์ แบบแผน ในการดำรงชีวิตหรือวิถีชีวิตและเรียนรู้ว่าจะทำตัวอย่างไรในสถานการณ์ทางสังคมที่แตกต่างกันไป สิ่งที่มนุษย์เรียนรู้ล้วนเป็นวัฒนธรรมส่วนหนึ่งทั้งสิ้น การอบรมสั่งสอนโดยสื่อที่เป็นทางการหรือไม่เป็น ทางการก็ตาม ย่อมจะมีอิทธิพลต่อปัจเจกชนในสังคมไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมก็ตาม (งามพิศ สัตย์ส่วน, 2543)

สำหรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ทำการศึกษาค้นคว้าและเสนอ แนวคิดในการทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยต่างมีตัวตูประสงค์เพื่อให้ผู้ที่สนใจได้มี ความเข้าใจเกี่ยวกับนิยามนักท่องเที่ยวได้จำกัดมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งมี ความซับซ้อนและครอบคลุมหลากหลายประเด็นด้วยกัน โดย วัลัยพร รุ้วะระกูลไพบูลย์ (2558) ได้อธิบาย ว่าศาสตร์ทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีรากฐานมาจากพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรม นักท่องเที่ยวจึงหมายถึงการศึกษาถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเชื้อ สินค้าทางการท่องเที่ยว กระบวนการตัดสินใจเชื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวในระยะก่อนการตัดสินใจเชื้อ ระยะระหว่างการตัดสินใจเชื้อ และระยะหลังการตัดสินใจเชื้อ รวมถึงกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว และผลกระทบจากการแพร่กระจาย รวมถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ฯลฯ รีวิววรรณ โปรดยรุ่งโรจน์ (2558) อธิบายว่าพฤติกรรม นักท่องเที่ยว หมายถึงความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ทั้งก่อนการ เดินทางท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว และภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยว ตลอดจน ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดและการแสดงออกนั้น ๆ และการที่จะศึกษาพฤติกรรม นักท่องเที่ยวนั้น มีหนังสือและตำราหลายเล่มใช้คำว่า พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) แทนคำว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แต่เมื่อศึกษาดูอย่างถ่องแท้พบว่า 2 คำนี้มีความหมายที่แตกต่างกัน ซึ่ง Pearce (2005) ได้แสดงความคิดเห็นถึงความแตกต่างนี้ โดยใช้แนวคิดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของ Clawson and Knetsch (1996) ในการอธิบายความแตกต่างระหว่างพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและ

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

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

เช่น Pearce (2005) อธิบายว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าว ในข้อที่ 1 แสดงให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมผู้บุริโภค ว่ากิจกรรมนี้ส่วนใหญ่จะมีการวางแผนล่วงหน้ากันเป็นเดือนเป็นปีก่อนจะมีการเดินทาง แต่สำหรับผู้บุริโภคนั้นจะไม่ใช่เวลาวางแผนนานขนาดนี้ เมื่อนอกจากนักท่องเที่ยวใช้กัน สำหรับข้อที่ 2 ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเป็นช่วงที่สำคัญมาก จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับคุณค่า หรือความประทับใจมากขึ้น มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาก ซึ่งต่างจาก ผู้บุริโภคสินค้า ที่ในขั้นตอนนี้มีความสำคัญน้อยมาก ทั้งต่อประสบการณ์หรือการใช้สินค้าเลย ส่วนข้อที่ 3 นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว แต่ไม่สามารถจับต้องได้ซึ่งสำหรับผู้บุริโภคสินค้านั้น ในช่วงเวลาที่สินค้าดังกล่าวสามารถจับต้องได้ ข้อที่ 4 มีความเหมือนและคล้ายกันกับข้อที่ 2 และข้อสุดท้ายข้อที่ 5 เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยกลับมาอยู่กับสิ่งแวดล้อมเดิมของเขาระบุริโภคสินค้า ในช่วงนี้พากเพียรเป็นปี นักท่องเที่ยวก็ยังคงระลึกถึงประสบการณ์และช่วงเวลาที่ผ่านมา แม้เวลาจะผ่านไปเป็นเดือนหรือเป็นปี นักท่องเที่ยวก็ยังคงระลึกถึงและจดจำได้ แต่สำหรับผู้บุริโภคสินค้า ในช่วงนี้พากเพียรจะจำได้แค่เวลาสั้นๆ และความทรงจำที่เกิดขึ้นมักไม่มีความสำคัญในชีวิตของพากเพียรมากนัก

3.3 แนวคิดทฤษฎีแรงจูงในการท่องเที่ยว

เลิศพร ภาระสกุล (2555) กล่าวว่าความเข้าใจเกี่ยวกับแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวจะช่วยให้เราสามารถเข้าใจถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว และทราบว่าทำไหเมื่อจึงต้องมีการเดินทาง จากการศึกษาวิัฒนาการของการท่องเที่ยวเราได้เห็นมาแล้วว่า นักเดินทางแสวงบุญในยุคกลาง มีแรงจูงใจในการเดินทางอย่างอื่นด้วย นอกเหนือจากการไปเข้าเฝ้าพระผู้เป็นเจ้าในมหาวิหารนั้น ๆ บางคนเดินทางเพื่อต้องการไปบำบัดโรคด้วย มีการหยิบฉวยสิ่งของเพื่อเป็นของที่ระลึกจากการเดินทาง สะท้อนให้เห็นถึงแรงจูงใจที่เดินทางได้สำเร็จ เรายสามารถกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวทำการ

เดินทางด้วยเหตุผลหรือแรงจูงใจหลายอย่าง เช่น เพื่อหาความสุขทางด้านจิตวิญญาณอย่างการเดินทางไปทำบุญให้พระ หรือเพื่อสถานภาพทางสังคม อายุการท่องเที่ยวในสถานที่ยอดนิยมไม่ได้ต้องการตอบสนองเพียงแค่การพักผ่อนเท่านั้น แต่การไปเที่ยวในสถานที่ยอดนิยมก็นำมาซึ่งความภาคภูมิใจในตัวเอง เช่น การเดินทางไปซื้อสินค้าในต่างประเทศนำมาซึ่งสถานภาพทางสังคม สำหรับนักท่องเที่ยวบางคน เกิดแรงจูงใจที่จะหลีกหนีจากความจำเจ ความมุ่นรายในชีวิตประจำวัน และยังได้เห็นได้สัมผัสกับวัฒนธรรม ความเข้าใจเกี่ยวกับตั้งผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจของความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจต่าง ๆ รวมถึงธุรกิจทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งต้องอาศัยทุกภาคส่วนทั้งผู้ประกอบการด้านที่พัก ด้านอาหาร มีความจำเป็นที่จะต้องเข้าใจถึงผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยว เกิดความประทับใจในการกลับมาเยือนซ้ำ มีการบอกต่อผู้อื่น ซึ่งหมายถึงการเติบโตของธุรกิจซึ่งเป็นเป้าหมายของผู้ประกอบธุรกิจทุกคน

เพื่อให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้น สามารถอธิบายได้ด้วยแนวคิดทฤษฎีดังต่อไปนี้

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

ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ Maslow (1954) เป็นทฤษฎีที่ได้รับการอ้างถึงในงานวิจัย หนังสือ และตำราทั้งทางด้านจิตวิทยาของมนุษย์ทั่วไป และทางด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมากที่สุด ทฤษฎีนี้ เนื่องจากทฤษฎีนี้อธิบายถึงแรงจูงใจของมนุษย์ที่มีความซับซ้อนให้มีลักษณะที่เข้าใจง่ายมากขึ้น โดยทฤษฎีนี้มั่นมองว่า ความต้องการของมนุษย์เป็นแรงจูงใจที่ทำให้เขาแสดงพฤติกรรมบางอย่างโดยมนุษย์แต่ละคนก็ต่างมีความต้องการหลายประการ ซึ่งสามารถแบ่งตามลำดับขั้นตั้งแต่ความต้องการพื้นฐานไปจนกระทั่งความต้องการที่ซับซ้อนมากขึ้น ได้เป็น 5 กลุ่มใหญ่ ด้วยกัน ได้แก่

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ซึ่งหมายถึงความต้องการพื้นฐานของร่างกายที่ทำให้มนุษย์สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างเป็นปกติสุข เช่น ความต้องการอาหาร เครื่องดื่ม ความต้องการการพักผ่อน ความต้องการอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนเครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัยและยา.rักษาโรค เป็นต้น

2) ความต้องการความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน (Safety and Security Needs) หมายถึง ความต้องการที่จะมีชีวิตที่ปลอดภัยหรือห่างไกลจากความกลัว ความ

หวานระแวง และความต้องการที่จะได้รับความสบายนิ่ง และความมั่นใจจากการได้รับการปกป้องคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน

3) ความต้องการความรักและการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Love and Belonging Needs) มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่จำเป็นต้องอยู่ร่วมกับผู้อื่น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติที่มนุษย์จะต้องการความรักจากบุคคลอื่น ๆ และต้องการได้ปฏิสัมพันธ์และความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น นอกจากนี้ มนุษย์ยังต้องการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ๆ ว่าเข้าเป็นส่วนหนึ่งของคนกลุ่มนี้ หรือหลายกลุ่ม

4) ความต้องการได้รับการยกย่องหรือนับถือจากบุคคลอื่น (Self-esteem Needs) หมายถึง ความต้องการด้านชื่อเสียง และความต้องการให้เกิดความคุณค่าและความสำคัญของตนเอง 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) เป็นแนวทางซึ่งมองว่าบันไดที่มีลำดับขั้นของความต้องการหรือแรงจูงใจที่มักจะเปลี่ยนแปลงไปตามประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถเปรียบเทียบได้กับลำดับขั้นในหน้าที่การทำงานของมนุษย์โดยทั่วไป โดยลำดับขั้นดังกล่าวจะเรียกว่าลำดับขั้นบันไดอาชีพของการเดินทาง ได้แก่

1) ทฤษฎีขั้นบันไดอาชีพของการเดินทาง ซึ่งประกอบด้วยความต้องการทางการท่องเที่ยวจำนวน 5 กลุ่มด้วยการเรียงลำดับจากต่ำไปสูงสุด ได้แก่ ความต้องการในการพักผ่อนความต้องการความปลอดภัย ความต้องการมีสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ความต้องการได้รับการยอมรับจากผู้อื่นและได้รับการพัฒนาตนเอง และความต้องการได้รับความสำเร็จในชีวิต ตามทฤษฎีนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวที่มาก มักจะมีความต้องการทางการท่องเที่ยวในชั้นที่สูงๆ เช่น ต้องการได้รับการยอมรับจากบุคคลอื่น ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวในชั้นพื้นฐาน เช่น ต้องการพักผ่อน นักท่องเที่ยวบางคนอาจจะได้ลำดับของชั้นบันไดทางการท่องเที่ยวไปเรื่อย ๆ ตามประสบการณ์ที่เพิ่มมากขึ้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวบางคน

อาจจะคงอยู่ ณ ขั้นบันไดขั้นหนึ่งเป็นเวลานานก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ เช่นสุขภาพ หรือ ฐานะทางการเงิน เป็นต้น และในเวลาต่อมา Pearce (2005) ได้ทำการปรับปรุงทฤษฎีขั้นบันไดอาชีพ ของการเดินทาง โดยได้เสนอเป็นทฤษฎีใหม่ ซึ่งใช้ชื่อว่า ทฤษฎีรูปแบบอาชีพของการเดินทาง โดยเสนอว่ารูปแบบของแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงชีวิตของเข้า ทฤษฎีนี้จะแตกต่างจากทฤษฎีขั้นบันไดอาชีพของการเดินทางในแท่งที่ว่าแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวจะไม่ได้ถูกมองว่าเป็นลำดับขั้นของความต้องการ แต่ในทางตรงกันข้ามจะมีลักษณะที่เป็นแบบแผนที่จะเปลี่ยนไปตามช่วงชีวิตของนักท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละแบบแผนของแรงจูงใจนี้ประกอบด้วยแรงจูงใจหลายประการหรือหลายมิติด้วยกัน

2) ทฤษฎีรูปแบบอาชีพของการเดินทาง สามารถแบ่งออกเป็น 3 ระดับ ความสำคัญได้แก่ ระดับแรก เรียกว่า แรงจูงใจที่สำคัญ หรือแรงจูงใจในระดับขั้นหลัก เป็นแรงจูงใจที่สำคัญกับนักท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น การแสวงหาความแปลกใหม่ ความต้องการหลบหนีและพักผ่อน และความต้องการเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีกับผู้อื่น เป็นต้น ระดับที่สอง เรียกว่า แรงจูงใจ ระดับขั้นกลางเป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญระดับกลางๆ กับนักท่องเที่ยว เช่น ความต้องการพัฒนาตนเอง และความต้องการความสำเร็จและการเข้าใจตัวเองอย่างแท้จริง เป็นต้น และระดับสุดท้าย เรียกว่า แรงจูงใจในระดับขั้นน้อย 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 ความต้องการผ่อนคลาย ความต้องการได้อยู่ในโลกแห่งความเพ้อฝัน เป็นต้น

4) แรงจูงใจทางด้านสมรรถนะ (Status Motivation) เช่น ความต้องการเป็นบุคคลที่สำคัญ ความต้องการเป็นผู้นำสมัย ความต้องการได้รับข้อเสนอที่ดี ที่จะใช้จ่ายไม่ฟุ่มเฟือ เป็นต้น

5) แรงจูงใจส่วนบุคคล (Personal Motivation) เช่น ความต้องการไปเยี่ยมเพื่อนและญาติ ความต้องการผูกมิตรกับผู้อื่น ความต้องการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้อื่น และความต้องการได้ใช้ช่องที่มีราคาประหยัด เป็นต้น

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

ข้อจำกัดของแนวคิดนี้ประการหนึ่ง คือได้มองข้ามความสำคัญและอิทธิพลของลักษณะเด่นของจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวที่เป็นปัจจัยดึงที่ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวนอกจากนี้ 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 ปัจจัยภายในหรือความต้องการและความคาดหวังที่เกิดขึ้นภายในจิตใจของนักท่องเที่ยวที่ทำให้ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

2) ปัจจัยดึง (Pull Factors) หมายถึง ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความน่าสนใจ และความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว

Dann อธิบายเพิ่มเติมว่า ปัจจัยผลักจะเกิดขึ้นก่อน จากนั้นปัจจัยดึงจะเกิดขึ้นตาม หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ ปัจจัยดึงเป็นผลที่ตามมาของปัจจัยผลัก ข้อความนี้สามารถอธิบายให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น คือ ตามปกติแล้วนักท่องเที่ยวจะเกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวก่อน เช่น ต้องการพักผ่อนหรือต้องการได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ด้วยความต้องการเหล่านี้เป็นปัจจัยผลัก จากนั้นนักท่องเที่ยวจะจึงตัดสินใจเกี่ยวกับสถานที่ที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากความน่าสนใจและความตึงดุจใจของสถานที่แต่ละแห่ง ซึ่งปัจจัยประการหลังนี้เป็นปัจจัยดึง

3.3.5 ปัจจัยที่นำไปสู่การท่องเที่ยวของ Hazel (2004)

Hazel (2004) ยังได้สรุปปัจจัยที่นำไปสู่การท่องเที่ยวว่า นักท่องเที่ยวหลายคน ตัดสินใจที่ใช้ช่วงวันหยุดในการพักผ่อน ซึ่งล้วนแต่จะมีสาเหตุหรือปัจจัยที่นำไปสู่การท่องเที่ยว ดังกล่าว โดยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1) การพักผ่อน (Rest and Renewal) ในช่วงวันหยุดจะเป็นช่วงเวลาแห่ง การหยุดการทำงานประจำที่รับผิดชอบและการหากิจกรรมใหม่ ๆ รอบตัวเพื่อคลายความเครียด รวมถึงลดความเบื่อหน่ายในการทำงาน นักท่องเที่ยวมักจะใช้โอกาสในการเพิ่มพลังให้กับตัวเองได้ กลับไปทำงานด้วยความสดชื่นและมีแรงจูงใจใหม่ ๆ

2) สุขภาพ (Mental and Physical Health) ช่วงวันหยุดจะเป็นช่วงการ พื้นฟูสุขภาพทั้งกายและใจโดยการลดความตึงเครียด ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการป้องกันและหลีกเลี่ยง จากการเจ็บป่วยหรือเกิดโรคต่าง ๆ ได้

3) การเข้าสังคมหรือการสร้างความสัมพันธ์ (Social Interaction) การ ท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดจะเป็นการเปิดโอกาสให้พบปะคนใหม่ ๆ นักท่องเที่ยวอาจจะได้เจอกันที่มา จากสถานที่ที่แตกต่างกันไป ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจในการเรียนรู้พฤติกรรมและวัฒนธรรมที่มี ความหลากหลายอีกด้วย ยังเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวจะใช้เวลา กับคนที่รัก ไม่ว่าจะเป็นเพื่อน ครอบครัว ก่อนที่จะกลับไปสู่การท่องเที่ยวอีกรอบ

4) การเปิดประสบการณ์ (Broadening Experiences) ช่วงวันหยุด นักท่องเที่ยวจะใช้โอกาสในการเยี่ยมชมสถานที่ใหม่ ๆ ที่ไม่เคยพบเห็นมาก่อน การหากิจกรรมใหม่ ๆ ที่ไม่เคยทำเพื่อให้เกิดความสนใจใหม่ๆ ทักษะใหม่ ๆ ที่อาจจะนำไปใช้ในการทำงานให้ดีมากยิ่งขึ้น

5) การสร้างความเป็นอิสระส่วนตัว (Developing Independence) นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะคนหนุ่มสาวมักจะมีความเป็นส่วนตัวสูง ในช่วงวันหยุดจะใช้เวลาเพื่อพักผ่อน เพื่อเป็นการอยู่กับตัวเอง ทำในสิ่งที่ตัวเองอยากทำ หรือพัฒนาศักยภาพตัวเองภายใต้สภาพแวดล้อม ใหม่ ๆ

3.3.6 รูปแบบของแรงจูงใจที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของ McIntosh, Goeldner and Ritchie (1995)

McIntosh, Goeldner and Ritchie (1995) ได้พัฒนารูปแบบของแรงจูงใจที่มีผล ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวออกเป็น 4 ลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับร่างกายและจิตใจสุขภาพ การออกกำลังกายและการพักผ่อน
- 2) แรงจูงใจทางด้านวัฒนธรรม (Cultural Motivators) เป็นแรงจูงใจที่พิจารณาถึงความสนใจที่จะเรียนรู้ในวัฒนธรรมใหม่ ๆ ศัตวรรษ ศิลปะ สถาปัตยกรรม และวิถีชีวิตร่วมกัน
- 3) แรงจูงใจต่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นแรงจูงใจในการพบปะพูดคุยกับคนใหม่ ๆ หรือการเยี่ยมเพื่อนฝูงและครอบครัว
- 4) แรงจูงใจเกี่ยวกับสถานภาพและศักดิ์ศรี (Status and Prestige Motivators) เป็นแรงจูงใจที่พิจารณาถึงความต้องการได้รับการยอมรับจากผู้อื่น ความมุ่งมั่นในการศึกษาต่อ การพัฒนาตนเองให้ดีขึ้น การทำงานอดิเรกทำ

3.4. ทฤษฎีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

สำหรับทฤษฎีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญในการทำให้เกิดการทำท่องเที่ยว โดย วัลยพร รั้วทะกูลเพบูลย์ (2558) อธิบายว่าทฤษฎีการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวนั้นได้ดัดแปลงมาจากทฤษฎีมาจากการตัดสินใจของผู้บริโภคในค้าห้าไป 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) มีส่วนสำคัญที่ส่งผลให้เกิดการเดินทางด้านจิตใจ 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 สาธารณูปโภค การจัดการแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว

3.4.2 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว Mathieson and Wail (1982)

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Mathieson and Wail (1982) ได้มีการเพิ่มขั้นตอนของการตัดสินใจจาก Schmoll (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 การเดินทาง แรงกดดันภายในครอบครัว และแรงกดดันจากการจัดการท่องเที่ยว ขนาดของกลุ่มที่จะท่องเที่ยว และระยะเวลา

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 เพราะภาพพจน์มีส่วนช่วยผลักดันให้แหล่งท่องเที่ยวมีโอกาสเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวดัดสินใจไปเยือนได้

3.4.4 ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Middleton (1994)

ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวของ Middleton (1994) มีลักษณะที่แตกต่างจากทฤษฎีต่าง ๆ ที่กล่าวถึงมาก่อนหน้านี้ เนื่องจากได้มีการนำเอาแนวคิดเกี่ยวกับการกระตุ้น

การตอบสนองออกจากการทุษฎีพอดิกรมผู้บริโภคมาปรับใช้เพื่อธิบายการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยทุษฎีนี้ให้ความสำคัญของกลุ่มปัจจัยหลัก 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 และพร้อมที่จะกลับไปใช้บริการยังแหน่งท่องเที่ยวนั้นอีกครั้ง

3.5 ความหมายส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึงเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ในการดำเนินการวางแผน กลยุทธ์เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของธุรกิจโดยเป็นเครื่องมือในการตอบสนองความพึงพอใจ ความต้องการ ของผู้บริโภค (Kotler and Keller, 2012) ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า (Customer Needs) 2) ราคา (Price) ที่สะท้อนคุณค่า สร้างความพอใจให้กับผู้บริโภคกับสิ่งที่ผู้บริโภคได้รับ (Cost to Satisfy Customer) 3) ช่องทาง การจัดจำหน่าย (Place) ที่สร้างความสะดวกในการซื้อ (Convenience to Buy) และ 4) การส่งเสริม ทางการตลาด (Promotion) ที่สื่อสารไปยังผู้บริโภค (Communication) (เอกก์ ภารอนกุล, 2556)

3.5.1 ผลิตภัณฑ์ หมายถึงสิ่งที่ผู้ขายเสนอขายและมอบให้กับผู้บริโภค เพื่อตอบสนอง ความต้องการและให้ความพึงพอใจแก่ผู้บริโภค ผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์ นั้น ๆ โดยผลิตภัณฑ์นั้น แบ่งเป็น 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนทางกายภาพ สามารถจับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีตัวตน เช่น งานบริการต่าง ๆ (Kotler and Keller, 2012)

3.5.2 ราคา หมายถึงจำนวนเงินที่กำหนดขึ้นเพื่อแสดงถึงมูลค่าเพื่อการได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของ ผลิตภัณฑ์นั้น ผู้บริโภคจะยอมจ่ายเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นเมื่อรากษาสหสัมพันธ์ ทางคุณค่าของผลิตภัณฑ์ (Kotler and Keller, 2012)

3.5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึงช่องทางการส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการของ ผู้ขายไปยังผู้บริโภค การส่งมอบนั้นอาจผ่านคนกลาง หรือขายโดยผู้ขายของโดยตรง การจัดจำหน่ายมี ผลต่อการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค จึงต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายของผู้บริโภค ทั้งด้าน สถานที่ ทำเลที่ตั้ง เวลา และวิธีการ (ปณิชา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2554)

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

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

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

- 1) การโฆษณา (Advertising) คือการประชาสัมพันธ์ความคิด (Ideas) สินค้า หรือบริการ ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่นสื่อสิ่งพิมพ์ไม่ว่าจะเป็น หนังสือพิมพ์หรือนิตยสาร สื่อกระจายเสียง วิทยุ โทรทัศน์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เว็บไซต์ และป้ายโฆษณาต่าง ๆ
- 2) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) การจัดกิจกรรมที่มีระยะเวลาสั้น ๆ ที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองหรือซื้อสินค้าหรือบริการ ซึ่งรวมถึงการส่งเสริมการขายกับผู้บริโภค (Consumer Promotion) เช่น สินค้าขนาดทดลอง คูปอง การลดราคา เป็นต้น การส่งเสริมการขายกับร้านค้า (Trade Promotion) เช่น การให้เงินสนับสนุนการตั้งป้ายโฆษณาหน้าร้าน การให้ส่วนลดการค้า และการส่งเสริมการขายแบบบรรดุนยอดขายจากการให้เงินรางวัลตามเป้า กับพนักงานขาย
- 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 ของบริษัทหรือสินค้านิดใดชนิดหนึ่ง

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” เหตุผลเพราะคำว่าการจัดการมีความหมายที่กว้างเกินจะอธิบายได้อย่างครอบคลุม แต่ในปัจจุบันนักวิชาการได้เห็นความสำคัญที่จะให้ความหมายของคำว่าการจัดการ เพื่อเป็นแนวทางในการอธิบายลักษณะของการจัดการที่ชัดเจน โดย Dubrin and Ireland (1993) ได้อธิบายว่า การจัดการเป็นกระบวนการที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการใช้ทรัพยากรองค์การให้บรรลุเป้าหมายผ่านหน้าที่ในการวางแผน การจัดองค์กร การชี้นำ และการควบคุม สำหรับ (Robbins and DeCenzo, 2004; Certo, 2003) ได้ให้ความหมายของการจัดการว่าเป็นกระบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลด้วยคนและทรัพยากรขององค์กร ในขณะที่ Weihrich and Koontz (2005) กล่าวว่า การจัดการ หมายถึง กระบวนการในการออกแบบและการบำรุงรักษาสภาพแวดล้อม ของการทำงานร่วมกันในกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ สอดคล้องกับ อัจฉรา ชีวะราชกุลกิจ (2542) กล่าวว่า การจัดการ คือ กระบวนการในการวางแผน จัดระเบียบองค์กร

กระตุ้นและควบคุมทรัพยากรอันประกอบด้วยทรัพยากรมนุษย์ เงินทุนและทรัพยากรื่น ๆ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และสำหรับศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ก็ได้ให้ความหมายของการจัดการว่าเป็นกระบวนการนำทรัพยากรการบริหารมาใช้ให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามขั้นตอนการบริหาร รวมทั้ง นิรเมล กิติกุล (2545) ก็ได้อธิบายว่า การจัดการ หมายถึง ระบบการจัดการของผู้บริหารที่ใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ มาดำเนินกิจกรรมขั้นตอนต่าง ๆ โดยอาศัยทรัพยากรที่มีอยู่ให้สัมฤทธิ์ผลตามวัตถุประสงค์สูงสุด

โดยสรุป การจัดการคือกระบวนการในดำเนินการวางแผน การจัดองค์การ การซึ่นนำ และการควบคุม ทรัพยากรทางการบริหารซึ่งประกอบไปด้วย ทรัพยากรมนุษย์ การเงินและงบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เกิดประสิทธิผลบรรลุเป้าหมายที่องค์กรกำหนดได้

4.2 ทฤษฎีด้านการจัดการ

สำหรับทฤษฎีด้านการจัดการนั้น มีนักวิชาการหลายท่านได้เสนอแนวคิดและหลักการจัดการที่สำคัญ ๆ โดยสามารถสรุปรายละเอียดได้ ดังนี้

1) การจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ คือการจัดการที่มีการนำหลักทางวิทยาศาสตร์มาเป็นเครื่องมือช่วยในการทำงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ โดยเน้นการหาวิธีที่ใช้แล้วดีที่สุดมาใช้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ประการ ดังนี้ (Robbins and Coulter, 1999)

- 1.1) การพัฒนาวิธีการทางวิทยาศาสตร์สำหรับการทำงานในแต่ละงาน
- 1.2) คัดเลือก อบรม และพัฒนาความคิดทางวิทยาศาสตร์ให้เกิดกับคนงานแต่ละคน
- 1.3) ประสานงานกับคนงานอย่างใกล้ชิดและระดีอีอรัน เพื่อให้คนงานปฏิบัติงานอย่างยินยอมพร้อมใจกับหลักการทำงานทางวิทยาศาสตร์
- 1.4) แบ่งงานและความรับผิดชอบระหว่างฝ่ายจัดการกับคนงานอย่างเท่าเทียมกัน

2) การจัดการเชิงบริหาร คือการจัดการที่ให้ความสำคัญกับหลักการจัดการและโครงสร้างขององค์กร ตลอดจนผู้บริหารมากที่สุด โดยมีหลักการจัดการ 14 ข้อ เพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้ (Dubrin and Ireland, 1993)

- 2.1) การแบ่งงานกันทำ (Division of Work) โดยการเพิ่มการแบ่งงานกันทำตามความสามารถหรือตามความถนัดในงานแต่ละงานเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

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) งานแต่ละงานในแต่ละกลุ่มหรือแต่ละฝ่ายควรปฏิบัติงานภายใต้แผนและการอำนวยการเดียวกัน

2.6) ผลประโยชน์ส่วนตัวขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ส่วนรวม (Subordination of Individual Interests to the General Interests) นั่นคือผลประโยชน์ทางสังคมสามารถก่อให้เกิดความไม่สงบภายในองค์กรในลำดับที่สอง และผลประโยชน์ของตนมาเป็นลำดับสุดท้าย

2.7) ผลตอบแทน (Remuneration) คนงานควรได้รับค่าจ้างอย่างยุติธรรม และผลตอบแทนนั้นต้องเป็นที่ยอมรับได้ทั้งคนงานและองค์กร

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

2.9) สายการบังคับบัญชา (Scalar Chain) ควรกำหนดสายการบังคับบัญชาแต่ละหน่วยงานในองค์กรให้ชัดเจนไม่เลื่อนล้า ทับซ้อน หรือคลุมเครือ ซึ่งสายการบังคับบัญชาจะสัมพันธ์กับการสื่อสารในองค์กรด้วย

2.10) ระเบียบ (Order) ทุกสิ่งทุกอย่างควรมีระเบียบแบบแผน การบรรจุภูมิเข้าทำงานควรดำเนินถึงคุณสมบัติ และองค์กรต้องจัดให้บุคคลทำงานที่เหมาะสมกับตนเอง

2.11) ยุติธรรม (Equity) ผู้บริหารควรบังคับบัญชาด้วยความเมตตา กรุณาและยุติธรรมต่อผู้ใต้บังคับบัญชา

2.12) ความมั่นคง (Stability of Personnel) อัตราการออกจากงานสูงส่อให้เห็นถึงความไม่ประสิทธิภาพของผู้บริหารและองค์กร ผู้บริหารควรสร้างความรู้สึกในเรื่องความมั่นคงในหน้าที่การทำงานให้แก่ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อลดอัตราการออกจากงานให้น้อยลง

2.13) การเริ่ม (Initiative) ผู้ได้บังคับบัญชาครรได้รับโอกาสในการออกแบบและดำเนินการตามแผนด้วยตนเอง

2.14) ความสามัคคี (Esprit de Corps) เพื่อให้การทำงานเป็นทีม ประสบความสำเร็จการส่งเสริมให้ความความสามัคคีในหมู่คณะเป็นสิ่งที่ควรกระทำ เพื่อให้เกิดเอกภาพห้องค์กร

3) การจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์ คือการจัดการที่ให้ความสนใจกับความสัมพันธ์ของคนในสังคมที่มีต่องาน บางครั้งเรียกว่า การจัดการที่มุ่งคนเป็นหลัก ซึ่งได้พัฒนาต่อมาเป็นพฤษติกรรมองค์กรในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ในส่วนของนักวิชาการของไทย ได้สรุปแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการที่สอดคล้องกันในข้างต้น เช่น อัจฉรา ชีวะรุ่งกูลกิจ (2542) ซึ่งได้แบ่งแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการออกเป็นกลุ่มตามลำดับก่อนหลังของการค้นพบ ซึ่งกลุ่มแรกสุดเป็นแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการแบบคลาสสิก ซึ่งประกอบด้วยทฤษฎีการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ และทฤษฎีกระบวนการในการจัดการ แนวคิดของกลุ่มนี้สองเชื่อว่าพฤษติกรรมของคนในองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญที่ฝ่ายจัดการจะต้องคำนึงอยู่เสมอ และแนวคิดกลุ่มนี้สามารถนับถือในกระบวนการในการตัดสินใจ โดยอาศัยตัวแบบทางคณิตศาสตร์ เป็นเครื่องมือ นอกจากนี้แล้ว พจมาน เตียร์ดันรัฐติกาล (2542) ได้สรุปแนวคิดของการจัดการซึ่งมีพัฒนาการมาตั้งแต่อีดีจนถึงปัจจุบัน โดยมีแนวคิดสำคัญดังนี้

1) แนวคิดการจัดการเชิงวิทยาศาสตร์ จะอยู่บนพื้นฐานของการใช้หลักการวิทยาศาสตร์มาช่วยในการจัดการ เช่น การทดลอง การวัด เป็นต้น

2) แนวคิดการจัดการเชิงมนุษยสัมพันธ์ จะเน้นการใช้หลักการมนุษยสัมพันธ์และจิตวิทยาในการจัดการ เนื่องจากแนวคิดนี้ให้ความสำคัญกับมนุษย์เป็นหลัก

3) แนวคิดการจัดการเชิงพฤติกรรมศาสตร์ จะทำการศึกษาพฤษติกรรมของมนุษย์รูปแบบต่าง ๆ แล้วนำมาประยุกต์เข้ากับการจัดการ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันหลายองค์กรได้มีการนำแนวคิดและทฤษฎีการจัดการในแบบต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้เพื่อเกิดความเหมาะสมกับการดำเนินงานขององค์กรในมิติต่าง ๆ จนเกิดเป็นแนวคิดและทฤษฎีการจัดการแนวใหม่มากมาย ซึ่งส่วนใหญ่แล้วล้วนมาจากฐานแนวคิดต่าง 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 ชีวะระกูลกิจ (2542) กล่าวว่า การจัดการเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ภายในองค์กรนั้น ๆ ฝ่ายบริหารจึงมีกิจกรรมที่จะต้องกระทำอยู่หลากหลาย เช่น จัดสรรงบประมาณมาลงทุนในโครงการใหม่และโครงการเดิมที่กำลังดำเนินการอยู่ หาโอกาสทางการตลาดใหม่ ๆ ชี้นำและปักครองลูกน้องให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น การจัดการเป็นกระบวนการและมีองค์ประกอบที่ค่อนข้างซับซ้อน จึงต้องแบ่งกิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการดังกล่าวออกเป็นขั้นตอนย่อยเพื่อให้การพิจารณาเป็นไปได้โดยสะดวกและชัดเจนยิ่งขึ้น

ซึ่งโดยทั่วไปแล้วหลักการจัดการประกอบด้วยองค์ประกอบ ดังนี้

1) การวางแผน (Planning) หมายถึงการกำหนดวิธีปฏิบัติไว้ล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความสำเร็จของงานตามที่ต้องการโดยพิจารณาว่าองค์การต้องการอะไร ทำอะไร ต้องการให้องค์การเป็นอย่างไรในอนาคต โดยการพิจารณาจากสภาพปัจจุบันขององค์การที่มีความสัมพันธ์ กับความเป็นไปได้ในอนาคต ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ เลือกวิธีปฏิบัติตาม เลือกวิธีจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ผู้บริหาร ที่มีความรู้และมีประสบการณ์ย่อมวางแผนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่จะเกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี

2) การจัดองค์การ (Organizing) เมื่อกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย ขององค์การไว้ชัดเจนแล้ว องค์การต้องมีการแบ่งหน้าที่ จัดความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การมีประสิทธิภาพคล่องตัว มีการประสานงานที่ดี จึงต้องจัดองค์การให้เหมาะสม ดังนั้น การจัดองค์การจึงเป็นการกำหนดและจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำเพื่อให้งานเสร็จตาม เป้าหมาย ต้องแยกงานเป็นกลุ่ม และมอบหมายผู้รับผิดชอบรับไปดำเนินการ พร้อมกับการมอบหมาย อำนาจหน้าที่ให้มีการประสานงานระหว่างกลุ่มกิจกรรม สิ่งสำคัญในการจัดองค์การก็คือ ผู้บริหารต้องแบ่งงานกันตามความถนัด

3) การชี้นำ (Leading) หัวหน้าหน่วยงานต้องเป็นผู้มีศิลปะในการชี้นำ หรือสั่งการ ส่งเสริมให้ทุกคนมีความกระตือรือร้นในการทำงาน รู้จักหลักและวิธีการจูงใจให้คนอุทิศตนทั้งด้านความคิดและกำลังกายให้กับองค์การอย่างเต็มที่ สามารถจัดขั้นชัดแจ้งที่อาจเกิดขึ้น ระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในองค์การได้เป็นอย่างดี มีมนุษย์สัมพันธ์ดี เข้าใจพฤติกรรมของบุคคล agar รู้จักให้ค่าตอบแทนแก่พนักงานอย่างเหมาะสมและยุติธรรม และมีความก้าวหน้าในหน้าที่การงานอันสมควร

4) การควบคุม (Controlling) เมื่อผู้บริหารของงานไปแล้ว จะเป็นต้องควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ การควบคุมติดตามเริ่มตั้งแต่การกำหนดมาตรการให้มีระบบการรายงานการทำงานของพนักงานเพื่อเสนอต่อผู้บริหารตามลำดับขั้นอย่างสม่ำเสมอ การรายงานผลเป็นการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงแตกต่างจากมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น

4.4 แนวโน้มรูปแบบการจัดการ

สำหรับแนวโน้มรูปแบบการจัดการนั้น วิรัช สงวนวงศ์วาน (2551) ได้อธิบายว่าองค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต จะมีลักษณะ ดังนี้

1) มีความเป็นโลกาภิวัตน์ (Globalization) เมื่อประเทศต่าง ๆ ไร้พรมแดน จะมีการเคลื่อนย้ายเงินทุนไปประกอบการในประเทศต่าง ๆ หากขึ้น การจัดการจะต้องดำเนินการในรูปแบบองค์กรระหว่างประเทศ การเมือง และวัฒนธรรมที่แตกต่างจะเป็นปัจจัยที่ท้าทายการดำเนินงานในตลาดโลก

2) เน้นความสำคัญเรื่องจริยธรรม (Ethics) มีการเพิ่มเนื้อหาเกี่ยวกับจริยธรรมของธุรกิจในหลักสูตรของสถาบันการศึกษามากขึ้น มีกฎหมายและกฎเกณฑ์ให้การดำเนินงานของธุรกิจต้องคำนึงถึงจริยธรรมมากขึ้น

3) มีความหลากหลายทางด้านแรงงาน (Workforce Diversity) ทั้งเพศ เชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม คนพิการ และผู้ด้อยความสามารถด้านต่าง ๆ แนวโน้มของคนงานจะมีอายุสูงขึ้น มีการอพยพของแรงงานระหว่างประเทศมากขึ้น การกีดกันผู้หญิงหรือคนบางกลุ่ม (Glass Ceiling) จะลดลง

4) ผู้บริหารจะมีความเป็นผู้ประกอบการมากขึ้น (Entrepreneurship) ผู้บริหารยุคใหม่จะต้องทราบกระบวนการที่จะเริ่มต้นธุรกิจใหม่โดยศึกษาโอกาสจากสิ่งแวดล้อม มีความคิดใหม่ ๆ ที่จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ บริการ หรือวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ และมีความสามารถในการปรับตัว ยืดหยุ่นเพื่อให้องค์การประสบการณ์ความสำเร็จและเจริญก้าวหน้าไปตลอด

5) มีการจัดการรูปแบบ E-business (Electronic Business) ซึ่งเป็นรูปแบบต่าง ๆ ที่ธุรกิจซื้อขายแลกเปลี่ยนหรือทำธุกรรม 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) ผู้บริหารยุคปัจจุบันจะต้องเชี่ยวชาญกับสิ่งแวดล้อมและความรู้ใหม่ ๆ ที่พัฒนาไปตลอดเวลา จึงต้องศึกษา ติดตาม เพื่อพัฒนาความรู้ของตน ในขณะที่ องค์การในยุคศตวรรษที่ 21 ที่ต้องมีความสามารถในการเรียนรู้และตอบสนองความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วทันการณ์ ผู้บริหารในองค์การแห่งการเรียนรู้ยังต้องถ่ายทอดความรู้ให้แก่พนักงาน สนับสนุนส่งเสริมให้พนักงานพัฒนาความรู้เพื่อให้องค์กรอยู่รอดและเจริญเติบโตไปได้เสมอ แม้ สิ่งแวดล้อมจะเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะใดก็ตาม

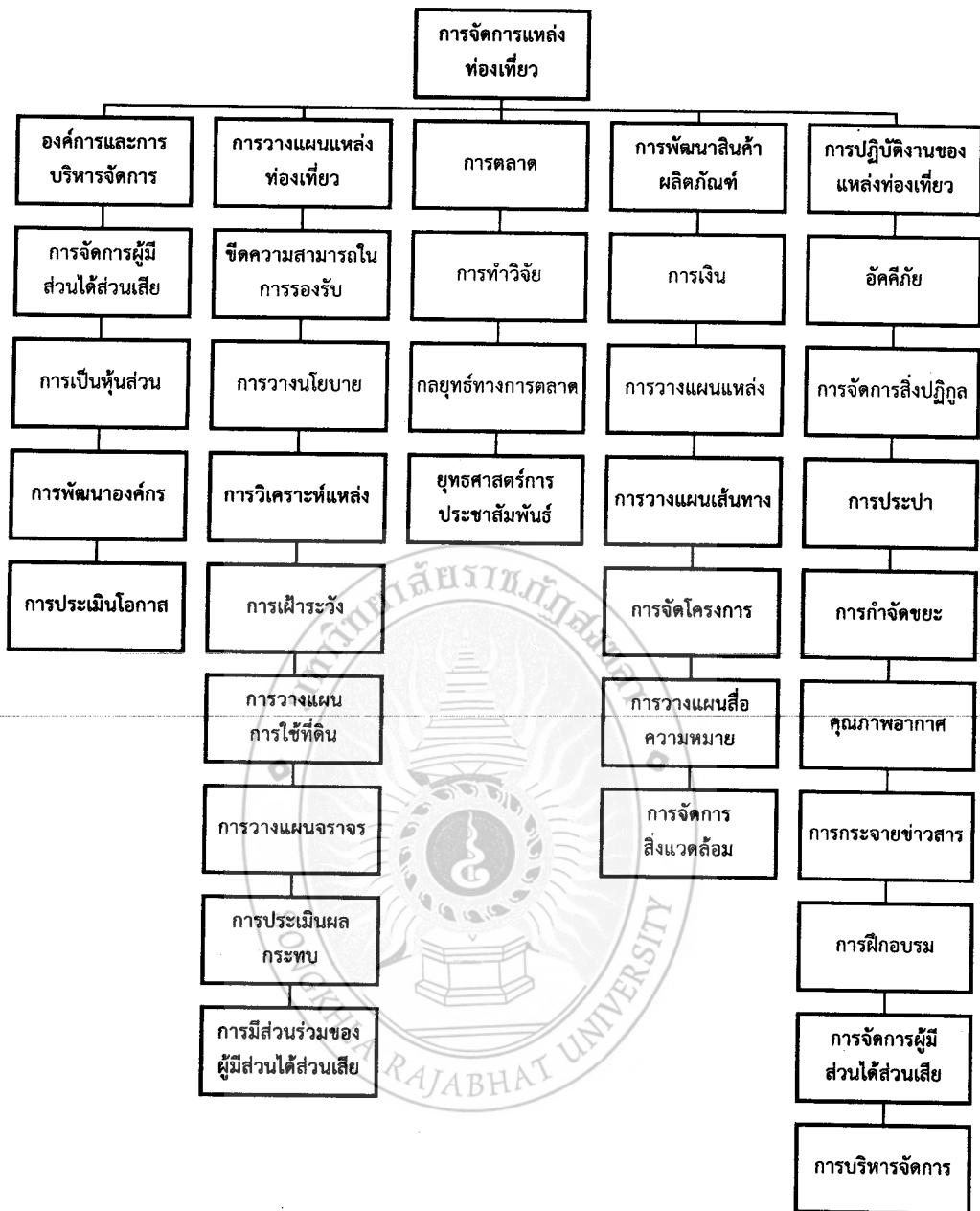
7) การจัดการเชิงคุณภาพ (Quality Management) ในสภากาณฑ์ ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต การแข่งขันของธุรกิจที่ความรุนแรงมากขึ้น ผู้บริโภคจะมีสิทธิเลือก ซื้อสินค้าจากผู้ขายที่ให้สินค้าที่มีคุณค่า หรือคุณภาพมากที่สุด การจัดการด้านคุณภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น จึงเป็นความจำเป็นของธุรกิจ การบริหารคุณภาพโดยรวม (Total Quality Management หรือ TQM) นับเป็นแนวคิดที่ได้รับความนิยมสูงมาก เพราะว่า TQM มีปรัชญาการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องโดยมุ่งตอบสนองความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

5. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5.1 รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่ดี เป็นหลักประกันความสำเร็จของการท่องเที่ยวทั้งในเมือง และชนบท โดยคำนึงถึงชุมชนเจ้าของท้องถิ่น สิ่งแวดล้อม และนักท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549) ซึ่งจะนำไปสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพโดยหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวที่ดี ซึ่งประกอบไปด้วย

- 1) การมีองค์กรและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ
 - 2) มีการวางแผนในด้านกายภาพและด้านสังคมของแหล่งท่องเที่ยว
 - 3) ให้ความสำคัญเรื่องการตลาด
 - 4) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาสินค้าเพื่อให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและให้เหมาะสมกับประเภทและลักษณะของทรัพยากร
 - 5) ให้ความเอาใจใส่กับการวางแผนและการบริหารจัดการ
- ซึ่งสามารถสรุปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้ตามภาพประกอบ 1 ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แสดงรูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549)

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

ต่างประเทศ และผู้คนในท้องถิ่นซึ่งได้ใช้แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการของนักท่องเที่ยวร่วมกัน (UN-WTO, 2002) ขณะที่การตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสิงหนาที่เรียกว่าระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) โดยสามารถอธิบายได้ดังตาราง 5 ดังนี้ (นราวดี บัววัฒน์, 2556)

ตาราง 5 แสดงระบบการท่องเที่ยว

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

ที่มา : UN-WTO (2002)

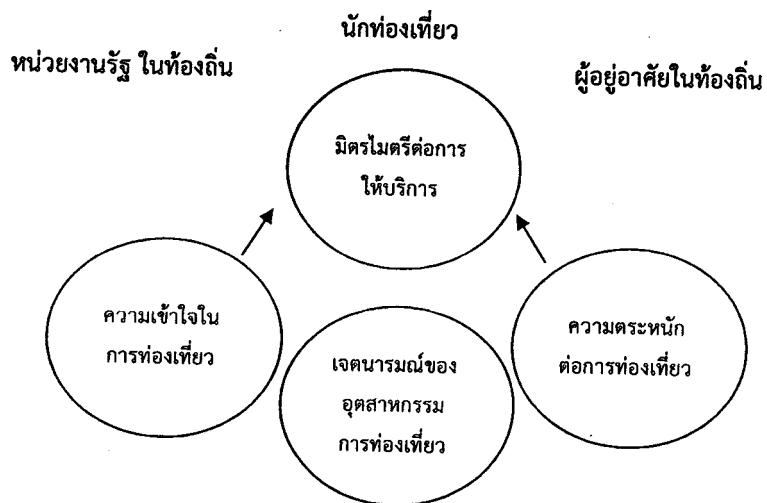
อย่างไรก็ตามการวางแผนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยวนั้น นักวางแผนต้องให้ความสำคัญต่อสินค้าการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน การยอมรับจากภาคีที่เกี่ยวข้อง และสามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับต่าง ๆ ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก ได้เสนอกรอบแนวคิดการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว (Destination Management Planning) เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว ชุมชน ผู้ประกอบธุรกิจ และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยกรอบแนวคิดดังกล่าวช่วยให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถแข่งขันได้ เพิ่มความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวสร้างความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม สร้างความร่วมมืออย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถสรุปตามภาพประกอบ 2 ดังนี้



ภาพประกอบ 2 แสดงแนวคิดการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก UN-WTO (2007)

บทบาทของภาคีที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญต่อกระบวนการวางแผนด้านการจัดการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสนับสนุนในการทำความเข้าใจต่อวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว (Keler, 2011) ซึ่งภาคีที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวแล้ว ยังรวมถึงผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่หน่วยงานของรัฐในห้องถีนและผู้แทนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งบทบาทของภาคีที่เกี่ยวข้องประกอบด้วยการสร้างความเข้าใจและการตระหนักรู้ถึงการท่องเที่ยวในห้องถีน และการสร้างเจตนาرمณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ตามภาพประกอบ 3 ดังนี้

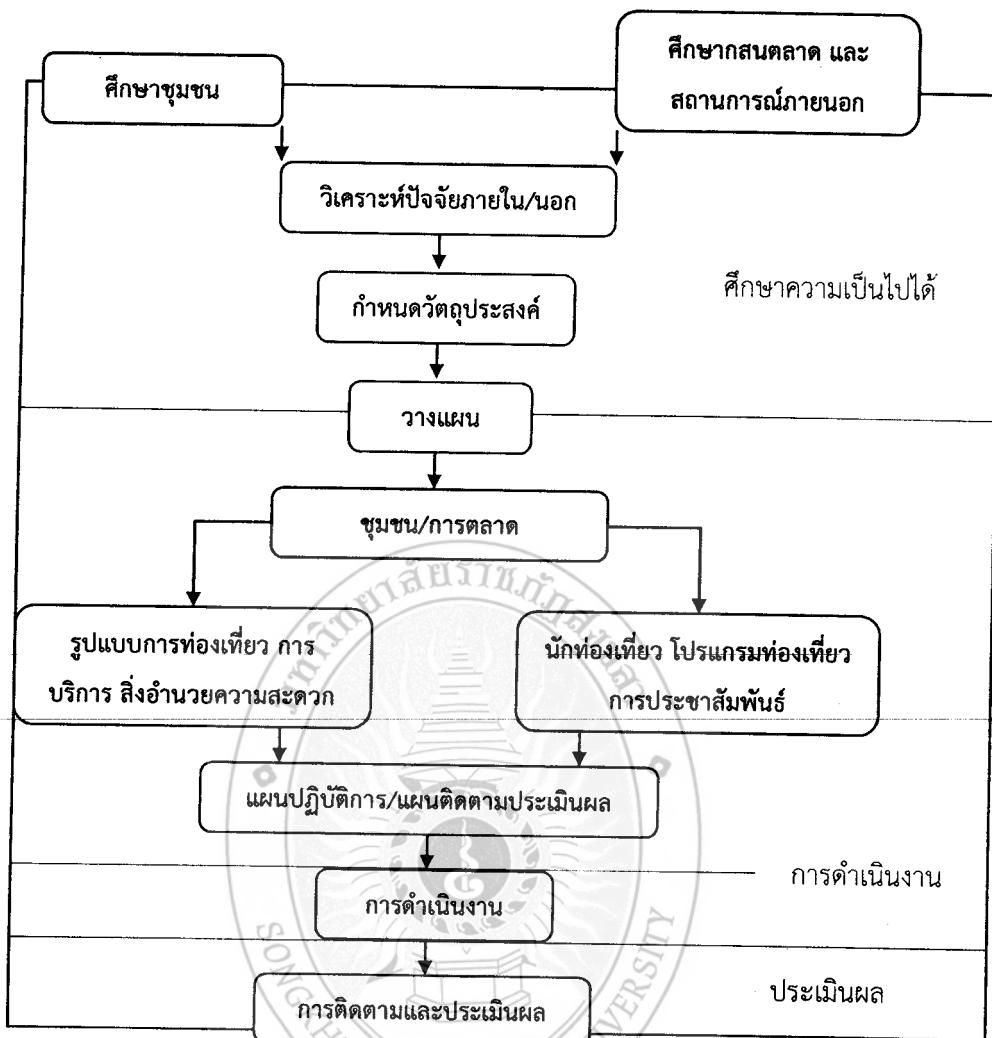


ภาพประกอบ 3 แสดงบทบาทของภาคีที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว
ที่มา : ดัดแปลงมาจาก Keler (2011)

กระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นเป็นองค์ประกอบสำคัญในกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่ง (Besson, 2007) ได้แนะนำว่าเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากกระบวนการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม พื้นที่จะต้องพิจารณาถึงประเด็นที่สำคัญในการดำเนินการร่วมกันภายใต้องค์กร ซึ่งประกอบด้วย

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

ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีความเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพราะชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากรและทรัพยากรเหล่านั้นได้รับการอนุรักษ์และฟื้นฟูไว้โดยชุมชน โดยที่วัฒนธรรมเป็นสินค้าด้านการท่องเที่ยวที่ชุมชนต่าง ๆ ได้นำมาจัดการให้เกิดเป็นรูปของการท่องเที่ยว ดังนั้นกระบวนการสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการวางแผน โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ในส่วนของการเตรียมความพร้อม และการเตรียมความพร้อมด้านการตลาด โดยแสดงในภาพประกอบ 4 ดังนี้ (พจนา สนวศรี, 2546)



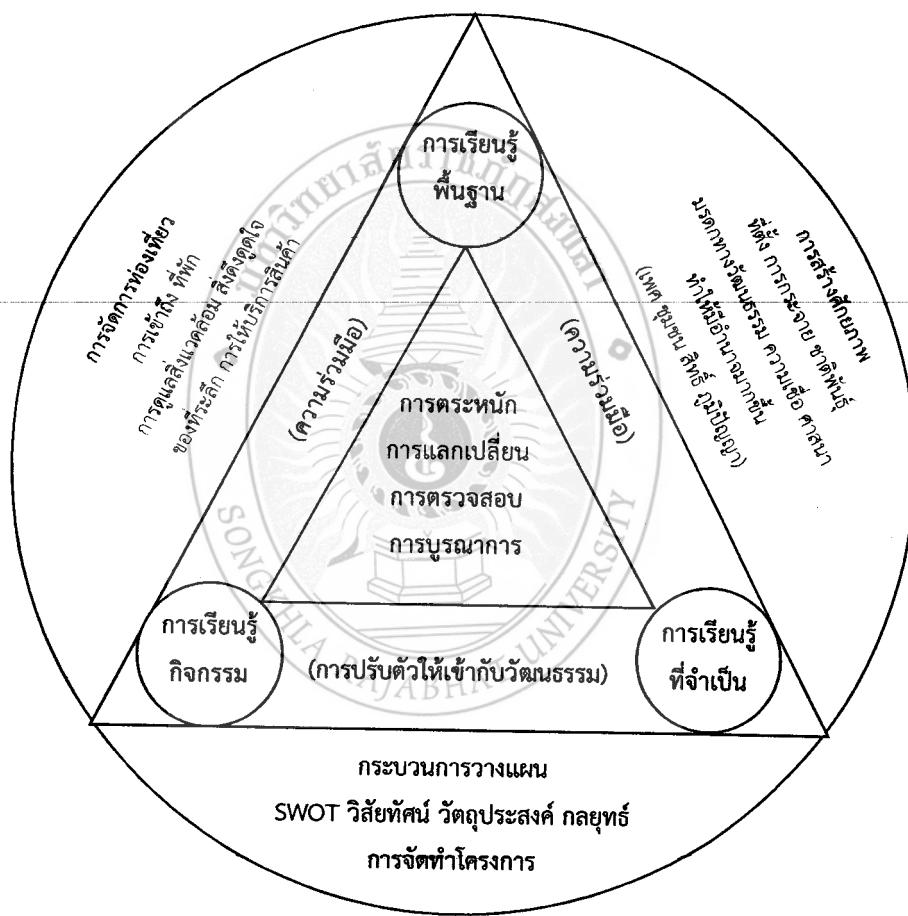
ภาพประกอบ 4 แสดงกระบวนการวางแผนด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ที่มา : ตัดแปลงมาจาก พจนานุสรณ์ สถาบันราชภัฏมหาสารคาม (2546)

การใช้การควบคุมต้นทุนทางปัญญา เป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยนำมาใช้เพื่อส่งเสริมความรู้ทางปัญญา ซึ่งเริ่มจากการกำหนดวิสัยทัศน์ วัตถุประสงค์ และกลยุทธ์ เพื่อให้โครงการประสบความสำเร็จ ชุมชนจะต้องรวมความรู้ที่ได้มาระหว่างการทำงานและการทำกิจกรรม (การเรียนรู้กิจกรรม) และองค์ความรู้ที่จำเป็นสำหรับชีวิตประจำวัน (การเรียนรู้ที่จำเป็น) เพื่อที่จะทำให้กลุ่มความรู้มีความสมบูรณ์เพิ่มมากขึ้น องค์ความรู้ทั้งหมดถูกรวบรวมผ่านกระบวนการ translate แปลงแปลงประสบการณ์ การพิสูจน์ และการบูรณาการ ซึ่งเป็นสิ่งที่มีประโยชน์ต่อชุมชน และถูกใช้ในการวางแผนและดำเนินการโครงการ องค์ความรู้ที่สำคัญซึ่งอาจมีอยู่แล้วแต่ต้อง

เพิ่มพูนองค์ความรู้ รวมถึงการสังเกตกิจกรรมต่าง ๆ การได้ประสบการณ์ศึกษาจากตำรา ภูมิปัญญา ท้องถิ่น การฝึกปฏิบัติจริงการ การอธิบาย และการปรึกษาหารือ การเรียนรู้หรือเทคนิคใหม่ที่สำคัญโดยทั่วไปรวมถึงการเรียนรู้ผ่านการแลกเปลี่ยนระหว่างบุคคล การวิจารณ์ เวทีกลุ่มย่อย การระดมสมอง การเรียนรู้ระบบ การประชุม การบรรยาย การฝึกอบรม การสัมมนา การให้คำแนะนำได้การจัดการการเปลี่ยนแปลง การวิเคราะห์การทบทวนวรรณกรรมและการประเมินผลรายละเอียดตามภาพประกอบ 5 ด้านนี้ (ประพิร์พร อักษรศรี, 2553)

รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน



ภาพประกอบ 5 รูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน

ที่มา : ดัดแปลงมาจาก ประพิร์พร อักษรศรี (2553)

5.2 ผลกระทบต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม มีปัจจัยที่เข้ามีส่วนสำคัญส่งผลให้สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ สืบทอดหรือได้รับความเสียหายจากการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยนั้นก็คือ สภาพแวดล้อม มนติชัย รวมถึง การจัดการต่าง ๆ ซึ่งจากการศึกษาของ M. Li et al (2007 อ้างถึงใน นราวดี บัววัญ, 2556) โดย การสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในเมือง จำนวน 120 ตัวอย่าง พบร่วมกัน 43 ของนักท่องเที่ยว ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางมรดกโลกมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยอาจไม่ได้ตระหนักถึงสิ่งที่สแลบซับซ้อนที่มรดกโลกตั้งอยู่ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกโลกมักจะถูกมองว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าที่จะต้องไปเยี่ยมชมให้ได้ ถือเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยี่ยมชม นอกจากนี้การจัดการที่ถือเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการจัดการทางมรดกวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการทางมรดกทางวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยวทั้งคงตัวและหลักเหตุผล (McKercher et al, 2005) นอกจากนี้มรดกทางวัฒนธรรมอาจจะถูกนำไปใช้ในทางพาณิชย์ และการคอร์ปชั่นซึ่งขึ้นอยู่กับการนิยามความหมายของการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกนั้น ๆ (M. Li et al, 2008 อ้างถึงใน นราวดี บัววัญ, 2556) ซึ่งความขัดแย้งระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นหลักฐานทางแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นมรดกกับสถานะของมรดกโลกซึ่งขึ้นอยู่กับการระบุคุณค่าและความเป็นเอกภาพของพื้นที่นั้น (WHC, 2005) ซึ่งจากการศึกษาการพัฒนาท่องเที่ยวในแหล่งมรดกโลกในประเทศไทย (Li et al, 2008) พบร่วมกัน เมื่อแหล่งท่องเที่ยวได้รับความนิยมและมีนักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดผลกระทบต่าง ๆ ตามมา อาทิ ปัญหาจราจรจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว ปัญหารื่องงบประมาณที่จะนำมาบำรุงรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด มีประสิทธิภาพ และปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งในการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล มีการเก็บค่าเข้าเยี่ยมชมต่ำกว่าปกติ จึงทำให้มีงบประมาณไม่เพียงพอในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับ Davies and Cahill (2000) ได้อธิบายถึงผลกระทบต่อวัฒนธรรมจากการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยสรุปไว้ว่าการท่องเที่ยวทำให้ความสวยงาม รวมถึงเสน่ห์ต่าง ๆ ของสถานที่ท่องเที่ยวลดลง เพราะมีการก่อสร้างบดบังความสวยงามหรืออาจไปทำลายสภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยวได้ อีกทั้งยังเป็นการสร้างมลพิษในชุมชน รวมถึงเป็นการทำให้คนงานในภาระนั้นสิ่งต่าง ๆ ลดลงอีกด้วย ผลกระทบทางด้านสังคมและวัฒนธรรมนั้น แบ่งออกเป็นผลกระทบทางบวกและทางลบ ดังนี้

5.2.1 ผลกระทบทางบวก

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

5.2.2 ผลกระทบทางลบ

- 1) ในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อาจมีการดื่มเหล้า เล่นการพนัน หรือมัวสุมอย่างมุขอื่น ๆ จนอาจสร้างปัญหาให้กับคนในชุมชน
- 2) อาจเกิดปัญหาอาชญากรรม ยาเสพติด โสเกนีเพิ่มมากขึ้น
- 3) อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตที่ไม่ต้องการ
- 4) อาจเกิดผลกระทบทางด้านภาษาและวัฒนธรรม
- 5) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอาจส่งผลให้เกิดการแทรกที่ตั้งถิ่นฐาน
- 6) อาจเกิดการเปลี่ยนแปลงทางประเพณีวัฒนธรรมในทางลบ
- 7) ครอบครัวแตกแยก
- 8) ห้องถินอาจถูกตัดออกจากทรัพยากรธรรมชาติ
- 9) อาจทำให้สังคมขยายออกเป็นกลุ่มใหม่ๆ
- 10) อาจทำให้ความสัมพันธ์กับธรรมชาติ การเมือง และสาธารณสุขด้อยลง

จากแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ก่อให้เกิดผลกระทบต่อชุมชนและสังคมทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งจากการวิจัยของ ชูสิทธิ์ ชูชาติ และคณะ (2544) ที่ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตลุ่มแม่น้ำวัง ผลการศึกษาพบว่าการท่องเที่ยวอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนทั้งทางบวกและทางลบ ซึ่งด้านบวก ได้แก่ ทำให้เกิดการรื้อฟื้นวัฒนธรรมชุมชน เพื่อตึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชม มีการกระจายรายได้เกิดขึ้นในชุมชนจากนักท่องเที่ยว ส่วนผลกระทบในทางลบ ได้แก่ อาจทำให้ชาวบ้านในชุมชนมองเห็นเงินมากกว่ามิตรภาพที่ดีต่อ นักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณีวรรณ ผิวนิม และปรารถนา จันทรุพันธ์ (2546) ที่ทำ

