

8612992

รหัสโครงการ.....



รายงานวิจัย

เรื่อง

การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี  
Community Development Potential Khlong Luang  
District Pathum Thani Province

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ละเอียด ขจรภัย

คณะวิทยาการจัดการ

รายงานวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนจาก  
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์  
งบประมาณแผ่นดิน โดยผ่านสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ

ปีงบประมาณ 2563

อธิบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ๒๐๐๙/๖๔  
จาก  
สำนักงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

หัวข้อวิจัย      การพัฒนาศักยภาพท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี  
ชื่อผู้วิจัย      ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัญญาพัชญ์ นาคภิบาล และคณะ  
หน่วยงาน      สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ  
ปีงบประมาณ      2563

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม และวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ประเมินสถานการณ์ ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติขั้นพื้นฐาน และสถิติการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า 1. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยรวมอยู่ในระดับมาก สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์วิถีชีวิตเกษตรและภูมิประเทศเหมาะในการทำเกษตร โดยนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และภูมิปัญญามาประยุกต์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่วนการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวมีผู้นำชมแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชน และหน่วยงานภาครัฐ ที่เกี่ยวข้องสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน นอกจากนี้มีการประชาสัมพันธ์ใช้สื่อบุคคล และสื่อออนไลน์ 2. ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คือ ศักยภาพชุมชน การมีส่วนร่วม และส่วนประสมทางการตลาด 3. การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยการพัฒนาศักยภาพ มีการปรับโครงสร้างพื้นฐานสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยว ผู้นำชุมชนสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และอัตลักษณ์ “เกษตรอินทรีย์” ที่ตระหนักต่อประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น มีการสร้างเครือข่าย พร้อมทั้งมีสื่อสังคมออนไลน์สร้าง Facebook Page “ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง”

คำสำคัญ: การพัฒนาศักยภาพ, การท่องเที่ยวชุมชน

<b>Research Title</b>	Potential development of community tourist attractions, Khlung Luang district, Pathum Thani province
<b>Author</b>	Assistant Professor Dr.Pinyapat Nakpibal and team
<b>Faculty</b>	Faculty of Management
<b>Budget Year</b>	2020

#### ABSTRAC

This research aimed to assess the potential of community tourism, factors affecting the development of community tourism resources and the potential development of community tourism, Khlung Luang District, Pathumthani Province, which was a combination of participatory action research and quantitative research. The tools used were an interview form and a questionnaire to assess the potential of tourist attractions and to assess the situation. It performed data analysis with basic statistics, structural equation modeling analysis and content analysis. The study results were as follows: 1. Community based tourism resources potential, overall was at a high level. The appeal of tourist destinations depended on the features; for example, the agricultural identity and the suitable landscape for agriculture by adopting the sufficiency economy philosophy and wisdom as a guiding approach to enhance tourism activities. For the service of tourist attractions, there are tourists guides, community leaders and related government agencies to support the development of community tourism. In addition, there was publicity using personal media and online media 2. Factors affecting the potential development of communitybased tourism were community potential, participation and the marketing mix 3. Potential development of community tourism by human resource development was that there was an adjustment to the infrastructure including creating a network of tourist attractions. In addition, community leaders supported and promoted community tourism by organizing community tourism activities by means of bringing local wisdom and sufficiency economy philosophy “Organic Farming” and identity that recognized local traditions, cultures and lifestyles. Networking and social media were created as well as having a Facebook Page “Traveling in Klong Luang District”

**Keywords:** Potential Development, Community Tourism

## กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณที่ปรึกษาโครงการ ผู้ช่วยศาสตราจารย์พัชรินทร์ พันธุ์แน่น ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของงานวิจัยด้วยความเอาใจใส่ จนสำเร็จลุล่วงได้อย่าง สมบูรณ์ และทรงคุณค่า

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุพจน์ ทรายแก้ว อธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ และสถาบันวิจัยและพัฒนา ที่ให้การสนับสนุนการทำงานวิจัยครั้งนี้

เหนือสิ่งอื่นใด ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่น้องของคณะผู้วิจัยที่ให้กำลังใจและการสนับสนุนอย่างดีที่สุดเสมอมา ขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่ให้กำลังใจให้การช่วยเหลือในการทำวิจัย

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงมีจากงานวิจัยฉบับนี้ คณะผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนา การท่องเที่ยวชุมชน

ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล

ละอีย์ด ขจรภัย

## สารบัญ

### หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ณ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย.....	5
1.5 ประโยชน์ที่ได้คาดว่าจะได้รับ.....	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
2.1 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน.....	9
2.2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน.....	15
2.3 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน.....	20
2.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน.....	31
2.5 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ.....	39
ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ.....	42
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	49
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	61
2.8 สมมติฐานการวิจัย.....	63
บทที่ 3 วิธีการดำเนินการวิจัย.....	64
3.1 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม.....	64
3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ.....	70
บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	77

## สารบัญ

หน้า

4.1 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง.....	77
จังหวัดปทุมธานี	
4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง.....	106
จังหวัดปทุมธานี	
4.3 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง.....	111
จังหวัดปทุมธานี	
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	121
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	121
5.2 การอภิปรายผล.....	123
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	127
บรรณานุกรม.....	129
ภาคผนวก ก แบบสอบถามการวิจัย.....	138
ภาคผนวก ข แบบตรวจสอบคุณภาพเนื้อหาข้อคำถามของผู้เชี่ยวชาญ.....	146
ภาคผนวก ค แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง.....	154
ภาคผนวก ง การแถลงข่าวท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี.....	159
ภาคผนวก จ บริบทชุมชนตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี.....	162
ภาคผนวก ฉ บริบทชุมชนตำบลคลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี.....	166
ภาคผนวก ช บริบทชุมชนตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี.....	168
ภาคผนวก ซ ประมวลภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน.....	172

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 องค์ประกอบของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	19
2 องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน	27
3 องค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	30
4 องค์ประกอบขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชน	35
5 องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการ	40
6 ขั้นตอน เทคนิค และผลลัพธ์การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	65
7 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลจำแนกตามเขตพื้นที่	70
8 แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรายด้าน	74
9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ	77
10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ	78
11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการศึกษา	78
12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรส	79
13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ	79
14 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน	79
15 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค	80
16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	81
17 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	82
18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถการเข้าถึง	83
19 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านความสามารถในการเข้าถึง	84
20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	87
21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง โดยรวมของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	88

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
22 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	88
23 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	90
24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์	91
25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา	91
26 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย	92
27 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมการตลาด	93
28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร	94
29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ	94
30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	95
31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ โดยรวมของส่วนประสม การตลาดบริการ	96
32 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านการตลาด	97
33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ของการมีส่วนร่วมชุมชนด้านค้นหาปัญหา	98
34 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ ของการมีส่วนร่วมชุมชนด้านการวางแผน	99
35 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเข้าใจ และความพอใจ	100

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ของการมีส่วนร่วมชุมชนด้านการปฏิบัติกิจกรรม	
36 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเ้ และความโด่ง ของการมีส่วนร่วมชุมชนด้านการติดตามและประเมินผล	100
37 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเ้ และความโด่ง โดยรวมของการมีส่วนร่วมชุมชน	101
38 วิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT analysis) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	102
39 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST analysis) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	104
40 คุณภาพแบบจำลองโดยรวม	106
41 คำน้้าหนักของดัชนีวัดและมาตรวัดความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้	107
42 ค่าผลกระทบ	109
43 คำน้้าหนักอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างแต่ละตัวแปรแฝง	109
44 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย	111
45 แสดงแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง	113
46 แสดงแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์เชิงรับ (ST Strategy)	114
47 แสดงการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)	115
48 แสดงแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์ป้องกัน (WT Strategy)	116

## สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค	47
2 กรอบแนวคิดการวิจัย	63
3 แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	65
4 โครงสร้างแบบจำลองพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	110
5 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน	112

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

สถานะและทิศทางการปรับตัวของประเทศไทย ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ปรากฏว่าสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจมีส่วนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสูงสุด เปิดโอกาสให้ประเทศก้าวสู่ความเป็นชาติการค้า และบริการ (ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี) มุ่งเน้นการเพิ่มศักยภาพการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยการเร่งรัดการลงทุน การเพิ่มประสิทธิภาพของระบบเศรษฐกิจ และการสร้างฐาน การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่สอดคล้อง กับศักยภาพของเศรษฐกิจไทย รวมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถด้านเทคโนโลยี การปรับโครงสร้าง เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม กฎระเบียบและการบริหารจัดการ (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 12, 2560: 112)

แผนการพัฒนากการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในปีพ.ศ.2560-2564 มีแผนที่จะจัดการท่องเที่ยวของภาคกลางตอนบนโดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ความร่วมมือกับสถานประกอบการ สถานศึกษา ชุมชน เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม เกษตรกรรมเชิง สร้างสรรค์ พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล อีกทั้งสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว สนับสนุน การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม การเพิ่มศักยภาพการจัดการสภาวะสิ่งแวดล้อม โดยการฟื้นฟูคุณภาพระบบนิเวศของแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำป่าสัก และลำน้ำสาขา สร้างมูลค่าเพิ่มจากขยะด้วยการใช้นวัตกรรม เสริมสร้างเมืองให้เกิด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยน่าอยู่และยั่งยืน โดยการจัดระเบียบการขยายตัวของชุมชนเมืองอย่าง มีแบบแผนเหมาะสม สอดคล้องกับการวางระบบโครงข่ายบริการพื้นฐาน รองรับการพัฒนาของ เมือง (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) นอกจากนี้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานนั้นอยู่ที่ ศักยภาพของชุมชน โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ “...การท่องเที่ยว โดยชุมชนที่มีการบริหารจัดการทรัพยากรโดยชุมชนอย่างมีส่วนร่วม เพื่อกระบวนการแลกเปลี่ยน เรียนรู้ การอนุรักษ์ประเพณี วิถีชีวิตและวัฒนธรรม...” (พจนา สวนศรี, 2554: 39) การท่องเที่ยว ทางเลือกเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่ง มีการสร้างกฎระเบียบ และควบคุมโดยชุมชน มีจุดมุ่งหมาย รักษาเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนให้สามารถสร้างผลประโยชน์ในระยะยาว เพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ให้แก่คนในชุมชน (Weaver, 2006: 43)

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community based tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นให้ชาวบ้านมีบทบาทสำคัญจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ยึดความต้องการที่แท้จริงของชุมชนสู่การร่วมมือร่วมใจกันอนุรักษ์คุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติและ

สิ่งแวดล้อม รักษาศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาดั้งเดิมให้เกิดความยั่งยืน (พรเพ็ญ วิจิษฐ์ประเสริฐ, 2549: 1-2) กว่า 10 ปี ที่การท่องเที่ยว โดยชุมชนได้เกิดขึ้นในประเทศไทย รูปแบบการจัดการแตกต่างกับการท่องเที่ยวกระแสหลัก คือ ชุมชนจัดการกันเองมิใช่ให้คนภายนอกเข้าไปจัดการในชุมชน เปรียบเสมือนสะพานเชื่อมโยงคนต่างวัฒนธรรมให้มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน (เบญจวรรณ วงศ์คำ, 2552: 9)

จังหวัดปทุมธานีนำกรอบแนวคิดเหล่านี้มาจัดทำเป็นแผนพัฒนาจังหวัดปทุมธานี พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดกิจกรรมการท่องเที่ยว การตลาดเพื่อสร้างอาชีพ และรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่แบบมีส่วนร่วม เพื่อสร้างความเข้มแข็ง และพัฒนาชีวิตของชุมชน นักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ได้นำปรัชญาของมหาวิทยาลัย ด้านวิชาการ คุณธรรม นำมาพัฒนาท้องถิ่น โดยการนำนวัตกรรมที่เกิดจากการใช้ความรู้ในศาสตร์สาขาต่างๆ ไปบูรณาการเพื่อสร้างสรรค์สิ่งใหม่ให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของจังหวัดปทุมธานี และเพื่อให้ประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจ เพิ่มมูลค่าจากการพัฒนาสิ่งใหม่นั้นๆ โดยการค้นหา (Searching) การเลือกสรร (Selecting) การนำไปปฏิบัติ (Implementing) การเรียนรู้ (Learning) ก่อให้เกิดองค์ความรู้พื้นฐานที่แข็งแกร่ง และสามารถนำไปใช้พัฒนาทรัพยากร ภูมิปัญญา ผลผลิตทางการเกษตร ให้มีประสิทธิภาพที่ดียิ่งขึ้น สร้างมูลค่าเพิ่มแบบมีส่วนร่วม (ยุทธศาสตร์จังหวัดปทุมธานี, 2560: 63)

จากผลการสำรวจพื้นที่จังหวัดปทุมธานี นักวิจัยสนใจตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้าและตำบลคลองหก ของอำเภอคลองหลวง เพราะเป็นพื้นที่ที่มีความพร้อม เหมาะสมที่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้เพราะวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนมีสภาพพื้นที่ในการทำเกษตรโดยนำเกษตรทฤษฎีใหม่มาใช้ในการเกษตร และจากการสนทนากลุ่มกับผู้นำชุมชน ชาวบ้าน พบว่าชุมชนนี้มีศักยภาพที่จะสามารถพัฒนาต่อยอดได้รวมทั้งยังมีการสืบสานวัฒนธรรมของชุมชนตลอดมา จากข้อมูลข้างต้นนักวิจัยสนใจศึกษาการพัฒนาศักยภาพในพื้นที่ดังกล่าวเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในการจัดองค์ประกอบทางกายภาพ และสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกิดจากการสร้างมูลค่าหรือคุณค่าทางเศรษฐกิจจากการใช้ประโยชน์ในจุดท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย ธรรมชาติ ภูมิทัศน์ โบราณสถาน สถานที่ สิ่งของมีค่าหรือหายาก วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ฯลฯ รายได้จากการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีจุดท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่ต้องการ หรือความสนใจของนักท่องเที่ยว มีการเชื่อมต่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึง และได้รับประสบการณ์จากกิจกรรมการท่องเที่ยว ณ จุดท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบทางกายภาพที่สามารถนำไปสู่เป้าหมายในการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่า การสร้างประโยชน์ต่อสังคมและชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชุมชน การส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม ที่มีการบริหารจัดการและพัฒนาแบบอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยมีการกระจาย

รายได้ในชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง มีการเรียนรู้และมีส่วนร่วมพัฒนาแบบบูรณาการชุมชนอย่างมีความสุขอย่างยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

1.2.1 เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

1.2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

1.2.3 เพื่อพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

## 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นแบบผสมผสาน (mixed methods research) ซึ่งประกอบไปด้วย การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR) และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีขอบเขตการศึกษา ดังนี้

### 1.3.1 ขอบเขตเนื้อหา

1) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการศึกษาชุมชนโดยให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษา และเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนประสมการตลาด และการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

2) การวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนประสมการตลาด เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) ตัวแปรอิสระ คือ การมีส่วนร่วม (Participation) ศักยภาพตามแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการสังเคราะห์ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการค้นหาค้นหาปัญหา (Finding problems) ด้านการวางแผน (Planning) ด้านการปฏิบัติกิจกรรม (Activity) และด้านการติดตามและประเมินผล (Monitoring and evaluation)

(2) ตัวแปรส่งผ่าน ศึกษาตามแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการสังเคราะห์ประกอบด้วยตัวแปรส่งผ่าน 2 ตัวแปร คือ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และส่วนประสมการตลาด ซึ่งตัวแปรส่งผ่านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (Potential of community tourist attractions) ศึกษาตามแนวความคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการสังเคราะห์ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว (Attraction)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และด้านความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) ตัวแปรส่งผ่านส่วนประสมการตลาด (Marketing mix) ศึกษาตามแนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากการสังเคราะห์ ประกอบด้วยตัวแปรสังเกตได้ 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution channel) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promote marketing) ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Creating and presenting physical characteristics) และด้านกระบวนการ (Process)

1.3.2 ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (Potential development of community tourist attractions) ศึกษาตามแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการสังเคราะห์ ประกอบด้วย ตัวแปรสังเกตได้ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ (Economy) ด้านสังคม (Social) และด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ (Environment and Natural resources)

### 1.3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัย ศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นการขับเคลื่อนชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี พื้นที่ตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้า และตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

### 1.3.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยสามารถอธิบายได้ ดังนี้

#### 1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ประชากรสำหรับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คือ ผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้า และตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 89,970 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดปทุมธานี, 2563) ผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม คือ ผู้นำชุมชน ประชาชนในพื้นที่ ตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้า และตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว จำนวน 50-60 คน

#### 2) ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 640,185 คน (สำนักงานสถิติจังหวัดปทุมธานี, 2563) กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ซึ่ง Hair, et. al. (2010: 70) กล่าวว่า ขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ควรมีขนาดตัวอย่าง

ระหว่าง 10-20 เท่าของจำนวนพารามิเตอร์ ในการวิจัยนั้นๆ และนงลักษณ์ วิรัชชัย (2542: 40) กล่าวถึงการกำหนดอัตราส่วนระหว่างจำนวนตัวอย่าง และจำนวนพารามิเตอร์ว่าควรจะเป็น 20 เท่า ต่อ 1 สำหรับการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนพารามิเตอร์ในแบบจำลอง จำนวน 21 พารามิเตอร์ ขนาดตัวอย่างที่มีความเหมาะสมและเพียงพอ ควรมีอย่างน้อย  $21 \times 20 = 420$  ตัวอย่าง

### 1.3.5 ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้ใช้เวลาในการทำวิจัยตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 - กันยายน 2563

## 1.4 คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยดังกล่าวได้กำหนดคำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย มีดังนี้

1.4.1 ชุมชน หมายถึง ชุมชนตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้า และตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

1.4.2 การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่จัดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนทุกชุมชน มีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชน

1.4.3 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ความพร้อมและความสามารถของชุมชนที่ปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว รายละเอียดดังนี้

1.4.3.1 สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา การสืบทอดภูมิปัญญา ความต่อเนื่องความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ และการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี

1.4.3.2 สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ชุมชนให้การบริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยความสะดวก สะอาด และปลอดภัย เช่น เครื่องดื่ม ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจัดบรรยากาศร่มรื่น เป็นต้น

1.4.3.3 ความสามารถในการเข้าถึง และการจัดการของแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง การขนส่งสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถเชื่อมโยงเส้นทาง การท่องเที่ยวกันได้ มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ มีความพร้อมของบุคลากรและมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัย

1.4.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง สมาชิกในแหล่งท่องเที่ยวมีโอกาสในการจัดการ กิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย การค้นหาปัญหา การวางแผน การปฏิบัติกิจกรรม การติดตามและประเมินผล รายละเอียดดังนี้

1.4.4.1 การค้นหาปัญหา หมายถึง คนชุมชนเริ่มเห็นปัญหาของแหล่งท่องเที่ยว ทำการศึกษาปัญหา ร่วมคิดเสนอวิธีการแก้ไขปัญหา ร่วมตัดสินใจ กำหนดความต้องการและจัดลำดับ ความสำคัญของความต้องการเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยึดจุดใจนักท่องเที่ยว

1.4.4.2 การวางแผน หมายถึง คนชุมชนร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการดำเนิน กิจกรรม และการจัดการของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวก และการ ประชาสัมพันธ์

1.4.4.3 การปฏิบัติกิจกรรม หมายถึง ประชาชนร่วมกันดำเนินกิจกรรมให้บรรลุ เป้าหมายที่วางไว้ เช่น ชักชวนนักท่องเที่ยวจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวกับหน่วยงานราชการสนับสนุน การลงทุนด้านต่างๆ

1.4.4.4 การติดตามและประเมินผล หมายถึง ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดง ความคิดเห็น การติดตามและการประเมินผลการท่องเที่ยวตามแผนที่กำหนดไว้พร้อมทั้งสรุปผล วิเคราะห์ปัญหา อุปสรรค และหาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินการท่องเที่ยว

1.4.5 ส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถตอบสนอง ความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าเป้าหมาย ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคคล การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ และ กระบวนการ รายละเอียดดังนี้

1.4.5.1 ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่มีอยู่ในชุมชนและเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจ เช่น สินค้าต่างๆ การบริการด้านต่างๆ ความหลากหลายของกิจกรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เป็นต้น

1.4.5.2 ราคา หมายถึง ราคาของผลิตภัณฑ์จะต้องเหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ มีป้ายกำหนดราคาสิ่งของอย่างชัดเจน และเหมาะสม กำหนดค่าใช้จ่าย การร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว

1.4.5.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อ โปรแกรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง มีความสะดวกปลอดภัยในการเดินทางไปยังชุมชนที่เป็นแหล่ง ท่องเที่ยว

1.4.5.4 การส่งเสริมการตลาด หมายถึง ช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่ โดยการโฆษณา การออกบูธในการท่องเที่ยวไทยไปพร้อมทั้งมีโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.4.5.5 บุคคลหรือพนักงาน หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยว ต้อง เป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพดี พุดจาสุภาพ รักษานบริการ บริการด้วยความเต็มใจ ตลอดจนบุคคล ในชุมชนต้องมีอัธยาศัยดีด้วย ต้องมีความรอบรู้ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และตอบสนอง นักท่องเที่ยวได้

1.4.5.6 กระบวนการ หมายถึง กิจกรรมเริ่มต้นของการท่องเที่ยวจนจบการ ท่องเที่ยว และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว

1.4.5.7 การสร้างและนำเสนอทางกายภาพ หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของ แหล่งท่องเที่ยวสะอาด สะดวก ถูกสุขลักษณะสำหรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งรูปแบบการใช้บริการ ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาด พุดจาสุภาพ และให้บริการอย่างรวดเร็ว

1.4.6 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การรับรู้ของนักท่องเที่ยวถึงความ หลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ความปลอดภัย การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การรองรับด้าน การท่องเที่ยว และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถรักษาทรัพยากร ทางการท่องเที่ยวไว้ได้ยาวนาน โดยการวางแผนสถานที่ท่องเที่ยวอันเป็นจุดหมายปลายทาง ที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการการท่องเที่ยว ให้เป็นที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และการกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่จะอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว พร้อมให้ความรู้เกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยว เพื่อทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และด้านทรัพยากรธรรมชาติ มีรายละเอียดดังนี้

1.4.6.1 ด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ความสามารถของสถานที่ท่องเที่ยว การใช้จ่ายใน การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ค่าครองชีพของพื้นที่ท่องเที่ยว ราคาสินค้า ราคาอาหาร ล้วนแต่ส่งผล ต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริมความมั่นคงของครอบครัว มีการกระจาย รายได้จากการท่องเที่ยวชุมชน เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น

1.4.6.2 ด้านสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมอยู่ภายใต้ข้อกำหนดทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว และ กิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้สังคม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ยังส่งผลต่อวิถีชีวิตของชุมชน ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ การแบ่งปัน ความรู้และสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนา และสร้างนัก อนุรักษ์ มีจิตสาธารณะ การคงอยู่วิถีชีวิต วัฒนธรรม และอาชีพดั้งเดิมของชุมชน มีสวัสดิการพื้นฐาน แก่คนในชุมชน ชุมชนพึ่งตนเอง มีเครือข่ายการเรียนรู้ และความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย

1.4.6.3 ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง การรองรับกิจกรรมของ สถานที่ท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงราคาและการพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้เกิดการประหยัด และป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลาย เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตร กับธรรมชาติ มีพฤติกรรมไม่ทิ้งขยะกระจัดกระจาย เพิ่มปริมาณออกซิเจนในอากาศ ภูมิทัศน์ชุมชน สะอาดสวยงามและน่าอยู่ มีความต่อเนื่องของกิจกรรมการอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติของ ชุมชน และนำไปใช้ประโยชน์อย่างคุ้มค่า

1.4.7 แนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้การท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง วิถีชีวิตชุมชน เรียนรู้ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ภูมิปัญญาชุมชน

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เกิดประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1.5.1 แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีความพร้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา หรือปรับปรุง ทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งที่ท่องเที่ยว

1.5.2 ปัจจัยศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

1.5.3 ทำให้ชุมชนในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีแนวทางในการพัฒนาศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงการเกษตร ภูมิปัญญาท้องถิ่น และศิลปวัฒนธรรมของจังหวัด

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี คณะผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาค้นคว้าที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ประกอบด้วย การท่องเที่ยวโดยชุมชน ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ส่วนประสมการตลาดบริการการมีส่วนร่วม และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้

- 2.1 การท่องเที่ยวโดยชุมชน
- 2.2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
- 2.3 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
- 2.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน
- 2.5 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดในการวิจัย
- 2.8 สมมติฐานการวิจัย

#### 2.1 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

##### 2.1.1 ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีดังนี้

ภัทรธนะกลัย เตี้ยไพบูลย์ (2557: 14) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของ มีการจัดการด้วยตนเอง และคำนึงถึงการรักษาทรัพยากร ได้รับความรายได้จากการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับความเป็นอยู่และการพัฒนาชุมชน

ชุตติกาญจน์ กันทะอุ (2560: 6) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนให้เกิดการท่องเที่ยว โดยคนในชุมชนเป็นคนจัดการ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรมท้องถิ่น และคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน

แกรมพิโคโลนี และคาร์รีล (Giampiccoli & Kalis, 2012: 49) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกิดจากความร่วมมือของชุมชนกับภาคีเครือข่าย เพื่อลดความยากจนของชุมชน และพึ่งพาตนเอง

จากแนวคิดของนักวิชาการสามารถสรุปความหมายการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของ มีการจัดการแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งนำทรัพยากรท้องถิ่นสร้าง

มูลค่าเพิ่ม โดยรักษาสิ่งแวดล้อม สืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้เกิดการกระจายรายได้แก่ชุมชนและมีคุณภาพชีวิตที่ดี

#### 2.1.2 องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน

มีนักวิชาการได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

พจนาน สุวรรณศรี (2554: 6) กล่าวถึง องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ภายใต้มิติด้านทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม ด้านองค์กรชุมชน ด้านการจัดการ และด้านการเรียนรู้ มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ มีวิธีการผลิตที่พึ่งพา และใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์กรชุมชน ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน ในชุมชนมีปราชญ์หรือมีผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่างๆ หลากหลาย ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3. ด้านการจัดการในชุมชน มีกฎกติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว มีองค์กรหรือกลไกในการทำงาน เพื่อจัดการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชน โดยรวม ได้มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และมีกองทุนของชุมชน เพื่อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4. ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว สามารถสร้างการรับรู้ ความเข้าใจ ในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง มีระบบการจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน รวมไปถึงการสร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร และคณะ (2559: 18) นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ (2558: 21) กล่าวถึง องค์ประกอบการท่องเที่ยวโดยชุมชนภายใต้มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติการเมือง มิติสังคมและวัฒนธรรม และมีมิติเศรษฐกิจ มีรายละเอียดดังนี้

1. มิติด้านสิ่งแวดล้อม กิจกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเรียนรู้และร่วมมือกันในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งจำกัดให้เกิดผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

2. มิติด้านการเมือง กิจกรรมท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับล่าง โดยการสร้างกระบวนการวางแผน และตัดสินใจในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

3. มิติด้านสังคมและวัฒนธรรม มุ่งให้กิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างสรรค์การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของคนต่างวัฒนธรรม (เมือง-ชนบท) เพื่อเพิ่มความเข้าใจ และตระหนักในคุณค่าของวัฒนธรรมท้องถิ่น รวมทั้งการเท่าทันวัฒนธรรมแบบเมืองที่เติบโตอย่างไร้รากฐาน

4. มิติด้านเศรษฐกิจ มุ่งให้กิจกรรมการท่องเที่ยว นำไปสู่การกระจายรายได้ และผลกำไรที่เกิดจากการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างแท้จริง ประชาชนในพื้นที่จะเป็นปัจจัยหลักในการพัฒนา และควบคุมการเติบโตของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง ภายใต้ความร่วมมือการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ

นอกจากนี้การท่องเที่ยวชุมชนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงเกษตร และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีดังนี้

### 2.1.3 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร

#### 2.1.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร

นักวิชาการได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรไปในทำนองเดียวกัน นาฏสุดา เขมมะสิริ (2556: 245) และกรมการท่องเที่ยว (2557: 2) สามารถสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวการเกษตรในด้านกิจกรรม ประมง ปศุสัตว์ ป่าไม้ พร้อมทั้งการแปรรูปของผลผลิตการเกษตรและการจัดจำหน่าย เพื่อให้นักท่องเที่ยว เกิดการเรียนรู้ พักผ่อน ร่วมทำกิจกรรมทางการเกษตร โดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่ นำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ก่อให้เกิดรายได้ต่อชุมชน และเกษตรกรตลอดจนพักค้างแรมในชุมชน โดยคำนึงถึงการดำรงชีวิต วัฒนธรรม และประเพณี พร้อมทั้งมีการอนุรักษ์ควบคู่กับการท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม

#### 2.1.3.2 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แบ่งตามลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวได้ 4 ประเภท ดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2543: 17)

1) แหล่งผลิตหรือพื้นที่เฉพาะทางการเกษตร เป็นแหล่งที่เสนอเรื่องราว ประวัติศาสตร์ความเป็นมาอย่างต่อเนื่องทางวัฒนธรรม สังคม ภูมิปัญญา และเครื่องมือเครื่องใช้ทางการเกษตร เป็นพิพิธภัณฑ์ทางการเกษตรแต่ละประเทศในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ได้แก่ เกษตรกรเฉพาะราย หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงเกษตร ย่านการเกษตร

2) โครงการศึกษาและสถานีวิจัยของรัฐเป็นโครงการหรือสถานีวิจัยด้านการเกษตรของรัฐที่มีความดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และมีวัตถุประสงค์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาศึกษาหาความรู้และความเพลิดเพลินรวมทั้งโครงการตามพระราชดำริที่มีความดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว สามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในด้านความรู้และความเพลิดเพลินได้

### 3) งานเทศกาลการเกษตร

งานเทศกาลการเกษตร หมายถึง การจัดให้มีการแสดงผลผลิตทางการเกษตร ตามฤดูกาล เพื่อมุ่งส่งเสริมการตลาดสินค้าด้านการเกษตร การเผยแพร่ความรู้การเกษตรที่เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว โดยจัดให้มีการจัดทำข้อมูลพื้นฐานทางการเกษตร และมีการบริการ มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ และมีการประชาสัมพันธ์กำหนดการงานเทศกาลการเกษตร (ราณี อธิชัยกุล, 2557 :247-251)

### 4) ตลาดสินค้าเกษตร

ตลาดสินค้าเกษตร หมายถึง พื้นที่ที่จัดให้เป็นที่ยพบปะระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย สินค้าเกษตรอาจวางหรือชั่วคราวตามฤดูกาล ควรเตรียมความพร้อมตลาดสินค้าเกษตรรองรับ การท่องเที่ยว กำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว จัดให้มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้เกษตรกรในพื้นที่นำสินค้าเกษตรมาขาย

นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังสามารถจำแนกได้ ดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา, 2556: 70)

1) จำแนกตามลักษณะกิจกรรมการเกษตร ได้แก่ การเพาะปลูกหรือการกสิกรรม และการเลี้ยงสัตว์ การประมงการเกษตร และป่าไม้ และการเกษตรแบบผสมผสาน

2) จำแนกตามลักษณะของเจ้าของกิจการ และการจัดการ เช่น โครงการตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และพระบรมวงศานุวงศ์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่จัดการโดยภาครัฐองค์กร เอกชน บริษัทเอกชน วิสาหกิจชุมชน บุคคลทั่วไป

3) จำแนกตามขนาดของแหล่งท่องเที่ยวแบ่งได้ 3 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวขนาดใหญ่มีพื้นที่ 51 ไร่ขึ้นไป ขนาดกลางมีพื้นที่ 21-50 ไร่ และขนาดเล็กมีพื้นที่ไม่เกิน 20 ไร่

4) จำแนกตามประเภทสถานที่ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งการส่งเสริมการเกษตร จำแนกแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรไว้ ดังนี้ ประเภทการกสิกรรม ได้แก่ การทำนา เกษตรกรรมผสมผสาน ส่วนผลไม้ ไม้ดอกไม้ประดับ พืชผักสวนครัว สวนสมุนไพร ประเภทการประมง ได้แก่ การเยี่ยมชมวิถีชีวิตการประมง การบริโภค ผลิตภัณฑ์สัตว์น้ำ และนันทนาการเกี่ยวกับกิจกรรมประมง ตกปลา จับปลา ฯลฯ ประเภทปศุสัตว์ ได้แก่ กิจกรรมในฟาร์มซีม้า รีดนมวัววิถีชีวิต ฯลฯ ประเภทป่าไม้ ได้แก่ การทำสวนป่าเศรษฐกิจ ฯลฯ

#### 2.1.3.3 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นอีกแนวหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงเกษตรที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรเกษตรประเภทต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร เพื่อตอบสนองธุรกิจการท่องเที่ยว ในส่วนของภาครัฐนั้นได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยกำหนดมาตรฐานการให้บริการตลอดจนระเบียบการต่างๆ

เพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ให้เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนการส่งเสริมการเกษตร (2546: 245-250) ได้กำหนดแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ดังนี้

- 1) สถานที่เที่ยวชม ควรเป็นเส้นทางวงรอบเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นกิจกรรมการเกษตรอย่างทั่วถึง
- 2) ควรมีมุมสาธิต และจัดเจ้าหน้าที่เตรียมการสาธิตให้ชม
- 3) มีมีคฤหะศกนำชมสวน สามารถอธิบายได้ดีเท่ากับหรือมากกว่าเจ้าของสวน
- 4) จัดมุมสถานที่พักผ่อน จัดมุมบริการอาหารและเครื่องดื่มจำหน่าย โดยอาจขอให้เพื่อนบ้านบริการแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น มุมนี้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ สินค้าของที่ระลึกด้วย ทั้งของในสวนและของเพื่อนบ้านใกล้เคียง
- 5) จัดเตรียมอุปกรณ์ที่หึ่งขยะ แยกขยะเปียกและขยะแห้ง
- 6) มีบริการห้องสุขาที่สะอาด อาจมีกล่องรับเงินบริการเพื่อให้ผู้ที่ทำหน้าที่ดูแลได้รับผลประโยชน์
- 7) หลังจากนำเที่ยวชมแล้ว ควรหาเวลาให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดเห็นประมาณ 15 - 20 นาที หรือเป็นการประเมินผลการชมสวนนั้น เพื่อนำไปปรับปรุงให้บริการ
- 8) สามารถจำหน่ายต้นอ่อนและเมล็ดพันธุ์ เพื่อนักท่องเที่ยวซื้อกลับไปทดลองปลูก หรือบางคนอาจนำไปเป็นอาชีพเสริม
- 9) สามารถขายผลผลิตในสวนให้แก่นักท่องเที่ยวโดยตรง
- 10) ผลผลิตบางชนิดที่จำหน่ายสดไม่ทัน สามารถแปรรูปเป็นผลผลิตอีกรูปแบบหนึ่ง จัดทำเป็นของแห้ง เป็นการถนอมอาหาร จำหน่ายให้นักท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่เพิ่มพูนจากเดิม

#### 2.1.3.4 แนวทางการจัดการทรัพยากรเกษตรให้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยว

ความหมายของทรัพยากรการเกษตร (เทพกร ณ สงขลา, 2556: 41) จากแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวจะใช้ทรัพยากรเกษตร เพื่อการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ ดังนี้

- 1) พัฒนาภูมิปัญญาพื้นบ้านเกี่ยวกับการเกษตร เพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยว
- 2) พัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรที่เหมาะสม เพื่อนำเสนอให้นักท่องเที่ยวในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้
- 3) ใช้ทรัพยากรเกษตรจากในพื้นที่ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับวิถีชุมชน โดยแท้จริง
- 4) หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี เพื่อการเกษตรเนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสธรรมชาติ

5) ใช้ประโยชน์จากความหลากหลายทางชีวภาพ สร้างความหลากหลายกิจกรรมผลิตทางการเกษตรในไร่นาและผสมผสาน กิจกรรมการผลิตให้เกื้อกูลประโยชน์ต่อกันควบคุมศัตรูพืชโดยวิธีธรรมชาติเพื่อให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้

6) การรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงสภาพที่สมบูรณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านการพักผ่อน

7) การป้องกันการสูญเสียธาตุอาหารมวลชีวภาพ และพลังงานรวมทั้งป้องกันการเกิดมลพิษต่างๆ

#### 2.1.4 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

##### 2.1.4.1 ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

นักวิชาการได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไปในทำนองเดียวกัน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554: 40) ธนาภา ช่วยแก้ว และสุดใจ จิโรจน์กุล (2562: 82) สามารถสรุปความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่โบราณสถาน โบราณวัตถุ ปราสาท พระราชวังวัด สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม รวมทั้งศึกษาความเจริญรุ่งเรืองของขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ภาษาและวรรณกรรม ทัศนกรรม นาฏศิลป์ และดนตรี ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคแต่ละสมัย ผ่านเรื่องเล่าประวัติความเป็นมามุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่สืบทอดมาจนถึงคนรุ่นปัจจุบัน

##### 2.1.4.2 หลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 286) กล่าวว่าหลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ

1) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการศึกษาถึงความสำคัญ คุณค่าประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของทรัพยากรวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น เพื่อเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยว และก่อให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น

2) เป็นการท่องเที่ยวที่ปลูกจิตสำนึกของคนในชุมชนท้องถิ่น ให้เกิดความรัก ห่วงแหน รักษา และดึงดูดชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรด้วย โดยได้รับประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การจ้างงาน การบริการนำเที่ยว การให้บริการขนส่ง การขายของที่ระลึก เป็นต้น

3) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรม และได้รับความเพลิดเพลิน รวมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่นทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4) เป็นการท่องเที่ยวที่เคารพวัฒนธรรมของเพื่อนบ้านหรือของชุมชนอื่น รวมทั้งเคารพในวัฒนธรรมศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเองด้วย

#### 2.1.4.3 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548: 288 ) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ ดังนี้

- 1) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยมีการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 3) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
- 4) เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ โดยให้นักท่องเที่ยวคุณภาพให้เข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้ และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมด้วย
- 5) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทน เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น
- 6) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้อง โดยมีการให้ความรู้สื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้เกิดความรัก

## 2.2 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

### 2.2.1 ความหมายของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้

ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี (2553: 41) ได้ให้ความหมายศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ความพร้อมด้านแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อรองรับการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ

ศิริจรรยา ประพฤติ (2553: 21) ได้ให้ความหมายศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ความพร้อมของทรัพยากรในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยพื้นที่จะต้องมีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต วัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกมีสิ่งอำนวยความสะดวกตลอดจนการบริหารจัดการที่ดี

เบญจวรรณ กิตติจารุกร (2556: 5) ได้ให้ความหมายศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ความสามารถหรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่างๆ โดยสามารถนำสิ่งที่แฝงอยู่นั้นมาพัฒนาให้เกิดสิ่งที่ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่

ภัทรธนกัลย์ เตียไพบูลย์ (2557: 4) ได้ให้ความหมายศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมกำหนดทิศทางและจัดการโดยชุมชน

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปความหมายศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง ความพร้อมของแหล่งท่องเที่ยวในการเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมสังคม และวัฒนธรรม

#### 2.2.2 ความสำคัญศักยภาพของชุมชน

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช (2545: 5-7) กล่าวถึงความสำคัญศักยภาพของชุมชน เป็นสิ่งดึงดูดใจ ให้มีการเดินทางท่องเที่ยว และเป็นสิ่งที่ช่วยให้เกิดความสุข ลดความตึงเครียด เป็นแหล่งที่มาของรายได้ของชุมชน ภาคเอกชนและภาครัฐช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของประชาชน และช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กับประชาชน รวมถึงช่วยสร้างความภาคภูมิใจให้แก่ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชาติ สะท้อนให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาบรรพชน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดในนักท่องเที่ยว

มอร์ริสัน และมิลล์ (Morrison & Mill, 1992: 201) แมคอินทอร์ค และโกลด์เนอร์ (Mcintosh & Goldner, 1995: 305) กล่าวถึงความสำคัญศักยภาพของชุมชนสามารถดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว และรองรับการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การที่ปัจจัยเหล่านี้ยังไม่มีความพร้อม แสดงว่ายังขาดศักยภาพจำเป็นที่จะต้องดำเนินการแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เนื่องจากศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าของชุมชน อีกทั้งสภาพแวดล้อมของชุมชนก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่แสดงความพร้อมของชุมชน โดยคนท้องถิ่นในชุมชนต้องตระหนักถึงคุณค่า และดำรงรักษาไว้สืบไปในการดำเนินการ เพื่อให้ชุมชนมีศักยภาพจำเป็นที่จะต้องให้ผู้ที่อยู่ในชุมชน รวมทั้งองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม การดำเนินการในด้านต่างๆ

## 2.2.2 องค์ประกอบของศักยภาพชุมชน

นักวิชาการกล่าวถึงองค์ประกอบของศักยภาพชุมชน ดังนี้

พจนานุกรม (2546: 12-15) กล่าวว่า ศักยภาพชุมชนมีการวางแผนเตรียมความพร้อมของชุมชนต้องเตรียมความพร้อมชุมชนทั้งภายในและภายนอกชุมชน มีดังนี้

### 1) การวางแผนด้านการเตรียมความพร้อมชุมชน

(1) รูปแบบการท่องเที่ยว ชีตความสามารถในการรองรับของแหล่งธรรมชาติ และไม่รบกวนประเพณีและพิธีกรรมของชุมชน ระยะเวลาที่เหมาะสมที่ชุมชนต้องการให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้เวลาในการท่องเที่ยวภายในชุมชน ความพร้อมด้านที่พักอาหาร และมัคคุเทศก์ ชาวบ้านจัดเตรียมโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว

(2) การให้บริการ และเงื่อนไขการให้บริการด้านรูปแบบองค์กรในการบริหาร และการดำเนินการท่องเที่ยวระยะช่วงเวลาที่ให้บริการนำเที่ยว และเงื่อนไขการให้บริการ อีกครั้งกฎระเบียบการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยว

(3) สิ่งอำนวยความสะดวก เป็นการวางผังของสิ่งปลูกสร้าง ต้องสอดคล้องกลมกลืนกับภูมิทัศน์ และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น คำนี้ถึงผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม เช่น การมีระบบการจัดการของเสีย การจัดโซนการให้บริการที่ไม่รบกวนศาสนสถานของชุมชน มีระบบป้องกันอันตรายที่อาจเกิดกับนักท่องเที่ยว มีอัตราค่าบริการที่เป็นมาตรฐานและราคาที่เป็นธรรม เช่น ค่าอาหาร เครื่องดื่ม และของที่ระลึกมีป้าย หรือแผนที่ ที่ให้ข้อมูลเบื้องต้นกับนักท่องเที่ยว

### 2) การวางแผนด้านการตลาด

(1) นักท่องเที่ยวติดต่อกับชุมชนโดยตรงหรือให้บริษัทนำเที่ยวทำการตลาดให้กับชุมชน

(2) โปรแกรมท่องเที่ยวและราคา เป็นโปรแกรมมาตรฐาน เหมาะสมกับทุกเพศทุกวัย ทุกฤดูกาลตามวัตถุประสงค์เฉพาะของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้โปรแกรมมาตรฐานผสมกับโปรแกรมทางเลือกสำหรับกลุ่มคนที่มีความสนใจเป็นพิเศษ และมีเวลาอยู่ในชุมชนหลายวัน

(3) การประชาสัมพันธ์ มีช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น สื่อมวลชน สำนักงานการท่องเที่ยว ปากต่อปาก สิ่งที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ เช่น แผ่นพับ วิดีโอ โปสเตอร์ อินเทอร์เน็ต เอกลักษณ์พิเศษของชุมชนที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อที่จะใช้เป็นจุดเด่นในการประชาสัมพันธ์

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า ศักยภาพของชุมชนมี 3 ด้าน คือ

1) ศักยภาพด้านทรัพยากรท่องเที่ยว โดยดูว่าทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนมีอะไรบ้างที่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมซึ่งอาจจะแบ่งได้ 3 ประเภท คือ ทรัพยากรท้องถิ่น ประเภทธรรมชาติ ทรัพยากรท้องถิ่นประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และทรัพยากรประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมภูมิปัญญาพื้นบ้าน วิถีชีวิต และการประกอบอาชีพ

2) ศักยภาพด้านการเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว การเข้าถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชน นั้น มีเส้นทางทางบกทางเรือ และทางอากาศ ที่สามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และมีการขนส่งสาธารณะ บริการนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยวได้อย่างสม่ำเสมอ และเพียงพอหรือไม่ นอกจากนั้น มีที่จอดรถ สำหรับยานพาหนะที่เข้าไปใช้บริการอย่างเพียงพอหรือไม่ ตลอดจนเส้นทาง สามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งกับอีกทรัพยากรท่องเที่ยวหนึ่งที่อยู่บริเวณ ใกล้เคียง

3) ศักยภาพด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของ ทรัพยากรท่องเที่ยว ที่ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยี่ยมชม มี สรรพสิ่งทีรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วย ความสะดวกสบายและปลอดภัย และชุมชนนั้นมีความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวได้มากน้อย เพียงใด