การวิจัยเรื่อง ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชีวิตชุมชน กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำตั้งลิ่งชัน มีผลกระทบต่อชุมชนทั้งสองทั้งในด้านบวกและด้านลบ ซึ่งผลในด้านบวกนั้นก่อให้เกิดการจ้างงานสร้างรายได้ให้กับสมาชิกภายในชุมชนซึ่งมีผลทางเศรษฐกิจ มีการปรับปรุงพื้นที่และสาธารณูปโภคในชุมชนให้ดีขึ้น ส่งผลให้วัฒนธรรมภายในชุมชนเป็นไปในทางบวก นั่นก็คือรุกษุนให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรม กิจกรรมต่าง ๆ ทางวัฒนธรรม รวมไปถึงความภาคภูมิใจในท้องถิ่น ส่วนผลกระทบในด้านลบนั้นอาจก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ทำให้เกิดปัญหาแออัดของการคมนาคม เกิดปัญหาน้ำเน่าเสีย ปัญหาปลพิษทางอากาศ

สรุปได้ว่าผลกระทบด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นกับชุมชน มีทั้งในด้านบวกและด้านลบ ดังนั้นผู้นำชุมชนและประชาชนในชุมชนควรให้ความสำคัญในการบริหารจัดการและวางแผนการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามสถานการณ์ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อเป็นการเตรียมพร้อมรับผลกระทบในด้านบวกให้เกิดประโยชน์กับชุมชนอย่างยั่งยืนที่สุด ในขณะเดียวกันก็ต้องเตรียมการป้องกันและแก้ไขปัญหาซึ่งอาจเกิดขึ้นและเป็นผลกระทบด้านลบให้มีผลกระทบน้อยที่สุด

6. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว

แนวคิดการมีการส่วนร่วมของประชาชน (People's Participation) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ที่มุ่งเน้นคนเป็นสำคัญมากกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจ และได้มีความพยายามเปลี่ยนแปลงในการพัฒนา จากระดับบนลงล่าง (Top-down) มาเป็นจากระดับล่างขึ้นบน (Bottom - up) ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดรับกับแนวคิดของ Oakley (1984) ที่ได้กล่าวไว้ว่า แนวทางจากระดับล่างขึ้นบนนี้ เกี่ยวข้องอย่างยิ่งกับแนวคิดของการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งเป็นสิ่งที่ขาดหายไปในกระบวนการพัฒนา

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 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกประเภท ควรจะต้องประสานแผนพัฒนาร่วมกัน และมีการวางแผนพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาล ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด และยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ละประเภทในพื้นที่จังหวัดนั้น ๆ โดยการประสานแผนพัฒนาอาจมอบให้องค์กรบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายเป็นหน่วยดำเนินการและใช้โครงสร้างองค์กรประสานแผนพัฒนาเดิม กำหนดไว้แล้วตามระเบียบกระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการจัดทำและประสานแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมีการจัดโครงสร้างการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ

2) การจัดทำเครือข่ายศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีการสร้างเครือข่ายศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ใกล้เคียงหรือพื้นที่จังหวัดเดียวกัน โดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ระบบอินเตอร์เน็ต ระบบดาวเทียม เป็นต้น

3) การสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว องค์กรปกครองท้องถิ่นในพื้นที่ใกล้เคียง ในพื้นที่จังหวัดหรือกลุ่มจังหวัดเดียวกันมีการสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวให้เป็นระบบครบวงจร เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

4) การจัดทำกิจกรรมสาธารณะร่วมกัน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรแสวงหาแนวทางในการจัดทำบริการสาธารณะ การปรับปรุงพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน ทั้งนี้เพื่อเป็นการประหยัดงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้คุ้มค่า และลดความซ้ำซ้อน โดยการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่กำลังเจริญเติบโตและมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถทำรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ นอกจากนี้ยังส่งผลให้เกิดการสร้างงาน เป็นการกระจายรายได้จากส่วนกลางสู่ส่วนภูมิภาคและท้องถิ่น ทั้งทางตรงและทางอ้อม จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและสนับสนุน ชุมชน ในท้องถิ่นมีบทบาทหน้าที่และส่วนร่วมในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อม

ตลอดจนมีความรู้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน ภายใต้การประสานการดำเนินงานโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกประเภทในพื้นที่

สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นส่วนสำคัญในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้มีความยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของประกอบศิริ ภักดีพินิจ (2545) ซึ่งศึกษาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนกว้าง พยายา ผลการศึกษาพบว่าประเดิมการมีส่วนร่วมของประชาชน มีความสนใจที่จะเข้ามามีส่วนร่วมในด้านการวางแผน ไปร่วมดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวดังนั้น หากพื้นที่ได้มีแนวคิดในการที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ก็จำเป็นจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น เพื่อส่งผลต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และจากการศึกษาของพรพรรณ เปเล่ปเล่ (2545) เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาดน้ำตลิ่งชัน ผลการศึกษาพบว่า สิ่งที่โดดเด่นในการพัฒนา คือการพัฒนาที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยได้มีการตั้งประชาคมตลาดน้ำ เพื่อเป็นองค์กรที่จะเข้ามาขับเคลื่อนและบริหารจัดการตลาดน้ำ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ รุ่งพิพิธ ว่องปฏิการ (2547) ได้เสนอว่าการท่องเที่ยวได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่และต่อเนื่องตั้งแต่เริ่มแรก ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่นอย่างแท้จริง โดยประโยชน์ในที่นี้รวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทน

7. บริบทพื้นที่ศึกษา ตำบลเข้าขาว อําเภอละจุ จังหวัดสตูล

7.1 สภาพทั่วไป

7.1.1 ประวัติความเป็นมาของตำบลเข้าขาว

ในอดีตกลามีต้นนานเลาวะบริเวณตำบลเข้าขาวและตำบลน้ำผุด อําเภอละจุ จังหวัดสตูล เป็นดินแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติดินและน้ำ เปรียบเสมือนดินแดนอุ่นหัวอุ่น้ำเยยที่เดียว จึงมีประชากรจำนวน 2 คน ยกทัพทำสังคมสู้รบกันเพื่อแข่งชิงดินแดนบริเวณดังกล่าวนี้ แต่หังสองไม่สามารถเอาชนะกันได้ จึงได้ทำพิธี “ตอละ” (แปลว่า “เลิก” ซึ่งเป็นภาษา马来ย়) หรือหย่าทัพนั้นเอง และทอกลงแบ่งพื้นที่ดังกล่าวเป็นสองส่วน คือตอละเหนือหรือตำบลน้ำผุด ในปัจจุบัน และตอละใต้หรือตำบลเข้าขาวในปัจจุบัน จากนั้นทั้งสองก็ไม่เคยสู้รบกันอีกเลย ต่อมาเนื่องหรือตำบลน้ำผุดมีชื่อสารัญเดิมชื่อนายแหลบ ซึ่งต่อมามาได้บรรดาศักดิ์เป็นหมื่นสนิท เป็นผู้ปกครองคนแรก ส่วนตอละใต้หรือตำบลเข้าขาวในปัจจุบันมีชื่อวิริมย์ เดิมชื่อนายพอม นกเงยม เป็นผู้ปกครองคนแรก ต่อมามาเมื่อประมาณปี พ.ศ. 2483 นายเอ็ง ตั้งคำ ดำรงตำแหน่งกำนันในขณะนั้นได้เปลี่ยนชื่อจากตำบลตอละให้เป็นตำบลเข้าขาวและใช้ชื่อดังกล่าวมาจนถึงปัจจุบัน เหตุที่

เปลี่ยนซึ่งอาจเป็นพระทางพิศตะวันตกของตำบลเข้ามีภูเขาขนาดใหญ่และที่บริเวณหน้าผาของยอดภูเขาดังกล่าวมีสีขาวประกายให้เห็นเด่นชัด และบนยอดภูเขาดังกล่าวมีบ่อน้ำอยู่บ่อหนึ่งซึ่งเล่าขานกันว่าน้ำไม่เคยแห้งขาดและเป็นที่สถิตอยู่ของ “ทวดโต๊ะเข้าขาว” ซึ่งสมัยโบราณชาวบ้านต่างนับถือกันมากและพาภันบุษบานบานศาลกล่าวขอความช่วยเหลือเรื่อยมา ปัจจุบันประชาชนตั้งถิ่นฐานรวมกันเป็นชุมชนบริเวณสองฝั่งของถนนสายลหุ - นางแก้ว ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการลัญจรไปมา และมีบางส่วนที่แยกตัวไปสร้างบ้านเรือนตามลำพังอยู่ในสวนซึ่งเป็นที่ดินของตนเองดำเนินชีวิตเรียบง่ายแบบชาวบ้านชนบทภายใต้วัฒนธรรมแบบอิสลาม โดยมีมัสยิดหรือสุหร่าเป็นศูนย์กลางรวมจิตใจของชุมชน ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลามคิดเป็นร้อยละ 95 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

7.1.2 สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม บางส่วนเป็นที่เนินสูง เช่น บ้านบ่อหินสภาพพื้นดินโดยทั่วไปเป็นดินร่วน ดินเหนียว มีลำคลองใหญ่และเล็กหลายสาย เช่น คลองลະ眷 คลองลາจุหຸນ คลองลำปารோด และมีหนองน้ำอีกหลายแห่ง ในฤดูฝนมีน้ำท่วมขังในพื้นที่ ราชภูมิส่วนใหญ่มีอาชีพทางด้านเกษตรกรรม โดยเฉพาะการทำนา ทำสวนยางพารา ทำสวนผลไม้ และปลูกผักต่าง ๆ เพื่อขายในจังหวัดและต่างจังหวัด ส่วนการคมนาคมใช้ทางบกเพียงทางเดียว

7.1.3 ที่ดัง

ตำบลเข้าขาว ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอละเอีย ระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร และห่างจากจังหวัดสตูลประมาณ 60 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 39 ตารางกิโลเมตร หรือ 24,471 ไร่

7.1.4 อาณาเขต

ทิศเหนือ ติดต่อกับตำบลกำแพงและบ้านลานเสือ ตำบลน้ำผุด อำเภอละเอีย จังหวัดสตูล

ทิศตะวันออก ติดต่อกับตำบลละเอีย อำเภอละเอีย จังหวัดสตูล และตำบลนิคมพัฒนา อำเภอเมือง จังหวัดสตูล

ทิศใต้ ติดต่อกับตำบลละเอีย อำเภอละเอีย จังหวัดสตูล

ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลกำแพง บ้านทุ่งเสเม็ด ตำบลกำแพง อำเภอละเอีย จังหวัดสตูล

7.1.5 ประชากร

ประชากรในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลเข้าขาวมีทั้งสิ้น 6,478 คน แยกเป็นชาย 3,245 คนและหญิง 3,233 คน มีความหนาแน่น เฉลี่ย 164 คน/ตารางกิโลเมตร แยกรายละเวย์ตามตาราง 6 ดังนี้

ตาราง 6 แสดงจำนวนประชากร ตำบลเข้าขาว 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
บ้านบ่อทิน หมู่ที่ 3	520	874	886	1,760
บ้านนาข่าเหนือ หมู่ที่ 4	171	346	340	686
บ้านดาวคำ หมู่ที่ 5	224	447	434	881
บ้านทุ่งเกาะปาบ หมู่ที่ 6	273	483	458	971
บ้านนาข่าใต้ หมู่ที่ 7	115	212	221	433
รวม	1,793	3,245	3,233	6,478

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลเข้าขาว (2561)

7.1.6 ทรัพยากรธรรมชาติ

ทรัพยากรธรรมชาติที่พบว่ามีหอยลายชนิด เช่น แรร่าตุ โดยแรร่าตุที่ขุดพบ คือ พลวง และตะกั่วแต่ยังไม่มีการขุดในเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้มีป่าไม้นานาพันธุ์ในบริเวณนี้ มีทั้งไม้สูงงามและไม้เนื้อแข็ง เช่น ไม้สว่างคำ ไม้มากพลูตักแตน เป็นต้น สัตว์น้ำมีเฉพาะสัตว์น้ำจืด เพราะไม่มีพื้นที่ติดทะเล

7.2 โครงสร้างพื้นฐาน

7.2.1 การคมนาคม

ประชาชนใช้การจราจรทางบกเป็นสำคัญ โดยเฉพาะถนนทางหลวงชนบท หมายเลข 3007 ถนนสายละงู - นางแก้ว ซึ่งเป็นถนนเชื่อมระหว่างอำเภอละงู กับอำเภอเข้าขาว จังหวัดสตูล นอกจากยังมีถนนทางหลวงชนบทที่ใช้ในเดินทางติดต่อภายนอกพื้นที่อีก จำนวน 5 สาย คือ

- 1) สายบ้านเกาะแกล-บ้านหัวគวน
- 2) สายบ้านเกาะแกล-บ้านหาญ
- 3) สายบ้านดาวคำ-บ้านนาข่า
- 4) สายบ้านเกาะเปลว-สามต่อละ
- 5) สายบ้านบ่อทิน-บ้านทุ่งเกาะปาบ

7.2.2 แหล่งน้ำ

- 1) คลองละงู เป็นธรรมชาติไหลมาจากตําบลน้ำผุดไหลผ่านหมู่ที่ 4, 5, 6 และ 7 ขององค์การบริหารส่วนตําบลเข้ามาเป็นคลองที่มีน้ำไหลผ่านตลอดปี
- 2) คลองลำตอละและลำจุหุง เป็นคลองตามธรรมชาติในช่วงแล้งน้ำจะแห้งไม่พอใช้สำหรับการเกษตร
- 3) หนองพรุบุหลัง เป็นหนองน้ำธรรมชาติมีเนื้อที่ประมาณ 16 ไร่ ใช้สำหรับเลี้ยงปลาและการเกษตร
- 4) ฝายน้ำลัน มี 4 แห่ง
- 5) บ่อน้ำตัน มี 450 บ่อ
- 6) บ่อขนาด มี 35 บ่อ
- 7) บ่อโโยก มี 43 บ่อ

7.2.3 การไฟฟ้า

ประชาชนมีไฟฟ้าใช้ครอบคลุมทุกริเวอร์

7.2.4 การโทรคมนาคม

ประชาชนในพื้นที่นิยมใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ แต่ยังมีโทรศัพท์สาธารณะให้บริการอีกจำนวน 6 แห่ง

7.3 ด้านเศรษฐกิจ

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

7.4 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตําบลเข้ามา เช่น ทรัพยากรป่าไม้ ป่าเข้ามา-ควบคุณทั้ง มีเนื้อที่ลุ่มพอ ไม่ใช่เขียว เป็นต้น สำหรับปัญหาลักษณะด้านสิ่งแวดล้อมประสบปัญหาอยู่บ้าง เนื่องจากมีผู้ประกอบการมาตั้งโรงงานไม่พินและโรงงานคัดแยกทรัพย์ในเขตพื้นที่ จึงส่งผลกระทบต่อคุณภาพของน้ำในคลองละงูและคุณภาพอากาศในละแวกโรงงาน

สถานที่ท่องเที่ยว

ถ้ำวังคราม ตั้งอยู่บ้านหาญ หมู่ที่ 2 ตําบลเข้ามา นับเป็นถ้ำที่สวยงามมากถ้าหนึ่ง ปัจจุบัน มีการก่อสร้างถนนลาดยางจนถึงบริเวณถ้ำวังคราม และหนองพรุบุหลัง มีการก่อสร้างถนนคอนกรีตเสริมเหล็กรอบ ๆ เพื่อเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจและออกกำลังกาย

7.5 ด้านสังคม

7.5.1 ด้านการศึกษา มีสถานศึกษาอยู่ 5 แห่ง ดังนี้

- 1) โรงเรียนบ้านหาญ
- 2) โรงเรียนบ้านบ่อหิน
- 3) โรงเรียนบ้านคาดลำ (โรงเรียนโครงการขยายโอกาสทางการศึกษา)
- 4) โรงเรียนบ้านนาข่า
- 5) ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนตำบลเข้าขาว

7.5.2 การพัฒนาเด็กเล็ก มีศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก 3 แห่ง ดังนี้

- 1) ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านบ่อหิน
- 2) ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กบ้านทุ่งเกาะปาน
- 3) ศูนย์พัฒนาเด็กก่ออ่อนแกลนท์ในมัสยิดนูรูลมูบิน

7.5.3 ด้านศาสนา มีมัสยิด จำนวน 7 แห่ง

- 1) มัสยิดบ้านหนองแบก
- 2) มัสยิดญาเมื่อภูภันยีบิน
- 3) มัสยิดบ้านบ่อหิน
- 4) มัสยิดอี้ยะชาน
- 5) มัสยิดญาเมื่อหลือคิวน
- 6) มัสยิดนูรูลมูบิน
- 7) มัสยิดมิฟต้าฮุดดีน

7.6 ชนบทรวมเนียมประเพณี

การติดต่อสื่อสารใช้ภาษาไทยกลางและภาษาไทยถิ่นใต้ และภาษาลາຍท้องถิ่นด้วยกิจกรรมที่ปราภูต่อเนื่อง เช่น การแข่งขันกีฬาประจำตำบล กีฬาเยาวชน ส่วนการละเล่นอื่น ๆ ไม่ค่อยปราภูให้เห็นเด่นชัด ส่วนประเพณีที่สำคัญที่ยึดถือปฏิบัติที่สืบทอดกันมา ได้แก่ ประเพณีการแต่งงาน ประเพณีเข้าสูนัต ประเพณีวัน hairy รายอ วันเมลิดิ เทศกาลถือศีลอดในเดือนرمฎอน การเลี้ยงทำบุญต่าง ๆ (นูหรี) เพื่อเป็นการอุทิศส่วนกุศลให้แก่บรรพบุรุษที่เสียชีวิตไปแล้วและเป็นการสร้างบุญกุศลของผู้ประกอบกิจกรรมดังกล่าว

7.7 การสาธารณสุข

มีสถานพยาบาลประจำตำบล 1 แห่ง คือ โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลเข้าขาว โดยให้บริการด้านส่งเสริมสุขภาพแก่ประชาชนในพื้นที่ตำบลเข้าขาว

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งค่อนข้างจะได้ทำการประมวลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการสังเคราะห์เพื่อนำไปสู่การเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าข่าว อำเภอละจุ่ง จังหวัดสตูล ได้ดังนี้

8.1 งานวิจัยเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยว

สายชล พฤกษณ์ (2550) ได้วิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนโดยชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษาบ้านป่าข้าวหลาม ตำบลกือดซัง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการสอบถาม สังเกตแบบมีส่วนร่วม สนทนากลุ่มและบันทึกภาพผลการวิจัยพบว่า จุดแข็งของการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน คือ ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ ป่าไม้ กลุ่มชาติพันธุ์กระเหรี่ยง ความสวยงามของลำน้ำแม่แตง และการล่องแพตามแก่งทินต่าง ๆ ที่มีความดีเด่นและสนุกสนาน และเป็นสิ่งที่ดึงดูดความสนใจ จากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ประกอบกับความเจียบสงบนของหมู่บ้าน การคงอยู่ของวิถีชีวิต แบบดั้งเดิมและความมีมีตรีจิตของชาวบ้าน จุดอ่อน คือการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมประเพณีบางอย่าง เช่น การแต่งกาย การสร้างบ้านเรือนที่ทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกทางถนนทางอย่าง รวมถึงการเปลี่ยนแปลงการนับถือศาสนาจากการเชื่อตั้งเดิมที่เป็นเอกลักษณ์เป็นการนับถือศาสนาคริสต์ ประกอบกับการขาดความสามัคคีของชาวบ้าน ความไม่เกรงตื่นร้อน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวและขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โอกาส คือ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ศึกษาวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชนผ่านรวมถึงการท่องเที่ยวแบบผจญภัย หากยิ่งขึ้น ประกอบกับการขยายตัวของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่และภาคในประเทศไทย รวมถึงรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย อุปสรรค คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ไม่สนับสนุนให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวรวมทั้ง ขาดการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงาน

เอกลักษณ์ ทองเสมียน (2550) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาน้ำตกเก้าโจน ตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ผ่านมา ควบคู่กับการศึกษาภูมิหลัง ความรู้ ความเข้าใจ ปัญหาอุปสรรคของชุมชนที่อยู่ในพื้นที่ ใช้วิธีการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบร้า การจัดการท่องเที่ยวของน้ำตกเก้าโจน

เริ่มเมื่อประมาณ 7 ปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบด้านห้องเที่ยว เชิงนิเวศทั้ง 4 ด้านได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรม และด้านองค์กร มีชุมชนเป็นผู้จัดการห้องเที่ยว ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการห้องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับมาก พbmีปัญหาอุปสรรคในการมีส่วนร่วม 6 ด้าน คือ 1) ชุมชนคิดว่าการศึกษาพื้นที่ควรเป็นหน้าที่ของหน่วยงานอื่น 2) กลุ่มผู้นำคิดว่าการวางแผนควรเป็นหน้าที่ของผู้นำท่านนั้น 3) ชุมชนไม่เคยทำการติดตามและประเมินผลมา ก่อน 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 และแนวทางมีส่วนร่วมของชุมชนที่นำเสนอ มีด้วยกัน 8 ข้อ คือ 1) ชุมชนครอมมีส่วนร่วมในการศึกษาพื้นที่ 2) ครอมมีส่วนร่วมในการวางแผนมากขึ้น 3) เพิ่มกิจกรรมเชิงนิเวศ 4) ผู้มีส่วนรับผลประโยชน์ครอมมีมากขึ้น 5) ครอมมีการติดตามและประเมินผลการจัดการห้องเที่ยว 6) ครอมมีส่วนร่วมทุกด้านกับหน่วยงานที่เข้ามา 7) ครอมมีกรรมการที่มาจากชาวบ้านกลุ่มนี้ ๆ และ 8) ครอมทำความเข้าใจร่วมกันเพื่อสร้างความร่วมมือในชุมชน

ดุษณี ชาวนา และคณะ (2551) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการห้องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านผาแตก ตำบลลบเปิง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ด้านการห้องเที่ยวของหมู่บ้านผาแตกและสถานการณ์ห้องเที่ยวโดยชุมชนของจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อร่วบรวมองค์ความรู้ภูมิปัญญาห้องถินและศักยภาพของชุมชนในการกำหนดรูปแบบของการห้องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน และเพื่อศึกษาระบวนการการจัดการห้องเที่ยว โดยชุมชนบ้านผาแตก เครื่องมือที่ใช้เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยว่า 1) ชาวบ้านมีประสบการณ์เกี่ยวกับการห้องเที่ยวก่อนการพัฒนา ซึ่งสถานการณ์การห้องเที่ยวที่ผ่านมาได้เกิดปัญหาจากการจัดการ เนื่องจากขาดความรู้และความเข้าใจเรื่องการห้องเที่ยวที่ถูกต้อง ตลอดจนขาดทักษะในการจัดการและมีเจตคติในเชิงลบต่อการห้องเที่ยวจึงทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการ ผลกระทบที่เกิดขึ้น ชุมชนเป็นผู้ถูกกระทำ ทั้งจากนักท่องเที่ยวที่มองชุมชนเป็นของแปลก ขยายมูลฝอยที่นักท่องเที่ยวนำเข้ามาหรือจากหน่วยงานบางหน่วยงานที่เข้ามาเพื่อหวังผลงานเพียงเล็กน้อยก็ตาม 2) ผลการดำเนินงาน พบร่วมกับการห้องเที่ยวโดยชุมชนจะยั่งยืนได้

ต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมมือกันจัดการทรัพยากรของตนเองที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดแก่ระบบبيئةและความสัมพันธ์ทางสังคม วิถีชีวิตของคนในชุมชน ทั้งโภชณ์ การอนุรักษ์ และพื้นฟู ซึ่งควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทุกขั้นตอน มีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม แนวทางการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวต้องสอดคล้องกับศักยภาพของชุมชนทั้งทางพื้นที่และทางสังคมของชุมชน และ 3) การท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนและคนในชุมชนได้ โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้และการพัฒนาทักษะต่าง ๆ ตามวิธีการที่กล่าวถึงข้างต้นคือฯปลูกฝัง ค่ายฯ ซึ่งชับตามกาลเวลา

รัชนีวรรณ บุญอนนท์ (2553) ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม : กรณีศึกษาวัดวังพระธาตุ ตำบลไตรตรีวงศ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมของวัดวังพระธาตุ และ 3) เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมของวัดวังพระธาตุ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ จำนวน 15 คน การสนทนากลุ่มย่อยภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ จำนวน 15 คน และจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ จำนวน 17 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า สภาพการบริหารจัดการท่องเที่ยวของวัดวังพระธาตุ ตำบลไตรตรีวงศ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร ทั้ง 5 ด้าน ได้แต่ ด้านกายภาพ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการจำกัดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนความคิดเห็นของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมของวัดวังพระธาตุในรูปแบบบูรณาการร่วมกันระหว่างชุมชน ห้องถิน องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ และรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมของวัดวังพระธาตุ พบร่วมกับบุรีบุรีทองวัดวังพระธาตุ คือ รูปแบบ “นครไตรตรีวงศ์”

นิสารัตน์ จุลาวงศ์ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิง

เกษตรล่องเรือชุมส่วนเลี้ยบคลองมหาสวัสดิ์ ศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผลการวิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชุมส่วนเลี้ยบคลองมหาสวัสดิ์มีกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 กระบวนการ คือ การวางแผน การจัดสายงาน การดำเนินงาน และการควบคุมการดำเนินงาน โดยมีองค์ประกอบที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน 5 ประการ ได้แก่ ทุนทางบุคคล ทุนทางสังคม ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ ทุนทางวัฒนธรรมและทุนภายนอก จากการวิจัยสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแห่งนั้น มาจากส่วนร่วมของชุมชน การมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละ และมีวิสัยทัศน์ ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกัน ของคนในชุมชน และการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนต่อไป

วันสาด ศรีสุวรรณ (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) เพื่อศึกษาวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำตาปี 2) เพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี และ 3) เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี มีการเก็บข้อมูลเอกสารและข้อมูลภาคสนาม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ แบบสังเกต และแบบสนทนากลุ่ม เก็บข้อมูลภาคสนาม ในเขตพื้นที่ลุ่มน้ำตาปี จำนวน 8 ตำบล เป็นเวลา 2 ปี ตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2549 ถึงเดือนสิงหาคม 2551 โดยการสัมภาษณ์ การสังเกต และการสนทนากลุ่มจากผู้รู้ จำนวน 90 คน ผู้ปฏิบัติ จำนวน 120 คน และผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 160 คน นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องด้วยวิธีการแบบสามเสวีเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายที่ตั้งไว้ และนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบพรäsentation ผลการวิจัยพบว่า วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนลุ่มน้ำตาปี มีอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ กลุ่มชาติพันธุ์ ภาษา วรรณกรรม การละเล่นพื้นบ้าน ศาสนา พิธีกรรมและความเชื่อ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ชนบธรรมเนียม ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสภาพภูมิประเทศทางธรรมชาติ แนวทางการจัดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปีประกอบด้วย 1) รณรงค์สร้างจิตสำนึกของคนในชุมชนให้มีความรู้สึกในการเป็นเจ้าของ มีความรับผิดชอบร่วมกันในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ความสะอาดของสถานที่ และความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว 2) สร้างคุณค่าให้แก่ชุมชน โดยร่วมกับศึกษาค้นคว้าหาสิ่งที่ดีและมีประโยชน์เพื่อนำมาจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งความมืออาชีวศิลป์ของชุมชน 3) มีการวางแผน ความรับผิดชอบร่วมกันในการดำเนินงานและการแบ่งปันผลประโยชน์ และ 4) จัดเตรียมความพร้อม

ด้านโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ด้านศูนย์ข้อมูล เส้นทางการท่องเที่ยว ด้านอาหาร เครื่องดื่ม ห้องน้ำ จุดชมวิว การสื่อสาร และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ประกอบกิจกรรม การท่องเที่ยว ด้านรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี เป็นการบริหารจัดการในรูปของคณะกรรมการระดับตำบลร่วมกันพัฒนา โดยเลือกตั้งจากสมาชิกของชุมชนการท่องเที่ยวในพื้นที่ ก่อตั้งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการส่วนร่วมของชุมชนจะประสบความสำเร็จได้ ก็ต่อเมื่อ 1) ชุมชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและร่วมมือดำเนินการอย่างจริงจังและต่อเนื่อง 2) ชุมชนต้องรักและหวงแหนวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น 3) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต้องได้รับการยอมรับและเป็นส่วนหนึ่งของแผนการพัฒนาขององค์การบริหารส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ 4) องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นและรัฐบาลต้องมีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสนับสนุนงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และ 5) ผู้มีส่วนร่วมในการจัดและพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างเป็นธรรม โดยสรุป การดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนลุ่มน้ำตาปีเป็นการดำเนินงานที่เป็นประโยชน์แก่ชุมชน ทั้งในแง่อาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนทั้งในชุมชนและนอกชุมชนตลอดจนเป็นการสร้างความสามัคคีของคนในชุมชนและเผยแพร่ขนบธรรมเนียมประเพณีความดงามของธรรมชาติ และภูมิปัญญาท้องถิ่น สมควรที่ภาครัฐและภาคเอกชนจะร่วมมือให้การสนับสนุนให้การดำเนินงานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนลุ่มน้ำตาปีเริ่มก้าวหน้าและยั่งยืนต่อไป

จุฑารณ์ ทองเพ็ง (2554) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา ในครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเชิงปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา จำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจุดเริ่มต้นของการเดินทาง ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรวรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธรวรารามวรวิหาร มีระดับความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณวัดโสธ

วรรณวิหาร มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธราราม วรวิหาร ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม สูงที่สุด ผลการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรารามวรวิหาร จังหวัดฉะเชิงเทรา พบร้า นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ ระดับการศึกษา อช.พ และรายได้เฉลี่ยต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรารามวรวิหารแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางมาท่องเที่ยว และจุดเริ่มต้นของการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดโสธรารามวรวิหารไม่แตกต่างกัน

นราดี บัววัญ (2556) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองแท อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ในการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการของตลาดน้ำคลองแทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม รวมถึงเสนอแนะรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่คลองแท การดำเนินการวิจัยเป็นแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการศึกษาปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการตลาดน้ำ คลองแทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสำรวจการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ระดับบุคคล และการสัมภาษณ์กลุ่ม โดยมีเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสำรวจ แบบสังเกต และแนวคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและความสัมพันธ์ของข้อมูลเพื่อสรุปและตีความ รวมทั้งการใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 470 คน ในการวิเคราะห์โดยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยและองค์ประกอบของการจัดการตลาดน้ำคลองแทเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประกอบด้วย 7 ด้าน คือ 1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 2) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 3) บริการท่องเที่ยว 4) การส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีคำถามชัดเจนขององค์ประกอบสูงสุด คือ 11.538 5) การมีส่วนร่วม 6) กระบวนการสิ่งแวดล้อม และ 7) องค์กรในการดำเนินงาน นอกจากนี้ในส่วนของรูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับบริบทของคลองแทนั้นความมีองค์กรการจัดการในลักษณะประชาคมตลาดน้ำคลองแท ซึ่งประกอบด้วยทุกภาคีที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของคลองแท โดยมีการทำหนดเป้าหมาย การวางแผน เพื่อนำไปสู่การจัดการตลาดน้ำคลองแทที่มุ่งเน้นการสร้างเอกลักษณ์ด้านวัฒนธรรม และวิถีชีวิทที่สอดคล้องกับบริบทของคลองแท ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมและการบูรณาการ การสร้าง

ความร่วมมือกับภาคที่มีส่วนเกี่ยวข้องในสังคมฯเครือข่าย โดยใช้ตลาดน้ำคลองแหน่งกลุ่มหรือในการจัดการเพื่อพัฒนาและเชื่อมโยง เส้นทางท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ใกล้เคียง

รภพ วงศ์รอด (2557) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเกี่ยวกับศักยภาพชุมชนและแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเน้นการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและองค์กรท้องถิ่น มีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) คือ ผู้บริหารและสมาชิกสภาท้องถิ่น กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ประธานสภาวัฒนธรรม ครู และนักเรียน และผู้นำชุมชน ใช้แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) การจัดประชุม การอบรม เอกภูมิปัญญา การจัดเวทีประชาคม การศึกษาดูงาน และนำร่องกิจกรรมการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทั้ง 3 แห่ง มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีแหล่งเรียนรู้ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตกลุ่มชาติพันธุ์ ชนบ河流域เนียมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ชุมชน ด้านการจัดการท่องเที่ยวมีการพัฒนาแหล่งเรียนรู้ที่มีอยู่เดิม และพัฒนาแหล่งเรียนรู้ใหม่ มีการตระหนักรถึงคุณค่า สร้างจิตสำนึกการจัดการทุนและทรัพยากรในชุมชน การสืบสานวัฒนธรรมประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ชุมชนต้นแบบในการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การอบรมการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กิจกรรมเรียนรู้ การจัดการวัฒนธรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ส่วนแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม ได้จัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ค้นหาศักยภาพ การระดมความคิด การจัดตั้งคณะกรรมการ ประสานร่วมมือกับเครือข่ายเชิงพื้นที่และเชิงประเด็น มีการจัดระบบข้อมูลข่าวสาร การจัดการทรัพยากร การพัฒนาแหล่งการเรียนรู้ จัดกิจกรรมนำร่องการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การจัดทำแผนพัฒนาชุมชนวัฒนธรรม จัดระบบข้อมูลด้านวัฒนธรรมพื้นบ้าน การจัดตั้งกองทุนชุมชนวัฒนธรรม การจัดตั้งคณะกรรมการชุมชนวัฒนธรรมที่ประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องภายในชุมชน

สตี เสริฐศรี (2557) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคน อำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนคลองโคนจังหวัดสมุทรสงคราม ในบริบทของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 2) เพื่อศึกษาระบวนการจัดการท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม 3) เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและการจัดการการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม สู่ความยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานและเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากชาวบ้านในชุมชนคลองโคน จำนวน

361 ชุด มีการสัมภาษณ์บุคลากรหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสรุปประเด็นจากการสัมภาษณ์ และมีการอภิปรายผล ผลจากการศึกษา พบว่า 1) อัตถักษณ์ของชุมชนคลองโคนมีอัตถักษณ์ 3 ประการ ได้แก่ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาข้านานที่เก่าแก่ มีวิถีชีวิตริมแม่น้ำ มีป้าขายเล่นที่อุดมสมบูรณ์ 2) กระบวนการจัดการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ได้แก่ ขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่และส่งเสริมให้ชุมชนคลองโคนเป็นศูนย์การเรียนรู้ผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมปลูกป่าชายเลน กิจกรรมนั่งเรือชมวิถีชีวิตริมแม่น้ำ กิจกรรมพายเรือคายัคและกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ กิจกรรมถีบกระดานเก็บหอยแครง กิจกรรมล่องเรือให้อาหารสัตว์ห้องถิน 3) แนวทางการพัฒนาและการจัดการท่องเที่ยวของชุมชนคลองโคน ได้แก่ ให้ความสำคัญในการอนุรักษ์ป่าชายเลนของชุมชน ปลูกฝังชาวบ้านให้มีจิตสำนึกรักในการอนุรักษ์ นำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนให้มีความสุข

กนกเกล้า แก้วกงล้า และคณะ (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของนครชัยบุรินทร์ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อการศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนครชัยบุรินทร์ 2) เพื่อศึกษาพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนครชัยบุรินทร์ และ 3) การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนครชัยบุรินทร์ โดยดำเนินการวิจัยแบบสมวิธีเป็นรูปแบบผสมผสานทั้งการวิจัยด้วยวิธีเชิงปริมาณ โดยประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนครชัยบุรินทร์ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพที่ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการท่องเที่ยว จำนวน 18 ท่าน ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวของนครชัยบุรินทร์อย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 1) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านคุณค่าของการเป็นแหล่งท่องเที่ยว 3) ด้านการประชาสัมพันธ์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านชีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ 5) ด้านความปลอดภัย 6) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 7) ด้านความพร้อมของคนในชุมชนที่มีต่อการท่องเที่ยว ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายที่จะนำไปประยุกต์ใช้ต้องมีการพิจารณาให้เหมาะสมกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ตั้งไว้ รวมทั้งสอดคล้องกับสถานการณ์ในขณะนี้ เพื่อให้เกิดความมีประสิทธิผลมากที่สุด ในการทำประโยชน์ให้กับประชาชน สังคม และประเทศชาติต่อไป

8.2 งานวิจัยเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว

จุฑามาศ คงสวัสดิ์ (2550) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในบริเวณเมืองโบราณอู่ทอง และศึกษาถึงระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง ของเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุน้อยกว่า หรือเท่ากับ 20 ปีที่จำนวนมากที่สุด การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี นักเรียนนักศึกษามีจำนวนมากที่สุด ส่วนใหญ่ไม่เคยมาท่องเที่ยว การเดินทางครั้งนี้เป็นครั้งแรก และเดินทางมาจากภาคกลาง ประเภทกลุ่มเดินทางคือมา กับกลุ่มเพื่อน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะในการเดินทาง และตัดสินใจท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากสื่อประชาสัมพันธ์ที่เป็นการแนะนำจากเพื่อนมากที่สุด 2) นักท่องเที่ยวเห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบร่วมอยู่ในระดับมากจำนวน 5 ด้าน โดยเรียงจากลำดับมากไปหาน้อย ดังนี้คือ ด้านบริการ ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการเดินทาง ด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ตามลำดับ และสุดท้ายมีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง คือด้านการประชาสัมพันธ์ การทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) เจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่และมัคคุเทศก์ มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอู่ทอง โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้งหมด 5 ด้าน โดยเรียงจากมากไปหาน้อยดังนี้คือ ด้านกายภาพหรือภูมิทัศน์ ด้านความปลอดภัย ด้านการให้ข้อมูลมีส่วนร่วม ด้านแหล่งเรียนรู้ และด้านความสะดวกหรือบริการพื้นฐาน

ธนธรณ์ ศรีสวัสดิ์ (2552) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตคลองลังชั้น กรุงเทพมหานคร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม ในระดับมาก แต่มีความต้องการให้ทางตลาดน้ำข้ายা�ยพื้นที่สำหรับจอดรถเพิ่มขึ้น ส่วนแนวทางในการพัฒนาตลาด

น้ำคลองลัดมะยม เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร ได้ข้อเสนอ แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำคลองลัดมะยม เขตคลองสาน กรุงเทพมหานคร 4 แนวทาง ได้แก่ 1) แนวทางพัฒนาชีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว 2) แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว 3) แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว 4) แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

บุติพงษ์ บัวทอง (2553) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ ตำบลปราสาทสิทธิ์ อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะด้านกายภาพของพื้นที่ตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา ศึกษาแนวทางการพัฒนาตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพผลการวิจัยพบว่าลักษณะด้านกายภาพของพื้นที่ตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ มีศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากสภาพพื้นที่ มีทรัพยากรทางกายภาพสูง มีความสมบูรณ์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมการดำเนินชีวิตของชาวบ้าน มีเทศบาลประเพณีต่าง ๆ รวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น สถาปัตยกรรมที่อยู่อาศัยจะสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยว มีทำเลที่ตั้งเหมาะสมและอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวบริเวณจังหวัดใกล้เคียง ในพื้นที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งในด้านสาธารณูปโภคและการคมนาคมที่สะดวกในการเข้าถึงพื้นที่ การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา ประชาชนมีความพร้อมในการร่วมมือในการพัฒนาตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง แนวทางการพัฒนาเริ่มจากการสร้างความเข้มแข็งในชุมชนมีติร่วมกันในการทำงาน ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาของพื้นที่ในด้านจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำมาพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้นทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ และพัฒนาวิธีการทำงาน มีการคิดปฏิบัติ ประเมินผลเพื่อให้เกิดการสรุปการทำงานในแนวทางเดียวกันในด้านการท่องเที่ยว อธิบายให้ชุมชนได้รู้ว่าตนมีทรัพยากรอะไรบ้าง ที่ก่อประโยชน์ในด้านการท่องเที่ยว เพื่อตระหนักรู้คุณค่าในทรัพยากรที่มีอยู่และรู้สึกวิธีการรักษาทรัพยากรนั้น ๆ รวมถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในกระบวนการพัฒนาเพื่อพัฒนาตลาดน้ำวัดปราสาทสิทธิ์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอยู่ในระดับสูงเทียบเท่าตลาดน้ำดำเนินสะดวกและตลาดน้ำอัมพวา ที่อยู่ในระดับสากล

พรพิพิญ กิจเจริญไฟศาลา (2553) ได้วิจัยเรื่อง การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวออยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวออยในจังหวัดปทุมธานี และเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ในด้านทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง

วัฒนธรรมมอญ ความคิดเห็นของภาคเอกชน ภาคประชาชน และนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนถึงพฤติกรรมและทัศนคติของนักท่องเที่ยว เครื่องมือที่ใช้โดยมีรายการตรวจสอบทรัพยากร แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง โดยเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโองอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโคก ตลอดจนด้านประเพณี เทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เส้าหงส์ลงตลาด และวิถี ชีวิตของชุมชนชาวมอญได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์และ ถ่ายทอดภูมิปัญญาและองค์ความรู้ ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยว ของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนน และพัฒนาเส้นทาง การเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยว ให้เชื่อมโยงถึงกันตลอดจนพัฒนาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ

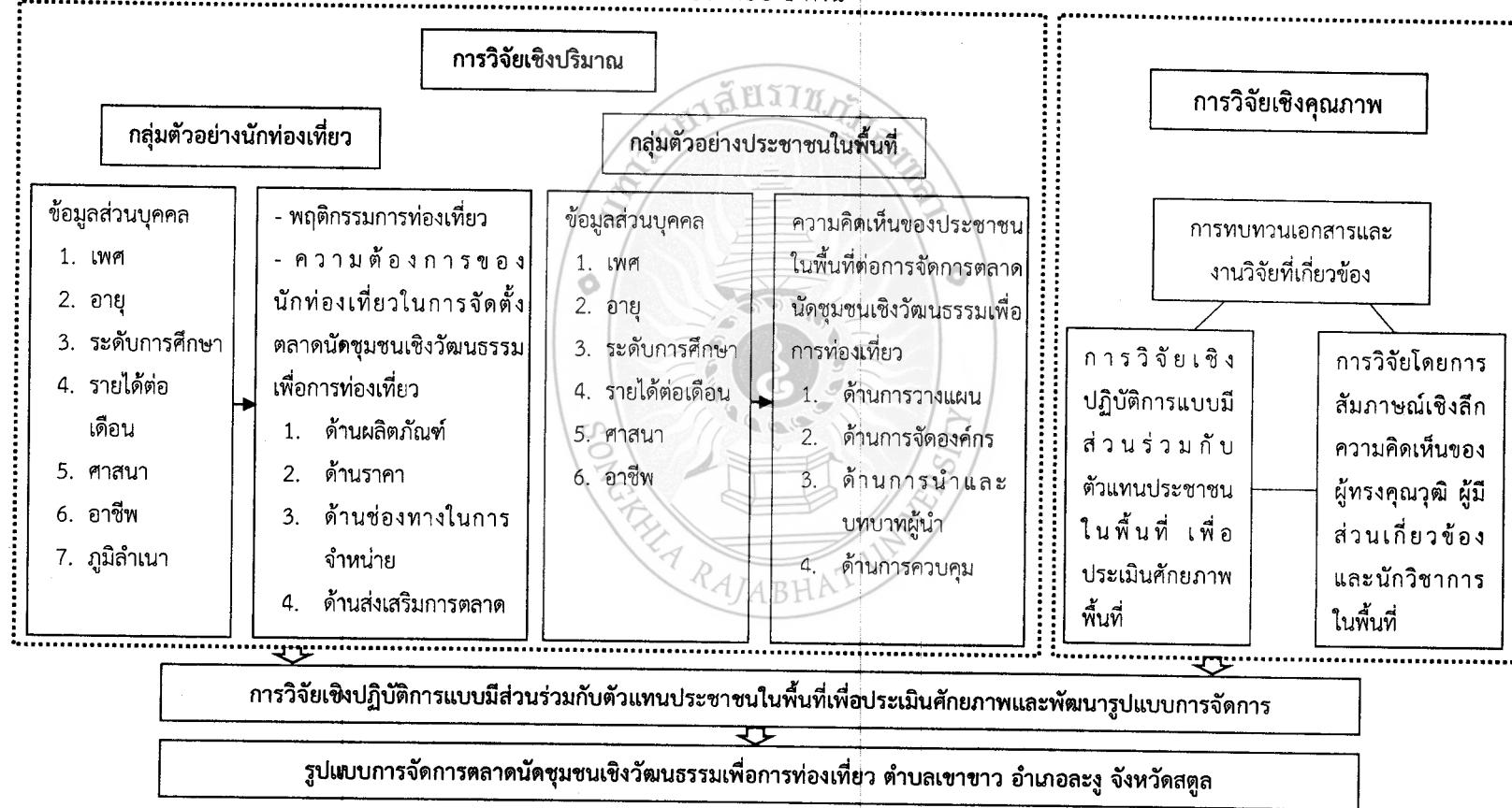
นรินทร์ สังข์รักษा (2555) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน อุปาริษัต จังหวัดราชบุรี วัดถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวในอุปาริษัต จังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของ ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอุปาริษัต จังหวัดราชบุรี และ 3) ศึกษาแนวทางการ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในอุปาริษัต จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีการ วิจัยแบบผสมผสานวิธี ผลการวิจัยพบว่า 1) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรเพศกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ นักท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน ส่วนการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ของแรงจูงใจในการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ การศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันอย่างมี นัยสำคัญที่ระดับ 0.5 ตามลำดับ 2) ความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในภาพรวม อยู่ในระดับมาก การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรเพศกับความคิดเห็นในการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 ส่วนการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวของความคิดเห็นในการจัดการ การ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ ระยะเวลาในการทำงาน และการศึกษา มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ตามลำดับ 3) แนวทางการส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 2 องค์ประกอบ คือ 1) แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการวิเคราะห์ส่วนชาด ในปัญหาและข้อเสนอแนะของผู้เกี่ยวข้อง การพัฒนาแบบค่อยเป็นค่อยไปตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียง การมีผู้นำที่เข้มแข็ง เสียสละและจิตอุทิศ การมีส่วนร่วมของชุมชน ในลักษณะของ “บาร์” ได้แก่ บ้าน วัด โรงเรียน และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้โดยเด่น 2) หน่วยงานภาครัฐประกอบด้วย การสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวก สาธารณูปโภค การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร การประชาสัมพันธ์และการจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง



9. กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ สามารถแสดงรายละเอียดได้ในภาพประกอบ 1 ดังนี้



ภาพประกอบ 6 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : สังเคราะห์โดยคณะผู้วิจัย (2561)

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบล
เขาขาว อำเภอละงุ จังหวัดสตูล เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research)
กล่าวคือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ควบคู่กับการวิจัยเชิงคุณภาพ
(Qualitative Method) เพื่อให้ได้รายละเอียดที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย
2 วิธีการหลัก ได้แก่

- 1) การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Research) เป็นการศึกษาจากหนังสือ บทความ รายงาน งานวิจัย และสิ่งพิมพ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านการจัดการตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงุ จังหวัดสตูล จากแหล่งข้อมูลที่เข้าถึงได้
- 2) การศึกษาภาคสนาม (Field Research) เป็นศึกษาด้วยวิธีการเก็บข้อมูลโดยการใช้แบบสอบถาม การประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก จากกลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการในพื้นที่ เกี่ยวกับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงุ จังหวัดสตูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้แบ่งประชากรออกเป็น 3 กลุ่มตามวิธีการศึกษา ดังนี้

- 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดสตูล ในกรณีให้ข้อมูลด้วยการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว อำเภอละงุ จังหวัดสตูล
- 2) กลุ่มประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว อำเภอละงุ จังหวัดสตูล ในกรณีให้ข้อมูลด้วยการตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และกลุ่มตัวแทนประชาชนในการร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ร่วมกับนักวิจัย ในการร่วมกันค้นหาศักยภาพของชุมชน การพัฒนารูปแบบการจัดการและการร่วมตัดสินใจ เลือกรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงุ จังหวัดสตูล

3) กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่ ในการให้ข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับรูปแบบการจัดการตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

1.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แบ่งออกตามกลุ่มประชากรในการวิจัย ทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดสตูล 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 จำนวนทั้ง 400 คน

2) กลุ่มประชาชนในพื้นที่ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยแบ่งเป็น การเก็บข้อมูลวิจัยใน 2 ลักษณะ ได้แก่

2.1) ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยสุ่มตัวอย่างจากประชาชนในพื้นที่ตำบลเข้าหา อำเภอ ละมู จังหวัดสตูล ในปี พ.ศ. 2560 จำนวน 6,478 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลเข้าหา, 2557) และใช้วิธีการสุ่มของ Yamane (1973) โดยได้กำหนดความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดระหว่างค่าจริงกับค่าประมาณร้อยละ 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

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

$$= 378$$

$$\approx 400$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเพื่อใช้ในการวิจัย คือ 400 กลุ่ม
ตัวอย่าง (คน)

จากนั้น ได้ใช้วิธีเก็บข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Technique) ไปยังกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม จนครบทั้ง 400 คน

2.2) ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling Technique) ซึ่งคัดเลือกจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงของพื้นที่ ในการร่วมกันค้นหาศักยภาพของชุมชนในการพัฒนารูปแบบการจัดการ และการร่วมตัดสินใจเลือกรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 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 ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดสตูล 2) แบบสอบถาม ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ตำบลเข้าข้ำ 3) การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ตำบลเข้าข้ำ และ 4) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ใช้สำหรับเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่ โดยอาศัยแนวความคิดทางทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในการสร้างเครื่องมือ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) บททวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีการจัดการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปของตำบลเข้าข้ำ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2) นำข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมมาสรุป เพื่อกำหนดขอบเขต และเนื้อหาในการสร้างเครื่องมือ เพื่อให้ครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา

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

4) ในส่วนของแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงทั้งเนื้อหาและภาษาไป ทดสอบ (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 คำามเกี่ยวกับลักษณะบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ศาสนา อาชีพ ภูมิลำเนา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและลักษณะของตลาดนัดที่นักท่องเที่ยวต้องการ เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ ได้แก่ ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้ในการตัดสินใจ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว วันและเวลาที่เหมาะสมในการเปิดทำการของตลาด สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในตลาดนัด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เป็นข้อคำถามปลายปิด เพื่อให้เลือกตอบ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านซ่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 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 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะต่อการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 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 เป็นการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับกลุ่มตัวอย่างจากประชาชนในพื้นที่ตำบลเข้าข้าว จำนวน 3 ครั้ง ได้แก่ ครั้งที่ 1 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และร่วมกันค้นหาศักยภาพของชุมชนตำบลเข้าข้าว ครั้งที่ 2 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อรدمความคิดเห็นในการพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และครั้งที่ 3 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อนำเสนอรูปแบบและตัดสินใจเลือกรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเข้าข้าว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

2.3 แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง เป็นข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้แสดงข้อมูล ความคิดเห็น และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีแนวคิดตาม ดังนี้

- 1) สถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดสตูลในปัจจุบัน
- 2) ความพร้อมหรือศักยภาพของชุมชนตำบลเข้าข้าวในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
- 3) ประเด็นที่ต้องเตรียมการรับมือในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าข้าว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ในอนาคต
- 4) รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าข้าว 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

คณะกรรมการวิจัยได้นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ แก้ไขปรับปรุงเพื่อความเหมาะสม และเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และปรับปรุงแก้ไขภาษาและคำนามให้ชัดเจน เข้าใจง่ายสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม และผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งได้รับความอนุเคราะห์จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ 1) ดร.คนุวัศ สุวรรณวงศ์ อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรม

และการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านนโยบายสาธารณะและการวางแผน
2) ดร.ทวีศินธุ์ ตั้งเช่ง อาจารย์ประจำวิทยาลัยนวัตกรรมและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านการจัดการห้องเรียน เช่น 3) ดร.นิจกานต์ หนูอุไร อาจารย์ประจำ
หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
ทักษิณ ซึ่งมีความเชี่ยวชาญทางด้านการตลาด โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

ให้คะแนน +1 เมื่อแนวโน้มวัดได้ตรง

ให้คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจ

ให้คะแนน -1 เมื่อแนวโน้มวัดได้ไม่ตรง

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

เมื่อ	$IOC = \frac{\sum R}{N}$
IOC	หมายถึง ค่าดัชนีความสอดคล้อง
R	หมายถึง คะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
$\sum R$	หมายถึง ผลรวมของคะแนนของผู้เชี่ยวชาญ
N	หมายถึง จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

จากการหาค่าดังกล่าว พบร่วม 1) แบบสอบถามสำหรับนักห้องเรียนที่ใช้ข้อคำถามใน
แบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ขึ้นไป จำนวน 30 ข้อ และต้องปรับแก้ไข
จำนวน 5 ข้อ ซึ่งได้มีการปรับแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป
จำนวน 35 ข้อ 2) แบบสอบถามสำหรับประชาชนในพื้นที่ข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความ
สอดคล้องมากกว่า 0.50 ขึ้นไป จำนวน 29 ข้อ และต้องปรับแก้ไข จำนวน 3 ข้อ ซึ่งได้มีการปรับแก้
ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป จำนวน 32 ข้อ 3) ข้อคำถามใน
แบบสำรวจมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.50 ขึ้นไป ทุกข้อ รวมทั้งสิ้น จำนวน 4 ข้อ และ
นำไปใช้ในการเก็บข้อมูลต่อไป

3.2 การทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น

คณะกรรมการได้นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขจากการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา
โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ไปทดสอบเพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยทดลองเก็บข้อมูลจากกลุ่ม
ตัวอย่างที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา โดยเลือกทดสอบกับนักห้องเรียนและประชาชน
ในเขตพื้นที่ตำบลคลองแวง อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 30 ชุด จากนั้นนำผลที่ได้มาหาค่า

ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีวัดความคงที่ภายใน (The Measure of Internal Consistency) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลfa ของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.97 ถือว่ามีค่าของความเชื่อมั่นอยู่ในระดับเหมาะสม เนื่องจากการวิจัยพื้นฐานความมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.80 (เซาว์ อินไย, 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 ทั้งในส่วนของการจัดทำแบบสอบถาม ประเด็นการประชุมเชิงปฏิบัติการ และแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่ครอบคลุมประเด็นตามกรอบแนวคิดและวิธีการประเมิน

4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินงานในระยะที่ 2 นี้ เป็นการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน และการลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1 การศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดทฤษฎีการบริหารจัดการท่องเที่ยว ข้อมูลทั่วไปของชุมชนตำบลเข้าหา อำเภอละงู จังหวัดสตูล และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4.2.2 การลงพื้นที่เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ตำบลเข้าหา การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ตำบลเข้าหา และการใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่

4.3 การวิเคราะห์ผล สรุปผล อภิปรายผล และการจัดทำรายงานการวิจัย

การดำเนินงานในระยะที่ 3 นี้ เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการการดำเนินงาน 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

หลังจากที่คณาจารย์วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลแล้ว จะนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติ ดังนี้

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

2) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลทั้งหมด คณาจารย์จะได้ทำการรวบรวมข้อมูลทั้งหมด และดำเนินการวิเคราะห์ด้วยการจำแนกประเภทข้อความที่มีลักษณะเหมือนกันและคล้ายคลึงกันให้อยู่ในประเภทเดียวกัน จากนั้นวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลและนำเสนอในรูปของความเรียง

การแปลผลระดับค่าเฉลี่ยที่ได้จากการเก็บข้อมูลทั้งหมด คณาจารย์จะได้ทำการวิเคราะห์ด้วยการจำแนกประเภทข้อความที่มีลักษณะเหมือนกันและคล้ายคลึงกันให้อยู่ในประเภทเดียวกัน จากนั้นวิเคราะห์เนื้อหาของข้อมูลและนำเสนอในรูปของความเรียง

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 ตำบลเข้าหา อำเภอละงุ จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดการตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และเพื่อนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) กล่าวคือ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ควบคู่การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ซึ่งสามารถนำเสนอผลของการวิเคราะห์ข้อมูล เป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงุ จังหวัดสตูล
2. ผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงุ จังหวัดสตูล
3. ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ โดยใช้เทคนิค การวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเข้าหา อำเภอละงุ จังหวัดสตูล
4. ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการ ใน การจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงุ จังหวัดสตูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก
5. การนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงุ จังหวัดสตูล

โดยผลการวิจัยรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงุ จังหวัดสตูล ทั้ง 5 ส่วน สามารถนำเสนอรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

1. ผลการวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงุ 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

จากการ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

เพศ พบร่วงลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.00 และเพศชาย ร้อยละ 42.00

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

ระดับการศึกษา พบร่วงลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.00 รองลงมา มัธยมศึกษาหรือปวช. ร้อยละ 20.50 และน้อยที่สุด คือต่ำกว่าประถมศึกษา ร้อยละ 0.50

รายได้ต่อเดือน พบร่วงลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 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 พบร่วงลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 82.75 รองลงมา คือ ศาสนาพุทธ ร้อยละ 17.25

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

ที่อยู่ปัจจุบัน พบร่วงลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ภายนอกจังหวัดสตูล 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
โทรศัพท์หรือวิทยุ	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*		
ผ้าและผลไม้ตามฤดูกาล	196	16.07

พฤติกรรมการท่องเที่ยวและความคิดเห็น	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 เป็นตลาดนัดที่แสดงถึงวิถีชีวิตรสของคนในท้องถิ่น ร้อยละ 28.78 และเป็นตลาดนัดที่เหมาะสมแก่การพักผ่อนหย่อนใจ และชื่นชมธรรมชาติให้ในเวลาเดียวกัน 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 อำเภอลงทะเบียน จังหวัดสตูล โดยรวมรายด้านและรายข้อ ตาราง 9 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวม ($n=400$)

ความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรม	\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	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์			
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 บรรจุอาหารในกระถางใบตอง	4.14	0.86	มาก
6. สามารถเปลี่ยนหรือสามารถคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่มีคุณภาพได้	3.97	0.98	มาก
รวม	4.18	0.60	มาก

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

ตาราง 11 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยว ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตามด้านราคา จำแนกเป็นรายข้อ

ความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรม ด้านราคา	\bar{X}	SD	ระดับ
1. มีการควบคุมราคาสินค้าที่ เป็นมาตรฐาน	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 พบรความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านราคา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27, SD=0.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยว มีความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว ด้านราคาสูงสุด ในข้อมีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.41, SD=0.73$) รองลงมาคือ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า ($\bar{X} = 4.36, SD=0.74$) และข้อที่กลุ่มนักท่องเที่ยว มีต้องการน้อยที่สุด คือ สามารถต่อรองราคาได้ ($\bar{X} = 4.06, SD=0.89$)

ตาราง 12 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตามเข้ามา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านซึ่งทางในการจัดจำหน่าย จำแนกเป็นรายข้อ

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

จากตาราง 12 พบร่วมกันความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านซึ่งทางในการจัดจำหน่าย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.39$, $SD=0.63$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านซึ่งทางในการจัดจำหน่ายสูงสุดในข้อสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะอาดในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.45$, $SD=0.66$) รองลงมาคือ สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย ($\bar{X} = 4.45$, $SD=0.71$) และข้อที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการน้อยที่สุดคือ มีป้ายบอกทางไปยังสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 4.32$, $SD=0.80$)

ตาราง 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความต้องการ ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอลงทะเบ จังหวัดสตูล ด้านส่งเสริมการตลาด จำแนกเป็นรายข้อ

ความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านส่งเสริมการตลาด			
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. มีการตกแต่งและออกแบบสถาปัตยกรรมภายนอกตลาดที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น เช่น การตกแต่งด้วยวัว หรือผ้าพื้นเมือง เป็นต้น	4.00	0.94	มาก
5. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เช่น การทำเกษตรอินทรีย์ การดำเนินการปลูกพืชผักปลอดสารพิษ	4.18	0.86	มาก
6. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การทำอาหารหรือขนม	4.11	0.91	มาก
รวม	4.11	0.72	มาก

จากตาราง 13 พบร้าความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$, $SD=0.72$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด สูงสุดในข้อมีการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดฯ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ($\bar{X}=4.34$, $SD=0.82$) รองลงมาคือมีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เช่น การทำเกษตรอินทรีย์ การดำเนินการปลูกพืชผักปลอดสารพิษ ($\bar{X}=4.18$, $SD=0.86$) และข้อที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการน้อยที่สุด คือมีการตกแต่งและออกแบบสถาปัตยกรรมภายนอกตลาดที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น เช่น การตกแต่งด้วยวัว หรือผ้าพื้นเมือง ($\bar{X}=4.00$, $SD=0.94$)

2. ผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละเอีย 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

จากการ 14 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของประชาชนในพื้นที่ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร ได้ดังนี้

เพศ พบร่วม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.25 และเพศหญิง ร้อยละ 48.75

อายุ พบร่วม 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 พบร่วม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ร้อยละ 29.00 รองลงมา ประถมศึกษา ร้อยละ 28.00 และน้อยที่สุด คือ ปริญญาโทหรือสูงกว่า ร้อยละ 1.25

รายได้ต่อเดือน พบร่วม 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 พบร่วม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 92.50 รองลงมา คือ ศาสนาพุทธ ร้อยละ 7.50

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

ส่วนที่ 2 ระดับความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าขาง 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 พบร้า 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. ชุมชนเข้าข่าวคราวมีการประเมินศักยภาพชุมชนและวางแผนการ ท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.21	0.76	มาก
2. ชุมชนเข้าข่าวครัวมีตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้	4.25	0.82	มาก
3. ชุมชนเข้าข่าวครัวมีการจัดทำปฏิทินงานเทศบาลประจำปีเพื่อใช้ ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดนัดชุมชนฯ	4.19	0.80	มาก
4. ชุมชนเข้าข่าวครัวมีการประเมินทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อสร้าง เอกลักษณ์ของตลาดนัดชุมชนฯ ที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว	4.19	0.85	มาก

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

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

ตาราง 17 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าขawa อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านการจัดองค์การ จำแนกเป็นรายข้อ

ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรม ด้านการจัดองค์การ	\bar{X}	SD	ระดับ
1. ชุมชนเข้าขawa ความมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน	4.35	0.79	มาก
2. ชุมชนเข้าขawa ความมีคณะกรรมการในการออกแบบและก่อสร้าง ด้านสถาปัตยกรรมสำหรับตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน	4.24	0.82	มาก
3. ตลาดนัดชุมชนฯ ความมีการพัฒนาศักยภาพของผู้จำหน่ายสินค้า ให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว	4.28	0.79	มาก
4. ตลาดนัดชุมชนฯ ความมีระบบการจัดการจราจรและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ	4.30	0.82	มาก
5. ตลาดนัดชุมชนฯ ความมีระบบการจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น บัญชาประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ หรือการใช้สื่อออนไลน์	4.26	0.81	มาก
6. ตลาดนัดชุมชนฯ ความมีระบบการจัดการด้านขยายที่มีประสิทธิภาพและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมชุมชน	4.32	0.75	มาก
7. ตลาดนัดชุมชนฯ ความมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารและให้ข้อมูล แก่นักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มอย่างชัดเจน	4.32	0.81	มาก
รวม	4.29	0.64	มาก

จากตาราง 17 พบร่วม ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการจัดองค์การ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.29$, $SD = 0.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการจัดองค์การ สูงสุดในข้อชุมชนเข้าขawa ความมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ($\bar{X} = 4.35$, $SD = 0.75$) รองลงมาคือตลาดนัดชุมชนฯ ความมีระบบการจัดการด้านขยายที่มีประสิทธิภาพและไม่ส่งผลกระทบ

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

ตาราง 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละจุ จังหวัดสตูล ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ จำแนกเป็นรายข้อ

ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ			
1. ผู้นำของชุมชนเข้าหาครัวให้ความสำคัญ ส่งเสริม และสนับสนุนในการจัดการตลาดนัดชุมชนฯ	4.31	0.82	มาก
2. ผู้นำของชุมชนเข้าหาครัวมีนโยบายที่สอดคล้องและสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน	4.26	0.77	มาก
3. ผู้นำของชุมชนเข้าหาครัวให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ	4.37	0.74	มาก
4. ผู้นำของชุมชนเข้าหาครัวมีการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง	4.34	0.79	มาก
5. ผู้นำของชุมชนเข้าหาครัวมีการทำงานร่วมกับเครือข่ายหรือกลุ่มอาชีพทั้งภายในและภายนอกชุมชน	4.28	0.84	มาก
6. ผู้นำของชุมชนเข้าหาครัวมีการส่งเสริมและสนับสนุนการทำบูรุงศิลปวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน	4.34	0.79	มาก
รวม	4.32	0.64	มาก

จากตาราง 18 พบร่วมกับ ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.32$, $SD=0.64$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการนำและบทบาทของผู้นำสูงสุดในข้อผู้นำของชุมชนเข้าหาครัวให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.37$, $SD=0.74$) รองลงมาคือ ผู้นำของชุมชนเข้าหาครัวมีการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถ

กระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง และ ผู้นำของชุมชนเข้าข่าวคราวมีการส่งเสริมและสนับสนุนการทำบารุงศิลปวัฒนธรรมเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ($\bar{X} = 4.34$, $SD=0.79$) และ ข้อที่ประชาชนในพื้นที่มีความต้องการน้อยที่สุด คือ ผู้นำของชุมชนเข้าข่าวคราวมีนโยบายที่สอดคล้อง และสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ($\bar{X} = 4.26$, $SD=0.77$)

ตาราง 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็น ของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาข้าง อำเภอละงู จังหวัดสตูล ด้านการควบคุม จำแนกเป็นรายข้อ

ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม	\bar{X}	SD	ระดับ
ด้านการควบคุม			
1. ชุมชนเข้าข่าวคราวมีมาตรการในการควบคุมและประเมินคุณภาพ ความสะอาด และราคาที่เหมาะสมสำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จำหน่ายในตลาดนัดชุมชนฯ	4.41	0.72	มาก
2. ชุมชนเข้าข่าวคราวมีมาตรการในการควบคุมและประเมินความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกห้องเที่ยวในตลาดนัดชุมชนฯ	4.40	0.72	มาก
3. ชุมชนเข้าข่าวคราวมีมาตรการในการควบคุมและประเมินสิ่งปลูกสร้างและสถานที่กรรมของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน	4.37	0.84	มาก
4. ชุมชนเข้าข่าวคราวมีการประเมินความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการวางแผนการทำงานในอนาคต	4.43	0.71	มาก
5. ชุมชนเข้าข่าวคราวมีมาตรการในการควบคุมและดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีเนื้อ	4.46	0.68	มาก
6. ชุมชนเข้าข่าวคราวมีมาตรการในการควบคุมและประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตลาดนัดชุมชนฯ ให้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมของชุมชนและสามารถดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามา มีส่วนร่วมกับกิจกรรม	4.46	0.74	มาก
รวม	4.43	0.60	มาก

จากตาราง 19 พบร้า ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการควบคุม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$, $SD=0.60$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวด้านการควบคุม สูงสุดในข้อชุมชนเข้าขาวครัวมีมาตรการในการควบคุม และดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีน้ำมัน ($\bar{X} = 4.46$, $SD=0.68$) รองลงมาคือ ชุมชนเข้าขาวครัวมีมาตรการในการควบคุมและประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตลาดนัดชุมชนฯ ให้มีความเหมาะสมสมกับวัฒนธรรมของชุมชนและสามารถถึงดุจได้แก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรม ($\bar{X} = 4.46$, $SD=0.74$) และข้อที่ประชาชนในพื้นที่ต้องการน้อยที่สุด ชุมชนเข้าขาวครัวมีมาตรการในการควบคุมและประเมินสิ่งปลูกสร้างและสถาปัตยกรรมของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน ($\bar{X} = 4.37$, $SD=0.84$)

3. ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีล้วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเข้าขาว อำเภอละจังหวัดสตูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการประชุมเชิงปฏิบัติการ ในการประเมินศักยภาพชุมชน โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT ซึ่งมีรายละเอียดเป็นรายด้าน ดังนี้

จุดแข็ง

1) ตำบลเข้าขาวเป็นตำบลขนาดเล็กมีพื้นที่ทั้งหมด 39.154 ตรม. แบ่งการปกครองเป็น 7 หมู่บ้าน มีประชากรทั้งหมดประมาณ 6,500 คน ร้อยละ 95 นับถือศาสนาอิสลาม ทำให้ง่ายต่อการติดต่อประสานงานและบริหารจัดการ

2) ประชาชนตั้งถิ่นฐานพักอาศัยติดต่อกันหลายชั่วอายุคน ทำให้มีประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและตำนานที่เป็นเอกลักษณ์ และอัตราตายต่ำค่อนข้างน้อยทำให้มีความผูกพันทางเครือญาติและรักสามัคคีในหมู่ค่อนข้างสูง

3) ทรัพยากรดินมีความอุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุและมีลำคลองไหลผ่านหลายสาย พื้นที่จึงความเหมาะสมต่อการทำอาชีพเกษตรกรรม และประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพการเกษตร

4) ด้านทิศตะวันตกของตำบลเข้าขาวมีภูเขาใหญ่ตั้งอยู่และที่ยอดของภูเขานั้นก่อตัว成มีหิน้ำผาสีขาวปราการภูเห็นเด่นชัดเป็นสัญญาลักษณ์ของชุมชนและนำมาใช้ตั้งชื่อของตำบลเข้าขาวจนปัจจุบัน

5) ตำบลเข้าขาวตั้งอยู่ถนนสายลัง - นางแก้ว ซึ่งเป็นถนนเชื่อมต่อระหว่างอำเภอชั่ง จังหวัดสตูล กับอำเภอละงู จังหวัดสตูล และเป็นถนนสายหลักที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นเส้นทางสัญจรในการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ เช่น ถ้ำภูแพชร น้ำตกวังสายหอง และการล่องแก่ง เป็นต้น ซึ่งตำบลเข้าขาวสามารถจัดเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้

6) ตำบลเข้าขาวมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เช่น ถ้ำวังครามซึ่งมีหินงอกหินย้อยที่มีความสวยงามซึ่งปราภูษาเกิดคำบรรพ์ และตั้งอยู่ในเขตประกาศพื้นที่สตูลจีโอปาร์ค บ้านไม้อายุร้อยปี และทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นต้น

7) มีแหล่งเรียนรู้เกษตรพอเพียง กลุ่มอาชีพด้านการเกษตรที่มีความน่าสนใจ อาทิ ศูนย์การเรียนรู้เกษตรอินทรีย์ กลุ่มเพาะเห็ด ศูนย์การเรียนรู้ผึ้ง旁 ศูนย์การเรียนรู้ปลูกผักไร้ดิน และกลุ่มอาชีพอีกหลากหลาย ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้

8) มีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารพื้นบ้านที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นพื้นที่เกษตรกรรมโดยเฉพาะการทำนา จึงทำให้มีภูมิปัญญาด้านอาหารที่มีความหลากหลายสามารถพัฒนาต่อยอดกับการทำท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

9) มีศิลปวัฒนธรรมและประเพณีที่น่าสนใจและควรค่าแก่การอนุรักษ์ เช่น การแสดงรองเง็ง การแสดงสีลิดด์ การแสดงลิเกบก และประเพณีหรือพิธีการทางศาสนา เป็นต้น ซึ่งศิลปวัฒนธรรมเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการทำท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

จุดอ่อน

1) ประชาชนมีการย้ายถิ่นฐานน้อย และอยู่อาศัยกันในลักษณะเครือญาติซึ่งถือเป็นจุดแข็งแต่ขณะเดียวกันก็ถูกมองเป็นจุดอ่อน เพราะทำให้คนในชุมชนมีแนวคิดเชิงอนุรักษ์นิยมรักพากพ้อง แต่ทำให้ขาดการเปิดรับสิ่งใหม่ๆ และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นไปอย่างเชื่องช้า

2) ความพร้อมพื้นฐานของชุมชนทั้งในด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการบางส่วนยังไม่ทั่วถึงและเพียงพอต่อความต้องการของชุมชน หรือการที่จะรองรับนักท่องเที่ยว

3) ประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจและทักษะในการปรับรูปผลิตทางการเกษตร หรือนำเทคโนโลยีมาใช้ในการเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

4) ประชาชนในพื้นที่ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการทำท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน ซึ่งจะสามารถสร้างรายได้และยังสามารถอนุรักษ์ทรัพยากรของชุมชนให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน

5) ชุมชนยังขาดตลาดจำหน่ายผลผลิตของชุมชนที่จะจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภคโดยตรง โดยส่วนใหญ่ชุมชนจะผลิตผลผลิตทางการเกษตรส่งขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ทำให้ต้องจำหน่ายผลผลิตได้ในราคาก่อนซึ่งถูก

6) ชุมชนยังขาดผู้ประกอบการในพื้นที่ที่จะลงทุนในการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการรายในชุมชนถือเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนและสร้างงานและช่วยกระจายรายได้ให้แก่ชุมชน

7) ชุมชนยังขาดพื้นที่ในการเป็นศูนย์รวมสำหรับจำหน่ายอาหารหรือศูนย์รวมผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยว และนำไปสู่การกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชน

8) ชุมชนขาดการรวบรวมประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมหรือตำนานให้เป็นลายลักษณ์ รวมทั้งยังขาดแหล่งเรียนรู้หรือพิพิธภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นแหล่งรวบรวมประวัติศาสตร์เกี่ยวกับตำบลเข้ามา

9) ชุมชนขาดการเชื่อมโยงข้อมูลของกลุ่มอาชีพ และผลิตภัณฑ์ชุมชนบางส่วนยังขาดการพัฒนาและควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐาน

10) ประชาชนในพื้นที่นิยมปลูกพืชเชิงเดียว เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน เป็นต้น เมื่อราคាលผลิตทางการเกษตรตกต่ำทำให้มีผลกระทบทางเศรษฐกิจเป็นวงกว้าง

11) การใช้จ่ายงบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและท้องที่ไม่มีความสอดคล้องกัน เกิดความซ้ำซ้อนและการพัฒนาเป็นไปอย่างเชื่องช้า

12) ประชาชนไม่ค่อยให้ความสำคัญเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาชุมชน และตรวจสอบตามควบคุมการใช้จ่ายงบประมาณของหน่วยงานราชการ

โอกาส

1) สืบเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำต่อเนื่องติดต่อเป็นเวลานาน ทำให้ประชาชนเริ่มตื่นตัวค้นหาแนวทางในการประกอบอาชีพใหม่ๆ เกิดขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นกระแสการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

2) รัฐบาลและจังหวัดสตูลประกาศนโยบายส่งเสริมและให้การช่วยเหลือการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างจริงจัง โดยเฉพาะจังหวัดสตูลซึ่งได้กำหนดเป็นวิสัยทัศน์และนโยบายในการพัฒนาจังหวัดโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่สำคัญ

3) นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลมากขึ้น สืบเนื่องจากกระแสการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสตูลจีโอปาร์ค

4) กระแสสังคมในการให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะความต้องการบริโภคอาหารปลอดสารพิษของประชาชนเพิ่มปริมาณมากขึ้น

5) สื่อออนไลน์ในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถส่งต่อหรือสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ไปยังบุคคลอื่น ๆ ได้ ซึ่งสามารถช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

อุปสรรค

1) ปัจจุบันการจัดการท่องเที่ยวมีการแข่งขันสูง เนื่องจากหัวกลุ่มผู้ประกอบการหรือชุมชนที่มีการจัดการท่องเที่ยวต่างเห็นโอกาสที่สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวจึงทำให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจนำไปสู่การแข่งขันที่ค่อนข้างสูง

2) ชุมชนยังขาดการเข้าถึงแหล่งทุนที่จะสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน หรือต้องอาศัยศูนย์กลางของชุมชน

3) เนื่องจากจังหวัดสตูลมีจุดเด่นในการท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งถือเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ดังนั้นจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดสตูลส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวทางทะเลมากกว่าการท่องเที่ยวในลักษณะอื่น ๆ

4) เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยและราคาผลิตทางการเกษตรตกต่ำ เป็นผลให้นักท่องเที่ยวลดการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวลง

สรุปการประเมินศักยภาพชุมชน

ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการประเมินศักยภาพของชุมชนเข้าข้าว อำเภอตะงู จังหวัดสตูล โดยสมรรถนะที่มีความโดดเด่นของชุมชนคือ เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์ เหมาะสมแก่การทำเกษตรกรรม จึงทำให้ชุมชนมีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ รวมทั้งทำเลที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสตูล และประชาชนในพื้นที่มีความต้องการในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับประเด็นที่ชุมชนต้องมีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและ ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพนั้น คือต้องมีการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในพื้นที่ให้มีทักษะความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พร้อมทั้งการพัฒนาตลาดนัดจำหน่ายสินค้าเกษตรซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้วิจัยยังสามารถสรุปปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะทำให้เกิดการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันรัฐบาลและจังหวัดสตูลได้มีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างจริงจัง ประกอบกับนักท่องเที่ยวเดินทางเข้า

มาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลเป็นจำนวนมาก จากกระแสการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุทยานธรรมชาติอีกด้วย

4. ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้วิจัยรวบรวมความคิดเห็นในลักษณะการสังเคราะห์ประเด็นสำคัญที่ผ่านการตีความข้อมูลจากการสัมภาษณ์จากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ ซึ่งสามารถเสนอรายละเอียดดังนี้

1. ศักยภาพของชุมชนตำบลเขาขาว อำเภอละจุ จังหวัดสตูล ใน การพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม

แนวทางในการพัฒนาจังหวัดสตูล ซึ่งมีเป้าหมายที่สำคัญคือ “เมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อุทยานธรรมชาติ เศรษฐกิจมั่นคง สังคมน่าอยู่สันติสุขยั่งยืน ประทุมสู่อาเซียน” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการพัฒนาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติ เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หรือแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายในได้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยจังหวัดสตูลจะมีความโดดเด่นทางการท่องเที่ยวคุณภาพ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล 2) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต ศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และศาสนา 3) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 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

ศักยภาพของประชาชนในพื้นที่engก่อน ดังเช่นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1. นายศักดา วิทยาศิริกุล รองผู้ว่าราชการจังหวัดสตูล ท่านที่ 2. นายจรัญ อินทรส รักษาการแทนพัฒนาการจังหวัดสตูล และท่านที่ 3. นางอัจฉินทร์ เมืองจันทร์ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสตูล ได้กล่าวเช่นเดียวกันว่า

“ชุมชนต้องดึงศักยภาพของกลุ่มต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเยาวชน กลุ่มสตรี ผู้นำชุมชน และผู้นำศาสนา โดยใช้หลักการที่เรียกว่า “ไฟลามทุ่ง” คือฯ ขยายไปเรื่อย ๆ จนครบและทั่วถึงทุกกลุ่มทั้งชุมชน โดยควรต้องสร้างความรู้ความเข้าใจในด้าน การท่องเที่ยวโดยชุมชนก่อนและหาก พวกราชเท็นประโยชน์และความสำคัญจะเข้ามามีส่วนร่วมทั้ง ลงทะเบลงทุน อย่างให้ชุมชนใช้ความพยายามในการทำงานโดยไม่ต้องคาดหวังที่จะให้หน่วยงาน ราชการมาสนับสนุนงบประมาณก่อน ซึ่งผมเชื่อว่าสามารถทำได้ ชุมชนต้องเริ่มต้นด้วยตัวเองทำให้ เก็บผล หน่วยงานราชการก็พร้อมที่จะสนับสนุน ดังนั้นชุมชนต้องทำให้เห็นก่อนว่าอาจจริงนะ”

“ได้เห็นถึงความมุ่งมั่นและตั้งใจของแกนนำชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถือเป็นเรื่องที่ดี และเป็นสิ่งที่รัฐบาลรวมทั้งจังหวัดต้องการให้ เกิดขึ้นในชุมชน และที่สำคัญได้เห็นตรงกันว่าการพัฒนาชุมชนในครั้นนี้ต้องกับแนวคิด “ระเบิดจาก ภายใน” ถือเป็นความต้องการจากชุมชนอย่างแท้จริงหากชุมชนอาเจริงอาจัง ทางหน่วยงานราชการ พร้อมและยินดีสนับสนุน”

“ปัจจุบันจังหวัดสตูลมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นมีมากท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวปีละประมาณกว่า 1 ล้านคน เนื่องจากจังหวัดสตูลมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยเฉพาะ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และที่กำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในปัจจุบันคือแหล่งท่องเที่ยว อุทยานธรณีโลก นอกจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเหล่านี้แล้วปัจจุบันหลายชุมชนในจังหวัดสตูลเกิด การตื่นตัวและให้ความสำคัญในการจัดทำการท่องเที่ยวโดยชุมชนจนประสบความสำเร็จ เช่น ชุมชน นาทอน อำเภอหุ่งหว้า จังหวัดสตูล หรือชุมชนบ่อเจ็ดลูก อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งกว่าจะเกิดการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนก็ต้องใช้เวลาและความพร้อมของคนในชุมชน ซึ่งชุมชนต้อง “ระเบิดจากภายใน” ก่อนโดยชุมชนต้องแสวงหาความรู้ สร้างความเข้าใจเรียนรู้และพัฒนา ตื่นตัว ทุ่มเท และตั้งใจกับการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนจริง”

การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมนั้น ชุมชนต้องลงเข้าข้าว่าได้มี แนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นลักษณะตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาเป็นตลาดนัดที่จัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น อาหารท้องถิ่น ผักพื้นบ้าน ปลодสารพิษ ผลไม้ปลอดสารพิษ ทั้งการมาตรฐาน ๆ โดยบรรยากาศภายในตลาดนัดมีการตกแต่ง ที่สะท้อนวิถีชีวิตร่วมเป็นชุมชนเกษตรกรรม เนื่องจากชุมชนเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญจึงทำให้ ชุมชนเลือกพื้นที่บริเวณทุ่งนาจัดตั้งเป็นตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ ตลาดนัดเป็นแหล่งในการจำหน่ายสินค้าและเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอันจะนำไปสู่การสร้าง

รายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งหากพิจารณาถึงศักยภาพของชุมชนถือว่ามีศักยภาพที่น่าสนใจ อาทิ ศักยภาพในการเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่ผลิตสินค้าเกษตร เช่น ข้าว ผักและผลไม้ ปลодสารพิษ รวมทั้งมีศักยภาพในเชิงพื้นที่ที่ทำเลที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และแหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณ์โลก แต่ทั้งนี้ชุมชนก็จะต้องค้นหาหรือ พัฒนาศักยภาพอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการจัดการห้องเรียน แล้วต้องประเมินกลุ่มลูกค้าว่ามีความสนใจการห้องเรียนเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะกิจกรรมใดบ้าง เพราะหากชุมชนมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชัดเจนก็จะสามารถทำให้ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเกิดผลสำเร็จได้ นอกจากนี้ชุมชนยังต้องมีการเตรียมพร้อมเกี่ยวกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของชุมชนทั้งในด้านกายภาพ และ ด้านสังคมอีกด้วย ดังเช่นที่ ผู้ทรงคุณวุฒิท่านที่ 1. นายศักดา วิทยาศิริกุล รองผู้ว่าราชการจังหวัดสตูล ท่านที่ 2. นายจรัญ อินทร์ รักษาราชการแทนพัฒนาการจังหวัดสตูล และท่านที่ 3. นายธานี ยะยังสาและ นายอำเภอลง ได้กล่าวเช่นเดียวกันว่า

“ชุมชนเข้าข่าวครวตต้องทำการประเมินหรือค้นหาวัตถุดิบ อาหารพื้นบ้าน พืชพรรณ ประจำถิ่น สินค้า และผลิตภัณฑ์ที่เป็นจุดเด่นของชุมชนอกรถ ต้องวิเคราะห์หาเอกลักษณ์หรือ จุดเด่นที่สำคัญอกรถนำมาเสนอ เช่น เป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีความอุดมสมบูรณ์ใช้จุดเด่นทุ่งนา หรือ ตลาดนัดกลางทุ่งนาที่ชุมชนเสนอมา ก็เป็นจุดเด่นที่น่าสนใจ รวมทั้งยังต้องประเมินศักยภาพชุมชน ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมของคนในชุมชนว่ามีความเข้าใจเกี่ยวกับการห้องเรียนเที่ยวหรือไม่ อาจต้องมีการให้ ความรู้กับคนในชุมชนด้วย หรือประเมินเส้นทางสิ่งอำนวยความสะดวกมีความพร้อมหรือไม่ ถนน ทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้าไป พื้นที่รองรับที่จอดรถปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องประเมิน และเตรียมความพร้อม”

“ศักยภาพของชุมชนเข้าข่าวในการทำการห้องเรียนเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรม ในรูปแบบตลาดนัดนั้น ถือว่ามีศักยภาพที่เป็นไปได้ นอกจากจะมีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรใน พื้นที่แล้ว ทำเลที่ตั้งยังสามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดแหล่งอื่น และสามารถ เชื่อมโยงกับการห้องเรียนเที่ยวโดยชุมชน OTOP นวัตวิถีของจากแองหลัก ซึ่งจะสามารถเชื่อมโยงและ บูรณาการกิจกรรมการห้องเรียนเที่ยวให้สามารถประสานงานและส่งต่อนักท่องเที่ยวกันได้เป็นอย่างดี”

“ชุมชนเข้าข่าวมีการตื่นตัวในการทำเรื่องห้องเรียนเที่ยวถือเป็นเรื่องที่ดี และการทำแหล่ง ห้องเรียนตลาดนัดชุมชน กีสอดคล้องกับศักยภาพชุมชนที่มีการทำเกษตร ชุมชนเข้าข่าวมี ธนาคารพันธุ์ช้าซึ่งถือเป็นจุดเด่นที่สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาตลาดห้องเรียน และยัง เป็นชุมชนที่ผลิตพืชผักและผลไม้ส่งขายไปยังพื้นที่อื่น ๆ หากชุมชนมีตลาดสินค้าเองก็ถือเป็นเรื่องที่ดี และควรจะเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อให้เกิดการส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างกันแล้วได้ ประโยชน์ร่วมกัน รวมทั้งควรดึงชุมชนอื่น ๆ หรือชุมชนใกล้เคียงเข้ามาร่วมชายแดนค้าด้วยเพื่อสร้าง ความหลากหลายของสินค้า และเป็นการกระจายรายได้ทั้งในชุมชนและชุมชนใกล้เคียงได้เป็นอย่างดี”

2. แนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงู จังหวัดสตูล

สำหรับแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ที่จะทำให้ดำเนินการได้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นที่จะต้องมีความ ครอบคลุมในหลักการด้านการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การซื้อน้ำและ บทบาทของผู้นำ ตลอดจนการควบคุม ซึ่งจะทำให้เกิดการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อ การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความสำเร็จได้ ดังนั้นตำบลเข้าหาควรมีการเตรียมการใน ด้านการจัดการที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ ดังนี้

2.1 ด้านการวางแผน

ด้านการวางแผน เป็นกำหนดวิธีปฏิบัติไว้ล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความสำเร็จของงาน ตามที่ต้องการโดยพิจารณาว่าองค์การหรือชุมชนต้องการอะไร ทำอะไร ต้องการให้องค์การหรือชุมชน เป็นอย่างไรในอนาคต โดยการพิจารณาจากสภาพในปัจจุบันขององค์การหรือชุมชนที่มีความสัมพันธ์ กับความเป็นไปได้ในอนาคต ดังนั้น การวางแผนจึงเป็นเรื่องเกี่ยวกับวัตถุประสงค์และเป้าหมายของ องค์การหรือชุมชน เลือกวิธีปฏิบัติตาม เลือกวิธีจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ สูงสุด จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ พบร่องรอยตลาดนัดชุมชนเชิง วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ควรมีการวางแผนการดำเนินงาน ดังนี้

2.1.1 ควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการตลาดนัดชุมชนฯ การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้เกิด ความรู้ความเข้าใจและได้มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิง วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวร่วมกัน

2.1.2 ต้องมีเรื่องราวความเป็นมาหรือมีเอกลักษณ์ ซึ่งประชาชนในชุมชนต้อง ร่วมกันกำหนด ซึ่งชุมชนตำบลเข้าหาได้มีการกำหนดเอกลักษณ์หรือจุดเด่นของตลาดนัดฯ คือตลาด นัดชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวที่มีพื้นที่อยู่กลางทุ่งนาและต้องการให้เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจของคน ในชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมทั้งมีการจำหน่ายสินค้าและอาหารที่เป็นของชุมชนและปลดสารพิษ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นเป้าหมายและวัตถุประสงค์ร่วมกัน

2.1.3 ควรมีการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับ วัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างความโดดเด่นและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว โดยชุมชนได้มีการดำเนินการ จัดทำทางเดินสะพานมีลักษณะไทยๆ ไปกลางทุ่งนา ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับความสวยงาม ของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่ พร้อมทั้งมีการวางแผนที่จะนำว่า แหล่งลูกค้า ซึ่งถือเป็นการละเอียดที่เป็น

เอกสารกิจกรรมของชุมชนเข้ามา และจังหวัดสตูล มาใช้ในการตักแต่งสถานที่ให้มีความสวยงามและสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

2.1.4 ต้องสามารถเชื่อมโยงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ เช่น อาหารสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีความปลอดภัย เป็นอาหารที่มีความเป็นมาจากภูมิปัญญาของชุมชน รวมทั้งการใช้บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติที่สร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวถึงความปลอดภัยของอาหารและการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการด้วย

2.1.5 ต้องมีกิจกรรมพิเศษเพื่อการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความรู้สึกแปลงใหม่อยู่เสมอ เช่น มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมประจำถิ่นที่สามารถบอกเล่าความเป็นมาของชุมชนได้ หรือกิจกรรมสรุนาให้ความรู้ มีการสาธิตการทำอาหารพื้นบ้านที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชนโดยให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้วย

2.1.6 ต้องมีการจัดแบ่งพื้นที่ให้มีความเหมาะสม โดยการแบ่งประเภทอาหารและสินค้า เพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และไม่ควรให้มีร้านค้าหนาแน่นเกินไป ประเภทสินค้าควรมีความหลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกซื้ออาหารและสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งจะเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

2.1.7 ควรเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัดผ่านทางผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวจังหวัดสตูล หรือเชื่อมโยงกับกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงที่จะสามารถส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างกันได้

2.1.8 ควรเชื่อมโยงและมีกิจกรรมนิทรรศการที่จัดแสดงความรู้เกี่ยวกับอุทยานธรรมชาติ เนื่องจากชุมชนอยู่ในพื้นที่ที่มีการประกาศเป็นอุทยานธรรมชาติ ถือเป็นจุดเด่นที่สร้างความน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยวและเรียนรู้แหล่งอุทยานธรรมชาติที่มีในชุมชน

2.1.9 ควรมีการพัฒนาเยาวชนหรืออาสาสมัครนักเล่าเรื่องชุมชน ซึ่งจะทำหน้าที่ในการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และช่วยสร้างความน่าสนใจและคุณค่าให้แก่ตลาดนัดฯ ที่มีการดำเนินการเพื่อการท่องเที่ยว

2.1.10 ควรมีการกำหนดกฎเกณฑ์และมีมาตรการควบคุมไม่ให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มมีน้ำตาล และต้องไม่มีกิจกรรมการแสดงที่สื่อทางلامก่อนอาจารหรือไม่เหมาะสมที่ขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน หากตลาดนัดฯ สามารถควบคุมสิ่งที่ไม่พึงประสงค์เหล่านี้ได้ ก็จะสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ตลาดนัดฯ เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

2.1.11 ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งมีต้นทุนในการดำเนินการไม่สูงมากแต่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ดังนั้นตลาดนัดฯ จำเป็นที่จะต้องเตรียมการในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้โดยง่าย

2.1.12 ความมีการจัดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาตนเองและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนอื่น ๆ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้แก่ตัวตนด้วย ตลอดชุมชน

2.2 ด้านการจัดองค์การ

สำหรับด้านการจัดองค์การ องค์การหรือชุมชนต้องมีการแบ่งหน้าที่ จัดความสัมพันธ์ของกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์การหรือชุมชนมีประสิทธิภาพคล่องตัว มีการประสานงานที่ดี ดังนั้นการจัดองค์การจึงเป็นการกำหนดและจัดเตรียมกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำเพื่อให้งานเสร็จตามเป้าหมาย ต้องแยกงานเป็นกลุ่ม และมอบหมายผู้รับผิดชอบรับไปดำเนินการ พร้อมกับการมอบหมายอำนาจหน้าที่ให้มีการประสานงานระหว่างกลุ่มกิจกรรม จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ พบร่วมกันจัดทำแผนดูแลชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้ามา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ความมีคณะกรรมการดำเนินงานประกอบด้วย 11 ฝ่าย ดังนี้

2.2.1 ฝ่ายอำนวยการ มีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาพร้อมทั้งออกแบบ ระเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่งเกี่ยวกับตลาดน้ำ ควบคุม ประสานงานการดำเนินงานในฝ่ายต่าง ๆ พิจารณา วินิจฉัย ชี้ขาด กรณีต่าง ๆ