วิวัฒน์ชัย บุญญักดิ์ (2550: 13) ได้กล่าวถึง ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นความพร้อม ของแหล่งท่องเที่ยว ที่อำนวยความสะดวกการพัฒนาการปรับปรุง หรือการทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลง รวมถึง ความน่าสนใจของท้องถิ่นมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความสวยงามลักษณะเด่นในตัวเอง ความเก่าแก่ ทางประวัติศาสตร์ ความสำคัญทางลัทธิ และศาสนา บรรยากาศสภาพภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและ วิถีชีวิต

2) ความสะดวกในการเข้าถึง ได้แก่ สภาพเส้นทางท่องเที่ยวลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว

3) สิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย

4) สภาพแวดล้อม ได้แก่ สภาพทางกายภาพ สภาพอากาศ ระบบนิเวศ และสภาพอื่นๆ ของแหล่งท่องเที่ยว

สุวิภา จำปาวัลย์ และฉันทยา พรหมบุรุษย์ (2558: 8) กล่าวว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเตรียมความพร้อมในชุมชนมี 3 ด้าน คือ

1) ศักยภาพการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย คุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม ศักยภาพทางกายภาพ และการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

2) ศักยภาพการรองรับด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และโครงสร้างพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก และภายในชุมชน

3) การบริหารจัดการ ประกอบด้วย การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว การจัดการ และด้านการท่องเที่ยว

ชุดิกาญจน์ กันทะอู (2560: 14) กล่าวว่า ศักยภาพของชุมชน มีดังนี้

1) การสร้างให้ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชุมชน จะต้องมียุทธศาสตร์ ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นสิ่งปลูกสร้างประวัติศาสตร์ โบราณสถาน แหล่งธรรมชาติ หรือวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญา วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ เป็นต้น

2) ชุมชนจะต้องมีการเข้าถึงที่สะดวกสบาย มีเส้นทางที่เข้าถึงได้ง่าย และเส้นทาง เชื่อมต่อกับทรัพยากรบริเวณใกล้เคียงด้วย ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนที่จะต้องมียุทธศาสตร์ แก่ นักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม ร้านค้า ร้านอาหารต่างๆ รวมไปถึงโรงไฟฟ้า ประปา และการรักษา ความปลอดภัยด้วย

3) ชุมชนจะต้องรู้ว่าสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใดตามความสามารถ ของตนเอง เพื่อที่จะไม่ให้เกิดการทำลายความเป็นธรรมชาติ หรือทำลายอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง

4) ชุมชนต้องมีการจัดการการท่องเที่ยว โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วมในการทำงาน ร่วมตัดสินใจช่วยกันวางแผนการทำงาน การจัดรูปแบบโปรแกรมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

ดังนั้น จากแนวความคิดของนักวิชาการเกี่ยวกับองค์ประกอบของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนไปในทำนองเดียวกัน แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

องค์ประกอบ	ศิริพันธ์ พงษ์จันทร์ (2555)	Rea and Parker (1997: 101) Swarbrooke (1999:	Pris kim (2001: 305) Naidos, Ramscook- Munhurrum & Seegolan (2011: 193)	เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ (2560)	อรุณพ เรืองกุลปวงษ์ และสรารณณ์ เรืองกุลปวงษ์	รัฐภาพร เลิศโกคานนท์ และ วิเชียร เลิศโกคานนท์ (2557)	วิภาดา มาธธรรมพิทักษ์ และ เต็ดชาย ช่วยบำรุง (2562)	ธนาภา ช่วยแก้ว และสุดใจ จิโรจน์กุล (2562)
1. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. สิ่งอำนวยความสะดวก	✓	✓	✓	✓	✓	-	-	✓
3. ความสามารถในการเข้าถึง และการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	-	-	✓	✓
4. ช่วงเวลาที่ท่องเที่ยวได้	-	✓	✓	✓	-	-	-	-
5. การรวมกลุ่มของแหล่งท่องเที่ยว	-	✓	✓	✓	-	-	-	-
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	-	✓	✓	✓	-	-	-	-
7. การมีส่วนร่วมของชุมชน	-	-	-	-	✓	-	-	-

## ตารางที่ 1 (ต่อ)

องค์ประกอบ	คีร์นัท พงษ์นิรันดร (2555)	Rea and Parker (1997: 101) Swarbrooke (1999: 305)	Pris kim (2001: 305) Naidos, Ramscook-Munhurum & Seegolan (2011: 193)	เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ (2560)	อรุณพ เรื่องกัลป์ปวงค์ และสรารวงษ์ เรื่องกัลป์ปวงค์	วิเชียร เลิศโกทาพันธ์ และ วิเชียร เลิศโกทาพันธ์ (2557)	นิภาตา นาทธรรมพิทักษ์ และ เทิดชาย ชัยบำรุง (2562)	ชนภา ช่วยแก้ว และสุดใจ จิโรจน์กุล (2562)
8. การจัดการผลกระทบสิ่งแวดล้อม	-	-	-	✓	-	✓	✓	-
9. ความประทับใจ	-	-	-	-	✓	-	-	-
10. การบริการท่องเที่ยว	-	-	-	-	✓	✓	-	-
11. ความเป็นเอกลักษณ์	-	-	-	-	-	-	✓	-
12. สุนทรียภาพ	-	-	-	-	-	-	✓	-
13. การดูแลรักษา	-	-	-	-	-	-	-	✓

จากแนวความคิดของนักวิชาการข้างต้น สามารถสรุปองค์ประกอบของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คือสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง มีดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง สิ่งที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนในด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา การสืบทอดภูมิปัญญา ความต่อเนื่องความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ และการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี

2. สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง สิ่งที่ชุมชนให้การบริการแก่นักท่องเที่ยวด้วยความสะดวก สะอาด และปลอดภัย เช่น เครื่องดื่ม ห้องน้ำ ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก การจัดบรรยากาศร่มรื่น เป็นต้น

3. ความสามารถในการเข้าถึง และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวชุมชน หมายถึง การขนส่งสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย และสามารถเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกันได้ มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ มีความพร้อมของบุคลากรและมาตรฐานในการรักษาความปลอดภัย

### 2.3 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

#### 2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีดังนี้

ซัชพล ทรงสุนทรวงค์ (2554: 213) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น

ราชบัณฑิตยสถาน (2554: 218) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และ

สุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติ และวัฒนธรรมไว้ได้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ยาวนานที่สุด

สวาร์บู้ค (Swarbrooke; 1999: 13) และราณี อิศิชัยกุล (2557: 46) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปในทำนองเดียวกัน ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชน แต่ไม่ทำลายทรัพยากรที่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม ของชุมชน

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างสมดุลในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมทุกภาคส่วน เป็นที่มาของรายได้ เป็นการอนุรักษ์ประเพณีวัฒนธรรม เป็นการรักษาสีเขียวเพื่อความอยู่ดีมีสุขของชุมชน ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ นักท่องเที่ยว เจ้าของแหล่งท่องเที่ยว และผู้ประกอบการ

### 2.3.2 แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

มีนักวิชาการกล่าวถึงหลักพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ

เชอรีเบอร์ (Shirley Eber; 1992: 112) ได้กล่าวถึงหลักการพื้นฐานของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนมี 10 ประการ คือ

1. การใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน (Using resource sustainable) เป็นการ ใช้ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างพอดีเท่าที่จำเป็น และประหยัด เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรให้ มีการใช้ยาวนานขึ้น

2. การลดการบริโภคและของเสียที่เกินความจำเป็น (Reducing over consumption and Waste) เป็นการลดการบริโภคที่มากเกินไป และความจำเป็น และการลดของเสีย เพื่อช่วยลดค่าใช้จ่าย ในการทำนุบำรุงรักษาสีเขียวที่ถูกทำลายในระยะยาว และเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยวด้วย

3. การรักษาความหลากหลาย (Maintaining diversity) เป็นการรักษา ความหลากหลายของธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วย ขยายฐานของการท่องเที่ยว

4. การรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าอยู่ในการวางแผน (Integrating tourism into planning) เป็นการรวมการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับแผนพัฒนาแห่งชาติ และแผนพัฒนาท้องถิ่น อีกทั้งมีการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม (Environmental Impact assessment-EIA) ซึ่งการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม โดยใช้หลักวิชาการในการคาดการณ์เกี่ยวกับผลกระทบ ทั้งทางด้านบวก และด้านลบของการดำเนินโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว ที่จะมีผลต่อสิ่งแวดล้อมทุก ด้านทั้ง ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว เศรษฐกิจ และสังคม เพื่อหาทางป้องกันผลกระทบด้านลบ ที่อาจ เกิดขึ้นน้อยที่สุด อันจะช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว

5. การสนับสนุนเศรษฐกิจท้องถิ่น (Supporting local economics) เป็นการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างผลประโยชน์ตอบแทนให้ประชาชนในท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมด้วย แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยว

6. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involving local communities) เป็นการให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างผลประโยชน์ตอบแทนให้ประชาชนในท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อมด้วย แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพการจัดการท่องเที่ยว

7. การศึกษากันระหว่างผู้เกี่ยวข้องและสาธารณชน (Consulting stakeholders and the public) เป็นการปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอระหว่างรัฐบาลผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กร และสถาบันที่เกี่ยวข้อง เพื่อเข้าร่วมงานกันในทิศทางเดียว รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์

8. การฝึกอบรมบุคลากร (Training staff) เป็นการฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่นทุกประเภททุกระดับ ให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งจะช่วยยกระดับของการบริหารท่องเที่ยว

9. การตอบสนองการตลาดท่องเที่ยว (Marketing tourism responsibly) เป็นการจัดเตรียมข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวอย่างพร้อมมูล เพื่อเผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวให้เข้าใจเคารพในสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. การวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ (Undertaking research) เป็นการวิจัยและติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อช่วยในการแก้ไขปัญหาและเพิ่มผลประโยชน์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว รวมถึงนักลงทุน

มาร์ติน (Martin; 1995: 21-23) ได้กล่าว คือ หลักพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวควรอยู่บนพื้นฐานของความยั่งยืน กล่าวคือ ควรคำนึงถึงระบบนิเวศ ความเติบโตของเศรษฐกิจ จริยธรรมทางสังคม สิ่งแวดล้อมสำหรับชุมชน และคนในพื้นที่ เช่น การนำเสนอทรัพยากรทางการท่องเที่ยวใดๆ แก่นักท่องเที่ยว จำเป็นต้องคำนึงถึงความเปราะบางของระบบนิเวศ ความง่ายต่อการเสื่อมสภาพ และการถูกทำลาย รวมถึงการคำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม และชุมชน อันเกิดจากการนำทรัพยากรไปใช้ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวควรนำไปสู่ความยั่งยืนภายใต้ข้อจำกัดของพื้นที่ กล่าวคือ พื้นที่บางแห่งอาจมีข้อจำกัดสำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน หรือบางพื้นที่อาจหมดคุณค่า หากถูกทำลายลง เช่น กรณีภาพสีเขียนผาแต้มในอุทยานแห่งชาติผาแต้ม จังหวัดอุบลราชธานี นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วมีการปีนป่ายหน้าผา การลบภาพเขียน หรือการเขียนทับภาพเขียน ทำให้ภาพเขียนหมดคุณค่า ดังนั้นในสภาพปัจจุบันจำเป็นต้องกันเขต ไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปถึงบริเวณหน้าผาที่มีภาพเขียน เพื่อป้องกันการปีนป่ายการขีดขีดภาพเขียน และป้องกันการทำลายภาพเขียน เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ กล่าวคือ การท่องเที่ยวบางครั้งอาจส่งผลกระทบต่อวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของคนในพื้นที่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เช่น กรณีการท่องเที่ยวไปยังหมู่บ้านชาวเขาหรือชนกลุ่มน้อยทางภาคเหนือของประเทศไทย หลายแห่งได้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการแต่งกาย วิถีการกิน วัฒนธรรม และการละเล่นได้ถูกแทนที่โดยเทคโนโลยีปัจจุบัน เป็นต้น

4. การมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ กล่าวคือ ประชาชนในพื้นที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดวิสัยทัศน์ทางการท่องเที่ยว การสงวนรักษาทรัพยากรและการนำไปใช้ มีการพัฒนาเป้าหมาย และกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ คนในพื้นที่ต้องมีส่วนร่วมในการนำกลยุทธ์ไปปรับใช้ รวมถึงการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การให้บริการและการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ต้องให้คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมเหล่านั้น

5. การอนุรักษ์ทรัพยากร และมรดกทางวัฒนธรรม ควรคำนึงถึงความร่วมมือ การวางแผน และการจัดการร่วมกัน กล่าวคือ กรรมการในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว จะต้องเป็นคนในพื้นที่ และมีส่วนร่วมในการวางแผน การพัฒนา การดำเนินการในการใช้ทรัพยากรและการบริการ ทั้งนี้เพื่อผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะได้กลับมาสู่คนในพื้นที่เป็นหลัก

6. การตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ควรอยู่ภายใต้การอนุรักษ์ และความสอดคล้องกับชุมชนในพื้นที่ ภายใต้หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กล่าวคือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยังคงให้ความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว แต่ทั้งนี้จำเป็นต้องอยู่ในกรอบการนำทรัพยากรไปใช้อย่างถูกต้องเหมาะสม ภายใต้แนวทางการอนุรักษ์ทรัพยากร ในขณะที่เดียวกันจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนในพื้นที่ด้วยเช่นกัน

7. การท่องเที่ยวควรมีการผสมผสานเศรษฐกิจชุมชน เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน กล่าวคือ การท่องเที่ยวจำเป็นต้องเชื่อมโยงหรือพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนสู่การท่องเที่ยว เช่น กรณีชุมชนบ้านแม่กำปอง จังหวัดเชียงใหม่ เดิมประกอบอาชีพทำไร่ชา เมื่อการท่องเที่ยวเข้าสู่ชุมชนแห่งนี้ ชุมชนจัดการท่องเที่ยวเอง มีการนำทรัพยากรเดิมของตนคือชามาเป็นผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การผลิตชาและหมอนใบชาจำหน่ายนักท่องเที่ยว พักบ้านตนในลักษณะโฮมสเตย์ (Homestay) เป็นต้น ทั้งนี้ชุมชนยังคงยึดอาชีพแบบเกษตรกรรมเดิม อันเป็นการพัฒนาและส่งเสริมหรือผสมผสานเศรษฐกิจของชุมชนสู่การท่องเที่ยว

8. การพัฒนาการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชน กล่าวคือ การท่องเที่ยวสามารถสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นแก่ชุมชนในพื้นที่ เช่น การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิ ถนน ประปา ไฟฟ้าสู่ชุมชน รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพในการทำงานและการประกอบอาชีพ การบริการทางการท่องเที่ยวสำหรับคนในพื้นที่ เป็นต้น

9. การวางแผนทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ กล่าวคือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการวางแผนที่สอดคล้องกันระหว่างการคำนึงถึงการรักษานุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อม ความต้องการของชุมชน เศรษฐกิจชุมชน และการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

10. การคำนึงผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะผลประโยชน์แก่ชุมชน กล่าวคือ การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นกับชุมชนในพื้นที่ เช่น รายได้ การจ้างงาน และอาชีพที่จะเกิดขึ้น โดยเกิดผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ชุมชนในพื้นที่

11. การจัดลำดับคุณค่าทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ เช่น บางพื้นที่ และบางจุดท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการฟื้นฟูจากการทำลายทรัพยากร ดังนั้นควรให้ความสำคัญในระดับเร่งด่วนในการฟื้นฟู และฟื้นฟูสภาพ เป็นต้น

12. การส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกให้เกิดขึ้นในพื้นที่ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ กล่าวคือ ควรมีการคิดและนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวทางเลือกแบบต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแต่ละความสนใจ ภายใต้หลักการส่งเสริมและอนุรักษ์ทรัพยากรท้องถิ่น และสิ่งแวดล้อมในพื้นที่

13. การส่งเสริมการวิจัย โดยการวิจัยเชื่อว่าเป็นการเสนอแนะแนวทางป้องกัน และแก้ปัญหาในพื้นที่ ตลอดจนเป็นการหาทางออกที่เหมาะสมระหว่างการท่องเที่ยวการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจในชุมชน ตลอดจนเป็นการส่งเสริมความตระหนักแก่นักท่องเที่ยว และชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

14. การดำเนินการด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ ควรอยู่ภายใต้แผนนโยบายการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน กล่าวคือ ในแหล่งท่องเที่ยวแทบทุกแห่งจำเป็นต้องสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ทางเดิน จุดชมทัศนียภาพ ระบบประปา ห้องน้ำ ที่จอดรถ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างได้ แต่ทั้งนี้ต้องอยู่ภายใต้นโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

15. การส่งเสริมการแลกเปลี่ยนประสบการณ์การท่องเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว เช่น การพานักท่องเที่ยวไปพักยังบ้านพักของชุมชนในลักษณะโฮมสเตย์ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวผู้เข้าพักยังบ้านพักชุมชน นักท่องเที่ยวเกิดการเรียนรู้ และเข้าใจวิถีชีวิตวัฒนธรรมของชุมชน ในขณะที่ชุมชนเกิดการเรียนรู้ด้านวิถีชีวิตวัฒนธรรมในชุมชนนั้น เป็นต้น

16. การงดการใช้ทรัพยากรที่หายากหรือทดแทนไม่ได้ เช่น การใช้ยานพาหนะในแหล่งท่องเที่ยวบางแหล่ง สามารถใช้ยานพาหนะที่ประหยัดหรือลดพลังงานและเชื้อเพลิง บางพื้นที่สามารถใช้จักรยานหรือเรือพายในการขนส่ง และให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในต่างประเทศ เช่น เมืองเซอร์แมท (Zermatt) ประเทศสวิตเซอร์แลนด์อนุญาตให้ชุมชนและนักท่องเที่ยว ใช้เฉพาะรถพลังงานไฟฟ้าแทนรถที่ใช้พลังงานเชื้อเพลิงในพื้นที่ เป็นต้น

17. การปรับใช้จรรยาบรรณสำหรับแต่ละกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง กล่าวคือ ในแต่ละกลุ่มผู้เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยว ควรมีการปรับใช้หรือสร้างจรรยาบรรณให้เกิดขึ้น เช่น จรรยาบรรณ

สำหรับนักท่องเที่ยว จรรยาบรรณสำหรับชาวบ้าน และจรรยาบรรณในการใช้ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

18. การตรวจประเมินและติดตามผลในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ กล่าวคือ ควรมีการติดตาม ตรวจสอบผลที่เกิดขึ้นจากการพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น ผลที่เกิดขึ้นกับชุมชน ผลที่เกิดขึ้นกับทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม รวมถึงผลที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อเป็นการตรวจสอบและติดตามผลและหามาตรการและแนวทางในการป้องกัน และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ภายใต้หลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดับเบิลยูทีโอ (WTO; 1997: 116) ได้กล่าวถึงหลักพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มี 7 ประการคือ

1) การพัฒนาและบริหารจัดการ ต้องอยู่ภายใต้ขีดความสามารถในการรองรับได้ (Carrying capacity) ทั้งทางกายภาพ ชีวภาพ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งเป็นทรัพยากรฐาน และถ้าจำเป็นก็จะต้องมีการฟื้นฟูหรือทดแทน รวมทั้งควบคุมระบบของธรรมชาติ ให้สามารถผลิต และให้บริการต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

2) ต้องตระหนักถึงความต้องการของชุมชนท้องถิ่น เปิดโอกาสให้มีส่วนร่วม และกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่นอย่างเป็นธรรม (Local needs/ Participation/ Benefit)

3) กิจกรรมต่างๆ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือนันทนาการ ที่จัดขึ้นต้องเน้นการให้ประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อผู้มาเยือน (Quality experience)

4) ให้ผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่ทรัพยากร และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น (Learning and understanding)

5) เน้นการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะท้อน หรือกลมกลืนกับธรรมชาติ หรือสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและพยายามใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น (Nature and local architecture)

6) ผสมผสานการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สู่แผนการพัฒนาระดับท้องถิ่นภูมิภาค และระดับประเทศ (Integrated development)

7) พัฒนารฐานข้อมูลเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการติดตามตรวจสอบและตัดสินใจ (Database)

จากหลักของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ที่กล่าวมาสรุปได้ว่า หลักการท่องเที่ยวดังกล่าวมีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ เป็นการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้นหากมีการนำการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนี้ประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการวางแผน และตั้งเป้าหมายอย่างชัดเจน เพื่อให้เกิดการนำหลักการไปใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ของหลักการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่กล่าวมาข้างต้นทุกประการ แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์ และรักษาสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งทรัพยากรในพื้นที่ การตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และการตอบสนองต่อความต้องการของคนในพื้นที่

### 2.3.2 การพัฒนาที่ยั่งยืน

มีนักวิชาการกล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืน คือ

ซัชพล ทรงสุนทรวงศ์ (2554: 41-42) และมอร์ฟอร์ด และมันน์ (Mowforth & Munt; 2009: 101) กล่าวถึง การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ

#### 2.3.2.1 ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ

1) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อมีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเพียงพอที่จะตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานของประชากรได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะต้องสามารถจัดความยากจน และเน้นการกระจายโอกาสในการใช้ทรัพยากร เพื่อลดความไม่เท่าเทียมกันในสังคมผู้ร่ำรวย จะต้องมีส่วนช่วยเหลือผู้ยากจน ประเภทอุตสาหกรรมที่มีฐานะมั่งคั่งร่ำรวย ควรมีส่วนช่วยปรับปรุงสภาพแวดล้อมประเทศที่ยากจน

2) การพัฒนาที่ยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ ผู้ประกอบการรวมเอาค่าใช้จ่ายด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไว้ในต้นทุนการผลิต เช่น การผลิตกระแสไฟฟ้าจากน้ำมันหรือถ่านหิน จะต้องรวมค่าใช้จ่ายในการกำจัดอากาศเสีย และปัญหาความเสื่อมโทรมของสภาพอากาศในบริเวณข้างเคียงด้วย

#### 2.3.2.2 ความยั่งยืนทางสังคม

1) ความยั่งยืนทางสังคมจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อ มีการเปลี่ยนแปลงประชากรที่สอดคล้องและสมดุลกับการเปลี่ยนแปลงของศักยภาพการผลิตของระบบนิเวศในภูมิภาคนั้นๆ

2) การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องสนับสนุนค่านิยมให้ประชาชน มีมาตรฐานการบริโภคทรัพยากรที่ไม่ฟุ่มเฟือย และอยู่ในเขตความสามารถของระบบนิเวศนั้นๆ ที่รองรับได้ รวมทั้งมีการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบในการที่จำนำของเสียกลับมาใช้ใหม่ ให้เหมาะสมกับความต้องการของสังคม และศักยภาพที่จะอำนวยความสะดวกได้

3) การพัฒนาที่ยั่งยืนควรอยู่บนพื้นฐานของความสัมพันธ์ที่ดี และมั่นคงภายในหน่วยการผลิตแต่ละหน่วย กล่าวคือ การมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างทุกระดับอันจะนำไปสู่การกระจายผลประโยชน์จากการผลิตอย่างเป็นธรรม

#### 2.3.2.3 ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรธรรมชาติ

1) การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นรูปแบบการใช้ทรัพยากรที่มีการบำรุงรักษา และมีอัตราการใช้ทรัพยากรที่อยู่ในขอบเขตการอำนวยความสะดวกให้ทรัพยากรที่ใช้นั้นคืนกลับสู่สภาพปกติได้กรณีการใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดสิ้นไป อาจทำให้คนในรุ่นหลังขาดโอกาสในการใช้ประโยชน์ ทางเลือกในการแก้ไขปัญหา ก็คือ การเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ชะลอการใช้ และพัฒนาเทคโนโลยีในการหาทรัพยากรอื่นมาใช้ทดแทนกัน

2) การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องมีการพิทักษ์ และสงวนรักษาความหลากหลายของพรรณพืช พันธุ์สัตว์ในสภาพธรรมชาติไว้ให้ได้ เพราะสิ่งมีชีวิตในระบบนิเวศ รวมทั้งมนุษย์มี

วิวัฒนาการร่วมกัน การสูญหายไปของสิ่งมีชีวิตชนิดใดชนิดหนึ่ง ย่อมส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตที่เหลือรอด จนอาจเป็นเหตุให้มีการสูญหายของสิ่งมีชีวิตอีกหลายชนิดตามมา

ปีเตอร์ อี มัฟฟี่ (Peter E. Murphy; 1998: 101-103) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนควรมีองค์ประกอบต่างๆ ดังนี้

1. การกำหนดขอบเขตของระบบนิเวศและมาตรฐานในการบริโภค
2. การกระจายกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการแบ่งปันทรัพยากร
3. การควบคุมจำนวนประชากร
4. การอนุรักษ์ทรัพยากรพื้นฐาน
5. การใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ
6. การรักษาศักยภาพในการดำเนินการ และผลการพัฒนาที่ยั่งยืน
7. การเก็บรักษาทรัพยากร
8. ความแตกต่างของสายพันธุ์
9. การลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด
10. การควบคุมชุมชน
11. หน่วยงานของรัฐ และร่างนโยบายระหว่างประเทศ
12. สภาพเศรษฐกิจ
13. คุณภาพสิ่งแวดล้อม
14. การตรวจสอบสิ่งแวดล้อม

ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 14 ประการนี้มีข้อสังเกตและการดำเนินการ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 องค์ประกอบของการพัฒนาที่ยั่งยืน

องค์ประกอบ	ข้อสังเกต/การดำเนินการ
1. การกำหนดขอบเขตของระบบนิเวศ และมาตรฐานในการบริโภค	ควรจัดให้มีการส่งเสริมค่านิยมที่ถูกต้องในการบริโภคทรัพยากรที่ได้มาตรฐานเท่าเทียมกันในทุกพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์แต่ไม่กระทบต่อระบบนิเวศ
2. การกระจายกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการแบ่งปันทรัพยากร	การพัฒนาที่ยั่งยืนจำเป็นต้องดำเนินการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการของส่วนต่างๆ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่กำลังพัฒนา

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ข้อสังเกต/การดำเนินการ
3. การควบคุมจำนวนประชากร	การควบคุมประชากรจำเป็นต้องพิจารณาถึงขนาดของประชากร และกระจายทรัพยากรการพัฒนาที่ยั่งยืน จะสามารถปฏิบัติอย่างได้ผล ต้องดำเนินการควบคู่กันระหว่างการพัฒนาประชากร และศักยภาพในการผลิตของระบบนิเวศ
4. การอนุรักษ์ทรัพยากรพื้นฐาน	การพัฒนาที่ยั่งยืนจะต้องไม่ให้เกิดผลในทางลบต่อระบบทรัพยากร ซึ่งคำนวณทุกหน่วยชีวิตบนโลก เช่น ดิน น้ำ บรรยากาศ สิ่งมีชีวิตต่างๆ
5. การใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ	การเพิ่มจำนวนประชากรโดยใช้การควบคุมที่เหมาะสมและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่จำกัด นำไปสู่หายนะของระบบนิเวศ การจะประสบความสำเร็จในการพัฒนาที่ยั่งยืน จำเป็นต้องควบคุมการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสม ขณะเดียวกันก็นำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาทดแทนเพื่อลดแรงกดดันที่อาจเกิดขึ้น
6. การรักษาศักยภาพในการดำเนินการและผลการพัฒนาที่ยั่งยืน	ทรัพยากรที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศ ดังนั้นจึงควรให้คำจำกัดความที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการแสวงหาผลประโยชน์จากผลการพัฒนาที่ยั่งยืน
7. การเก็บรักษาทรัพยากร	การพัฒนาที่ยั่งยืนจำเป็นต้องป้องกันการใช้ทรัพยากรที่ใช้แล้วหมดสิ้นไป และทรัพยากรที่ใช้ไม่หมดสิ้นไม่ให้หมดสิ้นไป
8. ความแตกต่างของสายพันธุ์	การพัฒนาที่ยั่งยืนจำเป็นต้องอนุรักษ์สายพันธุ์พืช และสัตว์ทุกชนิด
9. การลดผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด	การพัฒนาที่ยั่งยืนจำเป็นต้องควบคุมให้เกิดผลในทางลบต่อคุณภาพของดินน้ำอากาศ และทรัพยากรต่างๆ ให้น้อยที่สุด ทั้งนี้เพื่อรักษาสสมดุลของระบบนิเวศ

## ตารางที่ 2 (ต่อ)

องค์ประกอบ	ข้อสังเกต/การดำเนินการ
10. การควบคุมชุมชน	ควบคุมการดำเนินการต่างๆ ในชุมชน ที่อาจมีผลกระทบต่อระบบนิเวศในชุมชน
11. หน่วยงานของรัฐและรายนโยบายระหว่างประเทศ	การร่วมมือในการบริหารจัดการโลก โดยความร่วมมือของทุกฝ่ายเป็นเสมือนการจัดสร้างระบบรักษาความปลอดภัยให้แก่โลก
12. สภาพเศรษฐกิจ	นโยบายความร่วมมือทางเศรษฐกิจถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการคุณภาพโดยรวม
13. คุณภาพสิ่งแวดล้อม	นโยบายความร่วมมือในการรักษาสิ่งแวดล้อมถือเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการคุณภาพโดยรวม
14. การตรวจสอบสิ่งแวดล้อม	ระบบการตรวจสอบสิ่งแวดล้อมที่มีประสิทธิภาพเป็นหัวใจสำคัญของ

ที่มา: Peter E. Murphy (1998)

เทิตชาย ช่วยบำรุง (2552: 93) กล่าวถึงหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของชุมชน
2. การสร้างความร่วมมือของกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. การจ้างงานที่มีคุณภาพ
4. การแบ่งปันผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว
5. การใช้ทรัพยากรก่อให้เกิดประโยชน์ที่สุด
6. การวางแผนระยะยาว
7. ความสมดุลระหว่างวัตถุประสงค์ด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม
8. การสอดคล้องกันระหว่างแผนการท่องเที่ยว และแผนพัฒนาด้านต่างๆ
9. ความร่วมมือระหว่างผู้กำหนดนโยบายกับผู้ปฏิบัติ
10. การประสานความร่วมมือระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการ
11. การประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยว

12. การสร้างหลักเกณฑ์การประเมินผลกระทบ
13. การเน้นผลประโยชน์ชุมชนคุณค่าสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรม
14. การพัฒนาการศึกษาและหลักสูตรต่างๆ
15. การเสริมสร้างลักษณะเด่นอัตลักษณ์ของชุมชนนั้นๆ
16. การคำนึงถึงความสามารถในการรองรับ
17. การรักษามรดกทางทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ มีนักวิชาการที่กล่าวถึงการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบนพื้นฐานความยั่งยืนแสดง ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 องค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

องค์ประกอบ	ศิริพันธ์ พงษ์นิรันดร และคณะ (2559: 47)	Halcomb J. L., Upohurch R. S., Okumus F. (2007: 461)	Miller & Twining ward (2005: 135)	Atik, Altan & Avtar (2010: 101)	Rajan et. al (2013: 210)	Andersen et. al. (2018: 223)	Saleem & Zain-Ul-Abideen (2011: 145)	Aziz, R. C., Hashim, N. A. A. N., & Awang. z. (2018: 201)
1. มิติเศรษฐกิจ	√	√	√	√	√	√	√	√
2. มิติสังคม	√	√	√	√	√	√	√	√
3. มิติทรัพยากรธรรมชาติ	√	√	√	-	-	-	-	-
4. มิติการเมืองการปกครอง	√	√	-	-	-	-	-	-
5. มิติสิ่งแวดล้อม	-	-	-	√	√	√	-	√
6. มิติองค์กร	-	-	√	-	-	-	-	-
7. มิติจิตวิทยา	-	-	√	-	-	-	-	-
8. มิติด้านเวลา	-	-	-	-	-	√	-	-
9. มิติด้านปัญหาพื้นฐาน	-	-	-	-	-	√	-	-
10. มิติวัฒนธรรม	-	-	-	-	-	-	-	√

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปองค์ประกอบของการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนคือ

1. ด้านเศรษฐกิจ หมายถึง ความสามารถของสถานที่ท่องเที่ยว การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ค่าครองชีพของพื้นที่ท่องเที่ยว ราคาสินค้า ราคาอาหาร ล้วนแต่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริมความมั่นคงของครอบครัว มีการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวชุมชน เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร เป็นต้น

2. ด้านสังคม หมายถึง การดำเนินกิจกรรมอยู่ภายใต้ข้อกำหนดทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว การเลือกแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้สังคม ชนบทธรรมเนียม ประเพณี ยังส่งผลต่อวิถีชีวิตของชุมชน ทักษะคน และการ

มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ การแบ่งปันความรู้และสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อชุมชน การรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงจากการพัฒนา และสร้างนวัตกรรม มีจิตสาธารณะ การคงอยู่วิถีชีวิต วัฒนธรรม และอาชีพดั้งเดิมของชุมชน มีสวัสดิการพื้นฐานแก่คนในชุมชน ชุมชนพึ่งตนเอง มีเครือข่ายการเรียนรู้ และความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย

3. ด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การรองรับกิจกรรมของสถานที่ท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงราคาและการพัฒนาคุณค่าของสิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดการประหยัด และป้องกันสิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลาย เช่น การซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ มีพฤติกรรมไม่ทิ้งขยะกระจัดกระจาย เพิ่มปริมาณออกซิเจนในอากาศ ภูมิทัศน์ชุมชนสะอาดสวยงามและน่าอยู่ มีความต่อเนื่องของกิจกรรมการอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน

4. ด้านทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง สิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีประโยชน์สามารถสนองความต้องการของมนุษย์ได้ เช่น บรรยากาศสิ่งจำเป็นสำหรับมีชีวิตร มีความชื้น และการเคลื่อนไหวของมวลอากาศ ซึ่งมีความสำคัญต่อลักษณะของดิน พืชพันธุ์ และสภาพอื่นๆ ของสิ่งมีชีวิตบนพื้นผิวโลก ส่วนน้ำน้ำที่อยู่ในที่ในลำคลอง เมื่อใช้ไปเรื่อย ๆ ปริมาณจะลดลง แต่จะมีปริมาณเพิ่มขึ้นได้เมื่อเกิดฝนตก น้ำที่อยู่ ณ ที่ใดที่หนึ่งเมื่อใช้แล้วก็จะหมดไป แต่สามารถที่จะหามาทดแทนอีกทั้งดิน เป็นที่อยู่อาศัยของพืช เป็นแหล่งสะสมแร่ธาตุอาหารที่จำเป็นสำหรับพืช เกิดขึ้น รวมทั้งทุ่งหญ้า ขึ้นอยู่เองตามธรรมชาติ ใช้เป็นที่หากินของสัตว์เลี้ยงและสัตว์ที่เหมาะสมแก่การดำเนินการจัดการโดยอาศัยพื้นฐานทางนิเวศวิทยามากกว่าพื้นฐานทางการเกษตร

## 2.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน

### 2.4.1 ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชน

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนี้

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2551: 10) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชนหมายถึง ประชาชนหรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง มีโอกาสเข้าร่วมในกระบวนการหรือขั้นตอนต่างๆ ของการบริหาร ตั้งแต่การรับรู้ข้อมูลการปฏิบัติงาน การร่วมแสดงทัศนะ แสดงความคิดเห็น การร่วมเสนอปัญหาและความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น การร่วมคิดแนวทางแก้ไขปัญหา การร่วมในกระบวนการตัดสินใจ การร่วมในการดำเนินการ และการร่วมติดตามประเมินผล รวมทั้งการร่วมรับผลประโยชน์จากการพัฒนา

อรทัย กัทผล (2552: 101) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง ประชาชนมีโอกาสเข้าร่วมบริหารท้องถิ่น มีอิสระทางความคิด ตั้งแต่ร่วมคิดเรื่องสาเหตุปัญหาของชุมชน ร่วมวางแผน การดำเนินงานประชาชน เข้าร่วมดำเนินกิจกรรมด้วยความเต็มใจร่วมติดตามและประเมินผลพร้อมทั้งร่วมรับผลประโยชน์

อรรถัย พระทัต (2558: 33) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง ประชาชนร่วมกิจกรรมต่างๆ เกิดขึ้นจากจิตสำนึกที่จะร่วมมือร่วมใจอย่างเต็มใจ เต็มกำลังความรู้ความสามารถของตนเองในการเข้าร่วมแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน โดยร่วมกันวางแผนวางเป้าหมาย จัดหางบประมาณ ตลอดจนร่วมรับผลประโยชน์ที่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมกิจกรรมของชุมชน

จากความหมายดังกล่าวสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การสร้างโอกาสให้สมาชิกของชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วม ช่วยเหลือการเข้ามามีอิทธิพลต่อการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนาท้องถิ่น และได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเสมอภาค ซึ่งการดำเนินกิจกรรมต่างๆ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย การค้นหาปัญหา การวางแผน การปฏิบัติกิจกรรม การติดตาม และประเมินผล

#### 2.4.2 รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน

นักวิชาการได้กล่าวถึงรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

องค์การสหประชาชาติ (1981: 101) กล่าวถึงรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน มีรายละเอียด ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมแบบเป็นไปเอง จากการอาสาสมัครหรือการรวมตัวกันขึ้นเอง เพื่อแก้ไขปัญหาในกลุ่มของตนเองโดยไม่ต้องขอความช่วยเหลือจากภายนอก โดยมีรูปแบบที่เป็นเป้าหมาย
2. การมีส่วนร่วมแบบชักนำ เป็นการเข้าร่วมโดยต้องการความเห็นชอบหรือการสนับสนุนจากรัฐบาล ซึ่งเป็นรูปแบบโดยทั่วไปในประเทศที่กำลังพัฒนา
3. การมีส่วนร่วมแบบบังคับ ซึ่งเป็นผู้มีส่วนร่วมภายใต้การดำเนินนโยบายของรัฐบาล ภายใต้การดำเนินงาน โดยเจ้าหน้าที่ของรัฐหรือการบังคับโดยตรง รูปแบบนี้เป็นรูปแบบที่ผู้ดำเนินการได้รับผลทันที แต่ไม่ได้รับผลระยะยาว และมีผลเสีย คือ ไม่ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน

ถวิลวดี บุรีกุล (2548: 13) กล่าวถึงรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

1. ต้องมีวัตถุประสงค์หรือจุดมุ่งหมายที่ชัดเจน การให้ประชาชนเข้าร่วมใดกิจกรรมหนึ่งจะต้องมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน ว่าเป็นไปเพื่ออะไร ผู้เข้าร่วมจะได้ตัดสินใจดีกว่าควรเข้าร่วมหรือไม่
2. ต้องมีกิจกรรมเป้าหมาย การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ต้องระบุลักษณะของกิจกรรมว่ามีรูปแบบและลักษณะอย่างไร เพื่อที่ประชาชนจะได้ตัดสินใจว่าควรเข้าร่วมหรือไม่

จากข้อมูลดังกล่าวสรุปได้ว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนมี 4 รูปแบบคือ 1) การมีส่วนร่วมแบบอิสระ 2) การมีส่วนร่วมแบบชักนำ 3) การมีส่วนร่วมแบบบังคับ และ 4) การมีส่วนร่วมแบบมีวัตถุประสงค์

### 2.4.3 เงื่อนไขของการมีส่วนร่วม

การที่ประชาชนจะเข้าไปมีบทบาทหรือมีส่วนร่วมหรือไม่เข้าร่วมนั้น มีเงื่อนไขหลายประการที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งอาจเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือถูกบังคับหรือผลักดันให้เข้าไปมีส่วนร่วม ได้แก่

องค์การสหประชาชาติ (1981: 203) เสนอเงื่อนไขเบื้องต้นของการมีส่วนร่วมไว้ 5 ประการ คือ 1) รัฐบาลจะต้องมีการยอมรับในแนวคิด การมีส่วนร่วมของประชาชนก่อนในเบื้องต้น และได้บรรจุหลักการนี้ไว้ในแผนหรือนโยบายในระดับต่างๆ 2) ประชาชนต้องมีพื้นฐานองค์การประชาชนที่สามารถเป็นตัวแทนในการเจรจาต่อรองกับกลุ่มผลประโยชน์และบุคคลอื่นๆ ได้ 3) ประชาชนต้องมีอิสระในความคิดริเริ่มในการตัดสินใจในระดับท้องถิ่น เพื่อกำหนดกิจกรรมของตนเอง 4) ชุมชนต้องมีการไหลเวียนของข่าวสารและความรู้ใหม่ๆ โดยเฉพาะหลักการและปรัชญาของการพัฒนา เทคนิควิธีการในการจัดสรรทรัพยากร และความรู้ทางการบริหาร และ 5) ชุมชนจะต้องได้รับการสนับสนุนทางด้านสิ่งของ และความคิดเทคนิคที่จำเป็นโดยเฉพาะในระยะแรก

ถวิลวดี บุรีกุล (2548: 15) กล่าวว่าเงื่อนไขขั้นพื้นฐานของประชาชนในการเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนา มี 3 ประการ คือ 1) ต้องมีสภาพ มีอิสระที่จะเข้าร่วมหรือไม่เข้าร่วมก็ได้การเข้าร่วมต้องเป็นไปโดยความสมัครใจ มันถูกบังคับให้ร่วมไม่ว่าจะในรูปแบบใดไม่ถือว่าเป็นการมีส่วนร่วม 2) ต้องมีความเสมอภาคประชาชนเข้าร่วมในกิจกรรมใด จะต้องมีสิทธิเท่าเทียมกับผู้เข้าร่วมคนอื่นๆ 3) ต้องมีความสามารถประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมาย จะต้องมีศักยภาพที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมนั้น แม้กิจกรรมบางอย่างจะมีการกำหนดผู้เข้าร่วมที่มีเสรีภาพ และความเสมอภาคแต่กิจกรรมที่กำหนดไว้ มีความซับซ้อนเกินความสามารถของกลุ่มเป้าหมาย การมีส่วนร่วมย่อมเกิดขึ้นไม่ได้

โคเฮิน เจ เอ็ม และ ยูพอร์ฟ (Cohen. J., M, & Uphoff, 1977: 203) ได้เสนอว่าบริบทหรือเงื่อนไขแวดล้อมของการมีส่วนร่วมประกอบด้วย 1) ลักษณะของโครงการ พิจารณาจากความสลับซับซ้อนของเทคโนโลยีทรัพยากรที่ต้องการลักษณะประโยชน์ที่จะได้รับ ความเชื่อมโยงของโครงการ ความยืดหยุ่นของโครงการ การเข้าถึงการบริหารจัดการโครงการ และการครอบคลุมเนื้อหาการบริหารงานโครงการ 2) สภาพแวดล้อมของงาน หรือกิจกรรมตามโครงการในปัจจุบันต่างๆ ได้แก่ ปัจจัยทางกายภาพ และชีวภาพ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม และด้านประวัติศาสตร์

### 2.4.4 ขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นแนวคิดที่เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งมีนักวิชาการกล่าวถึงขั้นตอนของการมีส่วนร่วมของประชาชน ดังนี้

ธีระพงษ์ แก้วหาวงษ์ (2545: 16) กล่าวถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการร่วมกันเข้ามาแก้ไขปัญหาของชุมชน มีดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ มีการกำหนด

ความต้องการ และจัดลำดับความสำคัญ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลงาน

อคิน ระพีพัฒน์ (2547: 17) กล่าวถึงขั้นตอนในการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการแก้ไข้ปัญหาของชุมชนออกเป็น 4 ขั้นตอน คือ 1) การค้นหาปัญหา สาเหตุของปัญหา ตลอดจนแนวทางแก้ไข 2) การตัดสินใจเลือกแนวทาง และวางแผนพัฒนาแก้ไข้ปัญหา 3) การปฏิบัติงานในกิจกรรมการพัฒนา และ 4) การประเมินผลงานกิจกรรมการพัฒนา

ภูษณิศา เดชเถลิง (2555: 24-25) กล่าวว่าขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชน มีดังนี้

1) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการระบุปัญหา และสาเหตุของปัญหาขั้นตอนนี้ เป็นขั้นตอนที่สำคัญที่สุดเพราะหากประชาชนไม่มีบทบาทในการระบุปัญหาและความต้องการโครงการต่างๆ ที่ออกมาก็จะไร้ประโยชน์ เนื่องจากโครงการที่วางออกมาไม่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชน อีกทั้งประชาชนจะไม่เห็นความสำคัญของกิจกรรม และการดำเนินกิจกรรมจะไม่ประสบความสำเร็จบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ดังนั้นการมีส่วนร่วมของประชาชน ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการระบุปัญหาวิเคราะห์ปัญหาด้วยตนเอง โครงการที่วางไว้จะสามารถดำเนินไปสู่จุดหมายได้ เพราะประชาชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของโครงการ สามารถตอบสนองความต้องการหรือแก้ไข้ปัญหาของพวกเขาเอง