2.2.2 ฝ่ายประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว มีหน้าที่ในการวางแผนและจัดทำสื่อต่าง ๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำและ การท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลเข้ามา โดยเฉพาะสื่อออนไลน์ที่ต้องมีข้อมูลที่ทันสมัยอยู่ตลอดเวลา จัดให้มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลร้านค้า และกิจกรรม หรือการแสดงในตลาดเพื่อเสริมสร้างบรรยากาศในการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงอัตลักษณ์แห่งท้องถิ่น ดูแลต้อนรับมัคคุเทศก์จากบริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนองค์กร หน่วยงานที่เข้ามาขอข้อมูลหรือศึกษาดูงาน จัดบริการมัคคุเทศก์น้อยนำเที่ยวตลาดน้ำ ให้บริการข้อมูลต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

2.2.3 ฝ่ายภูมิทัศน์และอาคารสถานที่ มีหน้าที่ในการกำหนดควบคุม ออกแบบ ตกแต่งและการดำเนินงานด้านภูมิทัศน์และอาคารสถานที่ของตลาดน้ำ ลานจอดรถ ระบบไฟฟ้า ระบบประปา และสุขา ให้มีสภาพเรียบร้อยและปลอดภัย และสะอาดห้องน้ำภูมิปัญญาหรืออัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างเหมาะสม

2.2.4 ฝ่ายรักษาความปลอดภัย จัดระเบียบจราจรและที่จอดรถ มีหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย และจัดระเบียบการจราจรและการจอดรถให้มีความสะอาดกว้างกันท่อเที่ยว ประสานงานเจ้าหน้าที่ตำรวจกรณีช่วงเทศกาลหรือมีเหตุด่วน

2.2.5 ฝ่ายควบคุมคุณภาพอาหารและสินค้า มีหน้าที่ในการประเมิน ความสามารถและคุณภาพของผู้ประกอบการ ในกรณีเข้าร่วมจำหน่ายอาหารและสินค้าใน ตลาดน้ำ และควบคุม ตรวจสอบ คุณภาพอาหารและสินค้าให้มีคุณภาพอย่างสม่ำเสมอ

2.2.6 ฝ่ายจัดระเบียบการค้า มีหน้าที่ในการควบคุมและจัดระเบียบร้านค้าให้เป็นไปตามระเบียบทดานด้ฯ จัดพื้นที่จำหน่ายอาหารและสินค้าให้มีความเหมาะสม เกิดความสะอาดงบขายแก่นักท่องเที่ยว รับลงทะเบียนร้านค้าที่มีความประสงค์จะจำหน่ายอาหารและสินค้า ประชาสัมพันธ์จัดหาร้านค้ามาร่วมจำหน่ายอาหารและสินค้า และพิจารณาคัดเลือกร้านค้าที่มีความคุณภาพและมีความเหมาะสมแก่ตลาดนดฯ

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 ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมที่ดีงามและไม่ขัดกับวัฒนธรรมหรือหลักการทางศาสนาอิสลาม

2.2.10 ฝ่ายรักษาความสะอาดและการจัดการขยะ มีหน้าที่ในการวางแผน ควบคุมการจัดการความสะอาดภายในตลาด และจัดการขยะที่เกิดขึ้นจากการของตลาดนดฯ รวมทั้งให้ความรู้และรณรงค์ให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการจัดการขยะ เพื่อลดผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมแก่ชุมชน

2.2.11 ฝ่ายประเมินผล รับข้อร้องเรียน และการพยาบาล มีหน้าที่ในการวางแผน ควบคุมการประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และรับข้อร้องเรียนสรุปประเด็นให้แก่ฝ่ายอำนวยการ พร้อมทั้งสร้างความเข้าใจและเยียวยาผู้ได้รับความเสียหายเบื้องต้น นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการดำเนินงานด้านการพยาบาล การปฐมพยาบาลเบื้องต้นแก่ผู้ป่วย และประสานงานกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน

2.3 ด้านการชี้นำและบทบาทของผู้นำ

สำหรับการชี้นำและบทบาทของผู้นำ ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ส่งเสริมให้ทุกคนมีความกระตือรือร้นในการทำงาน ตั้งนั้นผู้นำต้องรู้จักหลักและวิธีการจูงใจให้คนอุทิศตนทั้งด้านความคิดและกำลังกายให้กับองค์กรหรือชุมชนอย่างเต็มที่ สามารถจัดข้อขั้ดเย้งที่อาจเกิดขึ้นระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ในองค์กรหรือชุมชนได้เป็นอย่างดี มีมนุษย์สัมพันธ์ดี เข้าใจพฤติกรรมของบุคลากร รู้จักให้ผลตอบแทนแก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและยุติธรรม จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

และนักวิชาการ พบว่าติดตามด้วยชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตามเข้ามา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ความมีการดำเนินการในการซื้อขายและบทบาทของผู้นำ เป็น 2 ช่วง ดังนี้

2.3.1 ในช่วงการเริ่มต้นดำเนินงานจำเป็นที่จะต้องมีกลุ่มบุคคลแกนนำที่จะเป็นผู้ก่อตั้งตลาดนัดฯ ซึ่งเป็นการรวมกลุ่มกันโดยสมัครใจและเป็นกลุ่มที่ไม่เป็นทางการ ในการสร้างการรับรู้และความเข้าใจให้แก่ประชาชนในชุมชนและนำไปสู่การระดมทรัพยากรต่าง ๆ ในการดำเนินงาน ดังนั้นหากกลุ่มอาสาสมัครชุมชนเหล่านี้สามารถทำให้ประชาชนเกิดความมั่นใจและเห็นการดำเนินงานอย่างเป็นรูปธรรมก็จะขยายผลการมีส่วนร่วมของชุมชน และนำไปสู่การกำหนดเป็นกลุ่มที่เป็นทางการในการบริหารจัดการต่อไป

2.3.2 ในช่วงการดำเนินการนี้ถือเป็นช่วงที่เป็นทางการจึงมีการกำหนดเป็นคณะกรรมการฝ่ายอำนวยการในโครงสร้างการบริหารตลาดนัดฯ มีบทบาทหน้าที่โดยตรงในการดำเนินการซื้อขายและบทบาทของผู้นำ เนื่องจากมีหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนา พร้อมทั้งออกกฎหมายเบียบ ข้อบังคับ ประกาศ หรือคำสั่งเกี่ยวกับตลาดนัดฯ ควบคุม ประสานงานการดำเนินงานในฝ่ายต่าง ๆ พิจารณา วินิจฉัย ซึ่งกัด กรณีต่าง ๆ พร้อมทั้งพิจารณาจัดสรรผลประโยชน์ ให้แก่สมาชิกอย่างเหมาะสมและยุติธรรม

2.4 ต้านการควบคุม

สำหรับด้านการควบคุม เมื่อมีการวางแผนการดำเนินงานแล้วจำเป็นต้องควบคุมการปฏิบัติงานให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ การควบคุมติดตามเริ่มตั้งแต่การกำหนดมาตรการให้มีระบบการรายงานการทำงานของสมาชิก เพื่อเสนอต่อผู้นำองค์กรหรือชุมชนตามลำดับขั้นอย่างสม่ำเสมอ การรายงานผลเป็นการเปรียบเทียบผลการปฏิบัติงานจริงแตกต่างจากการฐานที่กำหนดไว้อย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการ พบว่าติดตามด้วยชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตามเข้ามา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ความมีการดำเนินการในการควบคุมการดำเนินงาน ดังนี้

2.4.1 ความมีระบบการรายงานผลการดำเนินงานของคณะกรรมการในแต่ละฝ่าย ของตลาดนัดฯ โดยรายงานต่อกคณะกรรมการฝ่ายอำนวยการซึ่งทำหน้าที่ในการกำกับดูแลการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผนงานที่กำหนดไว้

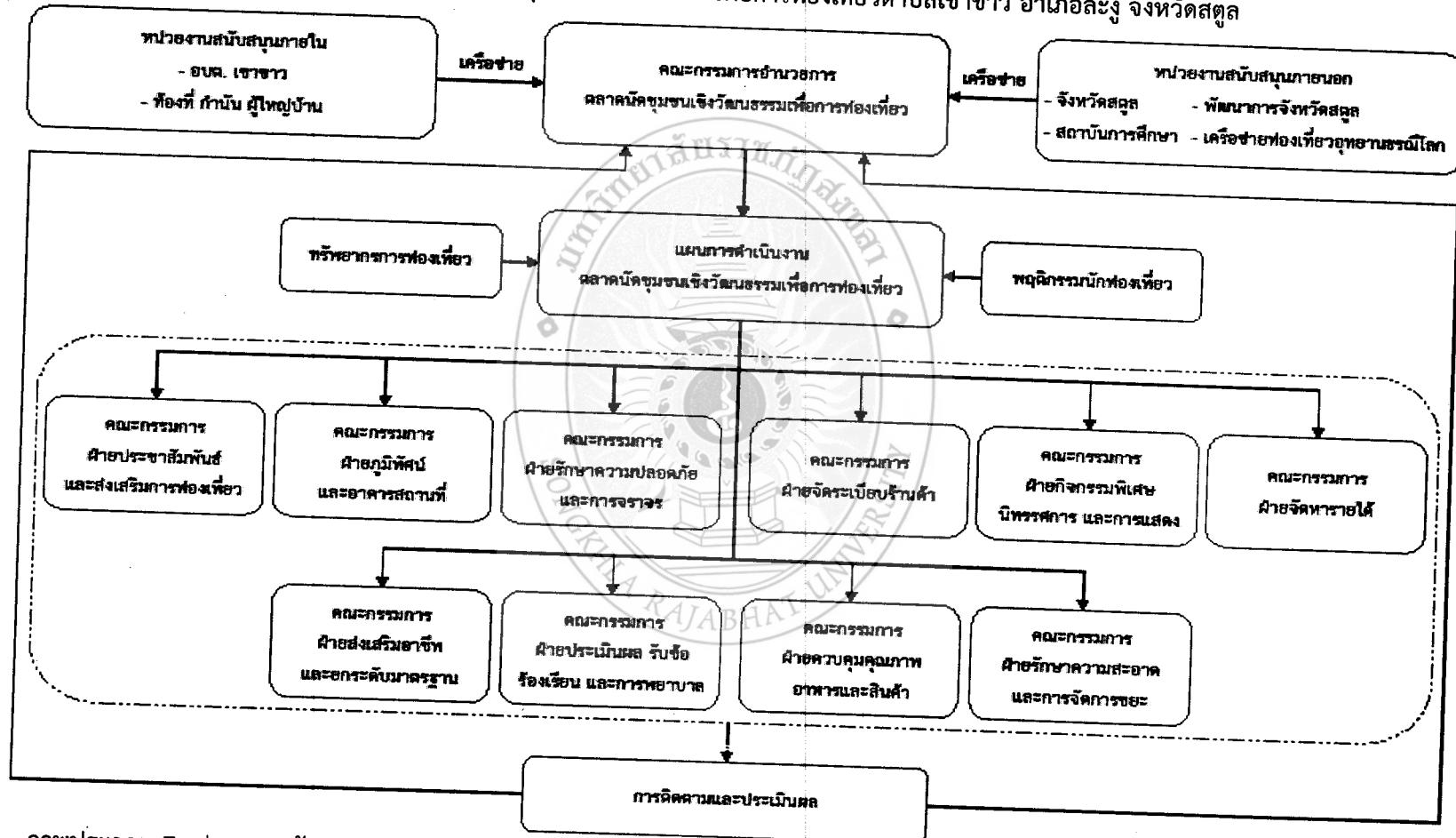
2.4.2 ความมีนักวิชาการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเป็นที่ปรึกษา ที่จะช่วยในการให้คำปรึกษาในการควบคุมการดำเนินงานให้มีความถูกต้องเหมาะสมตามหลักวิชาการ ซึ่งสามารถทำให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน

5. รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ตำบลเข้าหา อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ซึ่งผลการศึกษารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ประกอบด้วย 1.ผลการวิจัยความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 2.ผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว 3.ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเข้าหา อำเภอละงูจังหวัดสตูล และ 4.ผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการ ใน การจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเมื่อได้วิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จึงสามารถนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าหา อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งผู้วิจัยสามารถสรุปและนำเสนอได้ดังภาพประกอบ 7



รูปแบบการจัดการตลาดน้ำดัชนีเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล



ภาพประกอบ 7 รูปแบบการจัดการตลาดน้ำดัชนีเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล
ที่มา : สังเคราะห์โดยคณะผู้วิจัย (2561)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบในการจัดการตลาดน้ำชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว และศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้ง ตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว รวมทั้งนำเสนอรูปแบบการจัดการตลาดน้ำชุมชนเชิง วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) กล่าวคือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ควบคู่การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ซึ่งสามารถนำเสนอสรุปผลของการศึกษาได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 สรุปผลการวิจัยพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดน้ำ ชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว ออำเภอละงู จังหวัดสตูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร เพศ พบร่างกายลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 58.00 อายุ พบร่างกายลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31 – 40 ปี ร้อยละ 32.75 ระดับการศึกษา พบร่างกายลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 41.00 รายได้ต่อเดือน พบร่างกายลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 37.25 ศาสนา พบร่างกายลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 82.75 อาชีพ พบร่างกายลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอาชีพ ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.25 ที่อยู่บ้าน พบร่างกายลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ ภายในจังหวัดสตูล ร้อยละ 89.25 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยจะ ค้นหาหรือได้รับข้อมูลจากช่องทาง สื่อออนไลน์ ร้อยละ 56.52 เดินทางไปท่องเที่ยวโดยปกติจะมีผู้ ร่วมเดินทางจำนวน มากกว่า 4 คนขึ้นไป ร้อยละ 42.50 ลักษณะของตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือเป็นตลาดน้ำที่มีอาหารและสินค้าประจำถิ่น ร้อยละ 34.58 วันที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว มากที่สุด คือ ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ของสัปดาห์ ร้อยละ 45.50 เวลาที่เหมาะสมในการเปิด ให้บริการของตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วงเย็น ประมาณ 15.00 - 20.00 น. ร้อยละ 62.75 สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้มีในตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการ ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือพื้นบ้าน ร้อยละ 18.85

ความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อ การท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$, $SD = 0.57$) เมื่อจำแนกรายด้าน พบร่างกายลุ่มตัว ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านราคา ด้านซ่องทางในการจัดจำหน่าย 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 ($\bar{X} = 4.41, SD = 0.73$) ในด้านซ่องทางในการจัดจำหน่าย พบร่วงกลุ่มนักท่องเที่ยว มีความต้องการสูงสุดในข้อสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะดวกในการเดินทาง ($\bar{X} = 4.45, SD = 0.66$) และในด้านส่งเสริมการตลาด พบร่วงกลุ่มนักท่องเที่ยว มีความต้องการสูงสุดในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดฯ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ($\bar{X} = 4.34, SD = 0.82$)

1.2 สรุปผลการวิจัยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อําเภอละจุ จังหวัดสตูล ดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของประชาชนในพื้นที่ จำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปร เพศ พบร่วงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 51.25 อายุ พบร่วงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 29.75 ระดับการศึกษา พบร่วงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษามัธยมศึกษาหรือปวช. ร้อยละ 29.00 รายได้ต่อเดือน พบร่วงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท ร้อยละ 46.25 ศาสนา พบร่วงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ร้อยละ 92.50 อาชีพ พบร่วงกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพ เกษตรกร ร้อยละ 48.75

ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31, SD = 0.59$) เมื่อจำแนกรายด้าน พบร่วง 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 สูงสุดในข้อชุมชนเข้าชาวครัวมีการวางแผนระบบการบริหาร จัดการภายในองค์กรของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน ($\bar{X} = 4.30, SD = 0.74$) ในด้านการจัดองค์การ สูงสุดในข้อชุมชนเข้าชาวครัวมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน ($\bar{X} = 4.35, SD = 0.75$) ในด้านการนำและบทบาทของผู้นำ สูงสุดในข้อผู้นำของชุมชนเข้าชาวครัวให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้า ชุมชนให้มีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.37, SD = 0.74$) ในด้านการควบคุม สูงสุดในข้อชุมชนเข้าชาวครัวมีมาตรการในการควบคุมและดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีน้ำมัน ($\bar{X} = 4.46, SD = 0.68$)

1.3 สรุปผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับตัวแทนประชาชนในพื้นที่ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพชุมชนของตำบลเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ดังนี้

ผลการประเมินศักยภาพของชุมชนเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยสมมติฐานที่มีความโดยเด่นของชุมชนคือ เป็นชุมชนที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะสมแก่การทำเกษตรกรรม จึงทำให้ชุมชนมีศักยภาพในด้านการผลิตสินค้าเกษตรที่มีคุณภาพ รวมทั้งทำเลที่ตั้งของชุมชนอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัดสตูล และประชาชนในพื้นที่มีความต้องการในการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน สำหรับประเด็นที่ชุมชนต้องมีการพัฒนาเพื่อเสริมสร้างการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพนั้น คือต้องมีการให้ความรู้ สร้างความเข้าใจแก่ประชาชนในพื้นที่ให้มีทักษะความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พร้อมทั้งการพัฒนาตลาดนัดจำหน่ายสินค้าเกษตรซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะทำให้เกิดการพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยปัจจุบันรัฐบาลและจังหวัดสตูลได้มีนโยบายในการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างจริงจัง ประกอบกับนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสตูลเป็นจำนวนมาก จากกระแสการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลกอีกด้วย

1.4 สรุปผลการวิจัยความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและนักวิชาการ ในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ดังนี้

ศักยภาพของชุมชนตำบลเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ใน การพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่วนี้ ถือว่าเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะเชิงวัฒนธรรมได้ โดยชุมชนตำบลเข้าขาวได้มีแนวคิดในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นลักษณะตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่จัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น อาหารท้องถิ่น ผักพื้นบ้านปลูก自家พิช ผลไม้ปลูก自家พิช หัตถกรรมชุมชน ฯลฯ โดยบรรยากาศในตลาดนัดมีการตกแต่งที่สะท้อนวิถีชีวิตร่วมกับความเป็นชุมชนเกษตรกรรม เนื่องจากชุมชนเป็นแหล่งปลูกข้าวที่สำคัญจึงทำให้ชุมชนเลือกพื้นที่บริเวณทุ่งนาจัดตั้งเป็นตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ตลาดนัดเป็นแหล่งในการจำหน่ายสินค้าและเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนไปพร้อมกัน อันจะนำไปสู่การสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชนอย่างแท้จริง ซึ่งหากพิจารณาถึงศักยภาพของชุมชนถือว่ามีศักยภาพที่น่าสนใจ อาทิ ศักยภาพในการเป็นชุมชนเกษตรกรรมที่ผลิตสินค้าเกษตร รวมทั้งมีศักยภาพในเชิงพื้นที่มีทำเลที่ตั้งที่สามารถเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และแหล่งท่องเที่ยวอุทยานธรณีโลก แต่ทั้งนี้ชุมชนก็

จะต้องค้นหาหรือพัฒนาศักยภาพอื่นๆ เพิ่มเติมเพื่อนำมาใช้ในการจัดการท่องเที่ยว และต้องประเมิน กลุ่มนักท่องเที่ยวว่ามีความสนใจการท่องเที่ยวโดยชุมชนในลักษณะกิจกรรมใดบ้าง ชุมชนยังต้องมี การเตรียมพร้อมเกี่ยวกับความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในด้านกายภาพและด้านสังคมอีกด้วย นอกจากนี้ชุมชนตำบลเข้าข่ายต้องมีแนวทางการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการ ท่องเที่ยว ที่ครอบคลุมในหลักการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การซื้น้ำและ บทบาทของผู้นำ ตลอดจนการควบคุม ซึ่งจะทำให้เกิดการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อ การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและนำไปสู่ความสำเร็จได้

1.5 รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบท ของพื้นที่ตำบลเข้าข่าย อำเภอละงู จังหวัดสตูล ดังนี้

การจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าข่าย อำเภอละงู จังหวัดสตูล มีองค์ประกอบที่สำคัญตามหลักการจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การซื้น้ำและบทบาทผู้นำ และการควบคุม สำหรับองค์ประกอบการวางแผน คือมีการกำหนด เป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อเป็นพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าของชุมชนพร้อมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ของชุมชนที่สามารถสร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนด้วย และเพื่อให้เป้าหมายดังกล่าว บรรลุผลลัพธ์ดังนี้ 1) ฝ่ายประชาชนสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ฝ่ายจัดระเบียบร้านค้า 3) ฝ่ายจัดเก็บรายได้ 4) ฝ่ายควบคุมคุณภาพอาหารและสินค้า 5) ฝ่ายภูมิทัศน์และอาคารสถานที่ 6) ฝ่ายรักษาความปลอดภัยและการจราจร 7) ฝ่ายส่งเสริมอาชีพและยกระดับมาตรฐานสินค้า 8) ฝ่ายรักษาความสะอาดและจัดการขยะ 9) ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ นิทรรศการ และการแสดง 10) ฝ่ายประเมินผล รับข้อร้องเรียน และการพยาบาล โดยมีคณะกรรมการอำนวยการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายที่ได้มาจาก การประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน และจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมี หน้าที่ในการควบคุม กำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ ซึ่งการจัดการ ตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้บรรลุผลสำเร็จได้นั้น จะเป็นที่จะต้องมีเครือข่าย ในการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอีกด้วย

2. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเข้าขาว อำเภอลงทะเบียน จังหวัดสตูล ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าขาว อำเภอลงทะเบียน จังหวัดสตูล

ซึ่งนักท่องเที่ยวตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยจะค้นหาหรือได้รับข้อมูลจากช่องทาง สื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากปัจจุบันการเข้าถึงข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์มีความสะดวกรวดเร็วทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ดังนั้นการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพมาก ในปัจจุบันจึงควรดำเนินการด้วยการใช้สื่อออนไลน์ สอดคล้องกับ อาศิรา ราชเวียง (2560) ได้ศึกษาการโฆษณาออนไลน์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อกลุ่มผู้สูงอายุ โดยพบว่าความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีทำให้เกิดรูปแบบของการติดต่อสื่อสารแบบใหม่ในปัจจุบันที่เรียกว่าเครือข่ายออนไลน์ที่สามารถสร้างการรับรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างโอกาสและความได้เปรียบให้กับองค์กรที่ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จ สำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยวโดยปกติ นักท่องเที่ยวจะมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน มากกว่า 4 คนขึ้นไป ซึ่งเป็นลักษณะของการท่องเที่ยวเป็นลักษณะครอบครัวสอดคล้องกับลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่รองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะครอบครัว โดยลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุด คือเป็นตลาดนัดที่มีอาหารและสินค้าประจำถิ่น และวันที่เหมาะสมในการเปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ทุกวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ของสัปดาห์ ซึ่งเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวจะใช้เวลาอยู่กับครอบครัว สอดคล้องกับ Hazel (2004) ที่ได้สรุปปัจจัยที่นำไปสู่การท่องเที่ยวว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจใช้ช่วงวันหยุดในการพักผ่อนเนื่องจากเป็นช่วงเวลาหยุดการทำงานประจำ เพื่อทำกิจกรรมใหม่ ๆ คลายความเครียดหรือลดความเบื่อหน่ายจากการทำงาน และการท่องเที่ยวในวันหยุดจะทำให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลา กับครอบครัว ก่อนจะกลับสู่สภาพการการทำงานอีกครั้ง เวลาที่เหมาะสมในการ เปิดให้บริการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ช่วงเย็น ประมาณ 15.00 - 20.00 น. ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มีความเหมาะสมในการพักผ่อนรวมทั้งเป็นช่วงเวลาสำหรับมื้ออาหารเป็นช่วงสอดคล้องกับการดำเนินการของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สำหรับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีในตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นหรือพื้นบ้าน ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่นที่สร้างแรงดึงดูดใจให้แก่นักท่องเที่ยวสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้อธิบายถึงองค์ประกอบ

ด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นอันประกอบด้วยสิ่งศักดิ์สิทธิ์ อาทิ เช่น วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หัตถกรรม วัฒนธรรมอาหารการกิน ประเพณีพื้นบ้าน เป็นต้น

สำหรับความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับ สุประภา สมนักพงษ์ (2560) ได้นำเสนอข้อมูลแนวโน้มลักษณะนักท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ของ 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 เป็นกลุ่มที่ต้องการหาอะไรใหม่ๆ ในชีวิตในลักษณะสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น ดังนั้นจึงทำให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ชนิษฐา บรรล้ำสี และรัฐพล สันสน (2560) ได้ศึกษารูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างยั่งยืน ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์บริการท่องเที่ยวตลาดน้ำ 2) ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว 3) สถานที่ตั้งและเวลาการเข้าถึงตลาดน้ำ 4) การสื่อสารการตลาดและการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว 5) บุคลากร 6) กระบวนการบริการ 7) สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ 8) การจัดการประสิทธิภาพและคุณภาพ มีอิทธิพลต่อผลลัพธ์ของการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน โดยในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อที่มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ ในด้านราคา กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อที่มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน ในด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะดวกในการเดินทาง และในด้านส่งเสริมการตลาด พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีความต้องการสูงสุดในข้อมูลการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำฯ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์

2.2 ความคิดเห็นในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขากวาง อำเภอละงู จังหวัดสตูล

โดยความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ในการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนในพื้นที่มีความต้องการให้เกิดรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพและสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับ

พจนา สวนศรี (2546) ที่อธิบายว่าเจตนาการณ์ของการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นเป็นการใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป นอกจากนี้ รชพร จันทร์สว่าง (2546) ได้เสนอว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นชุมชนโดยมีพื้นฐานสำคัญคือการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวของพื้นที่ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชนโดยการสร้างงานและกระจายรายได้ให้คนในชุมชน เมื่อจำแนกรายด้าน พบว่า ด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ และด้านการควบคุม อยู่ในระดับมากทั้งหมด ตามลำดับ สอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2542) ที่ได้อธิบายกระบวนการและองค์ประกอบของการจัดการว่ามีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การชี้นำ และการควบคุม นอกจากนี้ อัจฉรา ชีวะตรรกะกิจ (2542) กล่าวอธิบายว่าการจัดการเป็นกระบวนการอย่างหนึ่งที่ดำเนินการไปอย่างต่อเนื่องภายในองค์กร ฝ่ายบริหารซึ่งมีกิจกรรมที่จะต้องกระทำอยู่หลากหลายเชิงโดยทั่วไปแล้วการจัดการประกอบด้วย 1) การวางแผน เป็นการกำหนดเป้าหมายและวิธีปฏิบัติไว้ล่วงหน้าเพื่อให้เกิดความสำเร็จของงาน 2) การจัดองค์การ เป็นการแบ่งหน้าที่ การกำหนดบทบาทความรับผิดชอบ การจัดความสัมพันธ์ของ การดำเนินงานในส่วนต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานขององค์กรเกิดประสิทธิภาพ 3) การชี้นำ เป็นการกระตุ้น สร้างเสริมให้สมาชิกในองค์กรเกิดความมุ่งมั่นและทุ่มเทให้การดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จ และ 4) การควบคุม เป็นการติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อควบคุมให้สมาชิกดำเนินงานตามแผนที่วางไว้ และทำให้ทราบถึงปัญหานำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ สำหรับด้านการวางแผนซึ่งประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่าชุมชนเข้าข่ายมีการวางแผนระบบ การบริหารจัดการภายใต้การของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน สอดคล้อง กับ สินธุ์ ஸโรบล (2546) ซึ่งได้เสนอว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการจัดการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็น ผู้กำหนดทิศทางและลักษณะการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นไปตามที่ชุมชนได้ตั้งใจไว โดยให้ความสำคัญกับ ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน ในด้านการจัดองค์การ ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่าชุมชนเข้าข่ายมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิด ประสิทธิภาพในการทำงาน สอดคล้องกับ พจนา สวนศรี (2546) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของการ ท่องเที่ยวโดยชุมชน ในด้านการจัดการไว้ว่าชุมชนต้องมีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการ ท่องเที่ยว มีกฎ กติกา ในการจัดการสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ที่สามารถเข้มแข็งการท่องเที่ยวกับ การพัฒนาชุมชนโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในด้านการนำและบทบาทของผู้นำ ประชาชนใน พื้นที่มีความคิดเห็นว่าผู้นำของชุมชนเข้าข่ายให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ เพื่อรับการท่องเที่ยวชุมชนในลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ เมธี ปิยะคุณ (2547) ได้กล่าวว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมี บทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้มีการจัดการท่องเที่ยวในชุมชน ซึ่งการจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิด

ผลสัมฤทธิ์นั้น ผู้บริหารและพนักงานส่วนท้องถิ่นต้องมีความรู้ความเข้าใจในนโยบายด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การประสานแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และส่งเสริมสนับสนุนในการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ และในด้านการควบคุม ประชาชนในพื้นที่มีความคิดเห็นว่าชุมชนเข้าข่าวควรมีมาตรการในการควบคุมและดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีเนื้อจากประชาชนในพื้นที่ไม่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสร้างผลกระทบเชิงลบในพื้นที่ ซึ่งจะเป็นการทำลายวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ดีงามของชุมชน สอดคล้องกับ พจนา สวนศรี (2546) ที่ได้กล่าวว่า ก่อนที่ชุมชนจะเปิดรับนักท่องเที่ยว ชุมชนควรจะต้องรู้และตระหนักถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยว ตลอดจนการสร้างภูมิคุ้มกัน โดยการเตรียมความพร้อมชุมชนในการวางแผนรูปแบบการบริหารจัดการ พร้อมทั้งมาตรการในการป้องกันผลกระทบในลักษณะของการสร้างภูมิคุ้มกัน เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติ ทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว

2.3 รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ตำบลเข้าข่าว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

ได้มีการดำเนินการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าข่าว อำเภอละงู จังหวัดสตูล โดยการศึกษาข้อมูลและนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดนัดฯ ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้ 1) พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในการจัดตั้งตลาดนัดฯ 2) ความคิดเห็นของประชาชนในพื้นที่ต่อการจัดการตลาดนัดฯ 3) ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และนักวิชาการในพื้นที่ในการจัดตั้งตลาดนัดฯ ซึ่งในขั้นตอนนี้ยังเป็นการประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอีกด้วย และ 4) การประเมินศักยภาพชุมชน ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมจากตัวแทนชุมชน จันไดรูปแบบจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่

สำหรับรูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าข่าว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ที่พัฒนาขึ้นมีองค์ประกอบที่สำคัญตามหลักการจัดการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์การ การขึ้นนำและบทบาทผู้นำ และการควบคุม สำหรับองค์ประกอบการวางแผน คือมีการกำหนดเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เพื่อเป็นพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าของชุมชน พร้อมทั้งเป็นแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่สามารถสร้างและกระจายรายได้ให้แก่คนในชุมชนด้วย สอดคล้องกับ Fennell (1999) ที่ได้อธิบายหลักการและองค์ประกอบของท่องเที่ยวชุมชนว่าต้องมี การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับคนในชุมชน เพื่อสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน และ เพื่อให้เป้าหมายดังกล่าวบรรลุผลจึงต้องมีการจัดองค์การ โดยการกำหนดบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 1) ฝ่ายประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยว 2) ฝ่ายจัดระเบียบร้านค้า 3) ฝ่ายจัดเก็บรายได้ 4) ฝ่ายควบคุมคุณภาพอาหารและสินค้า 5) ฝ่ายภูมิ

ทัศน์และการสถานที่ 6) ฝ่ายรักษาความปลอดภัยและการจราจร 7) ฝ่ายส่งเสริมอาชีพและยกระดับมาตรฐานสินค้า 8) ฝ่ายรักษาความสะอาดและจัดการขยะ 9) ฝ่ายกิจกรรมพิเศษ นิทรรศการและการแสดง 10) ฝ่ายประเมินผล รับข้อร้องเรียน และการพยาบาล โดยมีคณะกรรมการอำนวยการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ทำหน้าที่กำหนดแผนการดำเนินงานของแต่ละฝ่ายที่ได้มาจากการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน และจากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีหน้าที่ในการควบคุม กำกับ ติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานให้บรรลุผลสำเร็จ สอดคล้องกับ พจนานุสรี (2546) ที่ได้อธิบายกระบวนการเตรียมความพร้อมชุมชนเพื่อการท่องเที่ยว โดยระบุขั้นตอนที่สำคัญด้านการจัดการ คือ มีกฎระเบียบในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยง การท่องเที่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน ซึ่งการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวให้บรรลุผลสำเร็จได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมีเครือข่ายในการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอีกด้วย

3. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขาขาว อำเภอลงทะเบี่ จังหวัดสตูล สามารถแบ่งข้อเสนอแนะออกเป็น 2 ประเด็นหลักๆ ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1) ควรมีการให้ความรู้แก่ประชาชนในพื้นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน การจัดการตลาดนัดชุมชนฯ การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ประชาชนในชุมชนได้เกิดความรู้ความเข้าใจและได้มีการกำหนดจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวร่วมกัน

2) ควรมีการออกแบบสถาปัตยกรรมที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อสร้างความโดดเด่นและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่นการทำทางเดินสะพานไม้ลัดเลาะไปกลางทุ่งนา ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกับความสวยงามของธรรมชาติได้อย่างเต็มที่ หรือการประดับตกแต่งพื้นที่ด้วย วัว และลูกหมู ซึ่งถือเป็นการละเล่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวชุมชนเขาขาว และจังหวัดสตูล มาใช้ในการตกแต่งสถานที่ให้มีความสวยงามและสร้างแรงดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว

3) ควรมีการเชื่อมโยงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ เช่น อาหารสุขภาพที่มีคุณค่าทางโภชนาการและมีความปลอดภัย เป็นอาหารที่มีความเป็นมาจากภูมิ

ปัญญาของชุมชน รวมทั้งการใช้บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติที่สร้างการรับรู้ให้แก่นักท่องเที่ยวถึงความปลอดภัยของอาหารและการใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมของผู้ประกอบการด้วย

4) ความมีกิจกรรมพิเศษเพื่อการเรียนรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างความรู้สึกแปลกใหม่อยู่เสมอ เช่น มีการแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน โดยเฉพาะศิลปวัฒนธรรมประจำถิ่นที่สามารถบอกเล่าความเป็นมาของชุมชนได้ หรือมีกิจกรรมแนะนำให้ความรู้ มีการสาธิตการทำอาหารพื้นบ้านที่เป็นภูมิปัญญาของชุมชนโดยให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมกับกิจกรรมด้วย

5) ความมีการจัดแพงพื้นที่ให้มีความเหมาะสม โดยการแบ่งประเภทอาหาร และสินค้า เพื่อความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และไม่ควรให้มีร้านค้าหนาแน่นเกินไป ประเภทสินค้า ความมีความหลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกซื้ออาหารและสินค้าที่หลากหลาย ซึ่งจะเป็นการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

6) ควรเชื่อมโยงกับเส้นทางท่องเที่ยวของจังหวัดผ่านทางผู้ประกอบการ การท่องเที่ยวจังหวัดสตูล หรือเชื่อมโยงกับกลุ่มการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ใกล้เคียงที่จะสามารถส่งต่อนักท่องเที่ยวระหว่างกันได้

7) ควรเชื่อมโยงและมีกิจกรรมนิทรรศการที่จัดแสดงความรู้เกี่ยวกับอุทยานธรณีโลก เนื่องจากชุมชนอยู่ในพื้นที่ที่มีการประกาศเป็นอุทยานธรณีโลก ถือเป็นจุดเด่นที่สร้างความน่าสนใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้เข้ามาท่องเที่ยวและเรียนรู้แหล่งอุทยานธรณีโลกที่มีในชุมชน

8) ความมีการพัฒนาเยาวชนหรืออาสาสมัครนักเล่าเรื่องชุมชน ซึ่งจะทำหน้าที่ในการบรรยายให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว และช่วยสร้างความน่าสนใจและคุณค่าให้แก่ตลาดนัดฯ ที่มีการดำเนินการเพื่อการท่องเที่ยว

9) ความมีการกำหนดกฎหมายและมีมาตรการควบคุมไม่ให้มีการจำหน่ายเครื่องดื่มมีน้ำมัน และต้องไม่มีกิจกรรมการแสดงที่ส่อทางลามกอนาจารหรือไม่เหมาะสมที่ขัดกับวัฒนธรรมอันดีงามของชุมชน หากตลาดนัดฯ สามารถควบคุมสิ่งที่ไม่พึงประสงค์เหล่านี้ได้ ก็จะสามารถสร้างคุณค่าให้แก่ตลาดนัดฯ เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

10) ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ ซึ่งมีต้นทุนในการดำเนินการไม่สูงมากแต่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ดังนั้นตลาดนัดฯ จำเป็นที่จะต้องเตรียมการในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้โดยง่าย

11) ความมีการจัดกระบวนการเรียนรู้และพัฒนาตนเองและแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนอื่น ๆ เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างความยั่งยืนให้แก่ตลาดนัดฯ และชุมชน

3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวมุสลิม เพื่อเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้มีความโดดเด่นแก่ตลาดนัดชุมชน เนื่องจากจังหวัดสตูลเป็นจังหวัดที่มีผู้นับถือศาสนาอิสลามเป็นจำนวนมาก ทำให้มีวัฒนธรรมอาหารการกินในรูปแบบชาวมุสลิม ซึ่งสามารถรองรับทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะจากประเทศไทยที่นับถือศาสนาอิสลามได้

2) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล กับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในพื้นที่อุทยานธรณีโลก จังหวัดสตูล เพื่อสร้างความหลากหลาย และสร้างทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจ

3) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐานในด้านคุณภาพ มีความหลากหลาย และมีอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อรับรักการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในรูปแบบตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรม

4) ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนาตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ในด้านการออกแบบและสถาปัตยกรรมที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจในการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กนกเกล้า แก้วเล้า และคณะ. (2559). “รูปแบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวของนครชัยบูรินทร์”. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบูรีรัมย์. 11(2), หน้า 91 - 103.
- กรรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2561, จาก <http://61.19.236.137/tourism/th/home>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). เดือนมีนาคม 2561 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขยายตัว ร้อยละ 16 [เว็บไซต์]. สืบค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2561, จาก <https://www.mots.go.th/content.php?nid=10351&filename=index>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลธิดา สมมาพุทธิ. (2540). การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางเลือกใหม่ของการเดินทาง. มปท.งาน ประเพณีและกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กุลวีดี คุหะโรจนานนท์. (2545). หลักการตลาด. ปทุมธานี: สถาบันราชภัฏเพชรบุรีวิทยาลงกรณ์.
- ไกรฤกษ์ ปั่นแก้ว. (2556). แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. สืบค้นเมื่อ 29 มิถุนายน 2561, จาก <http://tourism-dan1.blogspot.com>
- ชนิษฐา บรรสำลี และรัตนพล สันสน. (2560). “รูปแบบกลยุทธ์การตลาดเพื่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำ แบบยั่งยืน”. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 10(2), หน้า 1-22.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). แผนการพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564). ม.ป.ท.: โรงพิมพ์องค์การส่งเสริมเศรษฐกิจการคลัง.
- งามพิศ สัตย์ส่วน. (2543). หลักภาษาอุปทานภาษาไทย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: รามาการพิมพ์ จิราภรณ์ แก้วมนี. (2557). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ชุมชนบ้านหัวเข้าจีน อำเภอปากท่อ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.

- จุฑารณ์ ทองเพ็ง. (2554). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของวัดสีหรรารามวิหารจังหวัดฉะเชิงเทรา. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- จุฑามาศ คงสวัสดิ์. (2550). การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมืองโบราณอุท่อง จังหวัดสุพรรณบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เจนจิรา เกษรชจรทิพย์. (2557). ผลกระทบของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ที่มีต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อในร้านอาหารปั่นของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด). คณะพาณิชศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉันทัช วรรณณอม. (2552). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ชุมพนุท โมราชติ. (2551). การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านชะصوم หมู่ที่ 7 ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขเงี้ยน จังหวัดอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ และคณะ. (2544). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตตุ่มแม่น้ำว้า. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- เชาว์ อินไย. (2553). การประเมินผลโครงการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดุษณี ชาวนา และคณะ. (2551). รายงานการวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านผาแตก ตำบลสบปิง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ตุลา มหาสุรานันท์. (2547). หลักการจัดการและการบริหาร. กรุงเทพฯ: พ.ศ. พัฒนาจำกัด.
- เทพรัตน์ จันทร์พันธ์ และวิวัฒน์ ฤทธิมา. (2556). การท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลบ้านขาว อำเภอระโนด จังหวัดสงขลา [ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์]. วารสาร การประชุมทางวิชาการ ครั้งที่ 4.
- ธงชัย สันติวงศ์. (2545). การบริหารงานบุคคล (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- ธนธรณ์ ศรีสวัสดิ์. (2552). ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำคลองลัดมะยม เชตตลิ่ง ชั้น กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นราวดี บัววัญ. (2556). รูปแบบการจัดการตลาดน้ำเพื่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาตลาดน้ำคลองแหน อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการสิ่งแวดล้อม. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- นรินทร์ สังข์รักษा. (2555). รายงานการวิจัยแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อุ่้ายธรรม จังหวัดนครปฐม. นครปฐม: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นริมล กิติกุล. (2545). องค์การและการจัดการ. กาญจนบุรี: สถาบันราชภัฏกาญจนบุรี.
- นิสารัตน์ จุวงศ์. (2553). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตร ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- นุติพงษ์ บัวทอง. (2553). แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำวัดประสาทสิทธิ์ ตำบลประสาทสิทธิ์ อำเภอเต้นสะตวง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการประกอบการ. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ ดีไซน์.
- ปณิศา มีจินดา และศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2554). กลยุทธ์การตลาดและการวางแผน. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ประกอบศิริ ภักดีพินิจ. (2545). ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบ้านร่องไช ตำบลแม่ไม่ส์ อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ประพีรพร อักษรศรี. (2553). รูปแบบการเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยวชุมชน กรณีศึกษาลุ่มน้ำแม่น้ำเจ้าพระตอนล่าง. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น). มหาวิทยาลัยราชภัฏราชบุรี. สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2561, จาก <http://thesis.rru.ac.th/thesis.php?id=380>.

- ประยงค์ จันทเต็ง. (2540). ความคิดเห็นของปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลต่อการบริหารงานขององค์การบริหารงานส่วนตำบล : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดราชบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)
- พจนा สวนศรี. (2546). คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พรพิพิญ กิจเจริญไพศาล. (2553). การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พรพรรณ เปเล่กลั่ง. (2548). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษาตลาดน้ำตั้งลิ่งชัน. (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะสังคมวิทยาและมนุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- มนีวรรณ ผิวนิม และปราณนา จันทรพันธ์. (2546). ผลกระทบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อวิถีชีวิตชุมชน : กรณีศึกษาชุมชนตลาดน้ำ. สืบค้นเมื่อ 25 มีนาคม 2561, จาก <http://www.ttresearch.org/pdf/>
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชาทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- เมธี ปิยะคุณ. (2547). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่ดีที่สุด. ค้นเมื่อ 22 เมษายน 2561, จาก www.stou.ac.th/thai/offices/oce/knowledge/3-46/page19-3-46.html
- ราชพร จันทร์สว่าง. (2546). เอกสารชุดฝึกอบรมทางไก่หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- รัชนีวรรณ ประยุรุ่งโรจน์. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอดี้นสโตร์.
- รัชนีวรรณ บุญอนันท์. (2553). “รูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม : กรณีศึกษา วัดวังพระราศ ตำบลไตรตรึงษ์ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร”. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 9(26), หน้า 43 - 57.
- ราณี อิสิชัยกุล. (2546). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ใน เอกสารชุดฝึกอบรมทางไก่หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน (หน่วยที่ 1). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

- รุ่งทิพย์ วงศ์ปฏิบัติการ. (2544). การท่องเที่ยว กับ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อม. ชุดสารการท่องเที่ยว. 20.1 (มกราคม - มีนาคม).
- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรภพ วงศ์รอด. (2557). “แนวทางการจัดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชน วัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดนครสวรรค์”. วารสารวิชาการและวิจัยสังคมศาสตร์. 20(3), หน้า 13 - 28.
- วรรณฯ ศิลปอาชา. (2545). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วัลยพร รัตตระกูลไพบูลย์. (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. ปทุมธานี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วันสาด ศรีสุวรรณ. (2553). รูปแบบการจัดท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนลุ่มน้ำตาปี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วิรัช สงวนวงศ์วน. (2547). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่นอินเตอร์โซน.
- วีระพล ทองมา และประเจต อำนวย. (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). การบริหารการตลาดด้วยคุณภาพ. กรุงเทพฯ: อิริยะพิล์มและไซเบอร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). 9 in 1 รู้เพื่อ弄เรื่องค้นพื้นที่การบริหารธุรกิจ/การบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ: อิริยะพิล์มและไซเบอร์.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- สายชล พฤกษนันท์. (2550). การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยชุมชนมีส่วนร่วม กรณีศึกษาบ้านป่าข้าวหลาม ตำบลกีดซ้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต, สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาท้องถิ่น). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย. (2545). การท่องเที่ยวโดยชุมชนแนวคิดและประสบการณ์ เชียงราย : โครงการประสานงานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (กสว.) มีเมืองนราธิวาส.
- 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>
- สินธุ โรบล. (2546). การท่องเที่ยวโดยชุมชน: ฐานคิดจากการวิจัยเพื่อท้องถิ่น ใน การท่องเที่ยวโดยชุมชน แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตกรุงเทพมหานคร.
- สุกี เสรีรัศรี. (2557). แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุประภา สมนักษ์พงษ์. (2560). “แนวโน้มและตลาดการท่องเที่ยว 4.0 ประเทศไทย”. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 10(3), หน้า 2055-2068.
- องค์การบริหารส่วนตำบลเขาขาว อำเภอละงุ จังหวัดสตูล. (2557). ค้นเมื่อ 2 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.khaokhaw.go.th/html/new-menu-1-view.asp?action=2&id=56>
- อัจฉรา ชีวะรุกุลกิจ. (2542). การจัดการสำหรับวิศวกร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
- อาคีรา ราชเวียง. (2560). “อนาคตผู้ประกอบการในยุค 4.0”. วารสารวิจัยและพัฒนา วิทยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 12(2), หน้า 79-88.

- อุดม เชยกิวงศ์ และคณะ. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- เอกก์ ภารนกุล. (2556). อัจฉริยะการตลาด. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เอกลักษณ์ ทองเสมียน. (2550). การศึกษาระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาบ้านตากเก้าโจน ตำบลสวนผึ้ง อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาพัฒนาศึกษา. 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
- 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* (2nd 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* (14th 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.* 188, 571-582.
- Lovelock. (2010). *Services Marketing* (4th 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.

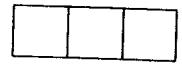
- Middleton, V. T. C. (1994). *Marketing in travel and tourism* (3th ed.) Oxford: Butterworth - Heinemann.
- Nicosia, F. W. (1966). *Consumer Decision Processes*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice Hall.
- Oakley, P. and Marsden, D. (1984). *Approaches To Participation In Rural Development*. Geneva: International Labour Office for the ACC Task Force on Rural Development.
- Pearce, D. (1986). *Tourist Development* (2nd 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* (4th 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 Appro*. 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* (2nd ed.). Oxford: Butterwort-Heinemann.
- UNTWO. (2017). *Why tourism?*. Retrieved March 20, 2018, from <http://www2.untwo.org/content/why-tourism>.
- UNWTO. (1997). *Tourism 2020 Vision*. Madrid: UNWTO.

- Weihrich, H. and Koontz, H. (2005). *Management: A Global Perspective* (11st 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* (3th ed.). New York: Harper and Row.





ภาควิชานวัตกรรม



แบบสอบถาม (สำหรับนักท่องเที่ยว)

รูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
ตำบลเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล

แบบสอบถามนี้จะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดตลาดนัดชุมชน เชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเข้าขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกพิจารณาและวิเคราะห์ในภาพรวม โดยข้อมูลส่วนต่างๆ นี้ ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บเป็นความลับและจะไม่นำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น

ขอขอบพระคุณอย่างเป็นอย่างสูง

ดร.รัชชพงษ์ 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 อินๆ (โปรดระบุ.....)

1.6 อาชีพ

 นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจหรือ

พนักงานของรัฐ

 พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

1.7 ที่อยู่ปัจจุบัน

 ภายในจังหวัดสุโขทัย นอกจังหวัดสุโขทัย (โปรดระบุ จังหวัด

.....)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โปรดใส่เครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ตรงกับความคิดเห็นท่านมากที่สุด

2.1 เมื่อท่านตัดสินใจจะเดินทางไปท่องเที่ยวท่านจะค้นหาหรือได้รับข้อมูลจากช่องทางใดมากที่สุด

 เพื่อน ญาติหรือครอบครัว โทรศัพท์หรือวิทยุ หนังสือหรือสิ่งพิมพ์ สือออนไลน์ บริษัทนำเที่ยว

2.2 เมื่อท่านเดินทางไปท่องเที่ยวโดยปกติจะมีผู้ร่วมเดินทางจำนวน

 เดินทางคนเดียว 2 คน 3 – 4 คน มากกว่า 4 คน ขึ้นไป

2.3 ลักษณะของตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวที่ท่านต้องการ

 เป็นตลาดนัดที่มีอาหารและสินค้าประจำถิ่น เป็นตลาดนัดที่แสดงถึงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น 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

ผลิตภัณฑ์ห้องถ่ายหรือพื้นบ้าน อื่นๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 3 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

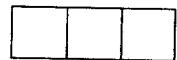
ประเด็นคำถาม	ระดับความต้องการ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ด้านผลิตภัณฑ์					
1. มีสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า					
2. สินค้ามีมาตรฐาน และมีคุณภาพ เชื่อถือได้					
3. มีสินค้าที่หลากหลายให้เลือกซื้อ					
4. มีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนจำหน่าย (สินค้าชุมชน)					
5. มีบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น บรรจุอาหารในกระถางเบต่อง					
6. สามารถเปลี่ยนหรือคืนสินค้าในกรณีที่สินค้าไม่มีคุณภาพได้					
ด้านราคา					
1. มีการควบคุมราคาสินค้าที่เป็นมาตรฐาน					
2. ราคามาตรฐานกับคุณภาพของสินค้า					
3. มีการติดป้ายบอกราคาที่ชัดเจน					
4. มีระดับราคาของผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย					
5. สามารถต่อรองราคาได้					
ด้านช่องทางในการจัดจำหน่าย					
1. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะดวกในการเดินทาง					
2. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีความสะอาด ถูกสุขอนามัย					
3. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีสถานที่อำนวยความสะดวกที่เพียง เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ฯลฯ					

ประเด็นคำถาม	ระดับความต้องการ				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
4. สถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) มีการจัดระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี					
5. มีป้ายบอกทางไปยังสถานที่จัดจำหน่ายสินค้า (ตลาด) ที่ชัดเจน					
ด้านส่งเสริมการตลาด					
1. มีการประชาสัมพันธ์ตลาดนัดฯ ให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์					
2. มีการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ประจำถิ่นของผู้จำหน่ายสินค้าในตลาด					
3. มีวิถี生活และจัดให้มีการแสดงเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับชม เช่น การแสดงพื้นบ้าน หรือดนตรีพื้นบ้าน เป็นต้น					
4. มีการตกแต่งและออกแบบสถาปัตยกรรมภายใต้ตลาดที่มีเอกลักษณ์ประจำถิ่น เช่น การตกแต่งด้วยวัว หรือผ้าพื้นเมือง เป็นต้น					
5. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เช่น การทำเกษตรอินทรีย์ การดำเนิน การปลูกพืชผักปลอดสารพิษ					
6. มีกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เช่น การทำอาหารหรือขนม					

ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

“ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”





แบบสอบถาม (สำหรับประชาชนในพื้นที่)

รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว

ตำบลเลขาน อำเภอละงู จังหวัดสตูล

แบบสอบถามนี้จะเก็บข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดตั้งตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อนำไปสู่การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเลขาน อำเภอละงู จังหวัดสตูล ซึ่งข้อมูลที่ได้ทั้งหมดจะถูกพิจารณาและวิเคราะห์ในภาพรวม โดยข้อมูลส่วนต่างๆ นี้ ผู้วิจัยขอรับรองว่าจะเก็บเป็นความลับและจะไม่นำไปใช้ในวัตถุประสงค์อื่น

ขอขอบพระคุณอย่างเป็นอย่างสูง

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 รัฐวิสาหกิจหรือพนักงานของรัฐ
 พนักงานบริษัทเอกชน ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว เกษตรกร
 อื่น ๆ (โปรดระบุ.....)

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในการจัดตั้งตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว โปรดใส่เครื่องหมาย / หน้าข้อความที่ตรงกับความต้องการของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ด้านการวางแผน					
1. ชุมชนเข้าข่าวความมีการประเมินศักยภาพชุมชนและวางแผนการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว					
2. ชุมชนเข้าข่าวความมีตลาดนัดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว ที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ได้					
3. ชุมชนเข้าข่าวความมีการจัดทำปฏิทินงานเทศกาลประจำปีเพื่อใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดนัดชุมชนฯ					
4. ชุมชนเข้าข่าวความมีการประเมินทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตลาดนัดชุมชนฯ ที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว					
5. ชุมชนเข้าข่าวความมีการวางแผนทางด้านภาษาต่างประเทศเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ					
6. ตลาดนัดชุมชนฯ ความมีการวางแผนและสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับกำหนดกฎ กติกา และการบริหารจัดการสำหรับผู้จำหน่ายสินค้าในตลาด					
7. ชุมชนเข้าข่าวความมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการภายในองค์กรของตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน					
ด้านการจัดองค์การ					
1. ชุมชนเข้าข่าวความมีคณะกรรมการในการบริหารจัดการตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
2. ชุมชนเข้าข้าวครัวมีคณะกรรมการในการออกแบบและก่อสร้างด้านสถาปัตยกรรมสำหรับตลาดนัดชุมชนฯ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการทำงาน					
3. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีการพัฒนาศักยภาพของผู้จำหน่ายสินค้า ให้สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและให้บริการที่สร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว					
4. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการจราจรและการรักษาความปลอดภัยที่มีประสิทธิภาพ					
5. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการด้านการประชาสัมพันธ์ ในรูปแบบต่างๆ เช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ แผ่นพับ หรือการใช้สื่อออนไลน์					
6. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีระบบการจัดการด้านขายที่มีประสิทธิภาพและไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมชุมชน					
7. ตลาดนัดชุมชนฯ ควรมีเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารและให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่มอย่างชัดเจน					
ด้านการนำและบทบาทของผู้นำ					
1. ผู้นำของชุมชนเข้าข้าวครัวให้ความสำคัญ ส่งเสริม และสนับสนุนในการจัดการตลาดนัดชุมชนฯ					
2. ผู้นำของชุมชนเข้าข้าวครัวมีนโยบายที่สอดคล้องและสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน					
3. ผู้นำของชุมชนเข้าข้าวครัวให้ความสำคัญและส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพ					
4. ผู้นำของชุมชนเข้าข้าวครัวมีการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถกระจายรายได้เข้าสู่ชุมชนอย่างทั่วถึง					
5. ผู้นำของชุมชนเข้าข้าวครัวมีการทำงานร่วมกับเครือข่ายหรือกลุ่มอาชีพทั้งภายในและภายนอกชุมชน					
6. ผู้นำของชุมชนเข้าข้าวครัวมีการส่งเสริมและสนับสนุนการทำบารุงศิลปวัฒธรรมเพื่อนำมาใช้ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน					

ประเด็นคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด
ด้านการควบคุม					
1. ชุมชนเข้าข่าวครัวเมื่อมีมาตรการในการควบคุมและประเมินคุณภาพ ความสะอาด และราคาที่เหมาะสมสำหรับอาหารและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่จำหน่ายในตลาดนัดชุมชนฯ					
2. ชุมชนเข้าข่าวครัวเมื่อมีมาตรการในการควบคุมและประเมินความปลอดภัยและสิ่งอำนวยความสะดวกท่องเที่ยวในตลาดนัดชุมชนฯ					
3. ชุมชนเข้าข่าวครัวเมื่อมีมาตรการในการควบคุมและประเมินสิ่งปลูกสร้างและสถานที่สาธารณะของตลาดนัดชุมชนฯเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมชุมชน					
4. ชุมชนเข้าข่าวครัวเมื่อประเมินความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อนำมาใช้ในการวางแผนการทำงานในอนาคต					
5. ชุมชนเข้าข่าวครัวเมื่อมีมาตรการในการควบคุมและดูแลนักท่องเที่ยวในการปฏิบัติตามกฎระเบียบในการท่องเที่ยวหรือทำกิจกรรมในตลาดนัดชุมชนฯ เช่น การห้ามดื่มเครื่องดื่มมีน้ำมัน					
6. ชุมชนเข้าข่าวครัวเมื่อมีมาตรการในการควบคุมและประเมินกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในตลาดนัดชุมชนฯ ให้มีความเหมาะสมกับวัฒนธรรมของชุมชนและสามารถตั้งคุณใจแก่นักท่องเที่ยวให้เข้ามาร่วมกับกิจกรรม					

ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

“ขอขอบพระคุณอย่างยิ่งที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม”



ที่ ศธ ๐๔๒๐.๐๙ / ๖๐๙๐

คณะกรรมการและสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุโขทัย
จังหวัดสุโขทัย ๕๐๐๐

๖๖ ตุลาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย
เรียน คอมบีคณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ
สังกัดส่งมาด้วย แบบสอบถามนิวเจ็ย จำนวน ๑ ชุด

ด้วย ดร.รัชพงษ์ ชี้ช้ำลย อ้างอิงประจ้าโปรแกรมวิชาชีวะสู่ประชาสัมพันธ์
คอมมูนิเคชั่นและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุโขทัย กำลังทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหาร
จัดการตลาดนักท่องเที่ยวเชิงรัฐธรรมนูญเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย (A Model of Cultural
Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province)
โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการภารกิจพัฒนาตลาดนักท่องเที่ยวเชิงรัฐธรรมนูญเพื่อการท่องเที่ยว
จังหวัดสุโขทัย ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามวิจัยเพื่อนำเข้าระบบฐานข้อมูลมาพัฒนา
และขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะกรรมการและสังคมศาสตร์ห้องเรียนวิชาชีวะสุโขทัย ดร.นิติกานต์ หมู่อุไร อ้างอิง
ประจ้านักศึกษาบริหารธุรกิจบัณฑิต บุคลากรในสังกัดของท่าน เป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับหัวข้อ
ในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ ดร.นิติกานต์ หมู่อุไร
เป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ดังรายละเอียดตามเอกสารที่ส่งมาพร้อมนี้ และหากมี
ข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชพงษ์ ชี้ช้ำลย โทรสารที่หมายเลข
๐๘๑๔๔๓ ๓๖๗๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะกรรมการและสังคมศาสตร์ห้องเรียนเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ
ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมาก ไอกานนี

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นัก наук อาจารย์
คอมบีคณะรวมมูลค่าสัมพันธ์และสังคมศาสตร์)

สำนักงานคอมบีคณะรวมมูลค่าสัมพันธ์และสังคมศาสตร์
โทรศัพท์ ๐๕๔๒๐๖ ๐๖๖๖
โทรสาร ๐๕๔๒๐๖ ๐๖๖๓



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ไทย ๑๗๖๘

ที่ ๔๙๙/๖๓

วันที่ ๒๙ ตุลาคม ๒๕๖๘

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาลัยนรัตน์กรรมและภารกิจการจัดการ

เมืองเกิน ดร.วชิรพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาธุรกิจประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสังขละ กำลังท่าวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำท่องเที่ยวและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวชั่วคราว” (A Model of Cultural Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province) โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการพัฒนาภาคชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดสตูล

โดยที่ดังนี้ ในการท่าวิจัยครั้งนี้ ผู้ท่าวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามวิจัยเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป โดยคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่จ้างมา แล้วเห็นว่า ดร.ทวีสินธุ์ ตึงเชียง อาจารย์คณบดีวิทยาลัยนรัตน์กรรมและภารกิจการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรอบรู้ในประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการวิจัยเป็นที่ประจักษ์ และมีความเห็นชอบในกระบวนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

รับรองหมาย/รับมือ

ทวีสินธุ์ ตึงเชียง คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ ดร.ทวีสินธุ์ ตึงเชียง บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย ดังรายละเอียดตามเอกสารที่ส่งมาไว้มานี้ และหากมีข้อสงสัยหรือข้อข้อความเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.วชิรพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘๑ ๑๕๕๗๑๗๗๐

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมาก ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นາเดนเรศ อาทิตย์สุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กรมบูรณาการและสังคมศาสตร์ โทร. ๑๓๐๘๙

ที่ คณศ ๒๙/๔๔๕

วันที่ ๗ ตุลาคม ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

เรียน ศูนย์ศึกษาวิทยาลัยบันดุงกรรมและภารกิจการ

นายเดิม ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ อ้างอิงประจ้าโปรแกรมวิชาธุรกิจบริหารศาสตร์
กรมบูรณาการและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสังขยา กำลังฟื้นฟูวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหาร
ภารกิจการตลาดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวชั้นนำ" (A Model of Cultural
Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province)
ให้ได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการการพัฒนาตลาดชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
ชั้นนำ" ศูนย์ฯ

ขอเห็นด้วย ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามวิจัยเพื่อนำ
ข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป โดยกรมบูรณาการและสังคมศาสตร์พิจารณา
แล้วเห็นว่า ดร.คบุรุษ ถุวรรณวงศ์ อ้างอิงศูนย์วิทยาลัยบันดุงกรรมและภารกิจการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความ
รอบรู้มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในด้านการวิจัยเป็นที่ประจักษ์ และมีความเหมาะสมในการ
ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้

ร้อยฤทธิ์นวย/รัฐนิยน

ขออภัย กรมบูรณาการและสังคมศาสตร์จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้
ดร.คบุรุษ ถุวรรณวงศ์ บุคลากรในสังกัดของท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย
ดังรายละเอียดตามเอกสารที่ส่งมาพร้อมนี้ และหากมีข้อสงสัยหรือข้อข้อข้อความเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณา
ติดต่อได้ที่ ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑๗๗๗๗๗๗๐

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา กรมบูรณาการและสังคมศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ
 ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมาก ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผู้อำนวยการ สาขาสุวรรณ)