2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เมื่อประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมเข้ามามีบทบาทในการระบุปัญหา แล้วขั้นตอนต่อไป คือ การร่วมกันวางแผนโครงการดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการหรือแก้ไข้ปัญหาของพวกเขาด้วยตนเองได้ อย่างไรก็ตามนักพัฒนาหรือผู้มีความรู้ในการวางแผน ควรมีส่วนร่วมในการวางแผนด้วย เพื่อคอยให้คำแนะนำประชาชนในการวางแผนกำหนดทางเลือกในการแก้ไข้ปัญหา แต่ไม่ใช่ว่านักพัฒนาจะเป็นผู้วางแผนกำหนดแนวทางแก้ไข้ปัญหา เพราะผลเสียที่ตามมา คือ ประชาชนจะไม่ดำเนินการช่วยเหลือตัวเองได้ในโอกาสต่อไป การที่ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมแรงร่วมใจในการตัดสินใจหาแนวทางแก้ไข้ปัญหา และแนวทางดำเนินกิจกรรมนี้ จะมีผลทำให้พวกเขาเหล่านี้รู้สึกเป็นเจ้าของ (Sense of belonging) กิจกรรมนั้น และจะนำมาซึ่งความร่วมมือร่วมใจกันดำเนินกิจกรรมที่วางไว้

3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน เมื่อประชาชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของกิจกรรมแล้ว ผลที่ตามมาคือ การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมที่วางไว้ นอกจากนั้นนักพัฒนาชุมชน ควรกระตุ้นให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการลงทุน ในรูปของทรัพยากรธรรมชาติที่ประชาชนในชุมชนมีอยู่ ตามกำลังความสามารถของประชาชนแทนการใช้ทรัพยากรหรือปัจจัยจากภายนอกชุมชนเสียหมด การดำเนินกิจกรรมร่วมกันนั้นจะเป็นการเสริมสร้างให้ประชาชนรู้จักการทำงานร่วมกัน

4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล การมีส่วนร่วมของประชาชนในขั้นนี้ จะทำให้ประชาชนมีการประเมินว่าผลงานที่ตัวเองดำเนินไป นั้นได้รับผลดีหรือได้รับประโยชน์มาก

หรือน้อย และอุปสรรคต่างๆ ที่ได้รับการดำเนินการนั้น การที่ประชาชนมีส่วนร่วมในการประเมินผลนี้ จะทำให้ประชาชนรู้แจ้งเห็นจริงว่ากิจกรรมที่พวกเขาทำไปนั้นดีหรือไม่อย่างไร ซึ่งพวกเขาจะนำไปใช้วางแนวทางแก้ไขในโอกาสต่อไป

อรรถัย พระหัตถ์ (2558: 17) กล่าวถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมเริ่มตั้งแต่การเข้ามาร่วมคิดค้นหาสาเหตุของปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชนของตนเอง วิเคราะห์สภาพปัญหา และร่วมกันหาวิธีการแก้ไขปัญหา เข้าร่วมแก้ไขปัญหามาตามโครงการที่กำหนดไว้ และติดตามประเมินผลงานที่เกิดขึ้น แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

จากนี้มึนนักวิชาการกล่าวถึงขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนไปในการทำงานเดียวกัน จึงแสดงสรุปขั้นตอนการมีส่วนร่วมของประชาชนดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 องค์ประกอบขั้นตอนการมีส่วนร่วมของชุมชน

ประเด็น	เสาวคนธ์ เหลืองทองคำ (2558: 11)	Li (2006: 110)	Simpson (2008: 112)	Lisa, K., Kathy, B., & Scott, T. (2014: 324-	Okazaki, E. (2008: 511-529)	Marzuki, A. (2008: 227-241)	Mitchell, R. E. (2008: 158-182)
1. ด้านการค้นหาปัญหา	√	√	√	√	√	√	√
2. ด้านการวางแผน	√	√	√	√	√	√	√
3. ด้านการปฏิบัติกิจกรรม	√	√	√	√	√	√	√
4. ด้านการติดตามและประเมินผล	√	√	√	√	√	√	√

ตารางที่ 4 องค์ประกอบขั้นตอน การมีส่วนร่วมของชุมชนจากแนวความคิดของนักวิชาการสามารถสรุปได้ 4 ขั้นตอน คือ ด้านการค้นหาปัญหาด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติกิจกรรม และด้านการติดตามและประเมินผล มีดังนี้

1) การค้นหาปัญหา หมายถึง คนชุมชนเริ่มเห็นปัญหาของแหล่งท่องเที่ยว ทำการศึกษาปัญหา ร่วมคิดเสนอวิธีการแก้ไขปัญหา ร่วมตัดสินใจ กำหนดความต้องการและจัดลำดับความสำคัญของความต้องการเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

2) การวางแผน หมายถึง คนชุมชนร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินกิจกรรม และการจัดการของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวก และการประชาสัมพันธ์

3) การปฏิบัติกิจกรรม หมายถึง ประชาชนร่วมกันดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ เช่น ชักชวนนักท่องเที่ยวจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวกับหน่วยงานราชการสนับสนุนการลงทุนด้านต่างๆ

4) การติดตามและประเมินผล หมายถึง ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การติดตามและการประเมินผลการท่องเที่ยวตามแผนที่กำหนดไว้พร้อมทั้งสรุปผล วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรค และหาแนวทางในการพัฒนาการดำเนินการท่องเที่ยว

#### 2.4.5 การจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชน

สมลักษณ์ ไชยเสรีรัฐ (2549: 142-149) กล่าวถึง การจัดการแนวทางมีส่วนร่วมของประชาชน เข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนในการดำเนินการพัฒนาในด้านต่างๆ ทำประโยชน์ช่วยสนับสนุนในเรื่องต่างๆ หรือกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ร่วมคิดร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์ และร่วมประเมินผล เพื่อให้เกิดผลประโยชน์สูงสุดและยอมรับกันทุกฝ่าย ดังนี้

1) การรับรู้ (Perception) ต้องสร้างจิตสำนึกให้ประชาชน และภาครัฐการยอมรับพร้อมตระหนักถึงการรับรู้ในสิทธิหน้าที่ การมีส่วนร่วมของทุกกลุ่มทุกฝ่าย

2) ทักษะ (Attitude) ต้องปรับทัศนคติและสร้างความเข้าใจของบุคลากรทั้งสองฝ่าย คือ ทั้งภาครัฐและภาคประชาชนให้มีทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

3) การเป็นตัวแทน (Representation) การคัดเลือกและการสรรหาตัวแทน จะต้องคำนึงถึงประชาชนทุกกลุ่มทุกฝ่าย เพื่อให้ประชาชนกลุ่มต่างๆ ที่หลากหลายทุกกลุ่มนั้นมีตัวแทนเข้าไปร่วมในการประสานผลประโยชน์ให้เกิดความเป็นธรรม

4) ความเชื่อมั่นและไว้วางใจ (Trust) ต้องสร้างให้สมาชิกมีความจริงใจและเข้าใจในการเข้าร่วมและผลตอบรับที่ตามมา คือ ไว้วางใจและความเชื่อมั่นในองค์กรด้วยการสร้างความเชื่อมั่นและไว้วางใจกัน ต้องแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนกำหนดให้เป็นวัฒนธรรมและรูปธรรมขององค์กร

5) การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร (Information-sharing) สร้างกลไกเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร เนื่องจากการมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่ทำให้ข้อมูลข่าวสารทางด้านที่เป็นข้อเท็จจริงและด้านที่เป็นความคิด ความรู้สึก ความหวังได้ถูกแสดงออกมาอย่างหลากหลายหลวมลึกและสมบูรณ์ครบถ้วนมากขึ้น

6) ฉันทามติ (Consensus) การมีส่วนร่วมเป็นการสร้างฉันทามติ โดยการให้ประชาชนและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนร่วมในการหาวิธีแก้ไขปัญหายุ่งยากซับซ้อนร่วมกันหาทางออก สำหรับการแก้ไขปัญหาต่างๆ ในทางสันติ

7) การมีปฏิสัมพันธ์ (Interaction) องค์กรกลางมีส่วนร่วมต้องสร้างให้เกิดการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในองค์กร คือ จะต้องจัดกิจกรรมที่ทำให้มีการพบปะ พูดคุย แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร ความคิดเห็นของกันและกันเป็นสื่อสารแบบสองทาง (Two Ways Communication)

8) ความประสงค์หรือความมุ่งหมาย (Purpose) การมีจุดมุ่งหมายที่ต้องการให้สมาชิกผู้เข้าร่วมได้เข้าใจตรงกันอย่างชัดเจนไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะสะท้อนให้เห็นความเข้มแข็งขององค์กรอย่างเป็นเอกภาพทางความคิดเห็นและเอกภาพในการดำเนินกิจกรรม

9) การประเมินผล (Appraisal) เป็นเครื่องมือสำคัญอย่างหนึ่งในการบริการทรัพยากรบุคคลของผู้บริหารให้เกิดประโยชน์สูงสุด องค์กรที่มีการประเมินผลการปฏิบัติงานที่เป็นธรรม โปร่งใสและปราศจากทัศนคติ ส่วนตัวออกได้มากที่สุด

10) ความโปร่งใส (Transparency) การปรับปรุงกลไกการทำงานขององค์กรมีส่วนร่วมให้มีความโปร่งใส ลดการทุจริตและข้อผิดพลาดของนโยบายแผนโครงการลงได้ ซึ่งความโปร่งใสเป็นองค์ประกอบหนึ่งของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี โดยการสร้างความไว้วางใจ

11) ความเป็นอิสระ (Independence) องค์กรการมีส่วนร่วมจะต้องมีการยอมรับความคิดเห็นของกันและกันมีอิสระทางความคิด โดยการให้เกียรติสมาชิกทุกคนในองค์กร การที่สมาชิกมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็นและตัดสินใจจะเป็นปัจจัยให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบร่วมกัน

12) ก้าวไปข้างหน้าอย่างต่อเนื่อง (Onward-doing) เนื่องจากการมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้เกิดประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ ความคิดใหม่ที่ท้าทายอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นองค์กรการมีส่วนร่วมต้องเปิดโอกาสประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่อง

13) เครือข่าย (Network) การที่จะต้องมาทำความเข้าใจกัน ส่งเสริมให้มีการผนึกกำลังร่วมกันของภาครัฐและภาคประชาชนในลักษณะเครือข่าย คือ มาผนึกกำลังกันเป็นหนึ่งเดียวที่สำคัญต้องเป็นไปเพื่อสร้างผลประโยชน์ในเชิงการทำงานร่วมในรูปกิจกรรม โครงการ แผนงานที่จะต้องอาศัยความร่วมมือกันต้องผนึกกำลังขอความร่วมมือหรือการทำกิจกรรมร่วมมือกันต้องอาศัยหลายองค์กร

อรรถัย พระทัต (2558: 24-25) กล่าวถึง การจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น จะต้องเริ่มต้นด้วยการสร้างสำนึก เพื่อให้ภาครัฐและประชาชนรับรู้ปัญหาประกอบกับการสร้างความเข้าใจและปรับทัศนคติให้มีทัศนคติที่ดีต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน หลังจากนั้นสรรหาตัวแทนของแต่ละกลุ่ม เพื่อจะได้ประสานประโยชน์ให้ลงตัวแล้วสร้างให้สมาชิกมีความเข้าใจ และมีความจริงใจในการเข้าร่วม สามารถทำการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันได้แล้วสร้างฉันทามติร่วมกัน แต่ภายในองค์กรจะต้องสร้างให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันภายในองค์กร การทำกิจกรรมใดๆ จะต้องกำหนดความประสงค์ หรือความมุ่งหมายในการมีส่วนร่วมให้ชัดเจน และต้องมีระบบประเมินผลจากกระบวนการของการมีส่วนร่วมทั้งหมด ปรับปรุงกลไกการทำงานให้เกิดความสงสัย มีความเป็นประชาธิปไตยยอมรับความคิดเห็นของกันและกัน ที่สำคัญต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ และต่อเนื่อง และเมื่อทำงานภายในองค์กรประสบผลสำเร็จแล้วก็ต้องมองหาพันธมิตรสร้างเครือข่าย เพื่อผนึกกำลังร่วมกัน ทำงานร่วมกัน แลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกัน

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปการจัดการการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่งการดำเนินงานในชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนกับภาคีเครือข่าย ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และการยอมรับกันควรคำนึงถึง การตระหนักถึงการรับรู้ ปรับทัศนคติ และสร้างความเข้าใจมีความจริงใจต่อกัน สร้างกลไกแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสาร หาวิธีการแก้ไขปัญหาต่างๆ แบบสันติ จัดกิจกรรมที่ทำให้มีการพบปะพูดคุย มีจุดมุ่งหมายในทิศทางเดียวกันพร้อมมีการประเมินผลที่โปร่งใส

#### 2.4.6 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน

นักวิชาการได้เสนอหลักสำคัญของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อให้เกิดความสำเร็จ ดังนี้

สำนักคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ (2551: 28) กล่าวว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนมี ดังนี้

- 1) ภาวะผู้นำที่จะสร้างความเชื่อมั่นศรัทธา และความร่วมมือร่วมใจในการทำงานที่มีความสอดคล้องกัน ซึ่งต้องมีวิสัยทัศน์ในเชิงกลยุทธ์ ความซื่อสัตย์ สุจริต และเสียสละ เพื่อประโยชน์ส่วนรวม
- 2) การสร้างค่านิยมในการทำงานอย่างเหนียวแน่น จึงจะทำให้เกิดความสัมพันธ์ที่เป็นมิตรภาพอย่างแท้จริง
- 3) การพัฒนาปรับปรุงการทำงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดการปรับกระบวนการทำงานอย่างต่อเนื่อง
- 4) การจัดทำฐานข้อมูลสมาชิกเครือข่าย เพื่อใช้ในการติดต่อประสานงาน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน
- 5) การสร้างช่องทางในการติดต่อสื่อสารและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน

#### 2.4.7 ประโยชน์ของการมีส่วนร่วมของประชาชน

การมีส่วนร่วมของประชาชนมีประโยชน์หลากหลาย ดังนี้

สำนักมาตรฐานการศึกษา (2545: 29) กล่าวว่า การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนมี 2 ประการ คือ

- 1) กระบวนการเรียนรู้ จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ของประชาชน เพื่อทำความเข้าใจและเรียนรู้ร่วมกันในเรื่องประเด็นต่างๆ แลกเปลี่ยนข้อมูลประสบการณ์ หรือจัดทัศนศึกษาภายในชุมชน และระหว่างองค์กรต่างๆ กับประชาชน มีการจัดอบรมทักษะเฉพาะด้านต่างๆ เพื่อการพัฒนาทักษะ ลงมือปฏิบัติจริง สรุบบทเรียน และถ่ายทอดประสบการณ์ที่จะนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานที่เหมาะสม

- 2) การพัฒนาผู้นำเครือข่าย เพื่อให้ผู้นำเกิดความมั่นใจในความสามารถที่มี จะช่วยให้สามารถเริ่มกิจกรรมการแก้ไขปัญหาหรือกิจกรรมการพัฒนาได้ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธี ได้แก่

การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้นำทั้งภายในและภายนอกชุมชน สนับสนุนการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และสนับสนุนข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้และดำเนินการร่วมกันของเครือข่ายอย่างต่อเนื่อง จะทำให้เกิดกระบวนการจัดการและจัดองค์กรร่วมกัน

อรรถัย ก๊กผล (2552: 26-28) กล่าวว่า ประโยชน์การมีส่วนร่วมของประชาชน ได้แก่

1) การเพิ่มคุณภาพการตัดสินใจ การให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข่าวสาร และความคิดเห็นต่างๆ จะช่วยให้ได้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจที่ครบถ้วนรอบคอบมากขึ้น

2) ลดค่าใช้จ่ายและการสูญเสียเวลา เมื่อการตัดสินใจนั้นได้รับการยอมรับประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่ต้นจะช่วยลดความระยะเวลา แต่เมื่อประชาชนยอมรับการนำโครงการไปสู่การปฏิบัติจะรวดเร็วขึ้น

3) การสร้างฉันทามติ กลไกที่ช่วยให้ความแตกต่างนั้นได้มีการแลกเปลี่ยน คือ กลไกการมีส่วนร่วมของประชาชนในทางหลักการ เราเชื่อว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนอาจช่วยป้องกันความขัดแย้งได้

4) ร่วมมือในการนำไปปฏิบัติการมีเมื่อประสบความสำเร็จจะทำให้ประชาชนเกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของ และมีความกระตือรือร้นในการช่วยให้เกิดผลในทางปฏิบัติ

5) ช่วยทำให้ผู้บริหารท้องถิ่นมีความใกล้ชิดกับประชาชน เกิดความใกล้ชิดสร้างความสัมพันธ์ที่ดี สร้างความรู้สึกว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นของประชาชน

6) ช่วยพัฒนาความเชี่ยวชาญ และความคิดสร้างสรรค์ของสาธารณชน การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการให้การศึกษาแก่ประชาชน เพื่อเรียนรู้กระบวนการตัดสินใจและเป็นวิธีฝึกผู้นำชุมชน

7) ช่วยทำให้ประชาชนสนใจประเด็นสาธารณะมากขึ้น การมีส่วนร่วมเป็นการเพิ่มทุนทางสังคม และช่วยเสริมสร้างให้ประชาชนเป็นพลเมืองที่กระตือรือร้น สอดคล้องกับการปกครองตามหลักประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถสรุปหลักสำคัญของการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน เพื่อก่อให้เกิดผลสำเร็จ คือ การสร้างค่านิยมในการทำงานปรับปรุงการทำงานจัดทำฐานข้อมูลสมาชิก และองค์ความรู้สร้างวิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

## 2.5 ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

### 2.5.1 ความหมายส่วนประสมทางการตลาดบริการ

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายส่วนประสมทางการตลาดบริการ ดังนี้

ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ (2558: 15) ได้ให้ความหมายส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการได้กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาด

ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์ราคาช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ

จิตรพร ลาดค (2559: 24) ได้ให้ความหมายส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง การตลาดในด้านต่างๆ เช่น ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการ บุคลากร และลักษณะทางกายภาพ

อัญชิกา แก้วศิริ (2560: 20-21) ได้ให้ความหมายส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง คนละยุคการตลาด ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการบุคลากรและลักษณะทางการตลาด โดยคำนึงถึงความพึงพอใจลูกค้าเป็นสำคัญ

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปความหมายของส่วนประสมการตลาดบริการ หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจ ประกอบด้วย ผลผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการภาพลักษณ์ทางกายภาพ และบุคลากร

#### 2.5.2 องค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดบริการ

มีนักวิชาการได้กล่าวถึงส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix) แสดงดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการ

องค์ประกอบ	ชนาภา ช่วยแก้ว และสุดใจ วิโรจน์กุล (2562: 10)	รัฐันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ (2558: 12)	เพ็ญนภา พึ่งประไพ (2558: 7)	Battaour & Ismail (2016: 102)	Shafaei (2017: 114)	Mohammad, A. H. S., et. al (2012: 116)	Alireza, I., et. al (2013: 203)	Poh, T. L., & Rosanna, L. (2018: 235)
1. ด้านผลผลิตภัณฑ์	√	√	√	√	√	√	√	√
2. ด้านราคา	√	√	√	√	√	√	√	√
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	√	√	√	√	√	√	√	√
4. ด้านส่งเสริมทางการตลาด	√	√	√	√	√	√	√	√
5. ด้านบุคคล	-	-	√	√	√	√	√	√
6. ด้านภาพลักษณ์ทางกายภาพ	-	-	√	√	√	√	√	√
7. ด้านกระบวนการ	-	-	√	√	√	√	√	√

จากตารางที่ 5 องค์ประกอบส่วนประสมการตลาดบริการ (Services Marketing Mix: 7P's) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคลากร (People) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ (Physical Evidence) มีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่มีอยู่ในชุมชนและเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสนใจ เช่น สินค้าต่างๆ การบริการด้านต่างๆ ความหลากหลายของกิจกรรม วิถีชีวิต ภูมิปัญญา เป็นต้น

2) ด้านราคา (Price) หมายถึง ราคาของผลิตภัณฑ์จะต้องเหมาะสมกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ มีป้ายกำหนดราคาส่งของอย่างชัดเจน และเหมาะสม กำหนดค่าใช้จ่าย การร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place/Channel Distribution) หมายถึง ช่องทางที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง มีความสะดวกปลอดภัยในการเดินทางไปยังชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง ช่องทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักสถานที่โดยการโฆษณา การออกบูธในการท่องเที่ยวไทยไปพร้อมทั้งมีโปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว

5) ด้านบุคคลหรือพนักงาน (People) หมายถึง บุคคลที่ทำหน้าที่บริการนักท่องเที่ยว ต้องเป็นบุคคลที่มีบุคลิกภาพดี พุดจาสุภาพ รักษานบริการ บริการด้วยความเต็มใจ ตลอดจนบุคคลในชุมชนต้องมีอัธยาศัยดีด้วย ต้องมีความรอบรู้ สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และตอบสนองนักท่องเที่ยวได้

6) ด้านกระบวนการ (Process) หมายถึง กิจกรรมเริ่มต้นของการท่องเที่ยวจนจบการท่องเที่ยว และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว

7) ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวสะอาด สะดวก ถูกสุขลักษณะสำหรับนักท่องเที่ยว พร้อมทั้งรูปแบบการใช้บริการ ผู้ให้บริการแต่งกายสุภาพ สะอาด พุดจาสุภาพ และให้บริการอย่างรวดเร็ว

#### 2.5.3.1 ความหมายของการตัดสินใจใช้บริการ

สุทามาศ จันทรถาวร ( 2556: 623) ได้ให้ความหมายการตัดสินใจของลูกค้า หมายถึง กระบวนการคัดเลือกแนวทางปฏิบัติจากทางเลือกต่างๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการ ซึ่งจัดเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการแก้ไขปัญหา

อัญธิกา แก้วศิริ (2560: 20) ได้ให้ความหมายการตัดสินใจของลูกค้า หมายถึง กระบวนการในการเลือกใช้บริการที่มีทางเลือกตั้งแต่ 2 ทางเลือกขึ้นไป ซึ่งในกระบวนการนั้นจะเกิดขึ้นตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงทัศนคติ หลังจากที่ได้ใช้บริการนั้นไปแล้ว

ชิฟแมน และ คานุก (Schiffman and Kanuk, 1994: 101) ให้ความหมายของกระบวนการตัดสินใจของลูกค้า หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ หรือบริการจากสองทางเลือกขึ้นไป พฤติกรรมผู้บริโภคจะพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทางด้านจิตใจและพฤติกรรมทางกายภาพ การใช้บริการเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและกายภาพซึ่งเกิดขึ้นในช่วง

จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปความหมายของการตัดสินใจของลูกค้า หมายถึง ขั้นตอนการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของลูกค้าที่เกี่ยวข้องด้านจิตใจและด้านกายภาพ

### ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ

John Farley (2004) เพื่อนำไปใช้วางแผนการจัดการบริการ เพื่อให้ผู้รับบริการตัดสินใจบริโภคผลิตภัณฑ์ และบริการจากการวิเคราะห์ด้วยวิธี Meta-Analyses เรียกว่า ทฤษฎีการตัดสินใจ (Customer Decision Model: CDM) ซึ่งการตัดสินใจใช้บริการขึ้นอยู่กับ 6 องค์ประกอบ คือ

1) องค์ประกอบที่ 1 ข้อเท็จจริง หรือข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ซึ่งเป็นข้อมูลข่าวสารที่ผู้รับบริการรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการมีได้ 2 วิธี คือ

1.1) จากประสบการณ์ทางตรง หมายถึง ผู้รับบริการได้ใช้วัยวะสัมผัสของตนกับผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นโดยตรง เช่น ได้เห็น ได้ยิน ได้ดม ได้ชิม ได้สัมผัสด้วยตนเองแล้วเกิดการรับรู้ว่าสิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ตนเองพอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด

1.2) จากประสบการณ์ทางอ้อม หมายถึง ผู้รับบริการได้รับข้อมูลข่าวสารจากคำบอกเล่าของผู้อื่นจากสื่อมวลชน จากสิ่งพิมพ์โฆษณา และทำให้เกิดการรับรู้สิ่งนั้นตรงกับความต้องการของตนเองหรือไม่พอใจกับการบริการนั้นมากน้อยเพียงใด ซึ่งข้อมูลข่าวสารจะทำหน้าที่เป็นสื่อหรือเป็นแหล่งข้อมูลแรกที่กระตุ้นให้ผู้รับบริการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้น เกิดเจตคติหรือความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบต่อบริการนั้น และเกิดความเชื่อมั่นในบริการนั้น

2) องค์ประกอบที่ 2 เครื่องหมายการค้าทำให้ผู้รับบริการได้ถึงสถานะของผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งในด้าน รูปร่าง สี รส ขนาด การบรรจุหีบห่อ การออกแบบ ความทนทาน และคุณภาพของบริการ

3) องค์ประกอบที่ 3 เจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้า เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ชอบมากหรือชอบน้อย หรือเป็นความรู้สึกทางบวกหรือทางลบต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งความรู้สึกทางบวกและทางลบ เกิดจากการได้รับข่าวสารหรือข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ และเกิดจากการนึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้นๆ ว่ามีอย่างไรหากได้รับข้อมูลข่าวสารมาในเชิงบวก นึกถึงเครื่องหมายการค้า นั้นในทางบวก ความรู้สึกที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นจะเกิดตามมาในทางตรงกันข้าม ความรู้สึกในทางลบจะเกิดเมื่อได้รับข้อมูลข่าวสารมาในทางลบ และระลึกถึงเครื่องหมาย

การค้ำนั้นในทางลบ อีกทั้งเจตคติที่มีต่อเครื่องหมายการค้าจะมีอิทธิพลต่อความมุ่งมั่นที่จะใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

4) องค์ประกอบที่ 4 ความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นการประเมินการตัดสินใจว่าผลิตภัณฑ์และบริการตรงกับความต้องการของตนหรือไม่ ความเชื่อมั่น เกิดจากการได้รับข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการนั้น และความศรัทธาที่มีต่อเครื่องหมายการค้าที่ร่วมกัน ซึ่งอิทธิพลของความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการ จะมีต่อความมุ่งมั่นที่จะใช้หรือไม่ใช้ผลิตภัณฑ์และบริการนั้นต่อไป

5) องค์ประกอบที่ 5 ความมุ่งมั่นในการใช้ เป็นการตัดสินใจใช้ด้วยการวางแผนการใช้ เช่น จะใช้ใช้เมื่อไรจะติดต่อกับใคร เป็นต้น

6) องค์ประกอบที่ 6 การซื้อผลิตภัณฑ์ บริการการซื้อผลิตภัณฑ์ และบริการเป็นขั้นตอนสุดท้ายที่ผู้รับบริการตัดสินใจใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ แล้วแสดงเป็นพฤติกรรมด้วยการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้น

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการ AIDA ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการว่าประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ พินาคาร์ อาร์ (Piyanka, R., 2013: 39-40)

1) ความตั้งใจ (Attention) เริ่มต้นที่ผู้บริโภคจะต้องรู้จักสินค้าหรือบริการนั้นก่อน มันก็เกิดขึ้นเมื่อผู้บริโภคมีความตั้งใจในการรับสาร

2) ความสนใจ (Interest) นอกจากรู้จักสินค้าหรือบริการแล้วก็ยังไม่เพียงพอ ผู้บริโภคต้องถูกเร้าความสนใจ จนสามารถแยกสินค้าหรือบริการนั้นออกจากสินค้าหรือบริการอื่นๆ ที่มีอยู่ในตลาด

3) ความปรารถนา (Desire) ความสนใจที่ถูกกระตุ้นจะกลายเป็นความอยาก ความปรารถนาที่จะได้ครอบครองสินค้า หรือใช้บริการนั้นตามปกติ ความปรารถนาจะเกิดขึ้น จากการเห็นประโยชน์ที่สินค้าหรือบริการนำเสนอให้บริการเหตุผลทางแก้ปัญหาที่มีอยู่ที่สินค้าหรือบริการนั้นหยิบยื่นให้

4) การกระทำ Action เมื่อความปรารถนาเกิดขึ้น แล้วกระบวนการซื้อหรือใช้บริการจะสมบูรณ์ก็ต่อเมื่อผู้บริโภคก้าวเข้าสู่ขั้นตอนสุดท้าย คือ การซื้อสินค้าหรือการใช้บริการจากแนวคิดการตัดสินใจ

2. ทฤษฎีการตัดสินใจใช้บริการ โดยอาศัยทฤษฎีการตัดสินใจซื้อของฟิลิป คอตเลอร์ และ เควิน แคลเลอร์ (Philip Kotler and Kevin Keller, 1977: 221) อธิบายว่า ทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค เป็นการอธิบายจิตวิทยาขั้นพื้นฐานที่ทำให้เข้าใจว่าผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจในการใช้บริการต่างๆ อย่างไร ซึ่งนักการตลาดคนพยายามทำความเข้าใจในพฤติกรรมดังกล่าวของผู้บริโภค

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคจะประกอบด้วย การรับรู้ปัญหาการค้นหา ข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ ความรู้สึกภายในการใช้บริการ ซึ่งกระบวนการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคจะส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถวางแผนทางการตลาด เพื่อที่จะกระตุ้นความต้องการภายนอกของกลุ่มผู้บริโภคหลังจากผู้บริโภคได้ประเมินคุณค่าของสินค้า หรือบริการแล้ว ผู้บริโภคจะทำการเลือกสินค้าหรือบริการที่คุ้มค่า และตรงกับความต้องการมากที่สุด และจะนำไปสู่พฤติกรรมที่ก่อให้เกิดการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค การที่มีผู้บริโภคจำนวนมากขึ้นมารับบริการจากผู้ประกอบการก็จะส่งผลให้การดำเนินการด้านธุรกิจของผู้ประกอบการประสบผลสำเร็จ และสามารถครอบครองตลาดได้ในเชิงธุรกิจ อย่างไรก็ตามลักษณะของผู้บริโภคนั้นไม่เสมอไปที่ผู้บริโภคทุกคนจะผ่านขั้นตอนกระบวนการตัดสินใจทั้ง 5 ขั้นตอนดังกล่าวตามลำดับ และอาจจะข้ามขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งไปหรืออาจจะย้อนกลับมาที่ขั้นตอนใดซ้ำก็ได้ก่อนที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจใช้บริการนั้น กระบวนการตัดสินใจใช้บริการทั้ง 5 ขั้นตอนดังกล่าวข้างต้นมีรายละเอียด ดังนี้

1) การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition) กระบวนการใช้บริการเริ่มขึ้นเมื่อผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหา หรือความต้องการ ด้วยความต้องการนั้นอาจเกิดขึ้นจากสิ่งกระตุ้น 2 สิ่ง ได้แก่ สิ่งกระตุ้นจากภายในตัวของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานต่างๆ ได้แก่ ความหิว ความกระหาย หรือความต้องการทางปัจจัย 4 เป็นต้น แต่ในส่วนของสิ่งกระตุ้นภายนอกนั้น จะเกิดขึ้นจากการได้รับการกระตุ้นจากสภาวะภายนอกรอบๆ ตัวที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการที่นอกเหนือจากปัจจัยขั้นพื้นฐานต่างๆ เช่น การเห็น การดูโฆษณาทางโทรทัศน์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ เป็นต้น ด้วยเหตุนี้นักการตลาดจึงต้องพยายามที่จะวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อที่จะปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาด

2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) เมื่อความต้องการของลูกค้าถูกกระตุ้นจากนักการตลาดในระดับที่มากพอก็จะทำให้เกิดความพยายามในการค้นหาข้อมูลของสิ่งเหล่านั้น เพื่อที่จะสนองตอบความต้องการที่ถูกกระตุ้นนั้นเรียกความต้องการในระดับนี้ว่า "ความตั้งใจที่จะค้นหา (Heightened Attention)" โดยผู้ถูกกระทำจะยอมรับหรือพยายามรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าหรือบริการนั้นมากขึ้น และในระดับที่สูงขึ้นไปเรียกว่า "การกระทำการค้นหาข้อมูล (Active information Search)" เป็นขั้นที่ผู้ถูกกระตุ้นให้ยามค้นคว้าหาข้อมูลโดยวิธีการต่างๆ เช่น อ่านจากแหล่งข้อมูลต่างๆ หรือพยายามสอบถามจากผู้มีประสบการณ์แหล่งข้อมูลนั้นสามารถแบ่งได้เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ตัวบุคคล (Personal) ได้แก่ สมาชิกในครอบครัว เพื่อนบ้าน หรือคนรู้จัก การค้า (Commercial) ได้แก่ โฆษณา เว็บไซต์ พนักงานขาย แหล่งสาธารณะ (Public) ได้แก่ สื่อสารมวลชนต่างๆ และประสบการณ์ (Experiential) ได้แก่ การที่เคยทดลองใช้หรือได้ใช้บริการนั้น แต่อย่างไรก็ตามแหล่งข้อมูลที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุดต่อผู้ซื้อ คือ ตัวบุคคล และแหล่งสาธารณะ

3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternative) หลังจากที่มีผู้บริโภคได้รับข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับบริการมาพอสมควรแก่การตัดสินใจแล้ว ผู้บริโภคก็จะเริ่มประเมินทางเลือก โดย

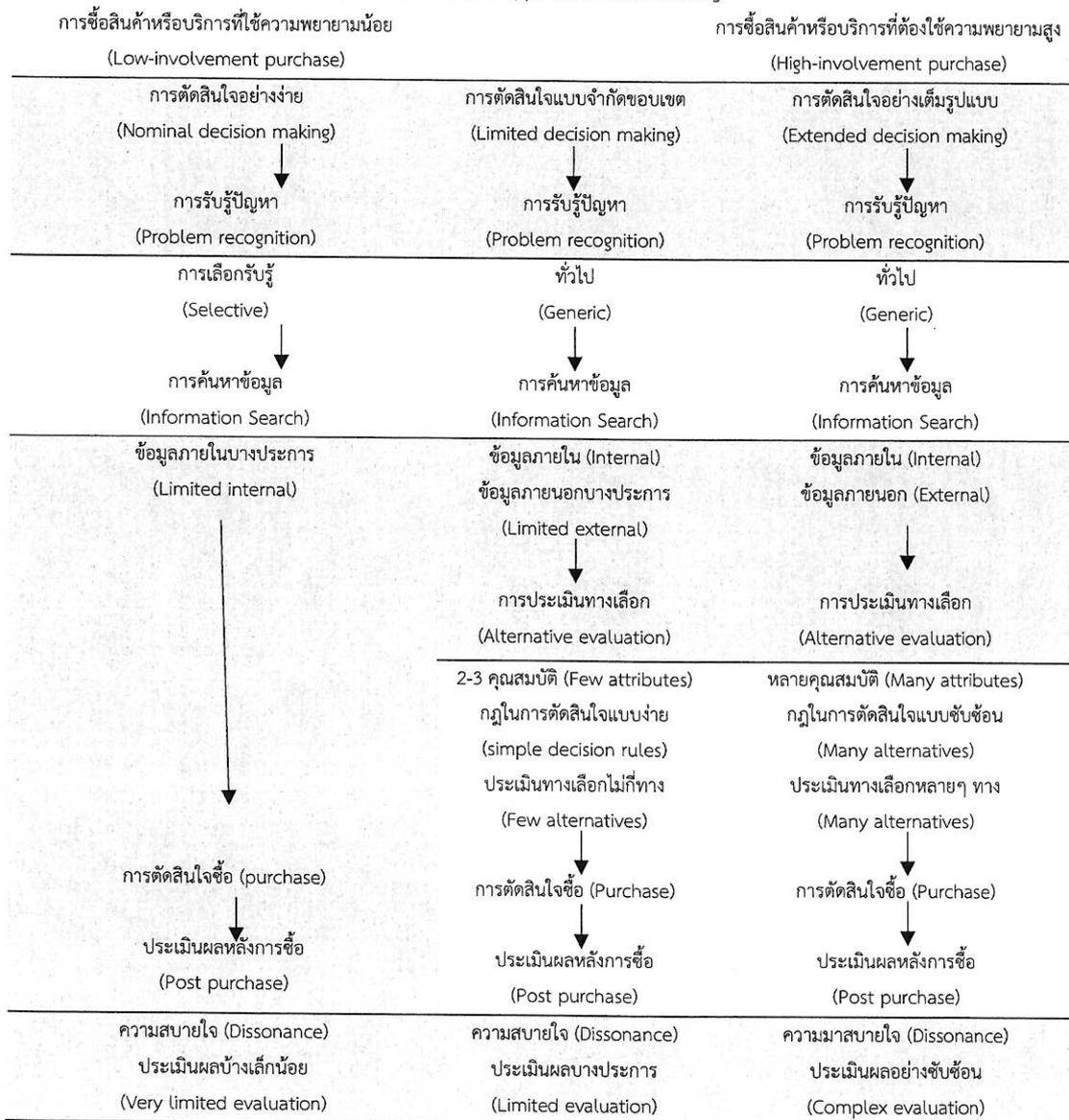
มีขั้นตอนดังต่อไปนี้ ขั้นแรก ผู้บริโภคจะพยายามที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภคจะมองหาประโยชน์ที่ได้รับจากบริการนั้นๆ ขั้นสุดท้ายผู้บริโภคพิจารณาบริการที่มีลักษณะใกล้เคียงกันแล้วเปรียบเทียบโดยพิจารณาถึงการสนองตอบความต้องการที่มีอยู่ได้ดีที่สุด ด้วยเหตุนี้ นักการตลาดจึงควรคำนึงถึงการสนองตอบความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่แตกต่างกันซึ่งต้องพิจารณาถึงความเชื่อและทัศนคติของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

4) การตัดสินใจใช้บริการ (Decision) ภายหลังจากผู้บริโภค และประเมินคุณค่าของบริการแล้วผู้บริโภคจะทำการเลือกใช้บริการที่คุ้มค่า และตรงความต้องการมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตามผู้บริโภค อาจพิจารณาถึงองค์ประกอบในการตัดสินใจประกอบด้วย ราคาสินค้า ผู้ขาย ปริมาณช่วงเวลา และระบบการชำระค่าบริการ

5) ความรู้สึกภายหลังการใช้บริการ (Post Decision Behavior) ภายหลังจากผู้บริโภคได้ใช้บริการเหล่านั้นแล้ว นักการตลาดต้องทราบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบริการนั้นๆ เนื่องจากหากผู้บริโภคมีความพึงพอใจในบริการก็จะตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำอีกออกส์กินส์ และคณะ (Hawkins, Del. L. et. Al; 1998: 113-115) อธิบายกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคไว้ดังนี้

## แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ความเกี่ยวพันและรูปแบบพฤติกรรมตัดสินใจซื้อ

(Involvement and Type of Decision Making)



ภาพที่ 1 แบบจำลองกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค

ที่มา: Hawkins, Del. L., Best, Rojer J. & Coney, Kenneth A. (1998: 113-115)

จากแบบจำลองกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค สามารถอธิบายในด้านของการใช้บริการได้ ดังนี้

1) การตัดสินใจอย่างง่าย (Nominal Decision Making) เป็นการตัดสินใจที่ไม่ต้องใช้ความคิดมากนัก การให้บริการที่ไม่ต้องหาข้อมูลมากมายอาจหาจากความทรงจำที่มีอยู่ในสมอง เป็นบริการที่มีราคาไม่สูงมากนัก และอาจไม่ส่งผลกระทบต่อในด้านภาพพจน์ เช่น การใช้บริการร้านอาหาร ร้านตัดผม ร้านซักรีด ฯลฯ ซึ่งการใช้บริการนั้นอาจเกิดจากความภักดีในตราสินค้าหรือเป็นการใช้บริการซ้ำก็ได้

2) การตัดสินใจแบบจำกัดขอบเขต (Limited Decision Making) เกี่ยวพันกับข้อมูลภายในที่มีอยู่ในสมองของผู้บริโภค และหาข้อมูลภายนอกเพิ่มเติมบ้างหาทางเลือกไว้ 2-3 ทางเลือกเพื่อนำมาใช้ในการตัดสินใจ ไม่ต้องใช้ความสลับซับซ้อนในการตัดสินใจพิจารณาคุณสมบัติเพียง 2-3 ประการก็เพียงพอ และมีการประเมินผลหลังการใช้บริการบ้างเล็กน้อยเท่านั้น การตัดสินใจแบบนี้อยู่ระหว่างกลางระหว่างการตัดสินใจอย่างง่ายกับการตัดสินใจอย่างมาก เช่น ถ้าเราต้องการรับประทานอาหารบุฟเฟต์ ซึ่งมีหลายร้านที่มีราคาเท่ากันเราจะตัดสินใจเลือกร้านที่มีอาหารให้เลือกมากกว่า หรือเลือกร้านที่มีการเดินทางสะดวกกว่า

3) การตัดสินใจอย่างเต็มรูปแบบ (Extended Decision Making) เกี่ยวพันกับการหาข้อมูลจากภายใน และข้อมูลจากภายนอกอย่างกว้างขวาง จะมีการประเมินทางเลือกจากหลายๆ ทาง และจะมีการประเมินผลหลังการใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ การตัดสินใจที่ต้องใช้ความคิด และข้อมูลทีมากจะเกิดขึ้นกับบริการที่มีราคาแพง หรือมีความเสี่ยงสูง หรือการบริการที่ไม่คุ้นเคยมาก่อน ดังนั้นในแต่ละขั้นตอนของการตัดสินใจต้องทำอย่างเข้มงวด

รูปแบบของกระบวนการตัดสินใจทั้งสามแบบ มีลักษณะขั้นตอนที่ใกล้เคียงหรือเหมือนกัน แต่ต่างกันตรงที่การตัดสินใจอย่างง่าย ไม่ต้องมีการประเมินทางเลือกสามารถตัดสินใจได้ทันทีส่วนอื่นๆ ของกระบวนการนั้นจะแตกต่างกันที่ความพยายามในการซื้อ มีระดับต่างกัน ซึ่งสามารถสรุปกระบวนการตัดสินใจอย่างเต็มรูปแบบมี 5 ขั้นตอน ดังนี้

1) การรับรู้ปัญหาเพราะเป็น (Problem Recognition) ผู้บริโภคจะรับรู้ปัญหาได้เกิดจากการเห็นสภาพความแตกต่างระหว่างสภาพในปัจจุบันกับสภาพในความปรารถนา หากมีแรงกระตุ้นมากพอให้ผู้บริโภคพยายามที่จะไปอยู่ในสภาพแห่งความปรารถนาแล้ว ผู้บริโภคก็จะค้นหาทางแก้ไข เช่น เมื่อเกิดอาการหวัดทำให้ปวดท้องและอาเจียนเฉียวซึ่งปรารถนาที่จะรับประทานอาหารปัญหา คือ หิวทำให้ต้องหาวิธีการทำให้อิ่ม นักการตลาดจะมีการนำเสนอรูปแบบของอาหารที่มีสีสันน่ากิน เพื่อกระตุ้นความปรารถนาของผู้บริโภค

2) การค้นหาข้อมูล (Information Search) หลังจากที่ผู้บริโภคได้แรงกระตุ้นทำให้รับรู้ถึงปัญหาแล้วในขั้นนี้ผู้บริโภคก็จะแสวงหาข้อมูล เพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจ โดยการค้นหาข้อมูล

จากแหล่งภายในก่อน (Internal Search) และข้อมูลไม่เพียงพอก็จะหาจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Search) เป็นข้อมูลที่ผู้บริโภคค้นคว้าหาจากแหล่งอื่นๆ ที่ไม่ได้มาจากความทรงจำ เช่น

2.1 จากตัวบุคคล เช่น เพื่อนสมาชิกในครอบครัวที่อาจเคยใช้สินค้าหรือบริการ หรือได้ข้อมูลข่าวสารมาบ้าง หรืออาจจะสอบถามจากพนักงานขาย ซึ่งมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการนั้น

2.2 จากโฆษณา เช่น การดูโฆษณาจากสื่อต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา หรือโทรทัศน์ที่เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ลงไว้

2.3 จากแหล่งข้อมูลทั่วไป เช่น จากในหนังสือนิตยสาร อินเทอร์เน็ต

2.4 การหาข้อมูล ณ จุดขายหรือสถานที่จำหน่ายสินค้า เช่น ในห้างสรรพสินค้า หากมีความต้องการซื้อโทรทัศน์สักเครื่องก็แวะไปที่แผนกเครื่องใช้ไฟฟ้า พิจารณาดูว่าแต่ละยี่ห้อ มีความแตกต่างกันอย่างไร สี สัน ขนาด ราคา เป็นต้น

3) การประเมินทางเลือก (Alternative Evaluation) เมื่อผู้บริโภคได้รับข้อมูลต่างๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สนใจแล้วก็จะทำการประเมินว่าสินค้าหรือบริการยี่ห้อใดดีกว่ากัน โดยจะคำนึงถึงประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และตอบสนองความพึงพอใจได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์และบริการต้องสามารถชี้ให้เห็นจุดเด่นที่ชัดเจนตรงใจ เพื่อผู้บริโภคจะได้นำไปใช้ในการตัดสินใจซื้อ เช่น ผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจรัดตัวต้องการจะใช้จ่ายเงินแบบประหยัดที่สุด แต่ก็ยังคงอยากได้รับความสะดวกสบายเหมือนเดิม ร้านค้าต่างๆ ซึ่งออกโฆษณาโปรโมชั่นต่างๆ ที่มีความคุ้มค่ากว่าบริการปกติ เช่น ร้านเคเอฟซี (KFC) โปรโมชั่นชุดสุดคุ้มสำหรับครอบครัว หรือร้านเดอะพิซซา คอมพานี (The Pizza Company) ออกโฆษณาโปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 หรือศูนย์อาหารในห้างสรรพสินค้า มีการจัดโปรโมชั่นลดตัวภาพยนตร์เมื่อซื้อบัตรจ่ายค่าอาหารแบบไม่คืนเงิน

4) การตัดสินใจ (Decision) เป็นขั้นที่บริโภคได้ลงความเห็นว่า จะจ่ายเงิน เพื่อให้ได้บริการคิดว่าดีที่สุดสำหรับเขาบางครั้งแม้ว่าบริโภคได้ตัดสินใจแล้วก็ตามแต่ อาจมีปัจจัยบางอย่างเข้ามากระทบทำให้เกิดการล่าช้า ลังเล เช่น กลัวว่าจ่ายเงินไปแล้ว จะมีเงินเหลือใช้ไม่พอถึงสิ้นเดือน ไม่แน่ใจว่าบริการดีจริงเหมือนที่ได้โฆษณาไว้หรือไม่ เพื่อนหรือคนใกล้ชิดแนะนำให้ลองทบทวนอีกทีก่อน ดังนั้น โฆษณาควรหาวิธีในการโฆษณาเพื่อเร่งให้เกิดการตัดสินใจซื้อเร็วขึ้น

5) การประเมินผลหลังการใช้บริการ (Post Consumption Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายหลังจากที่ผู้บริโภคได้ใช้บริการแล้วนำมาใช้ หรือบริโภค หากคนที่ได้รับเป็นไปตามคาดหวังจะทำให้เกิดความพึงพอใจ และมีทัศนคติที่ดี มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำอีก แต่หากผลที่ได้รับไม่เป็นไปตามความคาดหวังก็จะเกิดความไม่พอใจ และเกิดพฤติกรรมต่างๆ ตามมาหลายประการ เช่น ผู้บริโภคหยุดการใช้บริการหลังจากการใช้ครั้งแรก ถ้าความต้องการหยุดลง หรืออาจเกิดความไม่พอใจไว้ จนกระทั่งเกิดการใช้บริการครั้งต่อไป อันเนื่องมาจากสินค้าหรือบริการมีเงื่อนไขพิเศษที่ดึงดูดใจ เช่น ราคาถูกหรือมีโปรโมชั่นใหม่ๆ

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.6.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพชุมชน มีดังนี้

ภัทรธนกัลย์ เตียไพบูลย์ (2557) ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน บ้านห้วยนอนวัด ตำบลแม่ทอม อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน โดยใช้องค์ประกอบด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การวิเคราะห์ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของบ้านห้วยนอนวัด ตามหลักเกณฑ์การจำแนกช่วงชั้น โอกาสด้านนันทนาการ (Recreation Opportunities Spectrum-ROS) และการประเมินสถานภาพ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Evolution of Nature based Tourism Site Potential: ENTSP) ภายใต้กรอบแนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 9 คน รวมไปถึงการวิเคราะห์ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของบ้านห้วยนอนวัด ตามความคิดเห็นและทัศนคติของคนในชุมชน ของประชาชนในชุมชน โดยเสนอผลการศึกษาตามประเด็นต่างๆ กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนใน ชุมชน จำนวน 176 คน การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดย ชุมชนของบ้านห้วยนอนวัด โดยการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) และการอภิปรายกลุ่มร่วมกับคนในชุมชน เพื่อหาปัจจัยที่ ส่งผลต่อความสำเร็จ และนำไปสู่แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนของ บ้านห้วยนอนวัด โดยอาศัยปัจจัยปัจจัยประสิทธิภาพ และประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดย ชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนบ้านห้วยนอนวัด ตำบลแม่ทอม อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา การจำแนกช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทกลุ่มพัฒนาชุมชนการศึกษา และสำรวจตามแบบประเมินศักยภาพตามแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศอยู่ระดับปานกลาง และผลการประเมินศักยภาพความคิดเห็นของประชาชนในชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประเมินค่าคะแนนด้านพื้นที่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด และมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนสำหรับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน พบ ปัจจัยชุมชน ดังนี้ 1) ปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น วิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณี และศิลปะพื้นบ้านของชุมชน 2) การได้รับความร่วมมือและการสนับสนุน จากองค์กรภาคีที่เกี่ยวข้องทั้งภายในและภายนอกชุมชน 3) การจัดการภายในชุมชนด้านสิ่งแวดล้อม การจัดการทรัพยากรในชุมชนทั้งทรัพยากรธรรมชาติและพัฒนา ทำการจัดตั้งกลุ่มองค์กรชุมชน กลุ่มออมทรัพย์กองทุนหมู่บ้าน และกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน 4) การมีส่วนร่วมของคนใน ชุมชนในการร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมพัฒนาชุมชนสู่การท่องเที่ยว และร่วมรับผลประโยชน์ที่เกิดจาก การท่องเที่ยว 5) การสร้างการเรียนรู้ให้คนในชุมชนด้านการท่องเที่ยว 6) การมีผู้นำที่เข้มแข็ง และ ได้รับความยอมรับ สามารถสร้างความน่าเชื่อถือพร้อมทั้งเป็นผู้ที่มีบทบาทด้านการท่องเที่ยว 7) การใช้

หลักพึ่งตนเอง โดยใช้ปัจจัยที่มีอยู่ในชุมชนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และ 8) การสร้างเครือข่ายกับชุมชน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ชุมชนยังสามารถพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนตามปัจจัยชีวิตประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อกำหนดแผนแนวทาง และรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนที่จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จภายใต้มิติทางด้านชุมชน โดยจะต้องอาศัยปัจจัย ดังนี้ 1) ความพร้อมขององค์กรชุมชน 2) การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม 3) การพัฒนาสังคมและวัฒนธรรม 4) การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ 5) การยอมรับและการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน และ 6) กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันและการขยายเครือข่าย

วิภาดา เกษตรมพิทักษ์ และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2562) ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางวัฒนธรรมในประเทศไทย กรณีศึกษานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์หลักของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางวัฒนธรรม นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และศึกษาศักยภาพในแต่ละด้านของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่มีต่อการแนะนำผู้อื่น การสำรวจรวบรวมข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถามจำนวนทั้งหมด 412 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพในด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และด้านความเป็นเอกลักษณ์อยู่ในระดับสูงที่สุด คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวส่งผลให้มีความคิดเห็นต่อศักยภาพในแต่ละด้านที่แตกต่างกัน และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันส่งผลให้มุมมองที่มีต่อศักยภาพต่างกัน นอกจากนี้การวิเคราะห์สมการถดถอยบ่งชี้ว่า ศักยภาพในด้านความเป็นเอกลักษณ์ และสุนทรียภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความสามารถในการทำนายต่อการแนะนำผู้อื่นให้มาเยือนนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยนี้สามารถใช้เป็นองค์ความรู้สำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการกำหนด และวางแผนนโยบายการพัฒนา ศักยภาพของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

#### 2.6.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาศักยภาพชุมชน มีดังนี้

นาฏสุตา เขมมะสิริ (2556) ศึกษาการพัฒนาศักยภาพชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน : กรณีจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดชลบุรี การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในการพัฒนาชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 2) ศึกษาพฤติกรรม และความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร 3) พัฒนาศักยภาพชุมชนให้เกิดการบูรณาการสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยเน้นให้ชุมชนมีส่วนร่วม 4) พัฒนาคู่มือการอบรมพัฒนาศักยภาพชุมชน และคู่มือการท่องเที่ยวในชุมชน 5) สร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed methods) ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกร และแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่มีความต้องการ ความรู้ด้านการแปรรูปผลผลิตเกษตร จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยท่องเที่ยวที่จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดชลบุรี 400 คน พบว่า

มีความต้องการระดับมาก ในประเด็นการเยี่ยมชมสวนผลไม้ กิจกรรมการทำอาหารหรือรับประทาน อาหารที่เป็นผลผลิตของแหล่งเกษตร การซื้อน้ำผลไม้ และผลผลิตเกษตร มีความคาดหวังเรื่องความ สะดวกในการเดินทาง และการประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ตในการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการที่ ศูนย์เรียนรู้การเกษตรพอเพียง หรือสวนไม้ดอกไม้ประดับเมืองร้อน เรื่องการทำน้ำสมุนไพรจาก ดอกส้มแขกอัญชันและดาหลา อบรมที่ศูนย์การเรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ เรื่องการทำน้ำพริกเผาเห็ด สูตรกุ้ง ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ในประเด็นความรู้ความสามารถของวิทยากร และความคุ้มค่าที่ได้รับตามลำดับการทดลองบริการนักท่องเที่ยวทั้ง 2 แห่ง ผู้เข้าเยี่ยมชมมีความพึง พอใจในระดับมากที่สุด เรื่องความเหมาะสมและความพร้อมของสถานที่การสาธิตการอธิบายของ วิทยากร และความรู้ที่ได้รับ ทั้งนี้การพัฒนาคู่มือการอบรมพัฒนาศักยภาพชุมชนมี 5 หัวข้อ และคู่มือ การท่องเที่ยวในชุมชน มี 6 หัวข้อ ตำบลศรีสุนทร ได้เครือข่ายเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบางหวาน พัฒนาจากตำบลกลมา อำเภอกะทู้ ส่วนตำบลหนองหงษ์ ได้เครือข่ายบุคคลจากคณะเกษตร และ ชีวภาพมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

รศ.สุภาพร เลิศโกศานนท์ และวิเชียร เลิศโกศานนท์ (2557) การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้าน เหมืองกุ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษา 1) ศักยภาพของชุมชนบ้านเหมืองกุ้ง 2) การมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาชุมชน 3) ศักยภาพในด้านสภาพแวดล้อมของชุมชน 4) ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาชุมชน และ 5) แนวทางการจัดการด้านการท่องเที่ยวโดยมีเป้าหมาย เพื่อให้ชุมชนบ้านเหมืองกุ้งเป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของท้องถิ่น การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ และ เชิงคุณภาพประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารและผู้นำชุมชน กลุ่มผู้ผลิตหรือผู้ประกอบการ กลุ่มนักท่องเที่ยว ตัวแทนของครัวเรือน แบบประเมินมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพของชุมชนบ้านเหมืองกุ้งในความเห็นของผู้บริหาร และผู้นำ ชุมชนเห็นว่าด้านบริหารจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว และสภาพแวดล้อมยังไม่มีความพร้อม ส่วนด้านผู้ประกอบการ มีความเห็นว่าช่างฝีมือที่มีอยู่ในปัจจุบันในท้องถิ่นมีความพร้อมในการ ถ่ายทอดความรู้ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับคนรุ่นใหม่ แต่คนรุ่นใหม่ในชุมชนยังไม่มีความพร้อมใน การรับการถ่ายทอด ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยว มีความเห็นเกี่ยวกับความพร้อม และความสามารถ ของชุมชนบ้านเหมืองกุ้ง มีในระดับมากทั้งในด้านฝีมือการปั้น ลักษณะการปั้น การออกแบบที่มี เอกลักษณะเฉพาะของชุมชน และรูปแบบผลิตภัณฑ์ 2) การมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาชุมชนให้เป็น แหล่งท่องเที่ยว พบว่า ประชาชนยอมรับในด้านประโยชน์โดยรวมจากการท่องเที่ยวในระดับมาก แต่ การให้ความร่วมมืออย่างอยู่ในระดับปานกลาง เพราะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันความคิดด้าน การพัฒนา มีความเหลื่อมล้ำระหว่างผู้นำชุมชนกับประชาชน ส่วนผู้บริหารผู้นำชุมชนมีความเห็นว่า ควรมีการรณรงค์ให้คนในชุมชนมีความร่วมมือกัน และเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มากขึ้น 3) ศักยภาพในด้านสภาพแวดล้อมในการพัฒนา พบว่า มีความเห็นแยกออกเป็น 2 แนวทางโดย

ผู้บริหาร ผู้นำชุมชน เห็นว่ามีความเหมาะสม และมีความสะดวกในระดับมาก ในขณะที่นักท่องเที่ยวมีความเห็นแตกต่างกันโดยเห็นว่ายังต้องพัฒนาในอีกหลายๆ ด้าน 4) ปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาชุมชน ด้านผู้บริหาร ผู้นำชุมชน มีความเห็นว่าความร่วมมือของคนในชุมชนยังมีน้อยไม่มีการจัดการด้านการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และขาดคนรุ่นใหม่ที่จะสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงต้องมีการจัดทำแผนงานที่ชัดเจน โดยให้หน่วยงานที่มีความรู้ทางวิชาการเข้ามาร่วมพัฒนาหรือให้ความรู้ที่ถูกต้อง และภาครัฐจัดสรรเงินงบประมาณสนับสนุน ส่วนทางด้านผู้ผลิต ผู้ประกอบการ มีความเห็นว่า มีปัญหาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ตรงกับความต้องการ มีปัญหาด้านการผลิตและคุณภาพของวัตถุดิบ รวมทั้งขาดการประชาสัมพันธ์ และการจัดกิจกรรมส่วนในด้านความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เห็นว่าชุมชนบ้านเหมืองกุงยังต้องมีการพัฒนาในระดับมาก ทั้งในด้านการประชาสัมพันธ์ ทรัพยากรธรรมชาติ กิจกรรมเศรษฐกิจและโครงสร้างพื้นฐาน 5) แนวทางการจัดการด้านการท่องเที่ยวผู้มีส่วนได้เสียที่เห็นว่า ควรจัดทำแผนงานการท่องเที่ยวที่ชัดเจน สร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน โดยดึงเยาวชนในชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมรวม ทั้งควรพัฒนาปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสภาพแวดล้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ

สุวิภา จำปาวัลย์ และธันยา พรหมบุรณย์ (2558) แนวทางการพัฒนาศักยภาพและการบริหารจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนมีส่วนร่วมเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในตำบลบ้านเรือน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพ พัฒนาความรู้ด้านประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อสร้างองค์กรและกลไกในการจัดการท่องเที่ยวแบบครบวงจร โดยชุมชนมีส่วนร่วมภายใต้การดำเนินงานของคณะกรรมการท่องเที่ยวตำบลบ้านเรือน โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และจัดทำเอกสารคู่มือประกอบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จัดกิจกรรมร่วมกับชุมชน ประชุมระดมสมอง ศึกษาดูงาน และการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจร รวมทั้งการจัดเส้นทางท่องเที่ยวอบรมยุวมัคคุเทศก์ในท้องถิ่น กำหนดกิจกรรมท่องเที่ยว การทดลองนำเที่ยว การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการนำกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งภายใน และภายนอกชุมชนร่วมทดลอง พร้อมทั้งประเมินผลการท่องเที่ยว เพื่อให้คณะกรรมการท่องเที่ยวตำบลบ้านเรือน สามารถนำผลการประเมินนั้นมาพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว และการบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชน โดยผลการวิจัยได้เผยแพร่เพื่อประชาสัมพันธ์ และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาศักยภาพและการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมอย่างยั่งยืนได้

ศิรินันท์ พงษ์นิรันดร และคณะ (2559) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่วิเวคราะห์ศักยภาพในการพัฒนางาน

ด้านการท่องเที่ยว และเสนอแนวทางการจัดการท่องเที่ยวของอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา โดยทำการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องลงพื้นที่ สังเกตการณ์ สัมภาษณ์ สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างจากตัวแทนกลุ่มตัวอย่างเฉพาะที่ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 16 คน และจัดประชุมเชิงปฏิบัติการกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ประกอบกับการใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสอบถามผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องรวมทั้งสิ้น 300 คน

ผลการวิจัยพบว่า 1) สิ่งดึงดูดใจด้านทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการอย่างเพียงพอ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวก เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีทรัพยากรท่องเที่ยว 2 ประเภท ได้แก่ ทรัพยากรท้องถิ่นเชิงธรรมชาติ และทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงเกษตร มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบ คือ ที่พักแรม ร้านอาหาร และธุรกิจนำเที่ยว แต่รถรับจ้าง/รถโดยสารมีให้บริการค่อนข้างน้อย อีกทั้งในขณะนี้พื้นที่มีปัญหาเกี่ยวกับการบุกรุกที่ดิน โดยภาคเอกชนและนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านทางท่องเที่ยวในระดับมาก 3) แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ควรออกระเบียบข้อบังคับ เพื่อเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรจัดระบบคมนาคม และการสัญจรให้ชัดเจน พร้อมทั้งทำป้ายบอกทางให้ถูกต้อง และติดตั้งเป็นระยะ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรจัดให้มีการบริการที่ครอบคลุม และทั่วถึง ด้านความปลอดภัย ควรจัดระบบรักษาความปลอดภัยในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ควรทำการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ และด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการวางแผน การกำหนดแนวปฏิบัติการติดตาม และประเมินผลการดำเนินการต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่

อรรถนพ เรื่องกัลปวงค์ และสรสวรรค์ เรื่องกัลปวงค์ (2559) ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อศึกษาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี 4) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี วิธีดำเนินการวิจัยเป็นแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดย 1) การวิจัยเชิงปริมาณกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวตลาดน้ำทั้ง 3 แห่งในจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ตลาดน้ำวัดแสงสิริธรรม ตลาดน้ำไทรน้อย และตลาดน้ำวัดตะเคียน จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) การวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย

องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) คนในพื้นที่ และผู้ประกอบการ ดูวิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 9 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เก็บข้อมูล โดยการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึกวิเคราะห์ข้อมูลในการสรุปการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การบริหารจัดการท่องเที่ยว และความพึงพอใจคุณภาพในการให้บริการอยู่ในระดับมาก ส่วนแนวทางการพัฒนาคุณภาพการบริการตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี คือ หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และจัดงบประมาณสนับสนุนในด้านต่างๆ รวมทั้งส่งเสริมให้สื่อสารมวลชนเข้ามาจัดรายการ เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ อย่างไรก็ตามในส่วนของผู้ดูแลบริหารจัดการตลาดน้ำต้องสร้างความแตกต่างในการให้บริการและอัตลักษณ์ของตลาดน้ำ นอกจากนี้ยังต้องทำความเข้าใจกับผู้ประกอบการรวมถึงสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการประเภทอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ (2560) ศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตำบลคันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อจำแนกช่วงชั้นโอกาสด้านนันทนาการ การประเมินศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยว และจัดทำแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ตำบลคันธุลี อำเภอท่าชนะ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ด้วยการศึกษาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก สัมภาษณ์กลุ่ม สัมภาษณ์แบบมีส่วนร่วม และวิเคราะห์ SWOT เครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบจำแนกช่วงชั้นโอกาส ด้านนันทนาการแบบประเมินศักยภาพทรัพยากรท่องเที่ยว และแบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ผล โดยการวิเคราะห์เนื้อหา และประเมินผลโดยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่าด้านความต้องการของมนุษย์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่ต้องการการบริหารจัดการร่วมกันระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลคันธุลี ร้อยละ 57 การจำแนกช่วงชั้นโอกาส ด้านนันทนาการ พบว่า ถ้ำรอยพระพุทธบาท ถ้ำลึก ถ้ำตาจิตร และถ้ำไทรทอง เป็นแหล่งนันทนาการประเภทธรรมชาติ สันโดษไม่ใช้ยานยนต์ อยู่ในระดับมาก ขณะที่ถ้ำค้างคาว เป็นประเภทธรรมชาติสันโดษ อยู่ในระดับมากที่สุด และเส้นทางศึกษาธรรมชาติป่าพรุเป็นประเภทธรรมชาติกึ่งสันโดษใช้ยานยนต์ อยู่ในระดับมาก ด้านศักยภาพพบว่าแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ ถ้ำรอยพระพุทธบาท ถ้ำลึก ถ้ำตาจิตร และถ้ำไทรทอง มีศักยภาพระดับดี และป่าพรุคันธุลีมีศักยภาพระดับปานกลาง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 แผนงาน ดังนี้ 1) การพัฒนาปรับปรุงด้านกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวและโครงสร้างพื้นฐาน 2) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและชุมชนในระบบการท่องเที่ยว 3) การเฝ้าระวังและรักษาทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม 4) การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และสื่อความหมายสำหรับการท่องเที่ยว และ 5) การพัฒนาระบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบโครงข่ายปัจจัยความสำเร็จ คือ กลุ่มคนที่มีศักยภาพร่วมบริหารจัดการองค์การที่ให้การสนับสนุนอย่างจริงจัง การสนับสนุนของฝ่ายวิชาการและการพัฒนาโครงข่ายการท่องเที่ยว

อรกนก มณเฑียร (2560) แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลปลาข้าว และแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ คือ ประชาชนที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในเขตตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ จำนวน 346 คน และสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่ายกลุ่มเป้าหมายส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ ตัวแทนคณะผู้บริหาร 5 คนเจ้าหน้าที่/พนักงาน 5 คน ตัวแทนกำนัน/ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 4 คน และประชาชน จำนวน 6 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของประชาชนตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ โดยภาพรวมมีศักยภาพอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว รองลงมา คือ ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว สำหรับแนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลปลาข้าว อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ ควรมีผลิตภัณฑ์ที่เป็น OTOP ของชุมชน อนุรักษ์วัฒนธรรมพื้นบ้านเอาไว้เช่นเดิม ด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ควรมีสถานที่ต้อนรับที่พักให้เพียงพอ นำอยู่น่าประทับใจส่วนราชการหรือภาครัฐต่างๆ ให้การสนับสนุน เพื่อความรู้กับร้านอาหารให้สะอาดและปลอดภัยด้านศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว

ชนาภา ช่วยแก้ว และสุดใจ จิโรจน์กุล (2562) ศึกษาการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมแม่น้ำปากพนัง เพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวอำเภอปากพนัง จังหวัดนครศรีธรรมราช งานวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมนำมากำหนดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมแม่น้ำปากพนัง 2) เพื่อพัฒนาองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมแม่น้ำปากพนังใน 3 ด้าน คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวด้านบริการทางการท่องเที่ยวและด้านตลาดทางการท่องเที่ยว 3) จัดทำและนำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมแม่น้ำปากพนัง ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลหัตถ์ภูมิจากเอกสารงานวิจัย และข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสำรวจพื้นที่

ผลการวิจัยพบว่า ริมแม่น้ำปากพนังมีมรดกทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย ประกอบด้วยวิถีชีวิตชาวประมงพื้นบ้านเกาะไชย ภูมิปัญญาการทำขนมลาของบ้านหอยราก โรงสีแม่ครูที่เป็นร่องรอยบ่งบอกถึงความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ผลิตข้าวที่สำคัญของภาคใต้ในอดีต ความศรัทธาต่อหลวงพ่อผุด วัดนันทาราม อุโบสถไม้โบราณวัดรามประดิษฐ์ บ้านพักเชิงนิเวศบ้านวงศ์เปี้ยสัจจ และพระตำหนักประทับแรมของในหลวงรัชกาลที่ 9 ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพที่จะสามารถนำมา

กำหนดเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมแม่น้ำปากพนังแบบเต็มวันหรือ Full Day Tour Itinerary อันจะช่วยส่งเสริมด้านการตลาดท่องเที่ยวตามแนวคิด “วันเดียวเที่ยวปากพนัง” ภายใต้ชื่อรายการนำเที่ยว “ล่องเรือหา...ริษย์ ที่ปากพนัง” โปรแกรมท่องเที่ยวสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตามหลักการส่วนประสมทางการตลาดแบบ 4 P's ส่งเสริมสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เข้าถึงผู้บริโภคได้มากที่สุด

สุวภัทร ศรีจางแสง และเข็มจิรา หนองเปิด (2562) ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจและรวบรวมทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2) ศึกษาศักยภาพทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ และ 3) แนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 งานวิจัยในครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก และการระดมความคิดเห็นกลุ่มประชากรในการศึกษา ได้แก่ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐบาลและเอกชน ชุมชน และนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัยพบว่า ทรัพยากรทางวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ประกอบด้วย วิถีชีวิต ภูมิปัญญาองค์ความรู้ และประเพณีวัฒนธรรม มีศักยภาพที่เอื้อต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 1) ศักยภาพในการดึงดูดใจ 2) ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว และ 3) ศักยภาพในการบริหารจัดการสำหรับแนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ซึ่งควรมีพัฒนา 1) ศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ควรพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชน เช่น ป้ายบอกเส้นทางเข้าถึง ห้องน้ำ เครื่องมือสื่อความหมาย เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ท้องถิ่น 2) ด้านศักยภาพการรองรับด้านการท่องเที่ยวควรพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ต้อนรับนักท่องเที่ยว และศักยภาพด้านการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยว และ 3) ศักยภาพด้านการบริหารจัดการ มุ่งเน้นการสร้างจิตสำนึก การตระหนักรู้ของคนในชุมชนและเยาวชน และควรมีการจัดตั้งกลุ่มในการบริการจัดการท่องเที่ยวให้เกิดความชัดเจน การพัฒนาชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 เพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์มีแนวทางในการพัฒนา 1) การค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน 2) การสร้างความแตกต่าง 3) การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และ 4) การส่งเสริมการตลาด

### 2.6.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม มีดังนี้

ทิพย์สุดา พุฒจร และคณะ (2556) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนกรณีศึกษาชุมชนสลักคอก จังหวัดตราด การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพและศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนผลการดำเนินงาน

พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน และพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อพัฒนาชุมชนสลักคอกอย่างยั่งยืน ด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับคณะกรรมการบริหารชมรม นำเที่ยวพื้นบ้านสลักคอก ผลการวิจัย พบว่า ชมรมนำเที่ยวพื้นบ้านสลักคอกมีการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในรูปแบบสหกรณ์ สมาชิก เป็นคนในชุมชน ชื้อหุ้น และได้รับเงินปันผลรายปีจากสัดส่วนร้อยละ 35 จากรายได้ทั้งหมดของกิจกรรมพายเรือคายัค นั่งเรือมาก และนั่งเรือมาดพร้อมรับประทานอาหารค่ำ และร้อยละ 65 จัดสรรเพื่อการบริหารงานการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การสาธารณสุข ประโยชน์ และการจัดสวัสดิการทางสังคม ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน คณะกรรมการบริหารชมรมเป็นกลุ่มผู้นำในชุมชน มีผู้จัดการชมรมทำหน้าที่ดูแลการท่องเที่ยวแทนสมาชิกชมรม ชมรมขาดคนรุ่นใหม่เข้ามาเรียนรู้การจัดการท่องเที่ยว หน่วยงานภายนอกให้การสนับสนุนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และการขยายตัวการพัฒนาเกาะช้าง ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ส่วนนักวิจัยร่วมกับชมรมได้ดำเนินงานพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวได้แก่ กิจกรรมพัฒนาการบริหารจัดการชมรม การทดลองจัดการที่พักในชุมชน และการกระตุ้นจิตสำนึกรักสิ่งแวดล้อมแก่คนในชุมชน และมีการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่อพัฒนาชุมชนสลักคอกอย่างยั่งยืน พบว่า 1) ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ แนวคิดการจัดการท่องเที่ยวผู้นำชมรม สมาชิกชมรม และทรัพยากรการท่องเที่ยว 2) กระบวนการ ได้แก่ การบริหารจัดการชมรม การจัดการกิจกรรมท่องเที่ยว การจัดการผลประโยชน์ การจัดการเรียนรู้ การเชื่อมโยงสู่ชุมชน การจัดการเครือข่ายความร่วมมือ และ 3) ผลลัพธ์สู่การพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน ได้แก่ ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ และด้านสิ่งแวดล้อม

อรทัย พระทัด (2558) ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์กรณีศึกษาชุมชนป้อมมหากาฬ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาแนวทางการดำเนินงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ผ่านมาปัญหาอุปสรรคที่ผ่านมา และการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนที่อาศัยในพื้นที่ชุมชนป้อมมหากาฬ โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพในการศึกษา ใช้วิธีการศึกษาจากเอกสาร บทความ งานวิจัย การสังเกตแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ และการสัมภาษณ์ พูดคุยแบบทางการ และไม่เป็นทางการ ผลการวิจัย พบว่า ปัญหานโยบายการดำเนินโครงการอนุรักษ์ และพัฒนาชุมชนป้อมมหากาฬ ส่งผลกระทบต่อที่อยู่อาศัยของประชาชนในชุมชนป้อมมหากาฬ โดยการดำเนินนโยบายของทางกรุงเทพมหานครไม่มีการศึกษาผลกระทบต่อประชาชนอย่างชัดเจน จึงไม่ได้ความร่วมมือจากประชาชนอย่างเต็มที่ และการดำรงตำแหน่งผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานครแต่ละสมัย ซึ่งมีนโยบายร่วมกับชุมชนในการหาทางออกในการแก้ไขปัญหาาร่วมกันได้ เสนอนโยบายต่างๆ เพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมผ่านเวทีการสัมมนา และเจรจา แต่ยังไม่หาข้อสรุปไม่ได้ว่าจะมีวิธีแก้ไขปัญหาดังกล่าวได้อย่างไร ผลสรุปออกมาทุกครั้ง คือ ประชาชนต้องรื้อย้ายที่อยู่ออกจากพื้นที่ชุมชนป้อมมหากาฬ และจากปัญหาการไล่หรือที่อยู่อาศัยทำให้เกิดข้อขัดแย้งระหว่างประชาชนชุมชนป้อมมหากาฬกับกรุงเทพมหานคร ทำให้การดำเนินโครงการดังกล่าวล่าช้า ไม่สามารถ

ดำเนินการต่อไปได้ส่วนประชาชนก็มีการต่อสู้เพื่อจะขออยู่ต่อไปในพื้นที่ชุมชนต่อไป ซึ่งทำให้เกิดปัญหาเกิดความยึดเหนี่ยวมากกว่าสี่สิบกว่าปี

#### 2.6.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดบริการ มีดังนี้

ปิยพร ทองสุข (2558) ศึกษากลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก (LGBT) ในกรุงเทพมหานคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและนำเสนอกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่เหมาะสม เก็บข้อมูลใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวเพศทางเลือกจำนวน 352 คน นักท่องเที่ยวชาวไทย 176 คน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ 176 คนและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 8 คน ผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับเพศทางเลือก ได้แก่ ธุรกิจที่พัก 3 คน ธุรกิจสปาและซาวน่า 3 คน และธุรกิจสถานบันเทิง 2 คน เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเพศทางเลือกได้นำกลยุทธ์ส่วนประสมการตลาดที่เสนอแนะไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการบริการ

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือก ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ผลិតภัณฑ์ และบุคลากรเป็นสามอันดับแรก สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจสำหรับเพศทางเลือก มีการปรับตัวให้เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มเพศทางเลือกมากขึ้น โดยธุรกิจที่พักเน้นด้านการออกแบบสถานที่ และการบริการเหมือนอยู่บ้านธุรกิจสปาและซาวน่า เน้นในเรื่องความสะอาดและความคุ้มค่าของราคา และธุรกิจสถานบันเทิง เน้นความเป็นมิตรและความสุภาพในการบริการของพนักงาน ในภาพรวมผู้ประกอบการเห็นว่ากรุงเทพมหานครมีศักยภาพที่จะเป็น LGBT Friendly Destination และยินดีให้การสนับสนุนแคมเปญ Go Thai Be Free

จิตราพร ลาดอก (2559) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการบินต้นทุนต่ำ ของผู้โดยสารชาวไทย ที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้โดยสารชาวไทย ที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง โดยมี 3 สายการบิน ได้แก่ สายการบินแอร์เอเชีย สายการบินโลออนแอร์ และสายการบินนกแอร์ จำนวนสายการบินละ 160 คน รวมเป็น 480 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษา พบว่า ผู้โดยสารส่วนใหญ่ที่ใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ ให้ความสำคัญด้านปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และส่งผลความตั้งใจใช้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสายการบิน

ส่วนใหญ่เน้นการส่งเสริมการตลาดเป็นอันดับหนึ่ง ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตั้งใจใช้บริการสายการบินแอร์เอเชีย ในด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร มีผลต่อการตั้งใจใช้บริการสายการบินโลออนแอร์ ในด้านการส่งเสริมการตลาด และมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสายการบินนกแอร์ในด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่แตกต่างกัน

เพ็ญภา เพ็งประไพ (2559) การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่สนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมและวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่แตกต่างกันตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และ 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 20 - 30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 50,000 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่อยู่ในภาคใต้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่อยู่ในทวีปยุโรป โดยผลการเปรียบเทียบพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจะมีความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรมของเกาะพะงันสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมการตลาดบริการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานีในระดับมากที่สุดในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านบุคคล ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านราคา และด้านส่งเสริมการตลาดตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับปัจจัยทางการตลาดท่องเที่ยวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย และกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการเกี่ยวกับกิจกรรมด้านสังคม และวัฒนธรรมของเกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการสูงสุดในกิจกรรมด้านน้ำ ดูปะการัง ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคคล และด้านส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมของเกาะพะงัน และปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านราคาและด้านกระบวนการมีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมของเกาะพะงัน โดยปัจจัยส่วน ประสมการตลาดบริการท่องเที่ยวด้านบุคคลมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมา คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านส่งเสริมการตลาดตามลำดับ และนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลด้านอายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มี

ความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรมของเกาะพะงันแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ (2560) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ และปัจจัยด้านภาพลักษณ์ ที่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท ระเบียบวิธีวิจัยเป็นเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจ โดยใช้แบบสอบถาม ประชากรที่ศึกษา คือ ลูกค้าของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท และเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มแบบตามสะดวก จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุที่ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ รองลงมา คือ ช่องทางการจำหน่าย และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการส่งเสริมการตลาด 2) ภาพลักษณ์ของร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท โดยรวมอยู่ในระดับมาก และ 3) ความพึงพอใจของลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการและภาพลักษณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารวอเตอร์ไซด์รีสอร์ท โดยตัวแปรอิสระทั้งสองว่าร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจได้ร้อยละ 66.90

อัญชิกา แก้วศิริ (2560) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่ความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

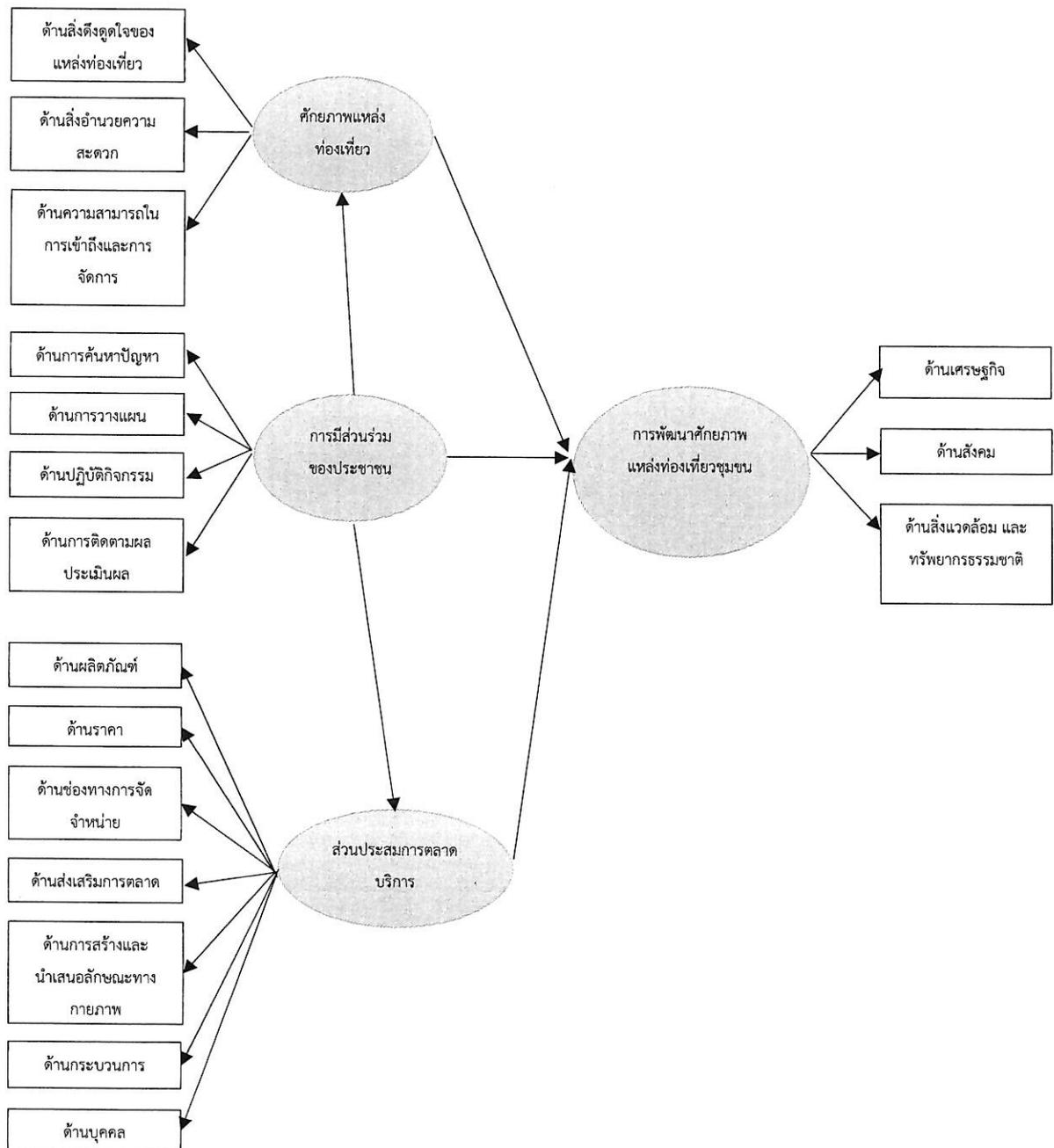
การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลในการใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 440 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีสถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานประกอบด้วยทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples: t-test) การทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และการทดสอบความสัมพันธ์ไคสแควร์ (Chi-Square)

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี อาชีพนักเรียน นักศึกษา และมีรายได้ระหว่าง 5,000-10,000 บาท ต่อเดือน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการในระดับมากทุกปัจจัย โดยให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมา คือ ปัจจัยด้าน

กระบวนการให้บริการตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีการเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ สถานที่ กระบวนการให้บริการ และปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกด้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดจากการสังเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วยศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ส่วนประสมการตลาดบริการ การมีส่วนร่วมและการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยกำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

## 2.8 สมมติฐานการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สามารถกำหนดสมมติฐานที่เกิดจากการทบทวนวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

2.8.1 ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของวิภาดา เกษธรรมพิทักษ์ และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2562) พบว่า ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว นำไปเป็นข้อกำหนด และวางแผนนโยบายการพัฒนาศักยภาพของนครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และสอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุวิภา จำปาวัลย์ และธัญญา พรหมบุรณย์ (2558) พบว่า สามารถนำผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในตำบลบ้านเรือน อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูนนั้นนำมาพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว

2.8.2 การมีส่วนร่วมของชุมชน มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของทิพย์สุดา พุฒจร และคณะ (2556) พบว่า ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสลักคอก จังหวัดตราด

2.8.3 ส่วนประสมการตลาด มีอิทธิพลทางตรงต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญชิภา แก้วศิริ (2560) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการและปรับปรุงร้านอาหารบุฟเฟต์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่

2.8.4 การมีส่วนร่วมของชุมชน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยส่งผ่านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน สอดคล้องกับผลงานวิจัยของทิพย์สุดา พุฒจร และคณะ (2556) พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้นำ และประชาชนเกี่ยวข้องกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนสลักคอก จังหวัดตราด

2.8.5 การมีส่วนร่วมของชุมชน มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยส่งผ่านส่วนประสมการตลาด สอดคล้องกับผลงานวิจัยของงานวิจัยของเพ็ญญา เฟ็งประไพ (2559) พบว่าส่วนประสมการตลาดบริการเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมที่มีผลต่อความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรมของ เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี

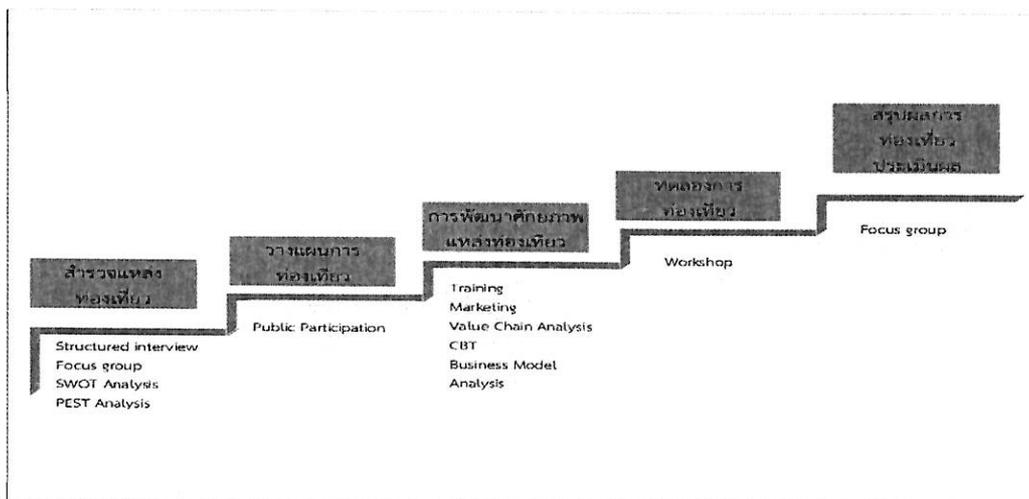
## บทที่ 3

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ของงานวิจัยเพื่อ 1) ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 3) การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี คณะผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยสัมภาษณ์เจาะลึก (In-Depth Interview) प्रधान และสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ผู้นำชุมชน นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร นักพัฒนาชุมชนจำนวน 20 คน และสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Interview) प्रधान และสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จำนวน 30 คน และวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 440 คน ดังนั้นเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย คณะผู้วิจัยจัดทำวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

#### 3.1 การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

คณะผู้วิจัย ได้ใช้วิธีระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมีขั้นตอนดำเนินการวิจัย 5 ขั้นตอนมีรายละเอียด ดังนี้



ภาพที่ 3 แสดงขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ที่มา: พัฒนาโดยภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล และคณะ

ตารางที่ 6 ขั้นตอน เทคนิค และผลลัพธ์การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ขั้นตอน	เทคนิควิธีการ	ผลลัพธ์
1. ศึกษา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ศึกษาจากเอกสารต่างๆ</li> <li>- ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ</li> <li>- สนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Interview) กับประธานกลุ่ม และสมาชิกแหล่งท่องเที่ยวชุมชน</li> <li>- สอบถามข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจากนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร และนักพัฒนาชุมชนโดย In-Depth Interview</li> <li>- กำหนดกลุ่มเป้าหมาย โดยความสมัครใจ เข้าร่วมโครงการวิจัย</li> <li>- ชี้แจงโครงการวิจัยแก่กลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยการประชุม(Meeting)</li> <li>- ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดย แบบประเมินศักยภาพชุมชน ,SWOT Analysis, PEST Analysis</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- โครงสร้างตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบ</li> <li>- กรอบแนวคิดในการวิจัยซึ่งแสดงความเกี่ยวข้องกับตัวแปร</li> <li>- ได้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนพื้นที่ตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้า และตำบลคลองหก อำเภอกลองหลวง จังหวัดปทุมธานี</li> </ul>
2. การวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- เมื่อสำรวจข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว จึงวางแผนการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ข้อมูลพื้นฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน</li> <li>- แผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- คณะกรรมการการท่องเที่ยว</li> </ul>
3. การพัฒนา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	<ul style="list-style-type: none"> <li>- ให้ความรู้แก่ชุมชนเป้าหมายโดยฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่เกี่ยวข้องกับความต้องการ</li> <li>- ศึกษาดูงานด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>- ปรับปรุงจัดกิจกรรม</li> <li>- เตรียมความพร้อมบุคลากร</li> <li>- มีมาตรการความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กลุ่มเป้าหมายมีองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยว</li> </ul>

ตารางที่ 6 (ต่อ)

ขั้นตอน	เทคนิควิธีการ	ผลลัพธ์
4. ทดลองการ ท่องเที่ยวชุมชน	- หลังจากปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวแล้วจึงจัด กิจกรรมการท่องเที่ยว - การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่แหล่ง ท่องเที่ยว	- เส้นทางท่องเที่ยว - โปรแกรมการท่องเที่ยว - การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ แหล่งท่องเที่ยวในวงกว้าง
5. ประเมินผล และสรุปผลการ ท่องเที่ยวชุมชน	- ติดตามการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยชุมชน - จัดเวทีแลกเปลี่ยนการท่องเที่ยวโดยชุมชน - คัดเลือกข้อมูลชุมชนและเผยแพร่	- รูปแบบการพัฒนาศักยภาพ แหล่งท่องเที่ยว - การเผยแพร่ผลการวิจัย - รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

จากข้อมูลข้างต้นสามารถแจกแจงรายละเอียด ดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

การศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพ และการพัฒนา  
ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน และส่วนประสมการตลาด โดยค้นคว้าจาก  
เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการวิจัย เรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่ง  
ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี พร้อมทั้งสร้างเครื่องมือการวิจัย