ศูนย์ศึกษามหาวิทยาลัยบันดุงกรรมและภารกิจการ



ที่ ศธ ๐๔๒๐.๐๙/๑๖๖๖

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ถ.กาญจนาภิเษก ชั้นหัวตักสิริ
๘๐๐๐

๗๐ หมู่บ้าน ๒๕๖๑

**เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ซ้อมสืบท่องก่อนการทำวิจัย
เรียน พัฒนาการ อำเภอสูง**

ด้วย ดร.วชิรพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาสร้างสรรค์ประศาสนศาสตร์
คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำชุมชนเชิงรัตนธรรม^๑
เพื่อการห้องเรียน ตำบลเซขา อำเภอสูง จังหวัดสกลนคร” โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้บุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล^๒
โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อบอกข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ^๓
เกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ซ้อมสืบท่องก่อน^๔
ประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอทราบวันเดือนปี พ.ศ.๒๕๖๑ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ สำนักงานที่ปรึกษาชุมชนอำเภอสูง และหากมีข้อสงสัยหรือข้อกังวลใดๆ ทาง
ขอความกรุณาติดต่อให้ที่ ดร.วชิรพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๘๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ
ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้อำนวยการสำนักงานวิจัย สถาบันสุวรรณ
คณบดีคณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

สำนักงานคณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๕๔๒๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๕๔๒๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.วชิรพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๘๐



ที่ กธ ๐๔๒๐.๐๙ / ๖๖๐๗

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อำเภอเมืองสกลฯ จังหวัดสกลฯ
๕๐๐๐๐

๖๖' พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

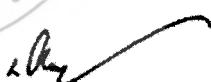
เรียน นายอานันต์

ด้วย ดร.รัชพงษ์ ชี้ขาวสบ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาชีวะประ产业化สหศิริ คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการคลาสนิคชุมชนเชิงวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเจ้าข่า อำเภอสระบุรี จังหวัดสระบุรี” โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้บุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการการสัมภาษณ์เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าดำเนินเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอขอบคุณร้อยละ และรับการสัมภาษณ์ ในวันที่ ๒๖ มกราคม พ.ศ.๒๕๖๑ เวลา ๑๐.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ที่ทำการอุปนายก มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลฯ หรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอทราบก่อนได้ ด้วย

สังเขปมาเพื่อโปรดพิจารณา คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ ความอุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตาเวศ อาทิตย์สุวรรณ)

คณบดีคณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรทัศน์ ๐ ๕๔๒๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๕๔๒๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชพงษ์ ชี้ขาวสบ โทรทัศน์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๖๖



ที่ กก ๐๔๐๐.๐๙/วชจส

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสระบุรี
อำเภอเมืองสระบุรี จังหวัดสระบุรี
๕๐๐๐

๗๐ หมู่บ้าน ๒๔๒๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ซ้อมสอบเพื่อประกอบการที่วิจัย
เรียน พัฒนาการชั้นหัวดอยดูล

ด้วย ดร.วัชชพงษ์ ชัชวาลย์ อ้างอิงประจ้าโปรแกรมวิชาสรุปประจำสอนศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังที่วิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการคลาสนักศึกษาเชิงรัตนธรรม^๑
เพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเชาดาว อำเภอสระบุรี จังหวัดสระบุรี” โดยได้รับงบประมาณบริจัยภายใต้ยุทธศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสระบุรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในกรอบที่วิจัยครั้งนี้ผู้ที่วิจัยจะต้องไปท่องเที่ยว
โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อบาช้อมุมน้ำที่พื้นที่และขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับหัวข้อในการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ซ้อมสอบเพื่อ
ประกอบการที่วิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยของตอบแบบอันดู และรับการสัมภาษณ์ ในวันจันทร์ที่ ๑๘ มกราคม พ.ศ.
๒๕๖๑ เวลา ๑๓.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ศาลาวัดคลองชั้นหัวดอยดูล แขวงหาบນชั้นหัวดอยดูล จังหวัดสระบุรี ๗๐๐๐๐ ฯ
ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.วัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑ ๗๗๗ ๗๗๗๐

ดังเรียนมาเพื่อโปรดที่จะอนุญาต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ห้องเป็นของบ้านยังว่าคุณได้รับ
ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมาก ไอกานน์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้อำนวยการฯ บ้านกลางเรือ ภาคอุปวรรณ)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๔๒๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๗๔๒๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.วัชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑ ๗๗๗ ๗๗๗๐



ที่ กธ ๐๔๒๐.๐๙/๖๖๒๓

กนงบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
จังหวัดสกลนคร ๕๔๘๑๐
๘๐๐๐๐

๖๖ กฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์เชื้อมูสกเพื่อประกอบการท่องเที่ยว
เรียน ผู้อำนวยการจังหวัดสกลนคร

ด้วย ดร.วัชชพงษ์ ชี้ช้ำสกย อาจารย์ประจำในแผนกวิชาภาษาไทยและศึกษาพื้นฐานภาษาไทย
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังท่องเที่ยว “รูปแบบการบริหารจัดการคลานต์ชุมชนเชิงรัฐธรรมนูญ”
เพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเซาขาว อำเภอสะเมิง จังหวัดสกลนคร โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้บุญธรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการท่องเที่ยวครั้งนี้ผู้อำนวยการจังหวัดต้องเก็บข้อมูล
โดยใช้กระบวนการสำรวจภูมิภาคและรายละเอียดเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาถ้าเห็นว่าทำเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับหัวข้อในการท่องเที่ยวในเรื่องท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ซึ่งเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์เชื้อมูสกเพื่อ
ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เชิงลึก ให้ช่วยสนับสนุนที่อยู่ และรับการเดินทางนั่น ในวันที่ ๗ ธันวาคม ๒๕๖๓
๑๖๐๒.๖๐ น. เป็นต้นไป คาดการณ์ว่าจะต้องเดินทางไป ๑๕๘๗๓ คาดหากมีช่องสบายนี้จะช่วยลดเวลาเดินทางให้ลดลง

ดังนั้น จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ร่วมห่วงเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ
ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นัก наук อาจารย์สุวรรณ)
คณะศึกษาดูงานมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ผู้จัดงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ไกรศิริพันธ์ อ.๗๔๒๖ ๐๖๖๒

ไกรสาร อ.๗๔๒๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.วัชชพงษ์ ชี้ช้ำสกย ไกรศิริพันธ์ หมายเลข ๐๘ ๑๔๔๓ ๓๖๖๐



ที่ ศว ๐๔๒๐.๐๙ / ๖๖๙๗

กนงวชยบกสต์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อำเภอเมืองสกลฯ จังหวัดสกลฯ
๘๐๐๐๐

พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลฯ

ด้วย ดร.วชชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาธุรกิจประศาสนศาสตร์ กนงวชยบกสต์และสังคมศาสตร์ กำลังท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสกลฯ ร่วมกับนักศึกษา ดำเนินการวิจัย “รูปแบบการบริหารจัดการผลิตคุณชนิดรังวัฒนธรรม เทือการท่องเที่ยว ตำบลเข้าชารา อำเภอสังขะ จังหวัดสกลฯ” โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลฯ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อบรรลุเป้าหมายและมาตรฐานเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

กนงวชยบกสต์และสังคมศาสตร์ทิ้งทราบมาแล้วว่าดำเนินการเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อ ประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอขอบคุณที่อยู่ และรับการสัมภาษณ์ ในวันอังคารที่ ๑๖ ตุลาคม พ.ศ.๒๕๖๑ เป็นต้นไป ณ สำนักงานกงวชห้องพื้นที่บูรณะกีฬาจังหวัดสกลฯ และหากมีข้อสงสัยหรือข้อข้อความ เพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.วชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑๙๓๑๖๖๖

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทิ้งทราบ กนงวชยบกสต์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นัก наук อาสาสุวรรณ)

ผู้บังคับกนงวชยบกสต์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณะกรรมการกนงวชยบกสต์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๘๑๙๓๑๖๖๖

โทรสาร ๐ ๘๑๙๓๑๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.วชชพงษ์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑๙๓๑๖๖๖



ที่ คร ๐๔๒๐.๐๙/๖๖๖๗

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏสิงห์
บ้านเมืองสิงห์ จังหวัดสิงห์
บ้านเมือง ๕๐๐๐๐

๓๐ พฤษภาคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ชื่ออยู่เพื่อประกอบการทำวิจัย
เรียน ประธานสมาคม SMEs สกุล

ด้วย ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาธุรกิจประปาและศึกษาศาสตร์
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำที่มีชุมชนเชิงรัฐกิจธรรม
เพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเดชาชารา อำเภอสังขะ จังหวัดสกุล” โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสิงห์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล
โดยใช้กระบวนการสำรวจภัยพิบัติและอัญมณฑลนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าดำเนินการเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ชื่ออยู่เพื่อ
ประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอขอบคุณอยู่ ผู้อำนวยการสังคมศาสตร์ ในวันที่ ๗ พฤษภาคม ๒๕๖๑
เวลา ๑๖.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ จังหวัดสกุล และหากมีข้อสงสัยหรือข้อข้อความเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณา
ติดต่อได้ที่ ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๖๖๖ ๑๖๖๗ ๑๖๖๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ
ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บ้านกนกเรศ อาทิตย์วรรณ)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณบดีบัณฑิตวิทยาลัยและสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๖๖๖ ๑๖๖๒

โทรสาร ๐ ๗๖๖๖ ๑๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๖๖๖ ๑๖๖๐



ที่ 丙 ๐๔๒๐.๐๙/๖๖๙๕

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
ถ.๑๗๘๙เมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
๘๐๐๐๐

๖/ ผู้ดูแลระบบ ๖๖๙๕

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ซ้อมุกเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายกองค์การบริหารส่วนตัวบ้านเชาะฯ

ด้วย ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ อารารย์ประเสริฐ ประธานวิชาชีวศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการคลานนักชุมชนเชิงรัตนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว สำนักเชาะฯ อำเภอเชาะฯ จังหวัดสตูล" โดยได้รับงบประมาณรายวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูลโดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อนบ้านชุมชนและหาผู้เป็นงานบริการชุมชนต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าทำเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ซ้อมุกเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอขอบคุณชัยณรงค์ และรับการสัมภาษณ์ ในวันอังคารที่ ๕ ธันวาคม ๒๕๖๐ น. เป็นต้นไป ณ องค์กรบริหารส่วนตัวบ้านเชาะฯ และหากมีข้อสงสัยหรือข้อข้อสงสัยเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๙๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมาก ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บ้านเรศ อาทิตย์วรรณ)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคอมพิวเตอร์มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๔๒๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๗๔๒๖ ๐๖๖๖

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๕๕๓ ๓๖๙๐



मेरा नं ०८००.०५/६६३८

គម្រោងឯុទ្ធការទីនេះគឺការទី
នាយករាជការប្រជាធិបតេយ្យសង្គម
ចំណេះដឹងសង្គម ចំណេះដឹងសង្គម

40000

၆၃ မြန်ခိုက်ယောက် ၁၂၃၈

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการท่าเรือจับ

ເຕີບ ດຳນັ້ນດຳນລເຊາກາ

ด้วย ดร.รัชพงษ์ ชัยวารส์ อ้างอิงประจําไปรบกวนการวิชาชีวะศาสตร์
ก่อนจะมาถึงภาคที่สองและสังคมศาสตร์ กำลังทำเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการสถาบันคหบุณชัชวิชวัฒนธรรม
เพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่” โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ทุนศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล
โดยใช้กระบวนการสำรวจที่พื้นที่นำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

ความบุญค่าครองและสังคมภาคตะวันออกที่จารณาด้วยเห็นว่าทำเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับหัวข้อนี้ในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ขออุดหนูเพื่อ
ประทานการที่เข้าชัดให้เข้าใจด้วยความชัดเจน แก่ครัวการศึกษาฯ ในวันพุธที่ ๔ ธันวาคม พ.ศ.
๒๕๖๓ ๑๐.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ห้องประชุมบริหารส่วนต้นหน้าห้องเรียน และหากมีข้อสงสัยหรือข้อซักถามเพิ่มเติมใด ๆ
ขอความกรุณารีบติดต่อได้ที่ คร.รัชดาภรณ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๗๙๓ ๓๗๖๐

ข้อมูลนักเรียน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นักบุญเรศ อาจารย์บรรณ)

ก่อนติดต่อหน่วยงานด้านการศึกษาและสังคมฯ

สำนักงานคุณภาพศึกษาและกิจกรรมทางวัฒนธรรม

Insření o elektrické oběti

Insans o nizleb obba

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รังษีพงษ์ ชัชวาลย์ โทร.สักพันหมื่นเลข ๐๘๑ ๗๔๔๓ ๗๖๕๐



ที่ ๗๙ ๐๔๒๐.๐๙ / ๖๖๒๖

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
สำนักผู้มีอิทธิพล จังหวัดยะลา
๘๐๐๐๐

๗๙ พฤศจิกายน ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอุปการะห้องมุมเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน ผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ ๔ ตำบลเข้าแข้ง

ด้วย ดร.รัชพงษ์ ชี้ขาวลัย อ้างอิงประชารัฐประศาสนศาสตร์
คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการคลุมต้นทุนชนิดรักษ์ธรรม^๑
เพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเข้าแข้ง อำเภอสะず จังหวัดสกลนคร” โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้บุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๓ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล^๒
โดยใช้กระบวนการสำรวจภูมิภาคเพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พึงทราบด้วยว่าเพื่อท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ^๓
เกี่ยวกับหัวข้อนี้ในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอุปการะห้องมุมเพื่อ^๔
ประกอบการทำวิจัยในหัวข้อนี้ดังต่อไปนี้ ให้สามารถเขียนแบบฟอร์มและรับการดำเนินการณ์ ในวันอังคารที่ ๔ ธันวาคม ๒๕๖๓
๑๖๐๐.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ จังหวัดยะลา อำเภอสะず ตำบลเข้าแข้ง ทางนี้ขอสงวนไว้รอชี้แจงตามที่นิ่งเดินทาง^๕
ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชพงษ์ ชี้ขาวลัย โทรสารที่หมายเลข ๐๘๑๘๘๓๓๘๖๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ^๖
ความอุปการะจากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสุดยิ่ง ໂoglans

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นันทน์เรศ อาทิตย์วรรณ)
คณบดีคณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๔๒๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๗๔๒๖ ๐๖๖๖

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชพงษ์ ชี้ขาวลัย โทรสารที่หมายเลข ๐๘ ๑๘๘๓ ๓๘๖๐



ที่ กง ๐๔๒๐.๐๙/๖๖๐)

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ชั้นกอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา
๘๐๐๐๐

๖/ พฤศจิกายน ๒๕๖๐

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ซ้อมสอบเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายปริญพิทย์ จิราธุบ

ด้วย ดร.รังษีพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำในปัจจุบันวิชาภาษาไทยประ产业化ศาสตร์
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังท่องเที่ยว "รูปแบบการบริหารจัดการสถาบันเชิงคุณธรรม
เพื่อการท่องเที่ยว สำนักเขตฯ จังหวัดสกลนคร" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้บุคลากร
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๐ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล
โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อบาชร์อยู่ในภาคอีสานและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ได้จารณาแล้วเห็นว่าดำเนินเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ
เกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ซ้อมสอบเพื่อ
ประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอสอนกระบวนการสัมภาษณ์ และรับบทบาทผู้สัมภาษณ์
เวลา๑๗๐๐ น. เป็นต้นไป ณ ห้องทำงานนิเทศส่วนตัวของผู้เขียน และหากมีข้อสงสัยหรือข้อข้อสงสัยใดๆ ให้
ขอความกรุณาระดับได้ที่ ดร.รังษีพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๔๔๓ ๓๗๓๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ
ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูง ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ណาดาเรศ ถากสุวรรณ)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐ ๗๔๒๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๗๔๒๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รังษีพงษ์ ชัชวาลย์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๑๔๔๓ ๓๗๓๐



ที่ กธ ๐๔๖๐.๐๙/๖๖๖๒

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
บ้านกอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

๘๐๐๐๐

๖๓ หมู่บ้าน ๒๔๒๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการท่ามกลาง

เรียน นายอัครหราณ วัฒน

ด้วย ดร.วชิรพงษ์ ชัชวาลย์ อ้างอิงประจ้าไปรับกรรมวิชาครุประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังท่ามกลางเรื่อง "รูปแบบการบริหารจัดการศึกษาบัณฑุณชนเชิงรัฐธรรมนูญเพื่อการพัฒนาเชิงเศรษฐกิจและสังคม" โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้สุดยอดศาสตรา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งในการท่ามกลางครั้งนี้ผู้ท่ามกลางจะต้องเก็บข้อมูลโดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อบาช้อมุมานภัยภาษาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่จารณาแล้วเห็นว่าดำเนินการเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับหัวข้อในการท่ามกลางในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ข้อมูลเพื่อประกอบการท่ามกลางในหัวข้อดังกล่าว ให้ชัดเจนยิ่งๆ และรับการสัมภาษณ์ ในวันที่ ๒๗ มกราคม พ.ศ.๒๕๖๐ น. เป็นต้นไป ณ สำนักงานใหญ่ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา และหากมีข้อสงสัยหรือข้อสอบถามเพิ่มเติมใดๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.วชิรพงษ์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑๘๗๑๖๖๒๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างมาก ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บานาณรงค์ อาทิตย์สุวรรณ)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐๗๔๖๖ ๐๖๖๖๖

โทรสาร ๐๗๔๖๖ ๐๖๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.วชิรพงษ์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑๘๗๑๖๖๒๐



ที่ กช ๐๔๒๐.๐๙ / ๖๖๒๖

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา

๘๐๐๐

พ.ศ. ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ซ้อมมูลเพื่อประกันการทำวิจัย

ผู้บันทึก นางสาวรุ่งนัน พิไธเดช

ด้วย ดร.รัชชานนท์ ชัชวาลย์ อารារย์ประสาท ประธานวิชาชีววิทยาและคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารห้องคลาสนักศึกษาเพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเขากาด อำเภอสะกา จังหวัดสกลนคร” โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้ยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในการทำวิจัยทั้งนี้ต้องเก็บข้อมูลโดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์เพื่อเข้าใจความต้องการและข้อเสนอแนะของนักศึกษาและอาจารย์เป็นรายบุคคล ดังนั้น จึงขออนุมัติให้ดำเนินการดังนี้

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์พิจารณาแล้วเห็นว่าดำเนินการเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ที่เกี่ยวกับหัวข้อในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์รับมูลเพื่อ ประกันการทำวิจัยในหัวข้อดังต่อไป โดยขอขอบคุณที่อนุมัติ และรับการสัมภาษณ์ ในวันอังคารที่ ๕ ธันวาคม พ.ศ. ๒๕๖๑ น. เป็นทันไป ขออภัยกรณีห้ามทำวิจัยในวันนั้น ทางมหาวิทยาลัยจะหาวันอีกวันหนึ่งให้ได้ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชานนท์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑ ๗๔๔ ๓๖๖๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับ ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บานันดา อาภาสุวรรณ)

คณะศึกษาดูงานและสังคมศาสตร์

สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาฯ มหาวิทยาลัยราชภัฏและสังคมศาสตร์

โทรศัพท์ ๐๗๔๖๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐๗๔๖๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชานนท์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑ ๗๔๔ ๓๖๖๐



ที่ กง ๐๔๒๐.๐๙ / ๖๖๗๐

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อำเภอเมืองสกลฯ จังหวัดสกลฯ
๔๐๐๐๐

บก/ พฤศจิกายน ๒๕๖๑

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ช้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน นายสมศักดิ์ แคลงหนัง

ด้วย ดร.รัชชพงษ์ ชี้ช้ำลย อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาธุรกิจประศาสนศาสตร์ คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กำลังทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการคลานนคุณชนเริ่มต้นธรรม เพื่อการท่องเที่ยว ตำบลเข้าหาฯ อ่าเภอสังขะ จังหวัดสกลฯ” โดยได้รับงบประมาณวิจัยภายใต้บุญธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งในการทำวิจัยครั้งนี้ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล ให้ไปใช้กระบวนการผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในชุมชนทั้งหมดและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่ทราบแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ เกี่ยวกับหัวข้อนี้ในการทำวิจัยในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ช้อมูลเพื่อ ประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอขอบคุณชัยณุก และรับการสนับสนุนจากนี้ ในวันที่ ๑๘ มกราคม พ.ศ.๒๕๖๑ น. เป็นขั้นไป ณ หน้าห้องเรียนห้องชั้นเรียนชั้นมัธยมศึกษา และหากมีข้อสงสัยหรือข้อสอบถามเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชชพงษ์ ชี้ช้ำลย โทรสารที่หมายเลข ๐๘๑ ๗๕๕๓ ๓๖๙๐

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทิ้งไว้ คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บ้านเด็ก สาขาสุวรรณ)

คณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

สำนักงานคณบดีบุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

โทรสารที่ ๐ ๗๕๕๖ ๐๖๖๖

โทรสาร ๐ ๗๕๕๖ ๐๖๖๓

ผู้รับผิดชอบงานวิจัย : ดร.รัชชพงษ์ ชี้ช้ำลย โทรสารที่หมายเลข ๐๘๑ ๗๕๕๓ ๓๖๙๐



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ กรมอนุรักษ์และสังคมศาสตร์ โทร. ๐๘๑๔๔๔

ที่ คณศ ๒๙/๑๐๓๖

วันที่ ๗๖ วันวานนี้ ๒๕๖๓

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการท่องเที่ยว

เรียน กรมศิลปากร/วิทยาการจัดการ

เรื่องเดิม ดร.รัชพงษ์ ชัยวงศ์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาธุรกิจประศาสนศาสตร์ กรมอนุรักษ์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุโขทัย กำลังท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย เรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวชั้นนำ” (A Model of Cultural Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province) โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการพัฒนาตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดสุโขทัย

ขอเห็นด้วย ใน การท่องเที่ยวครั้งนี้ ผู้ท่องเที่ยวจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์ เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป โดยกรมอนุรักษ์และสังคมศาสตร์ ที่จัดทำแล้วเห็นว่า ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปีรุสสก์ ทองเนื้องแข็ง อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชา ดุษฎีกรรมท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ มีความรอบรู้ มีประสบการณ์ และมีความเชี่ยวชาญในการวิจัยเป็นที่ประจักษ์ และมีความเหมาะสมในการให้ข้อมูลเพื่อประกอบการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

ร่องรอยทางธรรมเนียม

ร่องรอยทางธรรมเนียม กรมอนุรักษ์และสังคมศาสตร์จึงเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปีรุสสก์ ทองเนื้องแข็ง บุคลากรในสังกัดของท่าน เป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการท่องเที่ยวที่ต้องดูแล โดยขออนุญาตข้อมูล และรับการสัมภาษณ์ ในวันพุธที่ ๒๔ ธันวาคม ๒๕๖๓ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ หน่วยทักษิณราชวิถี และหากมีข้อสงสัยหรือข้อข้อความเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชพงษ์ ชัยวงศ์ โทรศัพท์หมายเลข ๐๘ ๐๘๑๔๔๔๔๔๖๐

จึงเรียนมาเพื่อพิจารณา กรมอนุรักษ์และสังคมศาสตร์หวังเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับ ความอนุเคราะห์จากท่าน และขอขอบคุณมาก ณ โอกาส

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์นิตยาณรงค์ อาทิตย์วรรณ)

กรมศิลปากร/วิทยาการจัดการ



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ไทย ๑๗๙

ที่ ๘๘๖๙/๙๐๒๓

วันที่ ๒๖ ธันวาคม ๒๕๖๖

เรื่อง ข้อความอนุหารานี้ให้บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัย

เรียน คณบดีคณะวิทยาลัยนวัตกรรมและภารตกรรม

เรื่องเดิม ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาธุรกิจประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสระแก้ว กำลังทำวิจัยเรื่อง “รูปแบบการบริหารจัดการตลาดน้ำที่ชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวชั้นนำแห่งประเทศไทย (A Model of Cultural Community Market Management for Satun Tourism / for Tourism in Satun Province) โดยได้รับเงินสนับสนุนการวิจัยจากโครงการพัฒนาตลาดน้ำที่ชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวชั้นนำแห่งประเทศไทย

ข้อเท็จจริง ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้ทำวิจัยจะต้องเก็บข้อมูล โดยใช้กระบวนการสัมภาษณ์ เพื่อปะชี้ข้อมูลมาพัฒนาและขยายผลเป็นงานบริการวิชาการต่อไป โดยคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ติดตามแล้วเห็นว่า ดร.นราภิ บัวชรัญ อาจารย์คณะวิทยาลัยนวัตกรรมและภารตกรรม เป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรับผิดชอบในการวิจัยเป็นที่ประจักษ์ และมีความเห็นใจในการให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าวในครั้งนี้

ต้องการทราบ/จะเป็น

ขอพิจารณา คณบดีมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ซึ่งเรียนมาเพื่อขอความอนุเคราะห์ให้ ดร.นราภิ บัวชรัญ บุคลากรในสังกัดของห้ามเป็นผู้ให้ข้อมูลเพื่อประกอบการทำวิจัยในหัวข้อดังกล่าว โดยขอถอนตนออกจาก คณะกรรมการสัมภาษณ์ ในวันศุกร์ที่ ๒๖ ธันวาคม พ.ศ.๒๕๖๖ เวลา ๐๙.๐๐ น. เป็นต้นไป ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสระแก้ว และหากมีข้อสงสัยหรือข้อขัดแย้งเพิ่มเติมใด ๆ ขอความกรุณาติดต่อได้ที่ ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์ โทร. ๐๘๑-๖๔๔๔๐๔๘ ๐๘๑-๖๔๔๔๐๔๘

ซึ่งเรียนมาเพื่อพิจารณา คณบดีมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ห่วงเป็นอย่างยิ่งว่าคงได้รับความอนุเคราะห์จากห้าม และขอขอบคุณ ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์บ้านเรศ ภาคสุวรรณ)

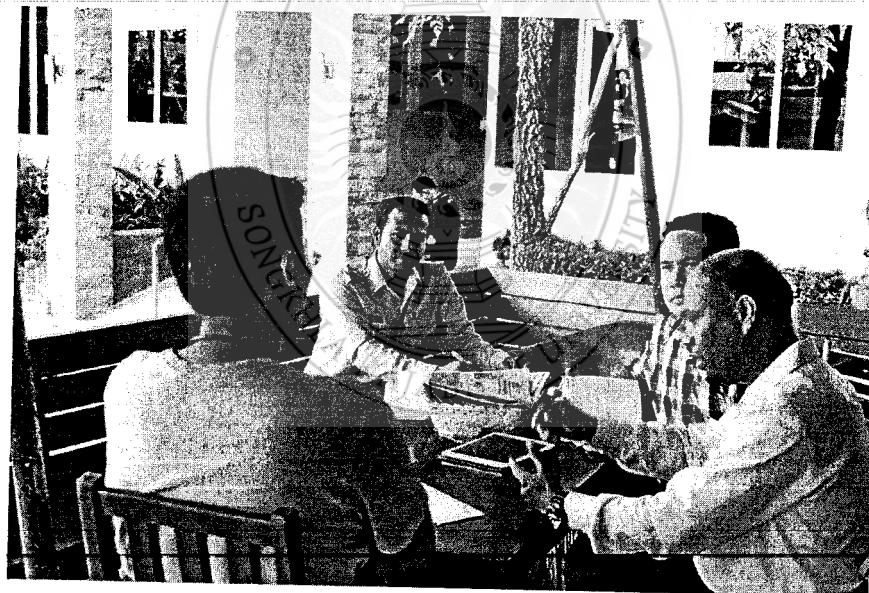
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

การล้มภารษ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดตั้งและดำเนินงาน

ตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอละงู จังหวัดสตูล





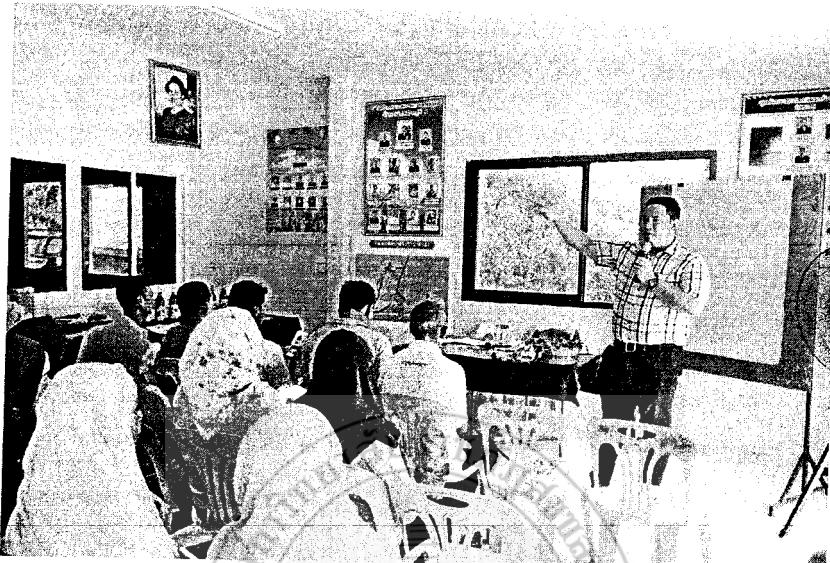






การประเมินศักยภาพและพัฒนารูปแบบการจัดการ

ตลาดน้ำชุมชนเชิงวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวตำบลเขาขาว อำเภอลงทะเบ จังหวัดสตูล







ประวัติคณบัญชี

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) ดร.รัชพงษ์ ชัชวาลย์

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Dr.Rutchapong Chatchawan

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์พนักงานมหาวิทยาลัย

หน่วยงาน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ประวัติการศึกษา

ปร.ด. ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (การจัดการ)

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รป.ม. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐประศาสนศาสตร์)

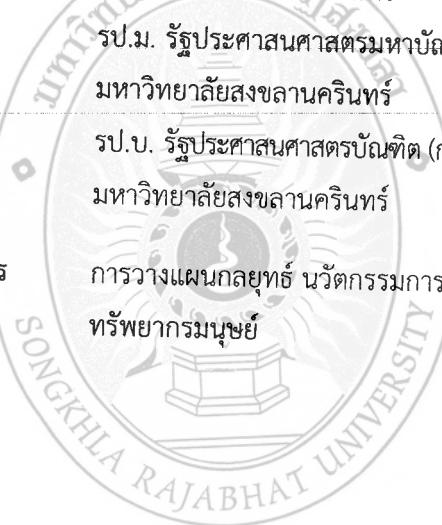
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

รป.บ. รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารและการปกครองท้องถิ่น)

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

ประสบการณ์ด้านวิชาการ

การวางแผนกลยุทธ์ นวัตกรรมการจัดการ การบริหาร
ทรัพยากรมนุษย์



ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นายศดานนท์ วัตตธรรม

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr.Sadanon Wattatham

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์พัฒนาศึกษาวิทยาลัย

หน่วยงาน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา

ประวัติการศึกษา

รป.ม. รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารการเงินและการคลัง)
สถาบัณบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

รป.บ. รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต (การบริหารและการปกครองท้องถิ่น)
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

นศ.บ. นิเทศศาสตรบัณฑิต (การประชาสัมพันธ์)
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ประสบการณ์ด้านวิชาการ

การบริหารจัดการห้องถิ่น การประเมินผลโครงการ
การบริหารองค์กร