จากนั้นสอบถามข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจากนักวิชาการส่งเสริมการเกษตร และ  
นักพัฒนาชุมชนโดย In-Depth Interview เมื่อมีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คณะผู้วิจัยลงพื้นที่  
สำรวจข้อมูล โดยสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Interview) กับประธานกลุ่ม และสมาชิกแหล่ง  
ท่องเที่ยวชุมชน ลำดับต่อไปทำการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายด้วยความสมัครใจในการเข้าร่วม  
โครงการวิจัย และทำการชี้แจงโครงการวิจัยแก่กลุ่มเป้าหมายและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยการประชุม  
(Meeting) พร้อมทั้งทำการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดย SWOT Analysis , PEST  
Analysis สำรวจศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน  
ซึ่งใช้แบบประเมินของกรมส่งเสริมการเกษตรและสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย มีการ  
กำหนดเกณฑ์การประเมินแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ดังนี้

- 1) ศักยภาพในการรับรองของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
  - 2 คะแนน หมายถึง ศักยภาพมีเพียงพอ
  - 1 คะแนน หมายถึง ศักยภาพมีแต่ไม่เพียงพอ
  - 0 คะแนน หมายถึง ศักยภาพไม่เพียงพอ
- 2) ศักยภาพการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

- |   |       |         |                             |
|---|-------|---------|-----------------------------|
| 3 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการจัดการสูง         |
| 2 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการจัดการปานกลาง     |
| 1 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการจัดการควรปรับปรุง |
| 0 | คะแนน | หมายถึง | ขาดศักยภาพการจัดการ         |
- 3) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
- |      |       |         |                               |
|------|-------|---------|-------------------------------|
| 2    | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการดึงดูดใจสูง         |
| 1.33 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการดึงดูดใจปานกลาง     |
| 0.66 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการดึงดูดใจควรปรับปรุง |
| 0    | คะแนน | หมายถึง | ไม่มีศักยภาพ                  |
- 4) ศักยภาพการบริการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน
- |   |       |         |                                  |
|---|-------|---------|----------------------------------|
| 2 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการบริการระดับสูง         |
| 1 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการบริการระดับปานกลาง     |
| 0 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการบริการระดับควรปรับปรุง |

#### ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนการท่องเที่ยวชุมชน

หลังจากทำการสำรวจข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวโดยชุมชน จึงกำหนดความต้องการของชุมชนเพื่อเชื่อมโยงต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กำหนดแผนการสร้างรายได้ และการรักษารายได้ การวางแผนเงินทุนของชุมชน วางแผนการจัดการทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนแบบมีส่วนร่วม ด้านความรู้ ทักษะ คุณสมบัติ การทำงานเป็นทีม สร้างผู้นำ พัฒนาต่อยอด การออกแบบเส้นทาง และสร้างคุณค่าจากกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม เทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน การเป็นเจ้าของที่ดี การสร้างความประทับใจเมื่อแรกเริ่มและการจากลาที่ตรงตรง การสร้างคุณค่าและมูลค่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านสินค้าที่ระลึก

#### ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ทำการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว โดยการให้ความรู้กลุ่มเป้าหมายซึ่งตรงต่อความต้องการ โดยจัดฝึกอบรม และศึกษาดูงาน นอกจากนี้ประชุมแลกเปลี่ยนเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพชุมชนแหล่งท่องเที่ยว โดยมีจุดดึงดูดความสนใจ และการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยว การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน การจัดการด้านความรู้และสร้างจิตสำนึก การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว และทำการปรับปรุงกิจกรรม เตรียมความพร้อมบุคลากร การเป็นเจ้าของบ้านที่ดี การรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัดโดยให้ทุกคนมีส่วนร่วม

#### ขั้นตอนที่ 4 ทดลองการท่องเที่ยวชุมชน

หลังจากปรับปรุง และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้ว จึงทำการออกแบบ และทดลองสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมพื้นบ้าน ด้านวิถีชีวิต ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น โปรแกรม 1 วัน และ

ทำการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมายที่สามารถให้ข้อมูล และมีความรู้ความเข้าใจในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนนั้นเป็นอย่างดี และเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียกับการท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดปทุมธานี เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบล กลุ่มผู้ประกอบการและมัคคุเทศก์ นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่สนใจ จำนวน 20 คน

#### ขั้นตอนที่ 5 ประเมินผลและสรุปผลการท่องเที่ยวชุมชน

ประชุมแลกเปลี่ยนกับกลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย ผู้นำ ประชาชนชาวบ้าน ชาวบ้าน ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง โดยมีขอบเขตการติดตามและประเมินผล ได้แก่ การมีส่วนร่วมของหน่วยงานท้องถิ่น สภาพการท่องเที่ยว แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จากนั้นดำเนินการสังเคราะห์และวิเคราะห์ข้อมูลจัดทำสรุปผลการท่องเที่ยว พร้อมทั้งทำการเผยแพร่ผลงานวิจัย

##### 3.3.1 การสร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ชัดเจน และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความแม่นยำมากขึ้น ผู้วิจัยจึงใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี โดยมีขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

1) การกำหนดกรอบความคิดและประเด็นการสัมภาษณ์ คือ เพื่อรวบรวมความคิดเห็นจากกลุ่มเป้าหมาย และผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวชุมชน เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เพื่อนำไปปรับปรุงรูปแบบการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

2) นำเครื่องมือตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาตลอดจนความถูกต้องของภาษาในการสื่อความหมาย

3) นำเครื่องมือมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้จริง

##### 3.3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มย่อย

หลังจากการดำเนินการคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแล้ว คณะผู้วิจัยจึงดำเนินการติดต่อแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นกรณีศึกษาด้วยตนเอง ในเบื้องต้นคณะผู้วิจัยเริ่มจากการแนะนำตนเอง การแจ้งวัตถุประสงค์การวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย โดยคณะผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นอย่างดี จากนั้นผู้วิจัยจึงทำหนังสือจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลถึงประธานกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยได้กำหนดระยะเวลาในการเก็บข้อมูล รวมทั้งชี้แจงขั้นตอนและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

### 3.3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในงานวิจัยครั้งนี้ จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) โดยใช้ในการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation method) จากผู้ให้ข้อมูล เพื่อให้ได้ผลไปใช้ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และส่วนประสมการตลาด ต่อไปโดยมีขั้นตอนการวิเคราะห์ ดังนี้

- 1) ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ที่ได้ถูกจัดกระทำลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ได้ถูกนำมาศึกษา และวิเคราะห์เป็นหมวดหมู่ตามหัวข้อ (Topic coding) ซึ่งประกอบด้วยประโยค และหน้าที่สัมพันธ์กับหัวข้อนั้นๆ
- 2) หัวข้อ (Topic codes) ที่ได้กำหนดขึ้น จะถูกกำหนดเป็นหมวดหมู่ (Categorization) ให้จัดอยู่ในประเภทเดียวกัน
- 3) ข้อความ ประโยค จะถูกจัดตามหมวดหมู่ที่กำหนดขึ้นตามความเหมือน ความต่าง หรือความสัมพันธ์ที่ได้กำหนดขึ้นในแต่ละหมวดหมู่
- 4) ข้อความ ประโยค ในแต่ละหมวดหมู่ได้ถูกวิเคราะห์ และแปลผลเพื่อหาความสัมพันธ์และกระบวนการที่สำคัญ แยกออกจากส่วนอื่นๆ
- 5) แบบ (Patterns) ของความสัมพันธ์มีศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และส่วนประสมการตลาด ได้จากการวิเคราะห์ เนื้อหา (Content analysis) จะถูกนำไปเปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่ศึกษา และผลการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์
- 6) ข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติงานภาคสนามซึ่งได้จากการจดบันทึก และการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งในการจดบันทึกในภาคสนามจากการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และมีส่วนร่วม และการจดบันทึกจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และไม่มีโครงสร้าง คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โดยอาศัยแนวคิดทางการวิเคราะห์ประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ดังนี้ (ชาย โพธิ์สีตา, 2549: 361-398)

(1) การจัดระเบียบข้อมูล (Data organizing) ทางกายภาพโดย การจดบันทึก การสรุปข้อมูล และการจัดเก็บข้อมูล ส่วนด้านเนื้อหาเป็นการจัดระเบียบเนื้อหาข้อมูลโดยการลดทอน ข้อมูล สรุปความสำคัญของข้อมูลทั้งหมด และกำหนดรหัสข้อมูล (Data Coding)

(2) การแสดงข้อมูล (Data Display) นำเสนอข้อมูลด้วยการบรรยายโดยเชื่อม ข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกันตามกรอบแนวคิด

(3) การสรุป การตีความ และการตรวจสอบความถูกต้อง คณะผู้วิจัยทำการสร้างข้อสรุป ยืนยันข้อสรุป ตรวจสอบยืนยันเป็นผลสรุป และพรรณนาข้อมูลในรูปของคำบรรยายโดยสรุป ทั้งข้อมูลที่เป็นรูปธรรม และข้อมูลที่เป็นนามธรรม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การตีความข้อมูล (Interpretation) และการวิเคราะห์เชิงบรรยาย (Narrative Analysis) เพื่ออธิบายความหมายและความสำคัญของสิ่งที่ได้ค้นพบ และจัดทำเป็นข้อสรุป ส่วนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ใช้การตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิ จากภายในและภายนอก

### 3.2 การวิจัยเชิงปริมาณ

ศึกษาประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ และการสร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

#### 3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวคนไทยที่ต้องการความรู้ด้านการเกษตร ที่น้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เกษตรทฤษฎีใหม่ และภูมิปัญญาท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แต่ชุมชนไม่มีการจัดทำสถิตินักท่องเที่ยว จึงไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้แสวงหาความรู้ที่เกิดจากการแนะนำหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา เป็นต้น

2) กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวคนไทย จากข้อตกลงเบื้องต้นเงื่อนไขในการใช้สถิติวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling : SEM) โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 20 เท่าต่อพารามิเตอร์ ที่ต้องการประมาณค่าหรือจำนวนเส้นทาง (Path) แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดล (Model) ในรอบการวิจัยทั้งหมด 22 เส้นทาง ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามสูตรของแฮร์ และคณะฯ (Hair, et al.,1998) จึงคำนวณขนาดตัวอย่างได้ 440 คน

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ขนาดตัวอย่างที่เป็นสัดส่วน (Proportional to size) โดยสุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ (Systematic Sampling) เลือกกลุ่มตัวอย่างตามพื้นที่ (กัลยา วานิชย์ บัญชา, 2553: 15-16) แสดงการจัดเก็บข้อมูลตามตาราง 3.2

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เก็บรวบรวมข้อมูลจำแนกตามเขตพื้นที่

ลำดับ	พื้นที่	จำนวนตัวอย่าง (คน)
1	ตำบลคลองสาม อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	146
2	ตำบลคลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	147

## ตารางที่ 7 (ต่อ)

ลำดับ	พื้นที่	จำนวนตัวอย่าง (คน)
3	ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	147
รวม		440

ที่มา : ข้อมูลจากสำนักงานสถิติจังหวัดปทุมธานี (2563)

### 3.2.2 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย ตัวแปรต้น และตัวแปรตาม มีดังนี้

#### 1) ตัวแปรต้น ได้แก่

(1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ

(2) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง

(3) การมีส่วนร่วมของชุมชน ประกอบด้วย ด้านการค้นหาปัญหา ด้านการวางแผน ด้านการปฏิบัติกิจกรรม ด้านการติดตามและประเมินผล

(4) ส่วนประสมการตลาดบริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการสร้าง และนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ และด้านบุคคล

2) ตัวแปรตาม คือ การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

### 3.2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนประสมการตลาดของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คำถามเป็นปลายปิด (Close-Ended Questions)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชน คำถามเป็นปลายปิด (Close-Ended Questions)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คำถามเป็นปลายปิด (Close-Ended Questions)

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน คำถามเป็นปลายปิด (Close-Ended Questions) นอกจากนี้ส่วนที่ 2, 3, 4, และ 5 ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert's Five Rating Scale) ลิเคิร์ต (Likert, 1932:121) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น
5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การอธิบายผลการวิจัย จากแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผล และแปลความหมายค่าคะแนนอธิบาย 5 ระดับ ดังนี้ (สมศ. หรือสกอ., 2557: 40)

จากเกณฑ์ดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้กำหนดการแปลความหมายตามลำดับคะแนนประเมินความคิดเห็นของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

### 3.2.4 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เพื่อให้ได้เครื่องมือที่มีคุณภาพและเหมาะสม คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

#### 3.2.4.1 การสร้างแบบสอบถาม

การสร้างแบบสอบถาม โดยการกำหนดจุดประสงค์ของการสร้างแบบสอบถาม การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สร้างแบบสอบถามเป็นรายชื่อที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนประสมการตลาด บริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน จากนั้นนำ

แบบสอบถามที่ออกแบบเสนอผู้เชี่ยวชาญพิจารณาและนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข ให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ และเที่ยงตรงมากขึ้น

### 3.2.4.2 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1) การตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา(Content validity) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตรวจสอบเครื่องมือ จำนวน 5 ท่าน เพื่อทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม(ภาคผนวก) หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์หรือนิยาม (Index of Items Objective Congruency : IOC) โดยให้คะแนนระดับความสอดคล้อง ดังนี้

- + 1 = ข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
- 0 = ไม่แน่ใจ
- 1 = ข้อคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณมีดังนี้

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

โดยที่ R = ผลรวมของผลการประเมินที่ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นสอดคล้องกันและให้ผลการประเมินเป็น + 1

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

ถ้าค่า IOC มีค่าระหว่าง 0.5 ถึง 1.00 แสดงว่า เป็นข้อคำถามที่ดีและคณะผู้วิจัยนำไปใช้ในการเก็บข้อมูล ส่วนข้อคำถามที่มีค่า IOC น้อยกว่า 0.5 คณะผู้วิจัยได้นำข้อคำถามนั้นไปปรับปรุงแก้ไข และค่าความสอดคล้องของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีค่าเท่ากับ 0.84

### 2) การทำสอบการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

2.1) นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบข้อคำถามในแต่ละข้อ แต่ละตอนของแบบสอบถามสามารถสื่อความหมายได้ตรงตามที่ผู้วิจัยต้องการ และคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่ รวมถึงการจัดกลุ่มของคำถามหรือมีคำถามความยากง่ายต่อการเข้าใจเพียงใด

2.2) หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990) โดยใช้สูตร ดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

$\alpha$  = ค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น

n = จำนวนข้อของคำถาม

$s_t^2$  = ค่าความแปรปรวนผลรวมคะแนนของคำถามทั้งฉบับ

$$\sum s^2_i = \text{ค่าความแปรปรวนของคะแนนของคำถามแต่ละข้อ}$$

### 2.3) การวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด จากนั้นวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach, 1990) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามภาพรวมเท่ากับ 0.85 เมื่อแยกเป็นรายด้านจะได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามดังตาราง ต่อไปนี้

**ตารางที่ 8** แสดงค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรายด้าน

ปัจจัยด้าน	Cronbach's Alpha
ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	0.88
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.85
ด้านความสามารถการเข้าถึง	0.89
ด้านการค้นหาปัญหา	0.90
ด้านการวางแผน	0.82
ด้านการปฏิบัติกิจกรรม	0.83
ด้านการติดตามผลประเมินผล	0.79
ด้านผลิตภัณฑ์	0.81
ด้านราคา	0.91
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	0.88
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.85
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	0.89
ด้านกระบวนการ	0.90
ด้านบุคคล	0.82
ด้านเศรษฐกิจ	0.83
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.79
ด้านทรัพยากรธรรมชาติ	0.81

3) การตรวจค่าความตรงเชิงโครงสร้าง (construct validity) โดยวิธีหาค่า factor analysis ในการหาค่า Exploratory Factor Analysis (EFA) นำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ปัจจัย (factor analysis) ใช้

การวิเคราะห์ตัวแปรด้วยวิธี Exploratory Factor Analysis (EFA) เพื่อให้ได้ค่าความตรงเชิงเส้น (Construct Validity) ซึ่งเป็นการตรวจสอบเครื่องมือความตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity tool) ของตัวแปรมีโครงสร้างตามนิยามทฤษฎีหรือไม่ และสอดคล้องกลมกลืนกับสภาพความเป็นจริงอย่างไร ซึ่งจากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นงานวิจัยนี้ใช้ การพิจารณาคุณสมบัติของแต่ละตัวแปร ได้ค่า Factor Loading ที่มาจากการวิเคราะห์ EFA ของทุกข้อคำถาม โดยพิจารณาจากการกำหนดให้แต่ละองค์ประกอบมีค่าน้ำหนักของปัจจัยไม่น้อยกว่า 0.30 ค่าความผันแปร (Eigen value) มากกว่า 1 ค่า KMO ไม่ต่ำกว่า 0.50 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ (กัลยา วานิชปัญญา, 2546: 124-127; Hair et al., 2006: 137)

4) การตรวจสอบความครบถ้วน ความตรงของข้อมูล (missing data and accuracy of data files) สิ่งแรกที่นักวิจัยต้องทำ คือ การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ว่ามีการบันทึกครบทุกข้อคำถามหรือไม่ โดยทั่วไปแล้วหากมีจำนวนข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ไม่มาก นักผู้วิจัยอาจไม่จำเป็นต้องใช้ข้อมูลในชุดนั้นๆ ก็ได้หรืออาจใช้วิธีการพยากรณ์ข้อมูลโดยใช้วิธีการง่ายที่สุด โดยใช้ค่าเฉลี่ยของข้อมูลที่มีอยู่ เพื่อคำนวณหาค่าของข้อมูลที่สูญหาย

5) การตรวจสอบความปกติของข้อมูล (normality) เป็นการตรวจสอบการแจกแจงข้อมูล โดยข้อมูลจะต้องมีการแจกแจงแบบปกติ ด้วยการหาค่าความเบ้ (Skewness) และ ค่าความโด่ง (Kurtosis) ด้วยโปรแกรม SPSS ก่อนจึงจะสามารถใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้ความปกติของข้อมูล สามารถดูได้จากตัวเลขสถิติหรือกราฟ ในกรณีการวัดค่าสถิติ จะดูได้จากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) (Tabachnick and Fidell, 2007: 299) โดยค่าที่ติดลบและค่าบวก จะแสดงทิศทางของข้อมูล Kline (2005) กล่าวว่า ช่วงค่าตัวเลข -3.0 ถึง +3.0 จะแสดงถึงการกระจายของข้อมูลแบบปกติ เพื่อไม่ให้เกิดความผันแปรร่วม (Multicollinearity)

### 3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) ขออนุญาตทำงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อติดต่อกับชุมชนตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้า และตำบลคลองหก

2) ขออนุญาตแจกแบบสอบถาม จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ เพื่อติดต่อกับชุมชนตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้า และตำบลคลองหก โดยขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 440 ชุด เพื่อทำการเก็บรวบรวมข้อมูล

3) ผู้วิจัยรับแบบสอบถามกลับคืน ทำการตรวจสอบ และแยกเฉพาะฉบับสมบูรณ์ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างเพื่อดำเนินการต่อไป

### 3.2.6 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

คณะผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์วิธีกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน วิธีศึกษาข้อมูลรวบรวมด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีสมการโครงสร้างแบบกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (Partial Least Square Structural Equation Model: PLS-SEM) วิธีนี้มีจุดประสงค์ประมาณความสัมพันธ์ระหว่างบล็อกหรือตัวแปรแฝงในสมการโครงสร้าง (Structural model) หรือ Inner model รวมถึงการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงและตัวแปรสังเกตได้ ในสมการการวัด (Measurement model) หรือ Outer model และในตัวแปรแฝงโดยวิธีอิงสมการถดถอยเชิงเดี่ยวและเชิงซ้อน วิธี PLS ตัวแปรแฝงมีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรสังเกตได้ ต่างจาก Covariance Based Structural Equation Model: CB-SEM อาจเกิดความคลาดเคลื่อนทางสถิติได้ แบบจำลอง PLS-SEM การประมาณค่าตัวแปรแฝงนั้น อัลกอริทึมจะประเมินได้ค่าที่ดีที่สุดออกมา ขึ้นอยู่กับการประมาณค่าในแบบจำลอง Inner และ Outer (ฉันทะ จันทะเสนา: 2560) อัลกอริทึมในการประมาณการ PLS ประกอบด้วยสามขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ประมาณค่าตัวเลขต่างๆ เกี่ยวกับตัวแปรแฝงทั้งหมด ขั้นตอนที่ 2 ใช้คะแนนของตัวแปรแฝงแต่ละตัวคำนวณค่า อิทธิพล (Path analysis) ระหว่างตัวแปรแฝง ขั้นตอนที่ 3 ประมาณ ค่าพารามิเตอร์ เช่น ค่าคงที่ (Regression constants) ของตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝง

การพิจารณาคุณภาพแบบจำลองการวัด พิจารณาจากความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ โดยความเที่ยงตรงประกอบด้วยความเที่ยงตรงเชิงเหมือน (Convergent validity) และความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant validity) วัดด้วยค่าน้ำหนัก (Loading) ที่ต้องมากกว่า 0.5 และมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกวัดจากค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงมีค่าต่ำกว่ารากที่สองของ AVE (Fornell & Larcker, 1981) ความเชื่อถือได้วัดด้วย Cronbach alpha, Dijkstra-Henseler's rho ( $\rho^A$ ) และ, Jöreskog's rho ( $\rho^C$ ) มีควรมีค่ามากกว่า 0.7 (Henseler, Hubona & Ray, 2016) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ทั้งสถิติพรรณนาและสถิติอนุมาน วิเคราะห์ด้วย ตัวแบบสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ADANCO แบบจำลองโครงสร้างพิจารณาจากค่า Loading และ p-value,  $R^2$  และ  $f^2$

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และ 3) พัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วยนักท่องเที่ยว ประชาชน และผู้ที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และนำเสนอผลการวิจัย ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีดังนี้

4.1 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

4.3 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

#### 4.1 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แสดงผลประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้วยการสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยว แสดงดังตารางที่ 9-16 และประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้วยการสนทนากลุ่มย่อยกับประธาน สมาชิก และหน่วยงานภาคีเครือข่าย แสดงดังตารางที่ 9 มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	180	40.90
หญิง	260	59.10
รวม	440	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 260 คนคิดเป็นร้อยละ 59.10 และเพศชายจำนวน 180 คนคิดเป็นร้อยละ 40.90 ตามลำดับ

ตารางที่ 10 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
อายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า	3	0.70
อายุ 21-30 ปี	103	23.40
อายุ 31-40 ปี	82	18.60
อายุ 41-50 ปี	161	36.60
อายุ 50ปี ขึ้นไป	91	20.70
<b>รวม</b>	<b>440</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 10 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 36.60 รองลงมาคืออายุ 21-30 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 และน้อยที่สุดมีอายุ 20 ปี หรือต่ำกว่า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70

ตารางที่ 11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	90	20.50
มัธยมศึกษา	205	46.60
ปริญญาตรี	145	33.00
<b>รวม</b>	<b>440</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 11 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีระดับการศึกษามัธยมศึกษาจำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 46.60 รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 และ น้อยที่สุดมีระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา จำนวน 90 คนคิดเป็นร้อยละ 20.50

ตารางที่ 12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	156	35.50
สมรส	220	50.00
หม้าย	41	9.30
หย่าร้าง	23	5.20
<b>รวม</b>	<b>440</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 12 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมามีสถานภาพโสด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 35.50 และน้อยที่สุดสถานภาพหย่าร้าง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.20

ตารางที่ 13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	53	12.00
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	129	29.30
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	214	48.60
พนักงานบริษัทเอกชน	44	10.00
<b>รวม</b>	<b>440</b>	<b>100</b>

จากตารางที่ 13 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 48.60 รองลงมามีอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 29.30 และน้อยที่สุดมีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 14 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจำแนกตามรายได้ครอบครัวต่อเดือน

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
10,000 บาทหรือต่ำกว่า	135	30.70
10,001-20,000 บาท	208	47.30

ตารางที่ 14 (ต่อ)

รายได้ครอบครัวต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
20,001-30,000 บาท	84	19.10
30,001-40,000 บาท	10	2.30
40,001-50,000 บาท	3	0.70
<b>รวม</b>	<b>440</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 14 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 47.30 รองลงมา มีรายได้ 10,000 บาทหรือต่ำกว่า จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70 และน้อยที่สุด มีรายได้ 40,001-50,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70

ตารางที่ 15 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวจําแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวน	ร้อยละ
ภาคเหนือ	13	3.00
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	54	12.30
ภาคกลาง	309	70.20
ภาคตะวันออก	4	0.90
ภาคตะวันตก	3	0.70
ภาคใต้	57	13.00
<b>รวม</b>	<b>440</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 15 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 70.20 รองลงมา มีภูมิลำเนาอยู่ภาคใต้ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และน้อยที่สุด มีภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันตก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.70

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. มีความพร้อม อำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ เป็นต้น	3.77	0.75	0.344	-1.018	มาก
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความร่วมมือ และสะอาด	4.13	0.64	-0.125	0.617	มาก
3. มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก	3.45	0.75	1.292	0.028	ปานกลาง
รวม	3.78	0.58	0.426	-1.084	มาก

จากตารางที่ 16 พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.78$ , S.D.=0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือสถานที่ท่องเที่ยวมีความร่วมมือ และสะอาด ( $\bar{x} = 4.13$ , S.D.=0.64) รองลงมาคือมีความพร้อม อำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ เป็นต้น ( $\bar{x} = 3.77$ , S.D.=0.75) และข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก ( $\bar{x} = 3.45$ , S.D.=0.75)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.64 – 0.75 แสดงว่าตัวแปรของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวทุกข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.426 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -1.084 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา แสดงว่าตัวแปรศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย นอกจากนี้ทำการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้วยการสนทนากลุ่มย่อย แสดงดังตารางที่

ตารางที่ 17 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ผลการประเมิน		
	มีเพียงพอ	มีแต่ไม่เพียงพอ	ไม่มี
1. มีสถานที่ต้อนรับเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว		✓	
2. มีห้องน้ำที่อนุญาตให้ใช้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว		✓	
3. มีจุดบริการจัดหาอาหารให้แก่นักท่องเที่ยว	✓		
4. มีรถจอดเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว		✓	
5. มีจุดแวะซื้อสินค้าเกษตร หรือศูนย์รวมสินค้าการเกษตรกระจายอยู่ตามบริเวณสำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยว	✓		
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสำหรับผู้พิการ			✓
7. มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา รองรับความต้องการนักท่องเที่ยว	✓		
8. มีป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายตามบริเวณที่สำคัญ		✓	
9. มีจุดบริการการเดินทางตั้งอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว			✓

จากตารางที่ 17 พบว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ได้แก่ มีจุดบริการอาหารให้แก่นักท่องเที่ยว จุดแวะซื้อสินค้าเกษตร หรือศูนย์รวมสินค้าการเกษตรกระจายอยู่ตามบริเวณสำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยว และมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา รองรับความต้องการ

ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกมีแต่ไม่เพียงพอ ได้แก่ สถานที่ต้อนรับ ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายตามบริเวณที่สำคัญ นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสำหรับผู้พิการ และจุดบริการการเดินทางตั้งอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว

จากข้อมูลข้างต้นสามารถผสมผสานข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพศหญิง มีอายุ 41-50 ปี มีระดับการศึกษาชั้นมัธยมศึกษา มีสถานภาพสมรส มีรายได้ต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ภาคกลาง ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีเพียงพอ ได้แก่ จุดบริการอาหารให้แก่นักท่องเที่ยว จุดแวะซื้อสินค้าเกษตร และระบบสาธารณสุขปลอดภัย ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไม่เพียงพอ ได้แก่ สถานที่ต้อนรับ ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายตามบริเวณที่สำคัญ นอกจากนี้ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ และจุดบริการการเดินทางตั้งอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว ส่วนการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านความสามารถในการเข้าถึง แสดงดังตารางที่ 18-19 ดังนี้

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถในการเข้าถึง

ด้านความสามารถในการเข้าถึง	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. เส้นทางคมนาคมสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.02	0.60	0.008	-0.203	มาก
2. สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง	3.91	0.82	0.014	-1.180	มาก
3. การขนส่งสามารถเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย	4.04	0.73	-0.062	-1.095	มาก
รวม	3.99	0.65	-0.080	-0.906	มาก

จากตารางที่ 18 พบว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถในการเข้าถึงโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.99$ , S.D.=0.65) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการขนส่งสามารถเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย ( $\bar{x} = 4.04$ , S.D.=0.73) รองลงมา คือเส้นทางคมนาคมสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.02$ , S.D.=0.60) และข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง ( $\bar{x} = 3.91$ , S.D.=0.82)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถในการเข้าถึง มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.60 – 0.82 แสดงว่าตัวแปรของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถในการเข้าถึงทุกข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถในการเข้าถึง มีค่าเท่ากับ -0.080 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.906 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปรศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถในการเข้าถึง มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

**ตารางที่ 19** แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านความสามารถในการเข้าถึง

รายละเอียด	ผลการประเมิน		
	ควรปรับปรุง	ระดับกลาง	ระดับสูง
<b>ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านความสามารถในการเข้าถึง</b>			
1. สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม		✓	
2. มีถนนหนทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก			✓
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	✓		
4. กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อวัฒนธรรม	✓		
5. กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสังคม	✓		
6. กิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ	✓		
7. มีสื่อหลากหลายประเภทสำหรับให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และวีดิทัศน์ เป็นต้น		✓	

## ตารางที่ 19 (ต่อ)

รายละเอียด	ผลการประเมิน		
	ควรปรับปรุง	ระดับกลาง	ระดับสูง
<b>ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านความสามารถในการเข้าถึง</b>			
8. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มาตรการอพยพ เส้นทางหนีไฟ เป็นต้น		✓	
9. มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวชัดเจน		✓	
10. มีความพร้อมของบุคลากรแหล่งท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัดตลอดจนมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินตลอดเวลา			✓
11. มีการรวมกลุ่มหรือคณะกรรมการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว		✓	
12. มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน			✓
13. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว			✓
14. การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในท้องถิ่น			✓
15. มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว		✓	

ตารางที่ 19 (ต่อ)

รายละเอียด	ผลการประเมิน		
	ควรปรับปรุง	ระดับกลาง	ระดับสูง
<b>ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านความสามารถในการเข้าถึง</b>			
16. มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ		✓	

จากตารางที่ 19 พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถในการเข้าถึง มีความพร้อมของบุคลากรแหล่งท่องเที่ยวให้ปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด ตลอดจนมีความพร้อมในการรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินตลอดเวลา มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชนมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในท้องถิ่น อยู่ในระดับสูง ส่วนศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม มีสื่อหลากหลายประเภทสำหรับให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ วิทยุทัศน์ เป็นต้น มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มาตรการอพยพ เส้นทางหนีไฟ เป็นต้น มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวชัดเจน มีการรวมกลุ่มหรือคณะกรรมการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ อยู่ในระดับกลาง และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านความสามารถในการเข้าถึงนักท่องเที่ยว มีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ ควรปรับปรุงกิจกรรม

จากข้อมูลข้างต้นสามารถผสมผสานข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านความสามารถในการเข้าถึง พบว่า เส้นทางคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากร มีความพร้อมของบุคลากรมีปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด มีการกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยชุมชน มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นที่น่าสนใจ และมีเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในท้องถิ่น ส่วนศักยภาพการเข้าถึงอยู่ในระดับกลาง ได้แก่ สื่อประเภทแผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และวิทยุทัศน์ เป็นต้น มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวชัดเจน มีการรวมกลุ่มหรือคณะกรรมการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

แหล่งท่องเที่ยว มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวควรปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และสังคม ส่วนการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว แสดงดังตาราง 4.12 -4.14 ดังนี้

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ และวิถีชีวิต	4.12	0.54	0.083	0.233	มาก
2. ผู้ประกอบการมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา	4.09	0.68	-0.110	-0.821	มาก
3. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวน่าสนใจ	3.83	0.83	0.318	-1.471	มาก
รวม	4.01	0.58	0.327	-1.092	มาก

จากตารางที่ 20 พบว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.01, S.D. = 0.58$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อยพบว่า ข้อที่มี ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ และวิถีชีวิต ( $\bar{x} = 4.12, S.D. = 0.54$ ) รองลงมา คือ ผู้ประกอบการมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา ( $\bar{x} = 4.09, S.D.=0.68$ ) และข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ( $\bar{x} = 3.83, S.D.=0.83$ )

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.54 – 0.83 แสดงว่าตัวแปรของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวทุกข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมมีค่าเท่ากับ 0.327 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -1.092 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปรศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง โดยรวมของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว	4.01	0.58	0.327	-1.092	มาก
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.78	0.58	0.426	-1.084	มาก
3. ด้านความสามารถในการเข้าถึง	3.99	0.65	-0.080	-0.906	มาก
รวม	3.93	0.60	0.224	-1.027	มาก

จากตารางที่ 21 พบว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.93$ , S.D.=0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 4.01$ , S.D.=0.58) รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ( $\bar{x} = 3.99$ , S.D.=0.65) และด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{x} = 3.78$ , S.D.=0.58)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.58 – 0.65 แสดงว่าตัวแปรของศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ทุกด้านผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีค่าเท่ากับ 0.224 มีค่าการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -1.027 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่า ตัวแปรศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 22 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	ผลการประเมิน			
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ไม่มี
ด้านสิ่งดึงดูดใจ				
1. แหล่งท่องเที่ยวมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์		✓		
2. แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจด้านพืชพันธุ์หรือสัตว์ที่พบเจอ		✓		

ตารางที่ 22 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ผลการประเมิน			
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ไม่มี
3. แหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม		✓		
4. แหล่งท่องเที่ยวที่มีวิถีชีวิตเกษตรที่น่าสนใจ	✓			
5. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในแหล่งท่องเที่ยว	✓			

ตารางที่ 22 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่ามีวิถีชีวิตเกษตรที่น่าสนใจและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อยู่ในระดับสูง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ มีความน่าสนใจด้านพืชพันธุ์หรือสัตว์ที่พบเจอ และมีทัศนียภาพโดยรอบสวยงามอยู่ในระดับกลาง

จากข้อมูลข้างต้นสามารถผสมผสานข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ พบว่า มีความเป็นเอกลักษณ์ มีวิถีชีวิตเกษตรที่น่าสนใจ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจถ่ายทอดองค์ความรู้ และภูมิปัญญา ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่มีสิ่งดึงดูดใจระดับปานกลาง ได้แก่ ระบบนิเวศพืชพันธุ์สัตว์ และทัศนียภาพโดยรอบสวยงามอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านการบริการ แสดงดังตารางที่ 23 ดังนี้

ตารางที่ 23 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านการบริการ

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านการบริการของแหล่ง ท่องเที่ยว	ผลการประเมิน		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
1. การบริการนักท่องเที่ยว	✓		
2. ทัศนคติการให้บริการ	✓		

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านการบริการของแหล่ง ท่องเที่ยว	ผลการประเมิน		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
3. การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	✓		
4. ความรู้และทักษะของผู้ให้บริการข้อมูล	✓		
5. ความสุภาพ ความมีน้ำใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	✓		
6. การสร้างความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว	✓		
7. ความเสมอภาคในการให้บริการ	✓		
8. การบริการที่มีลำดับขั้นตอน	✓		
9. เทคนิคการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ นักท่องเที่ยว	✓		
10. ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และ ตอบสนองอย่างทันท่วงที	✓		

จากตารางที่ 23 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านการบริการ โดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยบุคลากรของแหล่งท่องเที่ยวมีการบริการมีทัศนคติ มีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ให้บริการข้อมูลมีความรู้และทักษะ ความสุภาพ ความมีน้ำใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการสร้างความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว ความเสมอภาคในการให้บริการ การบริการที่มีลำดับขั้นตอน มีเทคนิคการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว มีความ เข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และตอบสนองอย่างทันท่วงที ส่วนการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านส่วนประสมการตลาด โดยนำเสนอข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณและข้อมูลวิจัยเชิงคุณภาพแสดงดังตารางที่ 24-31 ดังนี้

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม	4.33	0.53	0.074	-0.786	มาก
2. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.20	0.72	-0.319	-1.012	มาก
3. ความน่าสนใจในวิถีชีวิต ความเป็นอยู่	4.31	0.63	-0.347	-0.668	มาก
รวม	4.28	0.49	-0.119	-0.818	มาก

จากตารางที่ 24 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D.=0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D.= 0.53) รองลงมา คือ ความน่าสนใจในวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D.= 0.63) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.20$ , S.D.=0.72)

ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกัน ตั้งแต่ 0.53 – 0.72 แสดงว่าตัวแปรของ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ส่วนประสมการตลาดบริการด้านผลิตภัณฑ์ มีค่าเท่ากับ -0.119 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.818 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 25 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม	4.33	0.53	0.074	-0.786	มาก
2. ความเหมาะสมราคาสินค้าที่จัดจำหน่าย	4.20	0.72	-0.319	-1.012	มาก
3. มีป้ายบอกราคาของที่จำหน่ายอย่างชัดเจน	4.31	0.63	-0.347	-0.668	มาก
รวม	4.28	0.49	-0.119	-0.818	มาก

จากตารางที่ 25 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D.=0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D.= 0.53) รองลงมา คือ มีป้ายบอกราคาของที่จำหน่ายอย่าง ( $\bar{X} = 4.31$ , S.D.= 0.63) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเหมาะสมราคาสินค้าที่จัดจำหน่าย ( $\bar{X} = 4.20$ , S.D.=0.72)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.53 – 0.72 แสดงว่าตัวแปรของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านด้านราคา ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถาม มีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ค่าเท่ากับ -0.119 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.818 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 26 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. สามารถเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง	4.05	0.71	-0.74	-0.996	มาก
2. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว	4.05	0.58	-0.005	-0.53	มาก
3. ความปลอดภัยการเดินทางสถานที่ท่องเที่ยวด้านส่งเสริมการตลาด	4.22	0.63	-0.199	-0.593	มาก
รวม	4.11	0.56	-0.017	-0.632	มาก

จากตารางที่ 26 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D.=0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความปลอดภัยการเดินทางสถานที่ท่องเที่ยวด้านส่งเสริมการตลาด ( $\bar{X} = 4.22$ , S.D.= 0.63) รองลงมา คือ สามารถเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D.= 0.71) และความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.05$ , S.D.=0.58)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.58 – 0.71 แสดงว่าตัวแปรของ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านช่องทางจัดจำหน่าย ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย ค่าเท่ากับ -0.017 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.632 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะ เบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร ส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางจัดจำหน่าย มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

**ตารางที่ 27** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของส่วนประสมการตลาดบริการ ด้านส่งเสริมการตลาด

ด้านส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. แพ้คเคจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.41	0.68	1.295	0.454	ปานกลาง
2. ความทั่วถึงในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์	3.38	0.77	0.220	1.187	ปานกลาง
3. การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวไทย	3.47	0.91	0.150	-0.033	มาก
รวม	3.43	0.63	0.777	-0.542	ปานกลาง

จากตารางที่ 27 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x}$  =3.43, S.D.=0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวไทย ( $\bar{x}$  =3.47, S.D.= 0.91) รองลงมา คือ แพ้คเคจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว ( $\bar{x}$  =3.41, S.D.= 0.68) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความทั่วถึงในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ( $\bar{x}$  =3.38, S.D.=0.77)

ส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมการตลาด มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.68 – 0.91 แสดงว่าตัวแปรของส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมการตลาด ค่าเท่ากับ 0.777 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.542 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะ เบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร ส่วนประสมการตลาดบริการด้านส่งเสริมการตลาด มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 28 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร

ด้านบุคลากร	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. พนักงานเต็มใจในการให้บริการ	3.41	0.68	1.295	0.454	ปานกลาง
2. อธิบายของคนในท้องถิ่น	3.38	0.77	0.220	1.187	ปานกลาง
3. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ	3.47	0.91	0.150	-0.033	ปานกลาง
รวม	3.42	0.63	0.777	-0.542	ปานกลาง

จากตารางที่ 28 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{x} = 3.42$ , S.D.=0.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ ( $\bar{x} = 3.47$ , S.D.= 0.91) รองลงมา คือ พนักงานเต็มใจในการให้บริการ ( $\bar{x} = 3.41$ , S.D.= 0.68) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ อธิบายของคนในท้องถิ่น ( $\bar{x} = 3.38$ , S.D.=0.77)

ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.68 – 0.91 แสดงว่าตัวแปรของ ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ส่วนประสมการตลาดบริการด้านบุคลากร ค่าเท่ากับ 0.777 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.542 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร ส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากร มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 29 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ

ด้านกระบวนการ	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ความเสมอภาคในการให้บริการ	4.13	0.49	0.287	0.713	มาก
2. จุดให้บริการนักท่องเที่ยว	4.18	0.65	-0.197	-0.679	มาก
3. มีพื้นที่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว	4.20	0.55	0.081	-0.105	มาก
รวม	4.17	0.49	0.223	-0.372	มาก

จากตารางที่ 29 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.17$ , S.D.=0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ มีพื้นที่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.20$ , S.D.= 0.55) รองลงมา คือ จุดให้บริการนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D.= 0.65) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเสมอภาคในการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D.=0.49)

ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.49 – 0.65 แสดงว่าตัวแปรของ ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ทุกข้อ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ ค่าเท่ากับ 0.223 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.372 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะ เบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร ส่วนประสมการตลาดบริการด้านกระบวนการ มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 30 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ

การสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว	4.26	0.52	0.249	-0.405	มาก
2. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว	4.38	0.58	-0.308	-0.711	มาก
3. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค	4.35	0.62	-0.406	-0.664	มาก
รวม	4.33	0.52	-0.139	-0.745	มาก

จากตารางที่ 30 พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.33$ , S.D.=0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.38$ , S.D.= 0.58) รองลงมา คือ ความเพียงพอของสาธารณูปโภค ( $\bar{X} = 4.35$ , S.D.= 0.62) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.26$ , S.D.=0.52)

ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.52 – 0.62 แสดงว่าตัวแปรของ ส่วนประสม

การตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเท่ากับ -0.139 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.745 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร ส่วนประสมทางการตลาดด้านการสร้างและ การนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 31 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง โดยรวมของส่วนประสมการตลาดบริการ

ส่วนประสมการตลาดบริการ	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.28	0.49	-0.119	-0.818	มาก
2. ด้านราคา	4.28	0.49	-0.119	-0.818	มาก
3. ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	4.11	0.56	-0.017	-0.632	มาก
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	3.43	0.63	0.777	-0.542	ปานกลาง
5. ด้านบุคลากร	3.42	0.63	0.777	-0.542	ปานกลาง
6. ด้านกระบวนการ	4.17	0.49	0.223	-0.372	มาก
7. ด้านการสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ	4.33	0.52	-0.139	-0.745	มาก
รวม	4.00	0.54	0.198	-0.638	มาก

จากตารางที่ 31 พบว่า ส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x}$  =4.00, S.D.=0.54) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ( $\bar{x}$  =4.33, S.D.= 0.52) รองลงมา คือด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ( $\bar{x}$  =4.28, S.D.= 0.49) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านบุคลากร ( $\bar{x}$  = 3.42, S.D.=0.63)

ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.49 –0.63 แสดงว่าตัวแปรของ ส่วนประสมการตลาดบริการ ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) ส่วนประสมการตลาดบริการด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ค่าเท่ากับ 0.198 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ

-0.638 มีการแจ่งแจ้งข้อมูลในลักษณะเบ้าซ้าย แสดงว่าตัวแปร ส่วนประสมการตลาดบริการ มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 32 แสดงผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านการตลาด

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านการตลาด	ผลการประเมิน	
	มีคุณสมบัติ	ไม่มีคุณสมบัติ
1. มีการนำเสนอราคาสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างโป่งใสและยุติธรรม	✓	
2. มีช่องทางการจัดจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	✓	
3. การส่งเสริมการขายในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น	✓	
4. มีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับภาคีอื่นๆ	✓	
5. มีการวางแผนตลาดการท่องเที่ยว	✓	
6. มีการสำรวจข้อมูล หรือวิจัย หรือข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยว		✓
7. มีการกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	✓	
8. มีการพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ	✓	
9. มีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป เช่น แพคเกจทัวร์	✓	
10. มีการดำเนินการด้านการตลาดโดยไม่เน้นผลกำไรเป็นหลัก		✓

จากตารางที่ 32 พบว่า ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีคุณสมบัติ ด้านการตลาด ได้แก่ มีการนำเสนอราคาสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างโป่งใสและยุติธรรม มีช่องทางการจัดจำหน่ายโปรแกรม

การท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ส่งเสริมการขายในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น มีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับภาคีอื่นๆ มีการวางแผนตลาดการท่องเที่ยว มีการกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีการพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และมีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป เช่น แพคเกจทัวร์ แต่มีการสำรวจข้อมูล หรือวิจัยข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยว

จากข้อมูลข้างต้นสามารถผสมผสานข้อมูลวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน พบว่า ด้านส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวม มีการนำเสนอราคา มีช่องทางการจัดจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ส่งเสริมการขายในรูปแบบที่หลากหลาย มีการสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยว ดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับภาคีอื่นๆ มีการวางแผนตลาดการท่องเที่ยว มีการกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีการพัฒนากระบวนการ และมีการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป แต่ไม่มีการวิจัยข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยว ส่วนการประเมินศักยภาพการมีส่วนร่วมของชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวแสดงดังตาราง 33-37 ดังนี้

ตารางที่ 33 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเ้ และความโด่ง ของการมีส่วนร่วมชุมชนด้านค้นหาปัญหา

ด้านค้นหาปัญหา	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. การแก้ไขปัญหาของสถานที่ท่องเที่ยว	3.69	0.59	0.218	-0.615	มาก
2. กำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน	3.70	0.62	0.302	-0.649	มาก
3. ร่วมประชุมเพื่อพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว	3.79	0.74	0.353	-1.099	มาก
รวม	3.73	0.62	0.143	-0.991	มาก

จากตารางที่ 33 พบว่า การมีส่วนร่วมชุมชน ด้านค้นหาปัญหา โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.73$ , S.D.=0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ร่วมประชุมเพื่อพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D.= 0.74) รองลงมา คือกำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน ( $\bar{X} = 3.70$ , S.D.= 0.62) และข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือการแก้ไขปัญหาของสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.69$ , S.D.=0.59)

การมีส่วนร่วมชุมชน ด้านค้นหาปัญหา มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.59 – 0.74 แสดงว่าตัวแปรของการมีส่วนร่วมชุมชน ด้านค้นหาปัญหา ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) การมีส่วนร่วมชุมชน ด้านค้นหาปัญหา มีค่าเท่ากับ 0.143 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.991 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปรการมีส่วนร่วมชุมชน ด้านค้นหาปัญหา มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

**ตารางที่ 34** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่งของการมีส่วนร่วมชุมชนด้านการวางแผน

ด้านการวางแผน	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. การจัดการสถานที่ท่องเที่ยว	4.00	0.66	-0.007	-0.690	มาก
2. การจัดการด้านประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว	3.64	0.67	0.576	-0.721	มาก
3. การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก	3.84	0.71	0.240	-0.986	มาก
รวม	3.83	0.61	0.295	-0.723	มาก

จากตารางที่ 34 พบว่า การมีส่วนร่วมชุมชน ด้านการวางแผน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.83$ , S.D.=0.61) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การจัดการสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.00$ , S.D.= 0.66) รองลงมา คือ การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 3.84$ , S.D.= 0.71) และข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือการจัดการด้านประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.64$ , S.D.=0.67)

การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการวางแผน มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.66 – 0.71 แสดงว่าตัวแปรของการมีส่วนร่วมชุมชน ด้านการวางแผน ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการวางแผน มีค่าเท่ากับ 0.295 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ขวา และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.723 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปรการมีส่วนร่วมชุมชน ด้านการวางแผน มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 35 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง ของการมีส่วนร่วมชุมชนด้านการปฏิบัติกิจกรรม

ด้านการปฏิบัติกิจกรรม	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย	4.16	0.62	-0.119	-0.493	มาก
2. จัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ	4.18	0.62	-0.131	-0.495	มาก
3. ปฏิบัติตามแผนของชุมชนที่วางไว้	4.15	0.61	-0.092	-0.424	มาก
รวม	4.16	0.52	-0.144	-0.350	มาก

จากตารางที่ 35 พบว่า การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการปฏิบัติกิจกรรม โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D.=0.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ จัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ ( $\bar{X} = 4.18$ , S.D.= 0.62) รองลงมา คือ ดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย ( $\bar{X} = 4.16$ , S.D.= 0.62) และข้อที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ปฏิบัติตามแผนของชุมชนที่วางไว้ ( $\bar{X} = 4.15$ , S.D.=0.61)

การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการปฏิบัติกิจกรรม มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกัน ตั้งแต่ 0.61 – 0.62 แสดงว่าตัวแปรของการมีส่วนร่วมชุมชน ด้านการปฏิบัติกิจกรรม ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการปฏิบัติกิจกรรม มีค่าเท่ากับ -0.144 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.350 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะ เบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปรการมีส่วนร่วมชุมชน ด้านการปฏิบัติกิจกรรม มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 36 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่งของการมีส่วนร่วมชุมชนด้านการติดตามและประเมินผล

ด้านการติดตามและประเมินผล	$\bar{X}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. แสดงความคิดเห็นในการติดตามการท่องเที่ยว	3.94	0.59	0.10	-0.110	มาก
2. สรุปผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว	3.94	0.58	0.003	-0.033	มาก

ตารางที่ 36 (ต่อ)

ด้านการติดตามและประเมินผล	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
3. การวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน	3.96	0.62	0.029	-0.414	มาก
รวม	3.95	0.51	-0.314	-0.331	มาก

จากตารางที่ 36 พบว่า การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการติดตามและประเมินผล โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.95$ , S.D.=0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน ( $\bar{x} = 3.96$ , S.D.=0.62) รองลงมา คือ แสดงความคิดเห็นในการติดตามการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.94$ , S.D.= 0.58) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ แสดงความคิดเห็นในการติดตามการท่องเที่ยว ( $\bar{x} = 3.94$ , S.D.=0.59)

การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการติดตามและประเมินผล มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.58 – 0.62 แสดงว่าตัวแปรของ การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการติดตามและประเมินผล ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการติดตามและประเมินผล มีค่าเท่ากับ -0.314 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.331 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร การมีส่วนร่วมชุมชนด้านการติดตามและประเมินผล มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย

ตารางที่ 37 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความเบ้ และความโด่ง โดยรวมของการมีส่วนร่วมชุมชน

การมีส่วนร่วมชุมชน	$\bar{x}$	S.D.	SK	KU	แปลผล
1. ด้านค้นหาปัญหา	3.73	0.62	0.143	-0.991	มาก
2. ด้านการวางแผน	3.83	0.61	0.295	-0.723	มาก
3. ด้านการปฏิบัติกิจกรรม	4.16	0.52	-0.144	-0.350	มาก
4. ด้านการติดตามและประเมินผล	3.95	0.51	-0.314	-0.331	มาก
รวม	3.92	0.57	-0.005	-0.598	มาก

จากตารางที่ 37 พบว่าการมีส่วนร่วมชุมชน โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.92$ , S.D.=0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ.ด้านการปฏิบัติ

กิจกรรม ( $\bar{X}$  =4.16, S.D.= 0.52) รองลงมา คือ ด้านการติดตามและประเมินผล ( $\bar{X}$  =3.95, S.D.= 0.51) และด้านที่มีเฉลี่ยน้อยที่สุด คือด้านค้นหาปัญหา ( $\bar{X}$  =3.73, S.D.=0.62)

การมีส่วนร่วมชุมชน มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ใกล้เคียงกันตั้งแต่ 0.51 – 0.62 แสดงว่าตัวแปรของ การมีส่วนร่วมชุมชน ทุกข้อผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นไม่แตกต่างกัน

ส่วนค่าความเบ้ (SK) การมีส่วนร่วมชุมชนมีค่าเท่ากับ -0.005 มีค่าการแจกแจง ข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย และโด่ง (KU) มีค่าเท่ากับ -0.598 มีการแจกแจงข้อมูลในลักษณะเบ้ซ้าย แสดงว่าตัวแปร การมีส่วนร่วมชุมชน มีการกระจายข้อมูลเล็กน้อย นอกจากนี้มีการวิเคราะห์สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน แสดงดังตารางที่ 38 ดังนี้

ตารางที่ 38 วิเคราะห์สถานการณ์ (SWOT analysis) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

จุดแข็ง (STRENGTHS)	จุดอ่อน (WEAKNESS)
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สมาชิกมีความพร้อมในการพัฒนา</li> <li>2. สภาพภูมิประเทศเหมาะกับการประกอบอาชีพทางการเกษตร</li> <li>3. ผู้นำชุมชนมีความสนใจในการพัฒนาท้องถิ่น</li> <li>4. ภายในชุมชนมีภูมิปัญญาที่หลากหลาย ผลิตภัณฑ์ชุมชนและหัตถกรรมชุมชน ในแต่ละตำบลมีความแตกต่างกัน ได้แก่ คลองสาม เช่น ขนมไทย ขนมเอแคลร์ ขนมบรวานี น้ำอ้อย น้ำใบเตย ผลไม้แช่อิ่ม กล้วยตาก ผักสวนครัวอินทรีย์ ไม้ผล การทอสีจากกก เดโคพลาส กระเป๋าผ้าไทยรูปแบบต่างๆ ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ชุมชนและหัตถกรรมชุมชนคลองห้า ได้แก่ ผักสลัดตั้งโต๊ะ ผักสวนครัวอินทรีย์ น้ำอ้อย ดินพร้อมปลูก ปุยอินทรีย์ ไม้ผล หมี่กรอบ น้ำพริกแกงเผ็ด น้ำพริกแกงส้ม ขนมเบเกอรี่ ผลิตภัณฑ์บัวในโหลแก้ว กระเป๋าผ้าเป็นต้น ผลิตภัณฑ์แปรรูปของชุมชนคลองหก เช่น ข้าวเกรียบเห็ด กล้วยตาก ตะกร้าจากไม้ไผ่ ต่างจากตำบลคลองสามและคลองห้า มีบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงสร้างพื้นฐานอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ</li> <li>2. นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก เพราะรถประจำทางมีจำนวนน้อย</li> <li>3. ช่องทางการขาย และการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่เพียงพอ</li> <li>4. ขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และโปรแกรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล</li> <li>5. ไม่มีโฮมสเตย์ ทั้งคลองสามและคลองห้า จะมีโฮมสเตย์ที่ตำบลคลองหก แต่ยังไม่ได้มาตรฐาน</li> <li>6. พื้นที่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนจำกัดไม่เกิน 50 คน</li> </ol>

ตารางที่ 38 (ต่อ)

<p><b>จุดแข็ง (STRENGTHS)</b></p> <p>5. การประชาสัมพันธ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนคลองสามใช้การประชาสัมพันธ์โดยสื่อบุคคล ส่วนคลองหกเพิ่มการประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย</p> <p>6. มีการบริการที่พัก ตำบลคลองหก มีบริการที่พักเป็นโฮมสเตย์ แต่ตำบลคลองสามและคลองห้ายังไม่มี</p> <p>7. มีการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับความรู้ความสามารถของสมาชิก</p> <p>8. มีการกระจายหน้าที่ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว</p> <p>9. แหล่งท่องเที่ยวกระจายรายได้แก่คนในชุมชน และเครือข่ายภายนอกชุมชนอย่างยุติธรรม</p>	
<p><b>โอกาส (OPPORTUNITIES)</b></p> <p>1. พื้นที่รอบชุมชนมีตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตร เช่น ตลาดชุมชน ตลาดไท</p> <p>2. มีหน่วยงานภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน</p>	<p><b>อุปสรรค (THREATS)</b></p> <p>1. ภาวะเศรษฐกิจโลกไม่แน่นอน เป็นสาเหตุทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางและใช้จ่ายน้อยลง</p> <p>2. คู่แข่งขันมีการพัฒนามาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล</p> <p>3. เศรษฐกิจไม่ดีมีผลต่อการท่องเที่ยว</p>

จากตารางที่ 38 สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีจุดแข็ง แหล่งท่องเที่ยวชุมชนนี้มีสภาพภูมิประเทศเหมาะสำหรับการจัดการท่องเที่ยว เพราะผู้นำและสมาชิก มีอาชีพเกษตรกรรมโดยยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ผู้นำและสมาชิกพร้อมที่จะพัฒนาชุมชน มีการนำผลผลิตมาแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ของชุมชน ได้แก่ การทอ絲อก การปลูกบัวสายพันธุ์ต่างๆ การปลูกอ้อย พืชผักสวนครัว ฯลฯ นอกจากนี้ยังทำผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น น้ำพริกแกงหมี่กรอบ ข้าวเกรียบเห็ด มะม่วงกวน ขนมไทย เป็นต้น ส่วนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนใช้สื่อบุคคล จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวสอดคล้องกับความรู้ความสามารถของสมาชิก พร้อมทั้งกระจายรายได้แก่ชุมชน ส่วนโอกาสพื้นที่รอบชุมชนมีตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตร และหน่วยงานภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน และอุปสรรคการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดปทุมธานีมีจำนวนมาก และจังหวัดใกล้เคียงมีการท่องเที่ยวลักษณะนี้จำนวนมาก ประกอบกับปัจจุบันเศรษฐกิจไม่ดี จึงมีผลกระทบกับการท่องเที่ยวชุมชน อีกทั้งมีการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แสดงดังตารางที่ 39 ดังนี้

ตารางที่ 39 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST analysis) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

POLITICAL FACTOR	ECONOMIC FACTOR
<p><b>ด้านบวก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้นำท้องถิ่นให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ นายกองค้การบริหารส่วนตำบล กำนันผู้ใหญ่บ้าน</li> <li>- รัฐบาลมีนโยบายสร้างความเจริญและยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดียิ่งขึ้น เป็นโอกาสในการผลักดันโครงการที่จะส่งเสริมชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร</li> <li>- รัฐบาลมีนโยบายแก้ไขปัญหาหนี้ในระบบ เป็นโอกาสในการแก้ไขปัญหาหนี้ครัวเรือนเกษตรกร ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ ขัดขวางการพัฒนาเกษตรกรจากการทำเกษตรเชิงเดี่ยวมาเป็นเกษตรผสมผสาน</li> </ul>	<p><b>ด้านบวก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตำบลคลองสาม มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 66,859 คน มีพื้นที่การเกษตรทั้งสิ้น 10,126 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 64 ของพื้นที่ทั้งหมด ซึ่งตำบลคลองสามมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม และมีการชลประทานที่เอื้อต่อ การเพาะปลูก พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของตำบล คือ ข้าว สวนผลไม้และ พืชผักต่างๆ</li> <li>- ตำบลคลองห้า มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 12,294 คน การประกอบอาชีพเกษตรกรจะมีเป็นส่วนใหญ่ตามชุมชนรอบนอก ได้แก่ การทำนา ทำสวน เลี้ยงสัตว์ เนื่องจากการขยายตัวของพื้นที่ที่อยู่อาศัยและอุตสาหกรรม ผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว พืชผัก พืชสวน</li> </ul>
	<p><b>ECONOMIC FACTOR</b></p> <p><b>ด้านบวก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ตำบลคลองหก มีจำนวนประชากรทั้งสิ้น 10,817 คน มีพื้นที่การเกษตรเป็นที่ราบลุ่ม และมีการชลประทานที่เอื้อต่อการเพาะปลูก พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของตำบล คือข้าว ไม้ผล</li> <li>- นักท่องเที่ยวสนใจความรู้เชิงเกษตร และมีความต้องการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณภาพ จังหวัดจึงส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรให้มีความรู้ ทักษะ และความชำนาญสามารถผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ</li> <li>- จังหวัดปทุมธานีมีนโยบายส่งเสริมเกษตรผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัยอย่างครบวงจร เพื่อให้ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวได้บริโภคสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ</li> </ul>

ตารางที่ 39 (ต่อ)

SOCIAL AND CULTURAL FACTOR	TECHNOLOGY FACTOR
<p><b>ด้านบวก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- พื้นที่ตำบลคลองสาม คลองห้า และคลองหก ยังคงมีกลิ่นไอของความเป็นชนบท ประชาชนส่วนใหญ่ที่อาศัยอยู่เป็นคนในพื้นที่ มีสายสัมพันธ์เป็นเครือญาติ คนรุ่นหลังยังให้ความเคารพนับถือผู้ใหญ่ ใส่ใจดูแลกันและกัน จึงเป็นผลให้การดำเนินชีวิตเป็นแบบพึ่งพาเกื้อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน</li> <li>- ชุมชนทั้ง 3 ตำบลนำภูมิปัญญา วิถีชีวิตชาวนา น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่ นำมาพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง กลายเป็นศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวชุมชน ในคราวเดียวกัน แต่ของตำบลคลองหกได้มีการพัฒนาเป็นต้นแบบโคกหนองนาโมเดล</li> </ul>	<p><b>ด้านบวก</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ประธานแหล่งท่องเที่ยวชุมชนของทุกตำบลมีวิสัยทัศน์กว้างไกล สนับสนุนเยาวชนนำความรู้ด้านเทคโนโลยี เช่น Line (ไลน์) Facebook (เฟซบุ๊ก) นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน</li> </ul>

จากตารางที่ 39 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก (PEST analysis) แหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย

ปัจจัยด้านการเมือง พบว่า ผู้นำชุมชนให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน และรัฐบาลมีนโยบายสร้างความเจริญ เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชนให้ดีขึ้น โดยผลักดันโครงการเพื่อส่งเสริมความเป็นอยู่ของเกษตรกร พร้อมทั้งมีนโยบายแก้ไขหนี้ในระบบ และส่งเสริมให้ทำเกษตรกรรมผสมผสาน

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า ชุมชนมีลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีการชลประทานที่เอื้อต่อการเพาะปลูก พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ข้าว สวนไม้ผลและ พืชผักต่าง ๆ นักท่องเที่ยวสนใจความรู้ เชิงเกษตร ต้องการบริโภคอาหารที่ปลอดภัย และมีคุณภาพ จังหวัดปทุมธานีส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกร มีความรู้ ทักษะ ความชำนาญสามารถผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย และได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรปลอดภัย สารพิษอย่างครบวงจร เพื่อให้ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยวได้บริโภคสินค้าเกษตรที่ปลอดภัยดีต่อสุขภาพ

ปัจจัยสังคมและวัฒนธรรม พบว่าชุมชน ยังคงมีความเป็นชนบท ประชาชนส่วนใหญ่ในชุมชนมีสายสัมพันธ์เป็นเครือญาติ คนรุ่นหลังยังให้ความเคารพนับถือผู้ใหญ่ ใส่ใจดูแลกันและกัน จึงส่งผลต่อการดำเนินชีวิตแบบพึ่งพาเกื้อให้เกิดความเข้มแข็งของชุมชน อีกทั้งชุมชนนำภูมิปัญญา วิถีชีวิตชาวนา น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่ มาพัฒนาเป็นศูนย์เรียนรู้ปรัชญา

เศรษฐกิจพอเพียง กลายเป็นศูนย์เรียนรู้และท่องเที่ยวชุมชนในคราวเดียวกัน ส่วนตำบลคลองหกได้พัฒนาเป็นโคกหนองนาโมเดล

ปัจจัยเทคโนโลยี พบว่า ประธานแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทุกตำบลสนับสนุนประชาชนนำความรู้ด้านเทคโนโลยี เช่น Line (ไลน์) Facebook (เฟซบุ๊ก) นำมาใช้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชน

#### 4.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ใช้การวิเคราะห์ด้วยสถิติขั้นสูง มีค่าคุณภาพของแบบจำลองโดยรวมทั้งการประเมินแบบจำลองและการวัดค่า ความอึดตัวด้วยสถิติสามค่า พบว่า SRMR มีค่าน้อยกว่า 0.08  $d_{ULS}$  และ  $d_G$  น้อยกว่าค่า 95% Bootstrap Quantile (HI95 of SRMR)  $d_G$  (Geodesic Discrepancy) ซึ่ง  $d_G < 95\%$  Bootstrap Quantile (HI95 of  $d_G$ ) และ  $d_{ULS}$  (Unweighted Least Square Discrepancy) ซึ่ง  $d_{ULS} < 95\%$  Bootstrap Quantile (HI95 of  $d_{ULS}$ ) ซึ่งหมายความว่าแบบจำลองมีคุณภาพดี (Henseler, et al., 2016) แสดงดังตารางที่ 40

ตารางที่ 40 คุณภาพแบบจำลองโดยรวม

ค่าสถิติ	Goodness of Model Fit (Saturated Model)			Goodness of Model Fit (Estimated Model)		
	Value	HI95	HI99	Value	HI95	HI99
SRMR	0.064	0.025	0.028	0.078	0.027	0.031
$d_{ULS}$	0.633	0.095	0.123	0.935	0.111	0.144
$d_G$	0.730	0.096	0.126	0.843	0.093	0.119

จากนั้นการวิเคราะห์แบบจำลอง (Outer model) ใช้เกณฑ์การพิจารณา คือ 1. Monological network 2. Multicollinearity 3. Weight Significance 4. Weight and Loading relevance โดย Monological network ซึ่งความสัมพันธ์และเครื่องหมายตัวแปรแฝงเป็นไปตามทฤษฎี เกณฑ์ที่สองสภาวะร่วมเส้นตรง พิจารณาจากค่า Variance Inflation Factor (VIF) ต้องมีค่าไม่เกิน 5 (Hair, Ringle, & Sarstedt: 2011) เกณฑ์ที่สาม Outer Weights ตัวบ่งชี้ที่มีนัยสำคัญทางสถิติถือว่าผ่านเกณฑ์คุณภาพสามารถคงตัวบ่งชี้โมเดลได้ เกณฑ์ที่สี่ถ้าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติให้พิจารณาค่า Loading (ต้องเกินกว่า 0.50) สามารถเก็บตัวบ่งชี้ดังกล่าวไว้ได้ ถ้า Outer Weights ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และ Loading มีค่าน้อยกว่า 0.50 ต้องตัดตัวบ่งชี้ออกจากโมเดล

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีค่าตัวบ่งชี้เริ่มต้น 3 ตัว คงเหลือตัวบ่งชี้ที่ผ่านเกณฑ์คุณภาพ จำนวน 3 ตัว พิจารณาสถิติ Loading มีค่าอยู่ระหว่าง 0.815 – 0.971 ค่า Outer Weights 0.177 – 0.534 สถิติผ่านเกณฑ์คุณภาพตัวแปรศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

การมีส่วนร่วม มีค่าตัวบ่งชี้เริ่มต้น 3 ตัว คงเหลือตัวบ่งชี้ที่ผ่านเกณฑ์คุณภาพจำนวน 4 ตัว พิจารณาสถิติ Loading มีค่าอยู่ระหว่าง 0.578 – 0.931 ค่า Outer Weights 0.246 – 0.598 (ค่าไม่เกิน 0.50) สถิติผ่านเกณฑ์คุณภาพตัวแปรศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

ส่วนประสมทางการตลาด มีค่าตัวบ่งชี้เริ่มต้น 7 ตัว คงเหลือตัวบ่งชี้ที่ผ่านเกณฑ์คุณภาพ จำนวน 7 ตัว พิจารณาสถิติ Loading มีค่าอยู่ระหว่าง 0.611-0.927 (ค่าเกณฑ์ 0.50) ค่า Outer Weights 0.150 – 0.403 สถิติผ่านเกณฑ์คุณภาพตัวแปรศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด

การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีค่าตัวบ่งชี้เริ่มต้น 3 ตัว คงเหลือตัวบ่งชี้ที่ผ่านเกณฑ์คุณภาพจำนวน 3 ตัว พิจารณาสถิติ Loading มีค่าอยู่ระหว่าง 0.596 – 0.928 ค่า Outer Weights 0.116 – 0.590 สถิติผ่านเกณฑ์คุณภาพตัวแปรศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีคุณภาพตามเกณฑ์ที่กำหนด และค่าน้ำหนักของดัชนีวัดและมาตรวัดความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้ แสดงดังตารางที่ 41

ตารางที่ 41 ค่าน้ำหนักของดัชนีวัดและมาตรวัดความเที่ยงตรงและความเชื่อถือได้

ปัจจัย	Loading	Weights	Weights T-Values
<b>ปัจจัยศักยภาพชุมชน</b>			
ด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว	0.815	0.177	3.196
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.971	0.534	6.085
ด้านความสามารถในการเข้าถึง	0.906	0.373	6.526
<b>ปัจจัยการมีส่วนร่วม</b>			
ด้านค้นหาปัญหา	0.702	0.246	7.955
ด้านการวางแผน	0.847	0.352	9.143
ด้านการปฏิบัติกิจกรรม	0.931	0.598	13.255
ด้านการติดตามและประเมินผล	0.578	-0.048	-1.207

ตารางที่ 41 (ต่อ)

ปัจจัย	Loading	Weights	Weights T-Values
<b>ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ</b>			
ด้านผลิตภัณฑ์	0.784	0.168	3.170
ด้านราคา	0.710	0.062	1.040
ด้านช่องทางจัดจำหน่าย	0.927	0.403	6.482
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.734	0.197	4.275
ด้านบุคลากร	0.693	0.131	2.352
ด้านกระบวนการ	0.611	0.090	1.525
ด้านการสร้างและการนำเสนอ	0.893	0.180	3.533
<b>ปัจจัยการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน</b>			
ด้านเศรษฐกิจ	0.928	0.590	10.585
ด้านสังคม	0.896	0.427	6.902
ด้านสิ่งแวดล้อม	0.596	0.116	3.524

**หมายเหตุ** เลขข้อหน้าดัชนีแต่ละตัวไม่ได้เรียงลำดับ เกิดจากการตัดดัชนีที่ค่าน้ำหนัก (loading) ต่ำกว่า 0.7

จากตารางที่ 40 และตารางที่ 41 พบว่า คุณภาพแบบจำลองโครงสร้างพิจารณาจาก ขนาดและความเชื่อมั่นของค่าน้ำหนักระหว่างตัวแปรแฝง ค่าสถิติ  $R^2$  และ  $f^2$  คือข้อมูลเดียวกัน วิเคราะห์อิทธิพลจำนวน 5 เส้นทาง ค่าน้ำหนักสูงและมีนัยสำคัญทางสถิติ 5 เส้นทางตั้งแต่ -0.383 ถึง 0.917 และค่า  $f^2$  เท่ากับ 0.056 ถึง 5.311 คือ การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีขนาดความสัมพันธ์กับศักยภาพชุมชนเท่ากับ 0.713 ส่วนการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีขนาดความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วม เท่ากับ 0.710 และการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีขนาดความสัมพันธ์กับส่วนประสมการตลาด เท่ากับ 0.837 ทุกคู่มีความสัมพันธ์ขนาดใหญ่ แล้วทำการศึกษาผลกระทบการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนแสดงผลดังตารางที่ 42 และทำการศึกษาค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างแต่ละตัวแปรแฝงแสดงผลดังตาราง 43

ตารางที่ 42 ค่าผลกระทบ

สมมติฐาน	Effect	Beta (Path Coefficient)	t-value	p-value (2-sided)	Cohen's f <sup>2</sup>	ผลการวิเคราะห์
H <sub>1</sub>	POT -> ATT	-0.383	-3.606	0.000	0.056	สนับสนุน
H <sub>2</sub>	PART -> POT	0.917	118.747	0.000	5.311	สนับสนุน
H <sub>3</sub>	PART-> MARK	0.797	42.987	0.000	1.745	สนับสนุน
H <sub>4</sub>	PART-> TOUR	0.355	4.736	0.000	0.071	สนับสนุน
H <sub>5</sub>	MARK-> TOUR	0.887	13.896	0.000	0.688	สนับสนุน

จากตารางที่ 42 พบว่า การมีส่วนร่วม และส่วนประสมการตลาดบริการ ส่งผลต่อการพัฒนา ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

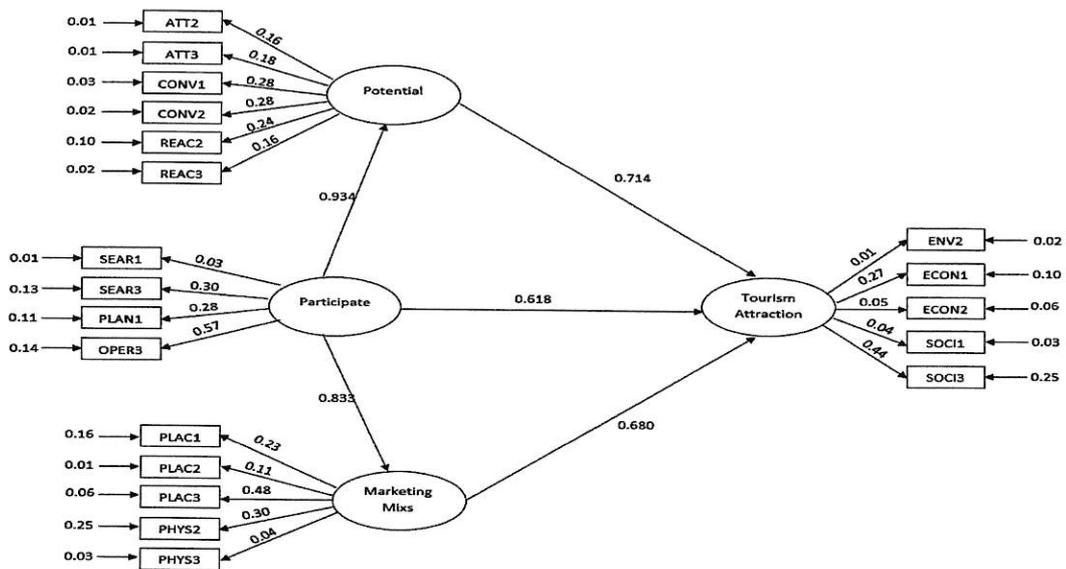
ตารางที่ 43 ค่าน้ำหนักอิทธิพลทางตรง และทางอ้อม และอิทธิพลรวมระหว่างแต่ละตัวแปรแฝง

ปัจจัยอิทธิพล	การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน			
	R <sup>2</sup>	DE	IE	TE
ศักยภาพชุมชน (POT)	0.841	-	-	-
การมีส่วนร่วม (PART)	0.635	0.917	0.355	0.710
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (MARK)	0.719	0.887	-	0.887

หมายเหตุ DE = อิทธิพลทางตรง IE = อิทธิพลทางอ้อม TE = ผลรวมอิทธิพล

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 43 พบว่า ศักยภาพชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ส่วนการมีส่วนร่วม ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม และส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทางอ้อม ซึ่งแสดงโครงสร้างแบบจำลองการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี แสดงดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 โครงสร้างแบบจำลองพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ในการวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสามารถสรุปผลการทดสอบ ตามตารางที่ 42 มีรายละเอียดดังนี้

ผลการศึกษาสมมติฐาน (H<sub>1</sub>) ศักยภาพชุมชน ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และความสามารถในการเข้าถึง ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า ยอมรับสมมติฐาน (H<sub>1</sub>) การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (P < .001) โดยมีความสัมพันธ์ทางลบ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (DE = -0.383)

ผลการศึกษาสมมติฐาน (H<sub>2</sub>) การมีส่วนร่วม ประกอบด้วย ค้นหาปัญหา การวางแผน การปฏิบัติกิจกรรม การติดตามผลและประเมินผล ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม พบว่า ยอมรับสมมติฐาน (H<sub>2</sub>) การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน (p < .001) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง (DE = 0.917)

ผลการศึกษาสมมติฐาน (H<sub>3</sub>) ส่วนประสมทางการตลาดบริการ ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการ การสร้างและการนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ประกอบด้วย เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ พบว่า ยอมรับสมมติฐาน (H<sub>3</sub>) การพัฒนาศักยภาพแหล่ง

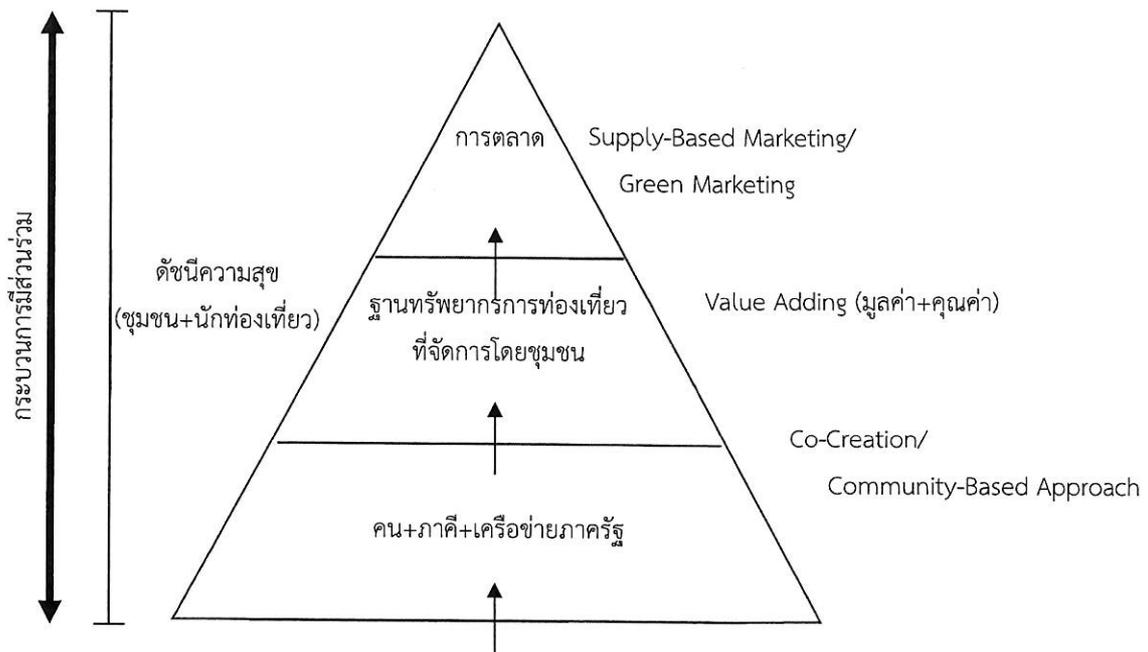
ท่องเที่ยวชุมชน ( $p < .001$ ) โดยมีความสัมพันธ์ทางบวก ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์เส้นทาง ( $DE = 0.887$ ) ดังแสดงตารางที่ 43

ตารางที่ 44 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย		ผลการวิเคราะห์
สมมติฐานข้อที่ 1	ศักยภาพชุมชน ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	สนับสนุน
สมมติฐานข้อที่ 2	การมีส่วนร่วม ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	สนับสนุน
สมมติฐานข้อที่ 3	ส่วนประสมทางการตลาด ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี	สนับสนุน

#### 4.3 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro-tourism) คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่แหล่งชุมชนที่ทำการเกษตร เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตของเกษตรกร นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเกษตร ชุมชนมีรายได้ นักท่องเที่ยวได้รับความรู้ มีความเพลิดเพลินในกิจกรรม และมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนั้น



ภาพที่ 5 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ  
เพื่อการท่องเที่ยว (อพท.) 2560

แหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประยุกต์ศักยภาพชุมชน การมีส่วนร่วมของชุมชน และส่วนประสมการตลาดบริการ เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน โดยใช้กลยุทธ์ทางการตลาด TOWS Matrix ได้แก่ กลยุทธ์เชิงรุก กลยุทธ์รับ กลยุทธ์แก้ไข กลยุทธ์ป้องกัน และ แสดงดังตารางที่ 45-48 ดังนี้

ตารางที่ 45 แสดงแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ด้วยกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy)

จุดแข็ง	โอกาส	แนวทางการพัฒนา
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สมาชิกมีความพร้อมในการพัฒนา</li> <li>2. สภาพภูมิประเทศเหมาะกับการประกอบอาชีพทางด้านเกษตร</li> <li>3. ผู้นำชุมชนมีความสนใจในการพัฒนาท้องถิ่น</li> <li>4. ภายในชุมชนมีภูมิปัญญาที่หลากหลาย</li> <li>5. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนและหัตถกรรมชุมชน</li> <li>6. มีการประชาสัมพันธ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนใช้การสื่อบุคคลและโซเชียลมีเดีย</li> <li>7. มีการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับความรู้ความสามารถของสมาชิก</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. รอบชุมชนมีตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตร เช่น ตลาดชุมชน ตลาดไท</li> <li>2. ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ผู้นำและสมาชิก นำภูมิปัญญาท้องถิ่นจัดเป็นกิจกรรมให้แก่นักท่องเที่ยว</li> <li>2. ทำการประชาสัมพันธ์กิจกรรมผลิตภัณฑ์ และหัตถกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง</li> </ol>

จากตารางที่ 45 พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategy) เป็นการนำจุดแข็งกับโอกาส มาเป็นแนวทางการพัฒนา โดยผู้นำและสมาชิกในชุมชน นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาจัดเป็นกิจกรรมให้แก่นักท่องเที่ยว ทำการประชาสัมพันธ์ กิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และหัตถกรรมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ให้เป็นที่รู้จักทั่วไป

ตารางที่ 46 แสดงแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์เชิงรับ (ST Strategy)

จุดแข็ง	อุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
1. สมาชิกมีความพร้อมในการพัฒนา 2. สภาพภูมิประเทศเหมาะกับการประกอบอาชีพทางด้านเกษตร 3. ผู้นำชุมชนมีความสนใจในการพัฒนาท้องถิ่น 4. ภายในชุมชนมีภูมิปัญญาที่หลากหลาย 5. มีผลิตภัณฑ์ชุมชนและหัตถกรรมชุมชน 6. มีการประชาสัมพันธ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชนใช้การสื่อบุคคลและโซเชียล 7. มีการจัดกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับความรู้ความสามารถของสมาชิก	1. ลักษณะการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดปทุมธานี และจังหวัดใกล้เคียงมีการท่องเที่ยวลักษณะนี้จำนวนมาก 2. ปัจจุบันเศรษฐกิจไม่ดีมีผลกระทบกับการท่องเที่ยวชุมชน	1. สร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 2. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสู่สากล

จากตารางที่ 46 พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์เชิงรับ (ST Strategy) เป็นการนำจุดแข็งกับอุปสรรค มาเป็นแนวทางการพัฒนา โดยสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวชุมชน รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนสู่สากล

ตารางที่ 47 แสดงแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy)

จุดอ่อน	โอกาส	แนวทางการพัฒนา
1. โครงสร้างพื้นฐานอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ 2. นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก 3. ช่องทางการขาย และการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่เพียงพอ 4. ขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และโปรแกรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล 5. ที่พักมีจำนวนจำกัดและยังขาดมาตรฐาน 6. พื้นที่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนจำกัดไม่เกิน 50 คน	1. รอบชุมชนมีตลาดรองรับผลผลิตทางการเกษตร เช่น ตลาดชุมชน ตลาดไท 2. ภาครัฐส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชน	1. ปรับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว 2. พัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน 3. ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และโปรแกรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล อย่างต่อเนื่อง

จากตารางที่ 47 พบว่า การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategy) โดยนำโอกาสมากำหนดกลยุทธ์เพื่อแก้ไขจุดอ่อน (WO) เป็นแนวทางการพัฒนา โดยปรับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ เพียงพอต่อการให้บริการนักท่องเที่ยว พัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน พร้อมทั้งประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และโปรแกรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล อย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 48 แสดงแนวการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้วยกลยุทธ์ป้องกัน (WT Strategy)

จุดอ่อน	อุปสรรค	แนวทางการพัฒนา
1. โครงสร้างพื้นฐานอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอ 2. นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังไม่สะดวก 3. ช่องทางการขาย และการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนยังไม่เพียงพอ 4. ขาดการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน และโปรแกรมการท่องเที่ยวตามฤดูกาล 5. ที่พักมีจำนวนจำกัดและยังขาดมาตรฐาน 6. พื้นที่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนจำกัดไม่เกิน 50 คน	1. ภาวะเศรษฐกิจโลกไม่แน่นอน เป็นสาเหตุทำให้นักท่องเที่ยวไม่เดินทางและใช้จ่ายน้อยลง 2. คู่แข่งขันมีการพัฒนามาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ	1. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนให้มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว 2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

ตารางที่ 48 พบว่า แนวการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี กลยุทธ์ป้องกัน (WT Strategy) ใช้จุดอ่อน และอุปสรรคของแหล่งท่องเที่ยวมากำหนดเป็นแนวทางการพัฒนา โดยจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชนให้มีคุณค่าแก่นักท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล มีแนวปฏิบัติดังนี้

1) ผู้นำ ได้แก่ ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน องค์กรบริหารส่วนตำบลหรือเทศบาล สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน โดยมีการแต่งตั้งคณะกรรมการในชุมชน สร้างกฎ กติกา เน้นการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชน มีการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตระหนักต่อประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น การบริหารจัดการที่ชุมชนมีส่วนร่วม และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน

2) แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวแล้ว มีการสร้างเครือข่าย โดยการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวตามความสามารถในการรับรองของพื้นที่และความร่วมมือในระดับท้องถิ่น

3) ปรับโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกเส้นทางและระบบ GPS ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

4) ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกี่ยวกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หัตถกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ และชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชนให้มากขึ้น เป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง เน้นการประชาสัมพันธ์ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยใช้สื่อการบอกเล่าปากต่อปาก สื่อสังคมออนไลน์สร้าง Facebook Page โดยใช้ชื่อ “ท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง” มี Logo มีไอคอนต้นไม้อันแสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เป็นการนำเสนอเนื้อหาสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาตินำร่องจำนวน 7 แห่ง ได้แก่ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง ตำบลคลองสาม หมู่ที่ 14 สวนผักลุงผู้ใหญ่ หมู่ที่ 12 ตำบลคลองห้า ศูนย์เรียนรู้เกษตรปลอดภัยตำบลคลองห้า ศูนย์เรียนรู้บัวตำบลคลองห้า ตลาดชุมชนตำบลคลองห้า กลุ่มเบเกอรี่ตำบลคลองห้า และกลุ่มสัมมาชีพตำบลคลองหก มีผู้ดูแลเพจ (Co-Administrator) และรับผิดชอบเนื้อหาาร่วมกัน เพื่อให้เกิดความเคลื่อนไหว และสร้างความยั่งยืนให้กับ Facebook Page “ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง” พร้อมทั้งเว็บไซต์

- |  |   |
|--|---|
| 1) <a href="http://www.Thainewsvision.com">www.Thainewsvision.com</a>          | 2) <a href="http://www.siamnewstime.com">www.siamnewstime.com</a> |
| 3) <a href="http://www.thaikufanews.com">www.thaikufanews.com</a>              | 4) <a href="http://lokkhaosanonline.com">lokkhaosanonline.com</a> |
| 5) <a href="http://www.asiabiz-travel.com">www.asiabiz-travel.com</a>          | 6) <a href="http://www.restmetalk.com">www.restmetalk.com</a>     |
| 7) <a href="http://www.gorgeousbkk.com">www.gorgeousbkk.com</a>                | 8) <a href="http://www.siamnewsday.com">www.siamnewsday.com</a>   |
| 9) <a href="http://www.aailyreportsiamnews">http://www.aailyreportsiamnews</a> |   |

5) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเกษตรอินทรีย์ และคงอัตลักษณ์ “เกษตรอินทรีย์” โดยไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนไปจากลักษณะเดิม ซึ่งจะทำให้เกิดความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเมื่อมาเยือนได้ทุกครั้ง สร้างคุณค่าและเกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งให้ความสำคัญการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ โดยกระตุ้น และปลูกจิตสำนึกคนในชุมชนร่วมอนุรักษ์ ดูแลรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในตำบลคลองสาม ตำบลคลองห้า และตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

6) จัดเส้นทางท่องเที่ยวจัดแบ่ง 3 เส้นทาง ดังนี้

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 1 เส้นทางอาชีพมีความโดดเด่นเรื่องอาชีพการปลูกผักสลัดอินทรีย์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตร ประกอบด้วยจุดท่องเที่ยว 5 จุด คือ 1) สวนผักลุงผู้ใหญ่ 2) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรปลอดภัย 3) ศูนย์เรียนรู้บัว 4) กลุ่มเบเกอรี่บ้านคลองห้า และ 5) กลุ่มสัมมาชีพตำบลคลองหก

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 2 เครือข่ายแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยจุดท่องเที่ยว 7 จุด คือ 1) ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงตำบลคลองสาม 2) สวนผักลุงผู้ใหญ่ 3) กลุ่มสัมมาชีพตำบลคลองหก 4) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรปลอดภัยตำบลคลองห้า 5) ศูนย์เรียนรู้บัว 6) กลุ่มเบเกอร์บ้านคลองห้า และ 7) ตลาดชุมชนตำบลคลองห้า

เส้นทางท่องเที่ยวที่ 3 ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้วยการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วยจุดท่องเที่ยว 2 จุด คือ 1) พิพิธภัณฑ์พระรามเก้าเป็นพิพิธภัณฑ์เฉพาะทางและพิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์ 2) ตลาดชุมชนตำบลคลองห้า หรือ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงตำบลคลองสาม หรือ สวนผักลุงผู้ใหญ่ หรือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรปลอดภัย หรือ ศูนย์เรียนรู้บัว หรือ กลุ่มเบเกอร์บ้านคลองห้า

7) โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จำนวน 3 รายการ คือ โปรแกรมที่ 1 ท่องเที่ยวครึ่งวัน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามความสนใจของของตนเพียง 1 แห่ง ได้แก่ (1)กลุ่มเบเกอร์บ้านคลองห้า (2) ศูนย์เรียนรู้บัว (3) สวนผักลุงผู้ใหญ่ (4) วิสาหกิจชุมชนฯ หมี่กรอบ (5) ตลาดชุมชนตำบลคลองห้า (6) ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านคลองสาม (7) กลุ่มสัมมาชีพตำบลคลองหก รับประทานอาหารว่างในแหล่งท่องเที่ยวที่เลือก และรับประทานอาหารกลางวันสวนผักลุงผู้ใหญ่

โปรแกรมที่ 2 ท่องเที่ยว 1 วัน ต้อนรับนักท่องเที่ยวพร้อมรับประทานอาหารว่างตอนเช้า (1) กลุ่มเบเกอร์บ้านคลองห้า (2) ศูนย์เรียนรู้บัว (3) สวนผักลุงผู้ใหญ่พร้อมรับประทานอาหารกลางวัน (4) วิสาหกิจชุมชนฯ หมี่กรอบ (5) ตลาดชุมชนตำบลคลองห้า

โปรแกรมที่ 3 ท่องเที่ยว 2 วัน 1 คืน ต้อนรับนักท่องเที่ยวพร้อมรับประทานอาหารว่างตอนเช้า (1) กลุ่มเบเกอร์บ้านคลองห้า (2) ศูนย์เรียนรู้บัว (3) สวนผักลุงผู้ใหญ่พร้อมรับประทานอาหารกลางวัน

ค่าใช้จ่ายการเรียนรู้อาชีพของชุมชน (1) กลุ่มเบเกอร์บ้านคลองห้า สอนทำมาถ่อมสด (2) วิสาหกิจชุมชนฯ หมี่กรอบ สอนทำหมี่กรอบ นักท่องเที่ยวจำนวน 10 คน ค่าใช้จ่ายกิจกรรม 50 บาทต่อคน นักท่องเที่ยวจำนวน 20 คน ค่าใช้จ่ายกิจกรรม 40 บาทต่อคน นักท่องเที่ยวจำนวน 30 คน ค่าใช้จ่ายกิจกรรม 30 บาทต่อคน (3) สวนผักลุงผู้ใหญ่ เยี่ยมชมสวนผักฟรี สอนการปลูก และการทำดินพร้อมปลูกผักอินทรีย์ พร้อมนำกลับบ้าน ค่าใช้จ่าย 50 บาทต่อคน (4) ศูนย์เรียนรู้บัว เยี่ยมชมสวนบัวฟรี อบรมปลูกบัวในกระถางพร้อมนำกลับบ้านระยะเวลา 1 วัน ค่าลงทะเบียน 350 บาทต่อคน อบรมทำโหลบัวพร้อมนำกลับบ้านระยะเวลา 2 วัน ค่าลงทะเบียน 2,500 บาทต่อคน

ส่วนที่พักนักท่องเที่ยวที่ประสงค์จะพักสามารถติดต่อ MP รีสอร์ท ซอยจรัสหมู่ที่ 11 ตำบลคลองห้า ค่าบริการห้องละ 500 บาทพักได้ 2 คน โทร. 02-0193579 นอกจากนี้ถ้านักท่องเที่ยวไม่มีรถยนต์ส่วนตัวสามารถใช้บริการรถตู้ ครูต้อย โทร 085-0983820 และผู้ประสานงาน (1) ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง ตลาดชุมชนตำบลคลองห้า และกลุ่มเบเกอร์บ้านคลองห้า สามารถติดต่อ

คุณนิต โทร. 081-7349955 (2) ศูนย์เรียนรู้บัว สามารถติดต่อคุณเปิ้ล โทร.081- 7930339 (3) สวนผักลุงผู้ใหญ่ สามารถติดต่อผู้ใหญ่แดง โทร.086-8130322 (4) วิสาหกิจชุมชนฯ หมี่กรอบ สามารถติดต่อ คุณนวลปรานค์ โทร. 084-6562010 (5) ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านคลองสาม สามารถติดต่อผู้ใหญ่ณก โทร. 087-0134206 (6) กลุ่มสัมมาชีพตำบลคลองหก สามารถติดต่อคุณอดุลย์ โทร. 086-3806792 นอกจากนี้จัดทำปฏิทินการท่องเที่ยวชุมชนตามเทศกาล (1) จัดประเพณีเทศกาลสงกรานต์ ช่วงเดือนเมษายน (2) จัดกิจกรรมการปลูกข้าว ช่วงเดือนพฤษภาคม (3) จัดประเพณี จุดลูกหนู ช่วงเดือนกรกฎาคม (4) ตักบาตรน้ำผึ้ง และพิธีเกี่ยวข้าว ในเดือนตุลาคม

8) สินค้าชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญการเป็นเกษตรอินทรีย์ มีความซื่อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การกำหนดราคาขายเหมาะสม และรักษาระดับราคาสินค้าไม่ให้เกิดแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน

9) พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ (1) การฝึกอบรม เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ การบริการนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการทำงานเป็นทีม (2) ศึกษาดูงาน ที่พิพิธภัณฑ์การเกษตร อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี (3) การแลกเปลี่ยนความรู้ เกี่ยวกับการต้อนรับนักท่องเที่ยว การจัดสถานที่ท่องเที่ยวชุมชน การทำอาหารท้องถิ่นบริการนักท่องเที่ยว การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว

จากผลการวิจัยค้นพบนวัตกรรมที่เกิดจากแหล่งท่องเที่ยวชุมชนประยุกต์ภูมิปัญญา และองค์ความรู้การเกษตร 3 ประเภท คือ 1) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการบริการ ได้แก่ (1) การแปรรูป เช่น ขนมแอมแคล ดินพร้อมปลูกสูตรลุงผู้ใหญ่ ปุ๋ยน้ำหมักสูตรลุงผู้ใหญ่ หมี่กรอบสมุนไพร น้ำพริกแกงกระเป่าผ้า ทองม้วนกรอบ ทองม้วนกรอบบ้านคลองห้า กล้วยตากพลังงานแสงอาทิตย์ ก้อนเชื้อเห็ดนางฟ้าภูฐาน ข้าวเกรียบเห็ดนางฟ้าภูฐาน ชิฟพอนเห็ดนางฟ้าภูฐาน พืชชาเห็ดนางฟ้าภูฐาน และ (2) งานหัตถกรรม เช่น การทอเสื่อก จักรยานสำหรับรถต้นไม้ 2) นวัตกรรมกระบวนการ ได้แก่ (1) การพัฒนาศูนย์เรียนรู้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง หมู่ที่ 16 และ (2) การสอน หรือสาธิตกิจกรรม ได้แก่ การทอเสื่อ การดูแลรักษาความสะอาดในชุมชน การทำหมี่กรอบ การทำทองม้วน การทำกล้วยตากอบตู้พลังงานแสงอาทิตย์ การสกัดน้ำมันหอมระเหยจากเปลือกส้มซ่า การผลิตเครื่องดื่มสมุนไพร การทำปุ๋ยน้ำหมักปลาสูตรลุงผู้ใหญ่ การพัฒนาโคกหนองนาโมเดล การทำพืชชาหน้าเห็ดนางฟ้าภูฐาน 3) นวัตกรรมการตลาด โดยการมุ่งตลาดเฉพาะกลุ่ม การยกระดับสินค้าชุมชน และจัดทำผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์จากนวัตกรรม โดยเชื่อมโยงด้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ มีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านเศรษฐกิจ นวัตกรรมจากผลการวิจัยทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์ เป็นที่สนใจให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิตที่เรียบง่ายและมีการดำรงชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ ก่อให้เกิดรายได้เสริมที่สามารถนำรายได้นั้นไปปรับปรุงที่อยู่อาศัย การออมทรัพย์ไว้ใช้จ่ายยามขาดแคลน เจ็บป่วย หรือเป็นทุนการศึกษาให้กับลูกหลาน และสร้างงานให้กับคนในชุมชน

2) ด้านสังคม นวัตกรรมจากผลการวิจัยทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์ (1) เป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจให้กับชาวบ้านในการนำเสนอ “ของดี” ชุมชนให้คนภายนอกได้รับรู้ ทำให้เกิดการสืบค้น ถ่ายทอด และฟื้นฟูวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ชุมชนมีการบริหารจัดการและร่วมกันกำหนดว่าวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอะไรบ้างที่ชุมชนพร้อมในการนำเสนอและสร้างการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนสามารถสร้างการมีส่วนร่วมให้กับนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของตน สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือน (2) เป็นส่วนสนับสนุนการพัฒนาคน มีการพัฒนาทักษะและเพิ่มเติมความรู้ใหม่ให้กับสมาชิกในชุมชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจในการพูดคุยแลกเปลี่ยนกับคนภายนอก (3) เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเรื่องความสะอาด และสุขอนามัย (4) คนท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวส่งเสริมท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการพัฒนาบริการ และ สิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ให้กับชุมชน รวมทั้งนำคุณภาพชีวิตที่ดีกว่าสู่ชุมชน ประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยว อาทิ การยกระดับโครงสร้างพื้นฐาน การปรับปรุงระบบสาธารณสุข และการขนส่ง 3) ด้านสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ นวัตกรรมจากผลการวิจัยทำให้ชุมชนได้รับประโยชน์ เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ทั้งการสร้างภาคภูมิใจให้กับชุมชนในการเผยแพร่ภูมิปัญญาในการจัดการทรัพยากร สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวให้ผู้มาเยือนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ได้ทำการสรุปผลการวิจัย ได้แก่ 1) การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และ 3) การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ มีดังนี้

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ในภาพรวมมีมาก ในเรื่องบริการอาหาร จุดแวะซื้อสินค้า เกษตร มีศูนย์รวมสินค้าการเกษตรกระจายอยู่ตามบริเวณ มีระบบสาธารณูปโภครองรับนักท่องเที่ยว ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีแต่ยังไม่เพียงพอ ได้แก่ สถานที่ต้อนรับ ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ บ้ายบอทาง และป้ายสื่อความหมายตามบริเวณที่สำคัญ และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ และจุดบริการรถโดยสาร

2) ด้านความสามารถในการเข้าถึง ในภาพรวมมีมาก ในเรื่องเส้นทางการคมนาคม และทรัพยากร มีมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว มีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ส่วนศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่อยู่ในระดับกลาง ได้แก่ ความสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยว สื่อประชาสัมพันธ์ มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวชัดเจน มีการรวมกลุ่มโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดข้อมูล และมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ส่วนศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ควรปรับปรุง ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ

3) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ในภาพรวมมีมาก ในเรื่องความมีเอกลักษณ์ วิถีชีวิตเกษตร มีกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ และภูมิปัญญา แหล่งท่องเที่ยวมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ มีพืชพันธุ์ สัตว์ และมีทัศนียภาพสวยงาม

4) ด้านการบริการ ในภาพรวมมีมาก ในเรื่องบริการข้อมูล การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว โดยผู้ให้บริการมีทัศนคติที่ดี มีความรู้ ทักษะ มีความสุภาพ มีความน่าเชื่อถือ มีความเสมอภาคในการ

ให้บริการ การให้บริการมีลำดับขั้นตอน มีเทคนิคการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว มีความชำนาญนักท่องเที่ยว และตอบสนองอย่างทันท่วงที

5) ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ ในภาพรวมมีมาก ในเรื่องการนำเสนอราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ส่งเสริมการขายในรูปแบบที่หลากหลาย มีการสร้างเครือข่ายท่องเที่ยว ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับภาคีเครือข่าย มีการวางแผนตลาดการท่องเที่ยว มีการกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีการพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และมีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป

6) การมีส่วนร่วมของชุมชน ในภาพรวมมีมาก ในเรื่องการค้นหาความต้องการและปัญหา การวางแผน การปฏิบัติกิจกรรม และการติดตามประเมินผล

5.1.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีศักยภาพชุมชนที่สัมพันธ์กับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ส่วนการมีส่วนร่วมส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม และส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทางอ้อม

5.1.3 การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีแนวปฏิบัติดังนี้

1) ผู้นำชุมชน สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการมีส่วนร่วมการบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน

2) การสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวชุมชนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนการท่องเที่ยวชุมชนตามความสามารถและความร่วมมือของชุมชน

3) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกเส้นทาง ระบบ GPS ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วให้กับนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

4) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพเกี่ยวกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ หัตถกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักและจงใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในชุมชนให้มากขึ้น โดยใช้สื่อบุคคล สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook Page โดยใช้ชื่อ “ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง” มี Logo มีไอคอนอัปเดตไม่อันแสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

5) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรอินทรีย์ ที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนไปจากลักษณะเดิม ทำให้เกิดความ

แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น จึงมีเสน่ห์ ดึงดูดใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งคุณค่าและเกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว ในการจัดกิจกรรมลักษณะนี้ช่วย ปลุกจิตสำนึกคนในชุมชนร่วมอนุรักษ์ รักษา และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับประเทศ

6) จัดเส้นทางท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน และปฏิทินการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

7) สินค้าชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญการเป็นเกษตรอินทรีย์ มีความซื่อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การกำหนดราคาขายเหมาะสม และรักษาระดับราคาสินค้าไม่ให้แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน

8) พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านความรู้และทักษะเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ การบริการนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการทำงานเป็นทีม

## 5.2 การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

5.2.1 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ

1) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมมีมาก มีการอำนวยความสะดวกบริการอาหารให้นักท่องเที่ยว มีจุดแวะซื้อสินค้าเกษตร หรือศูนย์รวมสินค้าการเกษตรกระจายอยู่ตามบริเวณสำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยว และมีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา รองรับความต้องการนักท่องเที่ยวเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ส่วนสิ่งอำนวยความสะดวกที่ยังไม่เพียงพอ ได้แก่ สถานที่ต้อนรับ ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายตามบริเวณที่สำคัญ และไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสำหรับผู้พิการ และการบริการรถสาธารณะ ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของวิวัฒน์ชัย บุญญภัคดิ์ (2550) แหล่งท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม สถานบริการต่างๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ และการรักษาความปลอดภัย

2) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านความสามารถในการเข้าถึง โดยรวมมีมาก มีเส้นทางคมนาคมสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากร มีการปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น ส่วนศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

ชุมชนที่อยู่ในระดับกลาง ได้แก่ สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มาก สื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลกับนักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ และ วีดิทัศน์ เป็นต้น มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวจากอันตรายที่อาจจะเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว เช่น มาตรการอพยพ เส้นทางหนีไฟ เป็นต้น มีการแบ่งพื้นที่การใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวชัดเจน มีการรวมกลุ่มหรือคณะกรรมการโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถถ่ายทอดข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และมีการปรับปรุงภูมิทัศน์ภายในแหล่งท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ และศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่ควรปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชุดิกาญจน์ กันทะอุ (2560) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวชุมชนจะต้องมีการเข้าถึงที่สะดวกสบาย มีเส้นทางที่เข้าถึงได้ง่าย และเส้นทางเชื่อมต่อกับทรัพยากรบริเวณใกล้เคียงด้วย

3) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านสิ่งดึงดูดใจโดยรวมมีมาก มีเอกลักษณ์ และวิถีชีวิตเกษตรที่น่าสนใจ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจถ่ายทอดองค์ความรู้ และภูมิปัญญา ส่วนแหล่งท่องเที่ยวมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ มีความน่าสนใจด้านพืชพันธุ์หรือสัตว์ที่พบเจอ และมีทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชุดิกาญจน์ กันทะอุ (2560: 14) สุวิภา จำปาวัลย์ และธัญญา พรหมบุรณย์ (2558: 8) กล่าวว่า การสร้างชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชุมชน จะต้องมียุทธศาสตร์ในด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ได้แก่ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ เป็นต้น การคมนาคมมีเส้นทางที่เข้าถึงได้ง่าย และเส้นทางเชื่อมต่อกับทรัพยากรบริเวณใกล้เคียงด้วย ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกในชุมชนที่จะต้องมียุทธศาสตร์แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พักแรม ร้านอาหารต่างๆ และการรักษาความปลอดภัย

4) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการบริการแก่นักท่องเที่ยว มีทัศนคติการให้บริการ มีการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ผู้ให้บริการข้อมูลมีความรู้และทักษะ ความสุภาพ ความมีน้ำใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว มีการสร้างความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว ความเสมอภาคในการให้บริการ การบริการที่มีลำดับขั้นตอน มีเทคนิคการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยว มีความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และตอบสนองอย่างทันท่วงที ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของพจนานวนศรี (2546) กล่าวถึงการให้บริการ การดำเนินการท่องเที่ยวระยะเวลาที่ให้บริการนำเที่ยว เงื่อนไขการให้บริการ และกฎระเบียบการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยว

5) ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านส่วนประสมการตลาดบริการโดยรวมมีมาก มีการนำเสนอราคา มีช่องทางการจัดจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น ส่งเสริมการขายในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น มีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับภาคีเครือข่าย มีการวางแผนตลาดการท่องเที่ยว มีการกำหนด

จุดขายของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน มีการพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ และมีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ (2560) พบว่า ความสำคัญของส่วนประสมการตลาดบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก

6) การมีส่วนร่วมของชุมชนโดยรวมมีมาก ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิรินันท์ พงษ์นิรันดร และคณะ (2559: 18) นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ (2558: 21) กล่าวว่า กิจกรรมท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการรณรงค์การมีส่วนร่วมของประชาชน ในการสร้างกระบวนการวางแผน และตัดสินใจ ในการจัดการท่องเที่ยวของชุมชน

5.2.2 ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ศักยภาพชุมชนมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรกนก มณเฑียร (2560) แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตำบลปลาเค้า อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ พบว่า แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว ควรมีสถานที่ต้อนรับที่พักให้เพียงพอน่าอยู่น่าประทับใจ ส่วนราชการหรือภาครัฐต่างๆ ให้การสนับสนุนความรู้กับร้านอาหารให้สะอาดถูกสุขลักษณะ และปลอดภัยด้านศักยภาพในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยว ส่วนการมีส่วนร่วม ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินันท์ พงษ์นิรันดร และคณะ (2559) พบว่า แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมาควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการเป็นส่วนหนึ่งของการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งคณะกรรมการดำเนินการวางแผน การกำหนดแนวปฏิบัติการติดตาม และประเมินผลการดำเนินการต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในพื้นที่ และส่วนประสมทางการตลาดบริการส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนทางอ้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเพ็ญญา เพ็งประไพ (2559) พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อความต้องการในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคมของเกาะพะงัน

5.2.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี  
แนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี มีแนวปฏิบัติดังนี้

1) ผู้นำชุมชน สนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ด้านการมีส่วนร่วม การบริหารจัดการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตระหนักต่อประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชฎาพร เลิศโกคานนท์ และวิเชียร เลิศโกคานนท์ (2557) พบว่า การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

เชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้บริหาร หรือผู้นำชุมชนมีความเห็นว่าการมีกิจกรรมทำให้คนในชุมชนมีความร่วมมือกัน และเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนให้มากขึ้น

2) การสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวชุมชนเป็นที่รู้จักให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำแผนการท่องเที่ยวชุมชนตามความสามารถและความร่วมมือของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิภา จำปาวัลย์ และธัญญา พรหมบุรณย์ (2558) พบว่า สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนในการการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม

3) ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ป้ายบอกเส้นทางและระบบ GPS ในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชฎาพร เลิศโกคานนท์ และวิเชียร เลิศโกคานนท์ (2557) การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน และสภาพแวดล้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติ

4) ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเกี่ยวกับกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และหัตถกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ และชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในชุมชนให้มากขึ้น และเป็นที่รู้จักในวงกว้างอย่างต่อเนื่อง เน้นการประชาสัมพันธ์ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ โดยใช้สื่อการบอกเล่าปากต่อปาก สื่อสังคมออนไลน์สร้าง Facebook Page โดยใช้ชื่อ “ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอกลองหลวง” มี Logo มือโอบอุ้มต้นไม้อันแสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุวิภา จำปาวัลย์ และธัญญา พรหมบุรณย์ (2558) พบว่า การบริหารจัดการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชนในการการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม

5) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรอินทรีย์ และคงความเป็นอัตลักษณ์ “เกษตรอินทรีย์” โดยไม่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตชุมชนไปจากลักษณะเดิม ซึ่งจะทำให้เกิดความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดใจและสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวเมื่อมาเยือนได้ทุกครั้ง สร้างคุณค่าและเกิดประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งให้ความสำคัญการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ได้แก่ ดิน น้ำ อากาศ โดยกระตุ้น และปลูกจิตสำนึกคนในชุมชนร่วมอนุรักษ์ ดูแลรักษาความสะอาดในแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชฎาพร เลิศโกคานนท์ และวิเชียร เลิศโกคานนท์ (2557) การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น พบว่า ช่างฝีมือที่มีอยู่ในปัจจุบันในท้องถิ่นมีความพร้อมในการถ่ายทอดความรู้ ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับคนรุ่นใหม่ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว มีความเห็นเกี่ยวกับความพร้อม และความสามารถของชุมชนบ้านเหมืองกุง มีในระดับมาก

6) จัดเส้นทางการท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวชุมชน และปฏิทินการท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชฎาพร เลิศโกคานนท์ และวิเชียร เลิศโกคานนท์ (2557) พบว่า การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุ้งให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการสร้างเครือข่ายกับชุมชน เพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยว

7) สินค้าชุมชน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและเครื่องดื่ม ให้ความสำคัญการเป็นเกษตรอินทรีย์ มีความซื่อสัตย์ต่อนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การกำหนดราคาขายเหมาะสม และรักษาระดับราคาสินค้าไม่ให้แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของอัญชิกา แก้วศิริ (2560) พบว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์ (2560) พบว่าภาพลักษณ์มีอิทธิพลทางบวกต่อความพึงพอใจของลูกค้า

8) พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ด้านความรู้และทักษะเกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ การบริการนักท่องเที่ยว การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการทำงานเป็นทีม สอดคล้องแนวคิดของ Shirley Eber (1992: 112) กล่าวว่า การฝึกอบรมบุคลากร (Training staff) เป็นการฝึกอบรมบุคลากรท้องถิ่นทุกประเภททุกระดับ ให้มีความรู้เกี่ยวกับแนวคิด และวิธีปฏิบัติในการพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งจะช่วยยกระดับของการบริหารการท่องเที่ยว

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 สถานที่ท่องเที่ยวชุมชนให้ความสำคัญด้านความสะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก อีกทั้งที่พักที่มีมาตรฐานมีเพียงพอต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและได้รับการรับรองมาตรฐาน

5.3.1.2 การมีส่วนร่วมชุมชน เน้นความสำคัญของวิถีชีวิตชุมชน สภาพแวดล้อมในชุมชน การแบ่งปันผลประโยชน์เท่าเทียมกัน และร่วมประชุมแก้ไขปัญหาการดำเนินงาน และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ภูมิปัญญา เกษตรอินทรีย์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนในการเรียนรู้ชุมชนผ่านกิจกรรม “สร้างคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว”

5.3.1.3 การพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนโดยใช้กลยุทธ์เชิงรุก คือ การวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว “เอกลักษณ์ที่โดดเด่น” การเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่

เพิ่มมากขึ้น มีการพัฒนามาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสร้างเสน่ห์การให้บริการด้วยความสุภาพ และอัธยาศัยที่ดี

5.3.1.4 การพัฒนาท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนโดยใช้กลยุทธ์เชิงป้องกัน คือ การพัฒนาเครือข่าย ถ่ายทอดการจัดการความรู้ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ก้าวที่เติบโตของการท่องเที่ยวโอทอปนวัตกรรมวิถีผู้ประกอบการเสนอแพ็คเกจการท่องเที่ยว ท่องเที่ยวหลัก-ท่องเที่ยวรอง ปทุมธานี พร้อมทั้งวิเคราะห์คาดการณ์สิบปีของท่องเที่ยวปทุมธานี

5.3.1.5 การประชาสัมพันธ์ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง บน Facebook Page เน้นการบริหารจัดการผู้ดูแลระบบร่วม จะต้องกระตุ้นให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการสื่อสารเรื่องราวของตงกิจกรรมของชุมชน “การเล่าเรื่อง คลิปวีดีโอ การถ่ายภาพ” พร้อมทั้งจัดอบรมผู้ดูแลระบบร่วม

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จะเป็นการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุง และวางแผนให้สอดคล้องต่อนักท่องเที่ยว

5.3.2.2 ควรศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการให้บริการของกลุ่มท่องเที่ยว

5.3.2.3 ควรศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่อื่นของจังหวัดปทุมธานี เพื่อสร้างเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนในวงกว้างมากขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการเกษตร สำนักพัฒนาเกษตรกร. 2546. โครงการเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้และ  
เครือข่ายเกษตรกรทฤษฎีใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาเกษตรกร.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมการท่องเที่ยว. 2556. แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 5  
พ.ศ. 2555-2559. กรุงเทพฯ: องค์การค้ำของ สก.สศ.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2554. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559.  
กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กิตติมา ลุ่มภักดี. 2558. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ของ  
ผู้บริโภควัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน การตลาด และการ  
บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต (กรกฎาคม-กันยายน 2558).
- จรินทร์ พิกประไพ. 2558. การพัฒนาศักยภาพชุมชนและกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบนฐานนิเวศ  
วัฒนธรรมเชิงการท่องเที่ยว เขตพื้นที่บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม. วารสาร  
สังคมศาสตร์วิชาการ 8 (ฉบับพิเศษ). 151-168.
- จำรัส พุ่มจันทร์. 2553. กลยุทธ์การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านอาหารเนื้อย่าง  
เกาหลีในเขตเทศบาลนครอุบลราชธานี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ  
จัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ฉันท์ชนิด เกตุน้อย. 2559. ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7P's และการ  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก.  
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- ชัชวาล ทรงสุนทรวงศ์. 2554. หน่วยที่ 5 การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ  
การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.(หน้า 45-54) นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ชินโรส ถิ่นวิไลสกุล. 2559. แนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค. เข้าถึง  
[www.teacher.ssru.ac.th/chinoross.th/file.php/1/\\_1.doc](http://www.teacher.ssru.ac.th/chinoross.th/file.php/1/_1.doc). (เข้าถึงวันที่ 5 สิงหาคม  
2559)
- ชุดิภาณูจน์ กันทะอุ. 2560. การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นฐานกรณีศึกษาบ้านร่องพอง ตำบลร่อง  
พอง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนา

มนุษย์และสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- จิตรพร ลดาตูก. 2559. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่มีผลต่อการเลือกใช้  
สายการบินต้นทุนต่ำของผู้โดยสารชาวไทยที่ใช้บริการ ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง. ค้นคว้า  
อิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.  
ณภัคอร ปุณยภาภัสสร. 2553. AIDA Model. [http://punyapapssom.blogspot.com/2010/08/  
aida-model.html](http://punyapapssom.blogspot.com/2010/08/aida-model.html). (เข้าถึงวันที่ 18 สิงหาคม 2559).
- ณัญญากัญญ์ รัตนวรกานต์. 2561. องค์ประกอบของส่วนท้องถิ่นกับมาตรการทางกฎหมายเพื่อ  
ส่งเสริมการท่องเที่ยว. วารสารร่วมพฤษภา มหวิทยาลัยเอกรีก. 36(2561). 180-202.
- ถวิล บุรีกุล. 2548. การมีส่วนร่วม แนวคิด ทฤษฎีและกระบวนการ. นนทบุรี: พาณิชนพระนคร.
- ทิพย์สุดา พุฒจร และคณะ. 2556. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว  
โดยชุมชนเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. กรณีศึกษาชุมชนสลักดอก จังหวัดตราด.  
วารสารศิลปศาสตร์. 5(2). 12-117.
- เทพกร ณ สงขลา. 2556. ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการ  
ใช้ทรัพยากรของชุมชน: กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรข้างกลาง จังหวัดนครศรีธรรมราช.  
วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์. 6(2). 1-12.
- ชนกฤต สิงห์เคราะห์. 2558. พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคที่ยั่งยืนของผู้บริโภควัยทำงานต่อ  
การเลือกศูนย์อาหารในศูนย์การค้าในอำเภอเมืองเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ  
มหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธนาภา ช่วยแก้ว และสุดใจ จิโรจน์กุล. 2562. การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมริมแม่น้ำ  
ปากพองเพื่อส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว อำเภอปากพอง จังหวัดนครศรีธรรมราช.  
วารสารวิทยบริการ. 30(3). 80-97.
- ธีระพงษ์ แก้วหาวงษ์. 2545. กระบวนการการสร้างคามเข้มแข็ง ประชาคม ประชาสังคม.  
ขอนแก่น: โครงการจัดตั้งมูลนิธิเสริมสร้างคามเข้มแข็ง ชมรมนักวิชาการสาธารณสุขภาค  
ตะวันออกเฉียงเหนือ.
- นันท์ภา เจตจำรัส. 2555. ปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคบุฟเฟ่ต์ปิ้งย่างในเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่  
จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง  
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- นาฏสุดา เขมมะสิริ. 2556. การพัฒนาศักยภาพชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน:

- กรณีจังหวัดภูเก็ตและจังหวัดชลบุรี. วารสารจันทร์เกษมสาร. 19(36). 41-50.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรสแอนด์ดีไซน์.
- เบญจมาศ ณ ทองแก้ว และคณะ. 2560. ศักยภาพและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตำบล  
คันธุลี จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิจัยเพื่อพัฒนาเชิงพื้นที่. 9(2). 106-121.
- เบญจวรรณ กิตติจารุกร. 2556. ศักยภาพชุมชนในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
กรณีศึกษาชุมชนสมุทรเจดีย์ ตำบลปากน้ำ อำเภอมะนัง จังหวัดระยอง. วิทยานิพนธ์  
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เบญจวรรณ วงศ์คำ. 2550. หมู่เกาะช้างและพื้นที่เชื่อมโยงชายฝั่งทะเลตราด. กรุงเทพฯ:  
คอมพ์เวอร์ค.
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี. 2553. การศึกษาศักยภาพและแนวทางการ  
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอกวนโดน และบ้านโตมปาหนัน  
อำเภอกวนกาหลง จังหวัดสตูล.
- ปิยพร ทองสุข. 2558. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการสำหรับนักท่องเที่ยวเพศทางเลือก  
(LGBT) ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พจนา สนวนศรี. 2546. คู่มือจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและ  
ธรรมชาติ.
- \_\_\_\_\_. 2554. CBT มีสติพื้นที่ทางสังคมของชุมชนในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวสร้าง  
การเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พรเพ็ญ วิจักขณ์ประเสริฐ. 2549. คู่มือการจัดการท่องเที่ยวชุมชนและบันทึกแบบโฮมสเตย์.  
(พิมพ์ครั้งที่ 2) เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพ็ญญา เฟ็งประไพ. 2558. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อความต้องการของ  
นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสังคม และวัฒนธรรมของ  
เกาะพะงัน จังหวัดสุราษฎร์ธานี. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ  
จัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พัลลภา อมาตยกุล. 2559. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อประกันรถยนต์ผ่านทางระบบ  
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. การประชุมวิชาการและนำเสนอ  
ผลงานวิจัยระดับชาติราชธานีวิชาการ ครั้งที่ 1 : “สร้างเสริมสหวิทยาการผสมผสาน

- วัฒนธรรมไทย ก้าวอย่างมั่นใจเข้าสู่ AC”.
- ภัทรเทพ ต่อบุญ. 2556. ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดบริการของธุรกิจร้านหมูกระทะแสนฝาง ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. กาคันคว่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ภัทรธนกัลย์ เตียไพบูลย์. 2557. ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชน บ้านหัวนอนวัด ตำบลแม่ทอม อำเภอบางกล่ำ จังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการสิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ภูษณิศ เตชเถลิง. 2555. การพัฒนาผู้ประกอบการท้องถิ่นและการตลาดท่องเที่ยวโดยชุมชน อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2545. เอกสารการสอบชุดการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยว หน่วยที่ 1-8. พิมพ์ครั้งที่ 1 กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- รัชฎาพร เลิศโกคานนท์ และวิเชียร เลิศโกคานนท์. 2557. การพัฒนาศักยภาพชุมชนบ้านเหมืองกุงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น. วารสารการจัดการสมัยใหม่. 12(1). 22-38.
- รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ. 2556. แนวทางการพัฒนาศักยภาพสถานีเกษตรหลวงปางตะ เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืน. Nuresuan University Journal. 21(1). 107-123.
- รัตเกล้า เปรมประสิทธิ์. 2559. บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนจากการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติ. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 12(2).195-216.
- ราชบัณฑิตยสถาน. 2554. พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- ราณี อีสัชกุล. 2557. การจัดการการท่องเที่ยวเฉพาะทาง. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- วรกร จันทราภรณ์. 2558. ส่วนผสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้ออุปกรณ์ Gaming gear. กาคันคว่าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วิภาดา เกาธรรมพิทักษ์ และเทิดชาย ช่วยบำรุง. 2562. ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกทางวัฒนธรรมในประเทศไทย กรณีศึกษา นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม. 7(1). 35-45.

- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดิ์. 2550. ผลกระทบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อมรดกศิลปวัฒนธรรม.  
 จุลสารการท่องเที่ยว.
- ฤดีรัตน์ สิทธิบริบูรณ์. 2558. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการและภาพลักษณ์ที่ส่งผลต่อ  
 ความพึงพอใจของลูกค้าร้านอาหารวอเตอร์ไซด์ รีสอร์ท. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจ  
 มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- วุฒิสาร ตันไชย. 2545. การกระจายอำนาจและการปกครองท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: ธรรมดาเพลส.
- ศิริจรรยา ประพุดติกิจ. 2553. การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเมือง จังหวัดตราด  
 เพื่อจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ  
 วางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิรินันท์ พงษ์นรินทร์ และคณะ. 2559. แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยว  
 อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษากิจการ. 9(1). 234-259.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2543. รายการการดำเนินการงานขั้น  
 สุดท้ายเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยว  
 แห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สมลักษณ์ ไชยประเสริฐ. (2549). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชนในคณะกรรมการ  
 ตรวจสอบ ติดตาม และบริหารงานตำรวจ สถานีตำรวจนครบาล. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2551). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบราชการ  
 พ.ศ. 2551-2555. <http://opdc.go.th> (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 เมษายน 2563)
- สิริภา กิจประพุกธิกุล. 2556. ส่วนประสมทางการตลาดบริการทัศนคติและแรงจูงใจในการ  
 ท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเกาหลีของนักท่องเที่ยว  
 ชาวไทยในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สุทามาศ จันทรรถาวร. 2556. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ  
 สินค้าบน Facebook ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารการเงิน การลงทุน  
 การตลาดและการบริหารธุรกิจ, (ตุลาคม-ธันวาคม).
- สุวิภัทร ศรีจองแสง และเข็มจิรา หนองเป็ด. 2562. การพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิง  
 วัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ของชุมชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 ตอนล่าง. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 10 (ฉบับพิเศษ). 72-101.
- สุวิภา จำปาวัลย์ และธัญยา พรหมบุรณย์. 2558. แนวทางการพัฒนาศักยภาพและการบริหาร

- จัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนมีส่วนร่วมเชิงประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในตำบลบ้านเรือน  
อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต. 3(1). 5-16.
- เสาวคนธ์ เหลืองทองคำ และเสรี วงษ์มณฑา. 2558. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาอำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วารสารวิชาการ  
บัณฑิตวิทยาลัยสวนดุสิต. 11(1). 19-29.
- อคิน ระพีพัฒน์. 2547. การมีส่วนร่วมในการพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศูนย์การศึกษานโยบายสาธารณสุข.  
อรกนก มณฑะเชียร. 2560. แนวทางการพัฒนาศักยภาพชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว  
เชิงวัฒนธรรม ตำบลปลาเค้า อำเภอเมืองอำนาจเจริญ จังหวัดอำนาจเจริญ.  
วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 8(2). 31-42.
- อรทัย ก๊กผล. 2552. คู่มือคู่มือการมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับผู้บริหารท้องถิ่น. กรุงเทพฯ:  
เจริญสุนิหวงศ์.
- อรทัย พระหัตต์. 2558. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนในพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์  
กรณีศึกษาชุมชนป้อมมหากาฬ. การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหาร  
จัดการสาธารณะ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรณพ เรืองกลับปวงค์ และสรารธรรม เรืองกลับปวงค์. 2559. แนวทางการพัฒนาคุณภาพบริการ  
ของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ จังหวัดนนทบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น.  
10(3). 7-21.
- อัญธิกา แก้วศิริ. 2560. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อการใช้บริการ  
ร้านอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระ  
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- Alireza, J., Mohammad. K. R. Z., Zahra, K., Tahere, S., Ali, K. 2013. The Marketing  
Mix and Development of Medical Tourism in Shiraz. Journal of the  
Academy of Medical Sciences of Bosnia and Herzegovina. 25(1). 32-36.
- Andersen, I. M. V., Blichfeldt, B. S., & Liburd, J. J. 2018. Sustainability in coastal  
tourism development: an example from Denmark. Current Issues in  
Tourism. 21(12).1329-1336.
- Atik, M., Alton. T., & Artar, M. 2010. Land Use Changes in Relation to Coastal  
Tourism Developments in Turkish Mediterranean. Polish Journal of

- Environmental Students.19(1). 21-33.
- Aziz, R. C., Hashim, N. A. A. N., & Awang, Z. 2018. **Tourism Development in Rural Areas: Potentials of Appreciative inquiry Approach.** *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts.* 10(1). 59-75.
- Battour, M., & Ismail, M. N. 2016. **Halal tourism: Concepts, practices, Challenges and future.** *Tourism Management Perspectives*, 19(Part B). 150-154.
- Chaudhary, M. (2010). **Tourism Marketing.** Oxford University Press, New Delhi.
- Giampiccoli, A., & 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.
- Hawkins, Del. L., Best, Rojer. J. & Coney, Kenneth A. 1998. **Consumer Behavior.** (7<sup>th</sup>. ed). Baston: McGraw-Hill, Inc.
- Holcomb J. L., Upchurch R. S., Okumus F. 2007. “**Corporate Social responsibility: what are top hote companies reporting**” *International Journal of Contemporary Hospitality Management.* 19(6). 461-475.
- Inkson, C. & L. Minnaert. 2012. **Tourism Management: An Introduction.** SAGE, Los Angeles.
- John F. 2004. **Strategic Management.** New York: McGraw. Hill.
- Kotler, P. J. T. Bowen & J. C. Makens. 2014. **Marketing for Hospitality and Tourism.** (6<sup>th</sup>. ed). Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, Philip & Keller, Kavin Lane. 2012. **Marketing Management.** (12<sup>th</sup> ed). Edinburgh Gate:Pearson Education.
- Kotler, Phillip. 1997. **Marketing Management.** (9<sup>th</sup>. ed.) Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Li, WJ. 2006. **Community decision making participation in development.** *Annuals of Tourism Research.* 33(1). 132-143.
- Lisa, K., Kathy, B., & Scott, T. 2014. **Evaluating the Implementation of a Professional Sport Team’s Corporate Community involvement Initiative.**

- Journal of Sport Management. 28. 324-337.
- Martin. 1995. **Competence-Based Assessment**. Philadelphia: Backgham Open University Press.
- Marzuki, A. 2008. **Decision making and community participation: A case study of the tourism industry in Langkawi**. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*. 56(3). 227-241.
- Mitchell, R. E. 2008. **Community perspectives in sustainable tourism: Lessons from Peru**. In S. F. McCool & R. N. Neil (Eds). *Tourism, recreation and sustainability: Linking culture and environment*. (2<sup>nd</sup> ed). New York: CABI Publishing.
- Mohammad Amzad, A. H. S., & Sumayya, B. 2012. **Investigating the Impact of Marketing Mix Element an Tourists Satisfaction: An Empirical Study on East Lake**.
- Mowforth, M., & Munt, I. 2016. **Tourism and Sustainability**. (4<sup>th</sup>. ed.). Oxon: Routledge.
- Mowforth, Martin & Ian, Munt. 2009. **Tourism and Sustainability: Development, Globalization and New Tourism in the Third World**. (3<sup>rd</sup>. ed.). London: Routledge.
- Naidoo, P., Ramscook-Munhurrun, P. & Seegoolam, P. 2011. **An assessment of visitor satisfaction with nature-based tourism attractions**. *International Journal of Management and Marketing Research*. 4(1). 87-98.
- Okazaki, E. (2008). **A Community-based tourism model: Its conception and use**. *Journal of Sustainable Tourism*. 16(5). 511-529.
- Pawaskar, P., & Goe, M. 2014. **A conceptual model: Multisensory marketing and destination branding**. *Procedia Economics and Finance*. 11. 255-267.
- Peter, E. Murphy. 1998. **The business of resort management**. Singapore: McGraw Hill.
- Piyanka, R. 2013. **AIDA Marketing Communication Model Stimulating a purchase**

- decision in the minds of the consumer through a linear progression of steps. *International Journal of Multidisciplinary research in Social-Management*. 1(1). 37-44.
- Poh, T. L., & Rosanna, L. 2018. **A Service failure framework of hotels in Taiwan: Adaptation of 7P's marketing mix elements**. *Journal of Vacation Marketing*. 24(1). 79-100.
- Priskin, J. 2001. **Assessment of natural resource for nature-based tourism: the case of the Central coast Region of Western Australia**. *Tourism Management*. 22. 637-648.
- Rajan, B., Varghese, V., & Prodeepkumar, A, 2013. **Beach Carrying Capacity Analysis for Sustainable Tourism Development in the South West Coast of India**. *Environmental Research, Engineering and Management*, 1(63). 67-73.
- Rea, L. M. & Parker, R. A. 1997. **Designing and conducting survey research: a comprehensive guide**. New York: Jossey-Bass.
- Saleen, S., & Zain-Ul-Abideen. 2011. **Examining Success factors: Entrepreneurial approaches in mountainous regions of Pakistan**. *European Journal of Business and Management*. 3(4). 56-67.
- Shafaei, F. 2017. **The relationship between involvement with travelling to Islamic destinations and Islamic brand equity: A case of Muslim tourists in Malaysia**. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 22(3). 255-271.
- Simpson, MC. 2008. **Community benefit tourism initiatives a conceptual oxymoron?** *Tourism Management*. 29. 1-18.
- Sohiffman, Leon G. & Kanuk, Leslim L. 1994. **Cousumer Behavior**. (5<sup>th</sup> ed.) New Jersey: Prentice-Hall.
- Swarebrooke, J. 1999. **Sustainable Tourism Management**. London: CABI.
- United Nation. 1981. **Popular Participation in decision marking of development**. New York: United Notwess Publication.
- Weaver, D. 2006. **Sustainable tourism**. Burlington: Elsevier.

ภาคผนวก ก  
แบบสอบถามการวิจัย

## แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และระบุแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จัดทำแบบสอบถาม 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลข้อมูลการมีส่วนร่วมของชุมชน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

คณะผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความเป็นจริงครบทุกข้อ ซึ่งจะนำมาใช้ในการวิจัยข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับ นำมาเสนอเพียงผลสรุปในภาพรวมเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านมีคุณค่าต่อการศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และขอขอบคุณท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาลและคณะ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์  
ในพระบรมราชูปถัมภ์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน  หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1) เพศ

- 1) ชาย  2) หญิง

2) อายุ

- 1) 20 ปี หรือต่ำกว่า  2) 21 – 30 ปี  
 3) 31 – 40 ปี  4) 41 – 50 ปี  
 5) 50 ปีขึ้นไป

3) ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา  2) มัธยมศึกษา  
 3) ปริญญาตรี  4) สูงกว่าปริญญาตรี

4) สถานภาพสมรส

- 1) โสด  2) สมรส  
 3) หม้าย  4) หย่าร้าง  
 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5) อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา  2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว  4) พนักงานบริษัทเอกชน  
 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท  2) 10,001-20,000 บาท  
 3) 20,001-30,000 บาท  4) 30,001-40,000 บาท  
 5) 41,000-50,000 บาท  6) มากกว่า 50,000 บาท

7) ภูมิภาค

- 1) ภาคเหนือ  2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 3) ภาคกลาง  4) ภาคตะวันออก  
 5) ภาคตะวันตก  6) ภาคใต้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
<b>ด้านสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว</b>					
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ และวิถีชีวิต					
2. ผู้ประกอบการมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา					
3. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวน่าสนใจ					
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
4. มีความพร้อม อำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ เป็นต้น					
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีความร่วมมือ และสะอาด					
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น					
<b>ด้านความสามารถในการเข้าถึง</b>					
7. เส้นทางคมนาคมสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
8. สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง					
9. การขนส่งสามารถเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย					

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
<b>ด้านค้นหาปัญหา</b>					
1. การแก้ไขปัญหาของสถานที่ท่องเที่ยว					
2. กำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน					
3. ร่วมประชุมเพื่อพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว					
<b>ด้านการวางแผน</b>					
4. การจัดการสถานที่ท่องเที่ยว					
5. การจัดการด้านประชาสัมพันธ์สถานที่ ท่องเที่ยว					
6. การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก					
<b>ด้านการปฏิบัติกิจกรรม</b>					
7. ดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย					
8. จัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวกับหน่วยงาน ภาครัฐ					
9. ปฏิบัติตามแผนของชุมชนที่วางไว้					
<b>ด้านการติดตามและประเมินผล</b>					
10. แสดงความคิดเห็นในการติดตามการ ท่องเที่ยว					
11. สรุปผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว					
12. การวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการ ปรับปรุงการดำเนินงาน					

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>					
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม					
2. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว					
3. ความน่าสนใจในวิถีชีวิต ความเป็นอยู่					
<b>ด้านราคา</b>					
4. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม					
5. ความเหมาะสมราคาสินค้าที่จัดจำหน่าย					
6. มีป้ายบอกราคาของที่จำหน่ายอย่างชัดเจน					
<b>ด้านช่องทางจัดจำหน่าย</b>					
7. สามารถเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง					
8. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
9. ความปลอดภัยการเดินทางสถานที่ท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมการตลาด					
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>					
10. แพคเกจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว					
11. ความทั่วถึงในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์					
12. การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ในการ ท่องเที่ยวไทย					

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ระดับความคิดเห็น				
	น้อย ที่สุด 1	น้อย 2	ปาน กลาง 3	มาก 4	มาก ที่สุด 5
<b>ด้านบุคลากร</b>					
13. พนักงานเต็มใจในการให้บริการ					
14. อธยาศัยของคนในท้องถิ่น					
15. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ					
<b>ด้านกระบวนการ</b>					
16. ความเสมอภาคในการให้บริการ					
17. จุดให้บริการนักท่องเที่ยว					
18. มีพื้นที่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว					
<b>ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>					
19. ความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว					
20. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว					
21. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค					

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	ระดับความคิดเห็น				
	น้อยที่สุด 1	น้อย 2	ปานกลาง 3	มาก 4	มากที่สุด 5
<b>ด้านเศรษฐกิจ</b>					
1. ความคุ้มค่าของการเที่ยวชม					
2. ความพร้อมของร้านค้าของที่ระลึก					
3. ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ชุมชน					
<b>ด้านสังคม</b>					
4. มีการแบ่งปันความรู้ที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยว					
5. มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น					
6. เปิดโอกาสเรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมด้วยความยินดี					
<b>ด้านสิ่งแวดล้อม</b>					
7. แหล่งท่องเที่ยวปราศจากเสียงรบกวน					
8. มีป้ายและอุปกรณ์รองรับขยะอย่างเหมาะสม					
9. แหล่งท่องเที่ยวปราศจากฝุ่นและควัน					
<b>ด้านทรัพยากรธรรมชาติ</b>					
10. สภาพอากาศสนับสนุนการท่องเที่ยว					
11. แหล่งท่องเที่ยวใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า					
12. แหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ					

ภาคผนวก ข

แบบตรวจสอบคุณภาพเนื้อหาข้อความของผู้เชี่ยวชาญ

เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

คำชี้แจง : แบบประเมินความเที่ยงตรง (IOC) ของเครื่องมือการวิจัยนี้ ใช้ในการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของวัตถุประสงค์ (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อข้อความ ว่ามีความเหมาะสมในการนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย โดยได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาความเที่ยงตรง

+1 = แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสม

0 = ไม่แน่ใจว่าคำถามมีความเหมาะสมหรือไม่

-1 = แน่ใจว่าคำถามไม่มีความเหมาะสม

### แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี  
การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การวิเคราะห์หาปัจจัยที่มี  
ผลต่อการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และระบุแนวทางการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว  
ชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี จัดทำแบบสอบถาม 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลข้อมูลการมีส่วนร่วมของชุมชน

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลข้อมูลส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

คณะผู้วิจัยขอความร่วมมือจากท่านตอบแบบสอบถามฉบับนี้ตามความเป็นจริงครบทุกข้อ ซึ่ง  
จะนำมาใช้ในการวิจัยข้อมูลทั้งหมดจะถูกเก็บเป็นความลับ นำมาเสนอเพียงผลสรุปในภาพรวมเท่านั้น  
ทุกคำตอบของท่านมีคุณค่าต่อการศึกษาการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน และขอขอบคุณ  
ท่านเป็นอย่างสูงที่ให้ข้อมูลมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาลและคณะ  
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์  
ในพระบรมราชูปถัมภ์

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้าข้อที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1) เพศ

- 1) ชาย  2) หญิง

2) อายุ

- 1) 20 ปี หรือต่ำกว่า  2) 21 – 30 ปี  
 3) 31 – 40 ปี  4) 41 – 50 ปี  
 5) 50 ปีขึ้นไป

3) ระดับการศึกษา

- 1) ต่ำกว่ามัธยมศึกษา  2) มัธยมศึกษา  
 3) ปริญญาตรี  4) สูงกว่าปริญญาตรี

4) สถานภาพสมรส

- 1) โสด  2) สมรส  
 3) หม้าย  4) หย่าร้าง  
 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5) อาชีพ

- 1) นักเรียน/นักศึกษา  2) ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ  
 3) ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว  4) พนักงานบริษัทเอกชน  
 5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 10,000 บาท  2) 10,001-20,000 บาท  
 3) 20,001-30,000 บาท  4) 30,001-40,000 บาท  
 5) 41,000-50,000 บาท  6) มากกว่า 50,000 บาท

7) ภูมิลำเนา

- 1) ภาคเหนือ  2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ  
 3) ภาคกลาง  4) ภาคตะวันออก  
 5) ภาคตะวันตก  6) ภาคใต้

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน  
คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
<b>ด้านสิ่งดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยว</b>				
1. แหล่งท่องเที่ยวมีความเป็นเอกลักษณ์ และวิถีชีวิต				
2. ผู้ประกอบการมีความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา				
3. การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวน่าสนใจ				
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>				
4. มีความพร้อม อำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ เป็นต้น				
5. สถานที่ท่องเที่ยวมีความร่วมมือ และสะอาด				
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแก่นักท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น				
<b>ด้านความสามารถในการเข้าถึงและการจัดการ</b>				
7. เส้นทางคมนาคมสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว				
8. สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวบริเวณใกล้เคียง				
9. การขนส่งสามารถเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบาย				

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
<b>ด้านค้นหาปัญหา</b>				
1. การแก้ไขปัญหาของสถานที่ท่องเที่ยว				
2. กำหนดเป้าหมายการดำเนินงาน				
3. ร่วมประชุมเพื่อพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว				
<b>ด้านการวางแผน</b>				
4. การจัดการสถานที่ท่องเที่ยว				
5. การจัดการด้านประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว				
6. การจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก				
<b>ด้านการปฏิบัติกิจกรรม</b>				
7. ดำเนินกิจกรรมให้บรรลุเป้าหมาย				
8. จัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐ				
9. ปฏิบัติตามแผนของชุมชนที่วางไว้				
<b>ด้านการติดตามและประเมินผล</b>				
10. แสดงความคิดเห็นในการติดตามการท่องเที่ยว				
11. สรุปผลการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว				
12. การวิเคราะห์ปัญหาและแนวทางในการปรับปรุงการดำเนินงาน				

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย √ ลงในช่องว่างตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
<b>ด้านผลิตภัณฑ์</b>				
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม				
2. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว				
3. ความน่าสนใจในวิถีชีวิต ความเป็นอยู่				
<b>ด้านราคา</b>				
4. ความเหมาะสมของค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรม				
5. ความเหมาะสมราคาสินค้าที่จัดจำหน่าย				
6. มีป้ายบอกราคาของที่จำหน่ายอย่างชัดเจน				
<b>ด้านช่องทางจัดจำหน่าย</b>				
7. สามารถเลือกซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง				
8. ความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว				
9. ความปลอดภัยการเดินทางสถานที่ท่องเที่ยวด้านส่งเสริมการตลาด				
<b>ด้านส่งเสริมการตลาด</b>				
10. แพคเกจทัวร์ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว				
11. ความทั่วถึงในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์				
12. การออกบูธเพื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวไทย				
<b>ด้านบุคลากร</b>				
13. พนักงานเต็มใจในการให้บริการ				
14. อธิยาศัยของคนในท้องถิ่น				
15. พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ				
<b>ด้านกระบวนการ</b>				
16. ความเสมอภาคในการให้บริการ				
17. จุดให้บริการนักท่องเที่ยว				
18. มีพื้นที่เพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว				

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (ต่อ)

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ			
	+1	0	-1	ข้อเสนอแนะ
<b>ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ</b>				
19. ความโดดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยว				
20. ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว				
21. ความเพียงพอของสาธารณูปโภค				
<b>ด้านเศรษฐกิจ</b>				
22. ความคุ้มค่าของการเที่ยวชม				
23. ความพร้อมของร้านค้าของที่ระลึก				
24. ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ชุมชน				
<b>ด้านสังคม</b>				
25. มีการแบ่งปันความรู้ที่เป็นประโยชน์กับนักท่องเที่ยว				
26. มีการอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น				
27. เปิดโอกาสเรียนรู้วิถีชีวิต และวัฒนธรรมด้วยความยินดี				
<b>ด้านสิ่งแวดล้อม</b>				
28. แหล่งท่องเที่ยวปราศจากเสียงรบกวน				
29. มีป้ายและอุปกรณ์รองรับขยะอย่างเหมาะสม				
30. แหล่งท่องเที่ยวปราศจากฝุ่นและควัน				
<b>ด้านทรัพยากรธรรมชาติ</b>				
31. สภาพอากาศสนับสนุนการท่องเที่ยว				
32. แหล่งท่องเที่ยวใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่า				
33. แหล่งท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ				

ภาคผนวก ค

แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

### แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตามแนวเศรษฐกิจพอเพียง รวมทั้งหมด 100 คะแนน มีองค์ประกอบ 1) ศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 30 คะแนน 2) ศักยภาพการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 40 คะแนน 3) ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 10 คะแนน และ 4) ศักยภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน 20 คะแนน

#### 1. ศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เกณฑ์การประเมินศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

2 คะแนน หมายถึง ศักยภาพมีเพียงพอ

1 คะแนน หมายถึง ศักยภาพมีแต่ไม่เพียงพอ

0 คะแนน หมายถึง ศักยภาพไม่เพียงพอ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ศักยภาพสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	ผลการประเมิน		
	มีเพียงพอ	มีแต่ไม่เพียงพอ	ไม่มี
1. มีสถานที่ต้อนรับเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว			
2. มีห้องน้ำที่อนุญาตให้ใช้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว			
3. มีจุดบริการจัดหาอาหารให้แก่นักท่องเที่ยว			
4. มีรถจอดเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว			
5. มีจุดวางซื้อสินค้าเกษตร หรือศูนย์รวมสินค้าการเกษตรกระจายอยู่ตามบริเวณสำคัญภายในแหล่งท่องเที่ยว			
6. มีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสำหรับผู้พิการ			
7. มีระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา รองรับความต้องการนักท่องเที่ยว			
8. มีป้ายบอกทาง และป้ายสื่อความหมายตามบริเวณที่สำคัญ			
9. มีจุดบริการการเดินทางตั้งอยู่ไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยว			

## 2. ศักยภาพการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เกณฑ์การประเมินศักยภาพการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

- |   |       |         |                             |
|---|-------|---------|-----------------------------|
| 3 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการจัดการสูง         |
| 2 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการจัดการปานกลาง     |
| 1 | คะแนน | หมายถึง | ศักยภาพการจัดการควรปรับปรุง |
| 0 | คะแนน | หมายถึง | ขาดศักยภาพการจัดการ         |

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตรงกับความความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ศักยภาพการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	ผลการประเมิน	
	มีคุณสมบัติ	ไม่มีคุณสมบัติ
1. มีการนำเสนอราคาสำหรับนักท่องเที่ยวอย่างโปร่งใสและยุติธรรม		
2. มีช่องทางการจัดจำหน่ายโปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย อาทิ การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต เป็นต้น		
3. การส่งเสริมการขายในรูปแบบที่หลากหลาย อาทิ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ เป็นต้น		
4. มีการสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดกับภาคีอื่นๆ		
5. มีการวางแผนตลาดการท่องเที่ยว		
6. มีการสำรวจข้อมูล หรือวิจัย หรือข้อมูลการตลาดการท่องเที่ยว		
7. มีการกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน		
8. มีการพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ		
9. มีการจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป เช่น แพคเกจทัวร์		
10. มีการดำเนินการด้านการตลาดโดยไม่เน้นผลกำไรเป็นหลัก		

### 3. ศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เกณฑ์การประเมินศักยภาพการดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

2	คะแนน	หมายถึง	ศักยภาพการดึงดูดใจสูง
1.33	คะแนน	หมายถึง	ศักยภาพการดึงดูดใจปานกลาง
0.66	คะแนน	หมายถึง	ศักยภาพการดึงดูดใจควรปรับปรุง
0	คะแนน	หมายถึง	ไม่มีศักยภาพ

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ด้านสิ่งดึงดูดใจ	ผลการประเมิน			
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ	ไม่มี
1. แหล่งท่องเที่ยวมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์				
2. แหล่งท่องเที่ยวมีความน่าสนใจด้านพืชพันธุ์หรือสัตว์ที่พบเจอ				
3. แหล่งท่องเที่ยวมีทัศนียภาพโดยรอบสวยงาม				
4. แหล่งท่องเที่ยวมีวิถีชีวิตเกษตรที่น่าสนใจ				
5. กิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในแหล่งท่องเที่ยว				

#### 4. ศักยภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

เกณฑ์การประเมินศักยภาพการบริการของแหล่งท่องเที่ยวชุมชน

2 คะแนน หมายถึง ศักยภาพการบริการระดับสูง

1 คะแนน หมายถึง ศักยภาพการบริการระดับปานกลาง

0 คะแนน หมายถึง ศักยภาพการบริการระดับควรปรับปรุง

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย  ลงในช่อง  ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนด้านการบริการของแหล่ง ท่องเที่ยว	ผลการประเมิน		
	สูง	ปานกลาง	ต่ำ
1. การบริการนักท่องเที่ยว			
2. ทักษะการให้บริการ			
3. การสื่อสารกับนักท่องเที่ยว			
4. ความรู้และทักษะของผู้ให้บริการข้อมูล			
5. ความสุภาพ ความมีน้ำใจในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว			
6. การสร้างความน่าเชื่อถือของแหล่งท่องเที่ยว			
7. ความเสมอภาคในการให้บริการ			
8. การบริการที่มีลำดับขั้นตอน			
9. เทคนิคการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ นักท่องเที่ยว			
10. ความเข้าใจความต้องการของนักท่องเที่ยว และ ตอบสนองอย่างทันที่			

**ภาคผนวก ง**

การแถลงข่าวท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

## การแถลงข่าวท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

มรภ.วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ จัดกิจกรรม “ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง” ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เรียนรู้ วิถีเกษตรตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่ เพิ่มรายได้ให้ชุมชน เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

เมื่อวันที่ 29 กรกฎาคม 2563 ที่ผ่านมา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ นำโดย ผศ.ดร.สุพจน์ ทราบแก้ว อธิการบดี (มรภ.วไลยอลงกรณ์ฯ) และ ผศ.ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล (อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ) พร้อมทั้ง ผศ.ละเอียต ขจรภัย (อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์) จับมือผู้นำชุมชนในอำเภอคลองหลวง ปลุกกระแสท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน เปิดตัวโครงการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ภายใต้แคมเปญ

“ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง” โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อประชาสัมพันธ์กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชน การเรียนรู้วิถีเกษตรพอเพียง อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเพิ่มการจับจ่ายใช้สอยในชุมชน โดยมี 3 ชุมชนต้นแบบ ใน อำเภอคลองหลวง จังหวัด ปทุมธานี ได้แก่ คลอง 3 คลอง 5 และ คลอง 6

โดยเส้นทางการท่องเที่ยวจะเริ่มต้นที่ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านคลองสาม ชมการสาธิตการทำเคโศพลาส แล้วมาต่อกันด้วย สวนเกษตรอินทรีย์ คลองห้า (สวนผักลุงผู้ใหญ่) เรียนรู้ การเตรียมดินเพื่อปลูกผักสลัด การทำแปลงปลูกผักยกพื้น พร้อมรับประทานอาหารกลางวัน ที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและผักปลอดสารพิษที่ปลูกเอง จากนั้นมา เรียนทำพิซซ่าจากเห็ดนางฟ้าภูฐาน ที่กลุ่ม สัมมาชีพตำบลคลองหก แล้วต่อกันด้วย เรียนรู้การปลูกบัว และชมการสาธิตการทำบัวในโหลแก้ว ที่ศูนย์เรียนรู้บัว ตำบลคลองห้า จากนั้นมาสัมผัสกับการดำรงชีวิตแบบพอเพียง ชมการสาธิตการทำหมี่กรอบ และซ้อปสุดฟิน กับของฝากชุมชนติดไม้ ติดมือกลับบ้านกันแบบจุใจ ที่จุดกระจายสินค้าชุมชน ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงบ้านคลองห้า

สำหรับโครงการ “ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง ” เริ่มเปิดจองให้ผู้ที่สนใจได้สัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่เชิง วิถีเกษตรพอเพียงแล้ว วันนี้ ท่านผู้ที่สนใจติดต่อได้ที่ คุณนิศยา ทิพาพงษ์ ผกาพันธ์ (คุณนิศ) โทร. 081-734-9955 การท่องเที่ยวชุมชนมีทั้งแบบ 1 วัน และ 2 วัน 1 คืน การส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ถือเป็นการส่งเสริมรายได้เข้าสู่ชุมชนอีกทางหนึ่ง นับเป็นการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้ามาสัมผัสวิถีชีวิตของคนในชุมชนอย่างแท้จริง รวมทั้งส่งเสริมรายได้เข้าสู่ชุมชนผ่านนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ในแต่ละชุมชนยังสามารถสืบสานภูมิปัญญาในท้องถิ่นของตนที่มีเอกลักษณ์ สืบทอดต่อไป อย่างยั่งยืนได้อีกด้วย

ผศ.ดร.ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล (อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ) และผศ.ละอียด ขจรภักย์ (อาจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์) กล่าวเพิ่มเติมว่า การจัดโครงการนี้ ต้องการสร้างการรับรู้และเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับชุมชนต่างๆ ในอำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี อย่างยั่งยืน และยังคงดำเนินตามแนวทางการส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบวิถีคนท้องถิ่นของท่านอธิการบดี อีกด้วย ที่ท่านมุ่งเน้นและทำงานร่วมกันมาโดยตลอด และเพื่อเป็นการต่อยอดวัตถุประสงค์นี้ เราจึงได้จัดโครงการ “ท่องเที่ยวชุมชน อำเภอคลองหลวง” ขึ้น โดยในครั้งนี้ ถือเป็น การส่งเสริมให้กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มวัยทำงาน และกลุ่มครอบครัว โดยแต่ละกลุ่มจะมีจุดเด่น หรือพฤติกรรมที่ทั้งแตกต่าง และคล้ายกันคือ ทุกคนต่างอยากมีสุขภาพที่ดี ทั้งตนเองและครอบครัว อยากบริโภคอาหารปลอดภัย และอยากสัมผัสเรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน อย่างแท้จริง พร้อมทั้งเป็นการเพิ่มคุณค่าของการไปท่องเที่ยว ที่เราได้เที่ยว ชุมชนมีรายได้ ภูมิปัญญา ในท้องถิ่นถูกสืบสานต่อไป อย่างยั่งยืน

**ภาคผนวก จ**

บริบทชุมชนตำบลคลองสาม อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

### บริบทชุมชนตำบลคลองสาม อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ชุมชนตำบลคลองสามเมื่อก่อนชื่อว่า “บึงไ้อ้เสียบ” เป็นบึงที่มีบริเวณกว้าง และลึกมาก มีพื้นที่ตั้งแต่คลองหนึ่งถึงคลองห้า พื้นที่เป็นรูปรี ยาวไปทางทิศตะวันออก จรดตงละคร จังหวัดนครนายก ส่วนทางทิศตะวันตกยาวติดกับท่าโขลง (เชียงรากใหญ่) จรดแม่น้ำเจ้าพระยา ในบึงไ้อ้เสียบมีกุ้ง ปลาชุกชุมมาก นอกจากนี้ยังมีสัตว์ป่าและนกอาศัยอยู่ทั่วไป เช่น นกกระจาบ จะมาทำรังวางไข่เป็นจำนวนมาก ชาวบ้านจะเก็บไข่นกกระจาบไปทำขนมบัวลอยไข่วาน ปัจจุบันบึงนี้ตื้นเขินกลายเป็นไร่นาเกือบหมด

ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 พระองค์ได้ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้พัฒนาทุ่งหลวง (อำเภอลองหลวง อำเภอนองเสือ อำเภอรัญบุรี และอำเภอลำลูกกา ในปัจจุบัน) เพื่อให้ราษฎรเข้าไปอยู่อาศัย จึงโปรดเกล้าฯ ให้บริษัทชุดคลองและคุนาศยาม ชุดคลองรังสิต-ประยูรศักดิ์ และคลองข่อยหรือคลองเจ๊ก สร้างประตุน้ำจุฬาลงกรณ์ เพื่อกักเก็บน้ำให้ประชาชนทำการเกษตร ในอดีตประชาชนจึงมีอาชีพการเกษตรเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาเริ่มมีโรงงานอุตสาหกรรมเกิดในจังหวัดปทุมธานี ประชาชนก็เริ่มไปทำงานในโรงงานมากขึ้น ใน พ.ศ. 2552 โรงงานหลายแห่งปิดกิจการ อัตราการจ้างงานลดลง ประชาชนต่างกลับมาทำการเกษตรกรรม ค้าขาย และรับจ้าง

ปัจจุบันประชาชนตำบลคลองสาม มีอาชีพเกษตรกรรม (ทำนา ทำสวน) และรับจ้าง มีประชากรจำนวน 79,740 คน จำนวนครัวเรือน 36,454 ครัวเรือน ส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ มีวัดและสถานที่ปฏิบัติธรรมจำนวน 6 แห่ง ได้แก่ วัดเกิดการอุดม วัดป่าบูรพาจารย์ วัดพระธรรมกาย วัดคลองแอนสามสี่ฉิมมิการาม วัดกลางคลองสาม และสถานปฏิบัติธรรม ยุวพุทธ มีประเพณีวัฒนธรรม ที่สำคัญ คือ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีทำบุญตักบาตรวันปีใหม่ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีตักบาตรพระร้อย และประเพณีแห่เทียนพรรษา มีอาณาเขตติดต่อกับพื้นที่ใกล้เคียง คือ ทิศเหนือติดต่อกับตำบลพยอม อำเภอลองน้อย จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทิศใต้ติดต่อกับตำบลบึงยี่โถ และตำบลประชาธิปไตย อำเภอรัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ทิศตะวันออกติดต่อกับตำบลคลองสี่ อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ทิศตะวันตกติดต่อกับตำบลคลองสอง อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี (สัมภาษณ์ ผู้สูงอายุ, 2563)

ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (กลุ่ม/บุคคล) คือผู้ใหญ่ชุก เป็นผู้ใหญ่บ้านหมู่ที่ 14 ตำบลคลองสาม เป็นแกนนำทางป่าปือที่เป็นพื้นที่ของตนเองและญาติพี่น้อง พัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยน้อมนำหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลคลองสาม (รองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคลองสาม) พัฒนาชุมชนอำเภอลองหลวง ฯลฯ

แหล่งท่องเที่ยวตำบลคลองสามมีจำนวน 1 แห่ง คือ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 16 เลียบคลองระพีพัฒน์ เดิมเป็นพื้นที่ว่างเปล่าเต็มไปด้วยป่าป้อมมีพื้นที่จำนวน 10 ไร่ ได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ประยุกต์ภูมิปัญญาชาวบ้าน หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่ โดยจัดทำเป็นฐานเรียนรู้จำนวน 8 ฐาน ประกอบด้วย 1) ฐานเรียนรู้พลังงานทดแทน จากแสงอาทิตย์ ชาวบ้านนำไปใช้ผลิตกล้วยตาก และการทำชาใบเตย 2) ฐานเรียนรู้จักรยานปั่นน้ำ เพื่อนำไปใช้ในการปลูกพืช และเลี้ยงสัตว์น้ำ 3) ฐานเรียนรู้การเลี้ยงสัตว์ ได้แก่ เป็ด ไก่ และห่าน 4) ฐานเรียนรู้การเลี้ยงสัตว์น้ำ ได้แก่ กบ ตะพาบ เต่า และปลาเบญจพรรณ 5) ฐานเรียนรู้การปลูกผักสวนครัว เช่น ผักคะน้า ผักบุ้ง กะเพรา โหระพา เป็นต้น 6) ฐานเรียนรู้การปลูกพืชเศรษฐกิจ ได้แก่ อ้อย 7) ฐานเรียนรู้สวนไผ่ และ 8) ฐานเรียนรู้การเลี้ยงไส้เดือน

แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้คราวละ 50 คน นักท่องเที่ยวที่มามีเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ ได้แก่ เกษตรกรที่หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นนำมาศึกษาดูงานจากจังหวัดภาคใต้ นักเรียนที่อยู่ในความดูแลขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองสาม ซึ่งเปิดบริการทุกวัน แต่ต้องติดต่อมาล่วงหน้ากับผู้ใหญ่ก หรือองค์การบริหารส่วนตำบลคลองสาม ไม่คิดค่าบริการ ส่วนรายได้ของแหล่งท่องเที่ยวได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ข้าวหอมปทุม กล้วยตาก กล้วยเบรคแตก ไข่เค็มจากเป็ดไล่ทุ่ง ผลไม้แช่อิ่มตามฤดูกาล น้ำพริกข้าว สบู่ฟักข้าว น้ำพริกเผา ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน พรหมเช็ดเท้า เสื้อทอจากกก ฯลฯ

กลุ่มดำเนินการแหล่งท่องเที่ยวเป็นแบบเครือข่าย มีสมาชิก ดังนี้

- |                  |             |
|------------------|-------------|
| 1) นางสาวรุ่งนภา | แก้วธรรม    |
| 2) นางสะอึ้ง     | พุ่มใหญ่    |
| 3) นายมนัส       | พุ่มใหญ่    |
| 4) นางคะนิงพร    | พิมพากล     |
| 5) นายประทวน     | สุขใจ       |
| 6) นายธวัชชัย    | วงษ์วิจารณ์ |
| 7) นางสาวจิตติพร | พุ่มใหญ่    |
| 8) นางสาวบุญพา   | แสงกระจ่าง  |
| 9) นายสมพร       | รุจิฉาย     |
| 10) นางสาวอด     | บัวเกียรติ  |
| 11) นางวรรัตน์   | แสงนิത്യ    |
| 12) นายนิพนธ์    | แก้วธรรม    |
| 13) นายประคอง    | สุขประเพียร |
| 14) นางเนาวรัตน์ | แสงนิത്യ    |

ภาคผนวก ฉ

บริบทชุมชนตำบลคลองห้า อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

### บริบทชุมชนตำบลคลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ชุมชนตำบลคลองห้าเกิดขึ้นหลังจากเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 1 (พ.ศ. 2310) ประชากรที่อยู่ตำบลคลองห้ามีเชื้อสายไทยและเชื้อสายมอญบางส่วน ในสมัยก่อนบริเวณนี้เป็นป่าทึบ มีสัตว์ป่าชุกชุม แต่เป็นบริเวณที่อุดมสมบูรณ์ ต่อมาในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ มีประชากรอาศัยอยู่ในบริเวณนี้มากขึ้น สภาพพื้นที่เดิมเป็นป่าทึบ และมีสัตว์ชุกชุมก็ได้แปรสภาพเป็นพื้นที่ราบ ประชาชนเริ่มรู้จักการเพาะปลูกเป็นที่เป็นทางมากขึ้น มีการเลี้ยงสัตว์ตามพื้นที่ต่างๆ ปัจจุบันพื้นที่ของตำบลคลองห้ามีจุดเด่นคือ คลองระพีพัฒน์ ซึ่งคลองระพีพัฒน์ สายใหญ่มีความยาว 32 กิโลเมตร เริ่มต้นจากประตูระบายน้ำพระนารายณ์ ตำบลท่าหลวง อำเภอท่าเรือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ก่อนจะไหลลงมาที่อำเภอหนองแค จังหวัดสระบุรี และแยกออกเป็นสองสาย คือ คลองระพีพัฒน์แยกใต้ ระบายน้ำผ่านทางประตูน้ำพระศรีเสาวภาค ออกไปยังอำเภองอกศรีเกษ จังหวัดนครนายก ความยาว 28.7 กิโลเมตร ส่วนอีกสายคือ คลองระพีพัฒน์แยกตะวันตก ระบายน้ำผ่านทางประตูน้ำพระศรีศิลป์ และไปสิ้นสุดที่ประตูน้ำพระอินทร์ราชา จังหวัดปทุมธานี ความยาว 36.6 กิโลเมตร คลองระพีพัฒน์แยกตะวันตก ซึ่งจะวิ่งขนานกับถนนพหลโยธินลงมาจากสระบุรี วิ่งมาสุดที่แถวๆ ถนนพหลโยธิน บริเวณอำเภอคลองหลวง ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นคลอง 1 และเชื่อมต่อไปยังคลองเชียงรากน้อย ที่วิ่งลอดใต้ถนนพหลโยธินเพื่อไปออกแม่น้ำเจ้าพระยา ถนนจุดนี้เอง จะมีประตูน้ำพระอินทร์ราชา อันเป็นประตูหลักที่จะกั้นน้ำไม่ให้ลงมารังสิตทางคลอง 1 ตำบลคลองห้านี้มีเส้นทางที่เป็นชุมชนริมน้ำ บ้านเรือนของประชาชนปลูกสร้างบริเวณริมคลอง (นพวรรณ วิเศษสินธุ์, 2559)

เขตพื้นที่ตำบลคลองห้ามีอาณาเขตติดต่อ คือ ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลรังสิต และตำบลบึงยี่โถ อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี และทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลคลองสี่ อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ส่วนการเดินทางจากกรุงเทพฯ ใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 1 ผ่านใจกลางตำบลคลองหนึ่ง แล้วแยกใช้เส้นทางหลวงหมายเลข 3214 มุ่งหน้า อำเภอหนองเสือ โดยตัวตำบลคลองห้าตั้งต่อจากตำบลคลองสี่ ห่างจากทางแยกประมาณ 12 กิโลเมตร หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลคลองห้า พัฒนาชุมชนอำเภอคลองหลวง และเกษตรอำเภอคลองหลวง ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยวตำบลคลองห้า เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่ประยุกต์ ภูมิปัญญาชาวบ้าน หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่ โดยจัดทำเป็นฐานเรียนรู้ มีจำนวน 5 ฐาน ประกอบด้วย 1) ฐานเรียนการเตรียมดินพร้อมปลูก การทำปุ๋ยอินทรีย์ และการปลูกผักอินทรีย์ ได้แก่ ผักสลัด ผักสวนครัว ณ สวนเกษตรบ้านลุงผู้ใหญ่ ซึ่งได้รับมาตรฐานสินค้าเกษตร มกษ. 9001-2556 (Thai Agricultural Standard) ครอบคลุมข้อกำหนดการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับการผลิตพืชเพื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตสำหรับใช้เป็นอาหาร เช่น พืชผัก ไม้ผล พืชไร่ พืชเครื่องเทศ พืชสมุนไพร ทุกขั้นตอนของการผลิตในระดับฟาร์มและการจัดการหลังการเก็บเกี่ยว ซึ่งมีการบรรจุ

หรือรวบรวมผลิตผลเพื่อจำหน่าย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ผลิตผลที่ปลอดภัย มีคุณภาพเหมาะสม การบริโภค โดยคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สุขภาพ ความปลอดภัย และ สวัสดิภาพของผู้ปฏิบัติงาน 2) ฐานเรียนรู้หมีกรอบ และน้ำพริกชนิดต่างๆ ณ ศูนย์เรียนรู้เกษตรปลอดภัยตำบลคลองห้า 3) ฐานเรียนรู้ การปลูกบัว และการทำบัวในโหลแก้ว ณ ศูนย์เรียนรู้บัวตำบลคลองห้า และ 4) ฐานเรียนรู้ การทำขนมเบเกอรี่ ณ กลุ่มสัมมาชีพตำบลคลองห้า พร้อมทั้งของฝาก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผักอินทรีย์ จากตลาดชุมชนตำบลคลองห้า แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้คราวละ 50-100 คน ดำเนินการแหล่งท่องเที่ยวเป็นแบบเครือข่าย มีสมาชิก ดังนี้ 1) นางประเชิญ กรदनวม 2) นางปราณี กรदनวม 3) นายพิกุล เจนกระบวน 4) นางสาวนิตยา ทิพาพงษ์ผกาพันธุ์ 5) นางสาวศรีนวล ทิพาพงษ์ผกาพันธุ์ 6) นายบุญยงค์ บุญมี 7) นายจำนง บุญเขตร์ 8) นางดิษฐ์ ยินิส และ 9) นางสาวจำเรียง วิเชียรชัย

ภาคผนวก ช

บริบทชุมชนตำบลคลองหก อำเภอลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

### บริบทชุมชนตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

ชุมชนตำบลคลองหก เป็นพื้นที่เกษตรกรรมร้อยละ 95 ทำสวน เลี้ยงปลาเบญจพรรณ และอื่นๆ ร้อยละ 5 มีอาณาเขตติดต่อ คือ ทิศตะวันออก ติดต่อชุมชนคลองเจ็ด อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ทิศตะวันตก ติดต่อชุมชนคลองห้า อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี ทิศเหนือ ติดต่ออำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี และทิศใต้ ติดต่ออำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี ส่วนการเดินทางสู่ชุมชนตำบลคลองหก จะเดินทางโดยรถประจำทาง ปอ.538 รถสี่ล้อวิ่งระหว่างโรงพยาบาลสงฆ์อนุสาวรีย์ชัยฯ โทลล์เวย์ รังสิต - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และปอ. 1156 (สีเขียว) วิ่งระหว่าง สะพานลอยตรงข้ามฟิวเจอร์พาร์ครังสิต - มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี - ทัศนสถานวัยหนุ่มกลาง - หมู่บ้านมาลีรัมย์ (คลองหก) จากนั้นใช้บริการรถรับจ้างตำบลคลองหก มีจำนวนครัวเรือน 3,018 ครัวเรือน และมีประชากรจำนวน 11,034 คน การปกครองอยู่ภายใต้การดูแลขององค์การบริหารส่วนตำบลคลองหก และกำนันตำบลคลองหก ชุมชนมีประเพณีรับขวัญแม่โพสพ นับถือหลวงพ่อทองและหลวงพ่อแล้ว แห่งวัดมูลเหล็ก ชาวบ้านมีภูมิปัญญาจักสานชะลอมจากไม้ไผ่ หัตถกรรมจากผักตบชวา และจิตรกรรมรูปเขียนสีทอง ด้านเศรษฐกิจชุมชน ชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำนา เมื่อว่างจากการทำนา จะเลี้ยงปลาเบญจพรรณ การเพาะเห็ดนางฟ้า แปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ทำงานหัตถกรรมจากไม้ ผักตบชวา

บุคคลของชุมชน คือ นายอตุลย์ วิเชียรชัย อยู่บ้านเลขที่ 107 หมู่ที่ 14 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี (อดีตพนักงานบริษัทพลิกผันมาเป็นเกษตรกร) และดำรงชีวิตตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เขาเริ่มทำก้อนเชื้อเห็ดด้วยราคาก้อนละ 4 บาท นำความรู้ไปถ่ายทอดให้แก่ คนในชุมชนที่มีความสนใจที่จะเพาะเห็ด ทำเกษตรแบบผสมผสาน การขายดอกเห็ด ก้อนเห็ด ผักสวนครัว และอื่นๆ แต่ก็ยังคงทำนาตามปกติ ต่อมาครอบครัวเขาได้รับการยอมรับจากคนภายในชุมชน และภายนอกชุมชน จากการนำผลผลิตทางการเกษตรมา แปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่าผลผลิตทางการเกษตร โดยนำภูมิปัญญาการถนอมอาหารให้มีอายุยาวนาน จึงเกิดผลิตภัณฑ์ แปรรูปจากเห็ดและกล้วย พร้อมทั้งที่บ้านกลายเป็นศูนย์เรียนรู้ด้านการเกษตร และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ดำรงตำแหน่งประธาน ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี ศูนย์เรียนรู้สัมมาชีพตำบลคลองหก วิสาหกิจชุมชนเกษตรแปรรูป ศูนย์แปรรูปเกษตรรุ่นใหม่ จังหวัดปทุมธานี กลุ่มเกษตรเพาะเห็ดและเกษตรผสมผสาน กลุ่มครัวเรือนสัมมาชีพหมู่ 14 ศูนย์เรียนรู้นวัตกรรมเกษตรแบบยั่งยืน และผู้นำเครือข่ายธนาคารเกษตรและสหกรณ์ ได้รับรางวัลมากมาย ได้แก่ พ.ศ. 2559 ได้รับรางวัลผู้นำสัมมาชีพดีเด่น และประกาศเกียรติคุณวิทยากรประจำโรงเรียนวัดมูลเหล็ก พ.ศ. 2560 ได้รับรางวัลผู้นำต้นแบบเศรษฐกิจพอเพียง และประกาศเกียรติคุณนักพูดดีเด่น และ พ.ศ. 2559 ได้รับรางวัลต้นแบบการเกษตรทฤษฎีใหม่ในเขตปฏิรูปที่ดิน Young Smart Farmer จังหวัดปทุมธานี ทายาทเกษตรกรมืออาชีพ เกษตรกรสำนึกกรักบ้านเกิด ประธานศูนย์แปรรูปเกษตรกรุ่นใหม่ประจำ

จังหวัดปทุมธานี ที่ปรึกษาการทำกรเกษตรอินทรีย์ เกษตรกรดีเด่นโครงการเกษตรกรสำนึกรักบ้านเกิด เกษตรกรดีเด่นด้านไร่นาสวนผสม และชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีดีเด่น อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

แหล่งท่องเที่ยวตำบลคลองหก คือ ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีคลองหก ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 14 ระเบียบคลองระพีพัฒน์ เป็นพื้นที่เกษตรกรรมมีจำนวน 26 ไร่ 1 งาน 54 ตารางวา มีการจัดสรรพื้นที่ที่อยู่อาศัยและแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร จำนวน 1 ไร่ ทำนา จำนวน 18 ไร่ ฟาร์มเห็ดจำนวน 1 ไร่ เกษตรผสมผสาน เช่น ผักสวนครัว ไม้ผล พืชเศรษฐกิจ จำนวน 4 ไร่ เก็บกักน้ำและทำการประมงจำนวน 2 ไร่ พื้นที่ดังกล่าวได้พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในปี พ.ศ. 2560 โดยพัฒนาชุมชนอำเภอคลองหลวง ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ภายในแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) ศูนย์เรียนรู้นวัตกรรมการเกษตรแบบยั่งยืน หรือเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน จังหวัดปทุมธานี 2) ศูนย์เรียนรู้สัมมาชีพชุมชนตำบลคลองหก เพื่อบ่มเพาะเกษตรกรรุ่นใหม่ที่สนใจอยากจะศึกษาเกี่ยวกับการเกษตร 3) ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียงโรงเรียนวัดมูลเหล็ก 4) อดุลย์คลองหลวงฟาร์มเห็ด 5) วิสาหกิจชุมชนแปรรูปหมู่ที่ 14 ตำบลคลองหก อำเภอคลองหลวง จังหวัดปทุมธานี

จากศูนย์เรียนรู้ถูกหล่อหลอมโดยชุมชนเป็น ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยประยุกต์ภูมิปัญญาชาวบ้าน หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และเกษตรทฤษฎีใหม่ เรียกว่า โคกหนองนาโมเดล โดยจัดทำเป็นฐานเรียนรู้จำนวน 8 ฐาน ประกอบด้วย 1) ฐานเรียนรู้พืชสมุนไพร 2) ฐานเรียนรู้เพาะเห็ดภูฐาน 3) ฐานเรียนรู้การเลี้ยงสัตว์ 4) ฐานเรียนรู้การปลูกผักอินทรีย์ 5) ฐานเรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ ปลูกป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง 6) ฐานเรียนรู้แปรรูปผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ได้แก่ เห็ดภูฐาน และกล้วย 7) ฐานเรียนรู้งานหัตถกรรม และ 8) ฐานเรียนรู้การทำขนมไทย

แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถรับรองนักท่องเที่ยวได้คราวละ 50 คน นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ ได้แก่ เกษตรกร นักเรียน นักศึกษา ประชาชน ชาวต่างชาติ เปิดบริการทุกวันแต่ต้องติดต่อล่วงหน้ากับนายอดุลย์ วิเชียรชัย ไม่มีค่าบริการ และรายได้ของแหล่งท่องเที่ยวมาจากการทำอาหารรับรองนักท่องเที่ยว ผลผลิตทางการเกษตร และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ ข้าวเกรียบเห็ด กล้วยตาก จิตกรรมสิ่งทอ หัตถกรรมจากกะลา ขนมไทย ลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว กลุ่มดำเนินการแหล่งท่องเที่ยวเป็นแบบเครือข่าย ยึดหลักการบริหารแบบคนจน คือ บริหารแบบค่อยเป็นค่อยไป มุ่งเน้นการถ่ายทอดองค์ความรู้ และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแบบปากต่อปาก โซเชียลมีเดีย เช่น Line (ไลน์) Facebook (เฟซบุ๊ก) การสร้าง Page (เพจ) เสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยวเกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชน กระจายรายได้ มีการออมเงินของสมาชิกเกิดจากการหักรายได้ของการท่องเที่ยว และการขายสินค้าของกลุ่มร้อยละ 20 สมทบการออมแก่สมาชิก เป็นการออมเงินรายปี เมื่อสิ้นปีมอบเงินทั้งหมดให้แก่สมาชิก ปี พ.ศ. 2558 เป็นศูนย์เรียนรู้นวัตกรรมการเกษตรแบบยั่งยืน หรือเครือข่ายปราชญ์ชาวบ้าน จังหวัดปทุมธานี ปี พ.ศ. 2560 กรมพัฒนาชุมชน

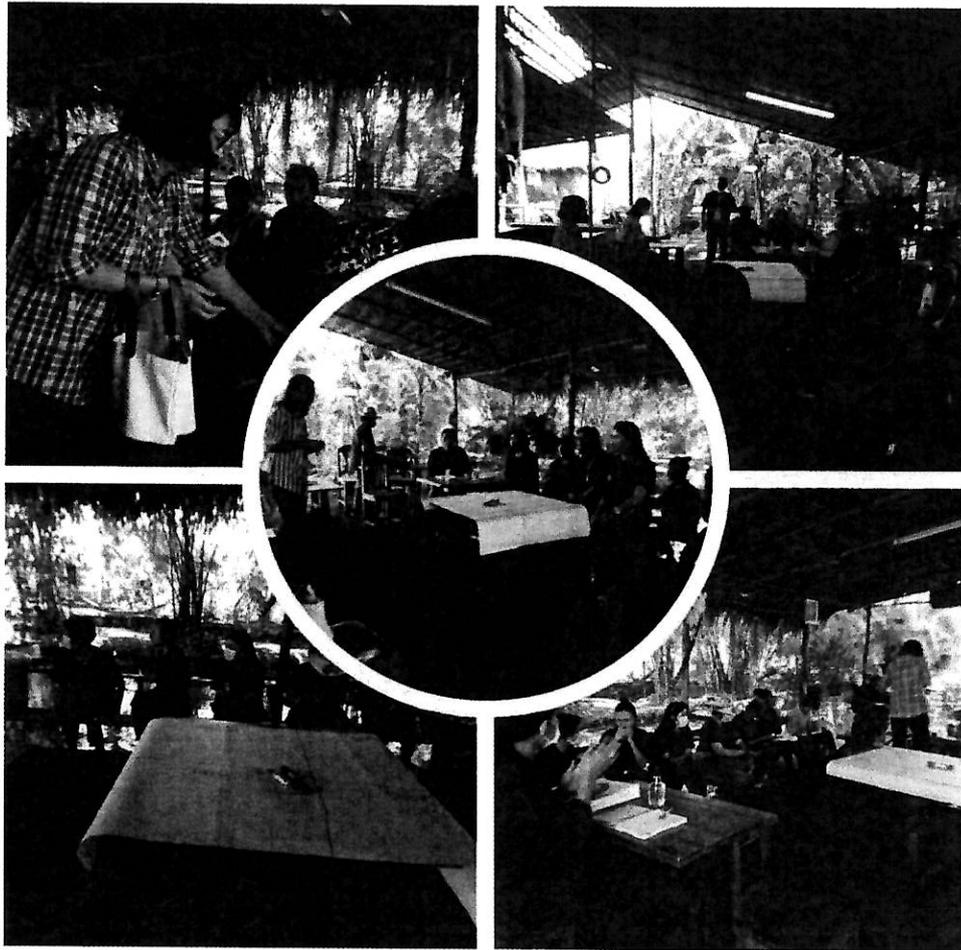
ส่งเสริม และสนับสนุนจัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้สัมมาชีพตำบลคลองหก และพัฒนาเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีมีกิจกรรมที่พัฒนาเป็นฐานเรียนรู้ และมีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวได้จำนวน 20 คน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลคลองหก พัฒนาชุมชนอำเภอคลองหลวง โรงเรียนมูลเหล็ก วัดมูลเหล็ก สำนักงานเกษตรจังหวัดปทุมธานีสำนักงานเกษตรอำเภอคลองหลวง สภาเกษตรกร จังหวัดปทุมธานี ธนาคารเกษตรและสหกรณ์ (ธ.ก.ส.) กรมส่งเสริมการเกษตร มูลนิธิร่วมด้วยช่วยกันสำนึกรักบ้านเกิด DTAC และกระทรวงการต่างประเทศ สมาชิกกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเกิดจากคนในครอบครัว ญาติพี่น้องและเพื่อนบ้านในชุมชน ประกอบด้วย

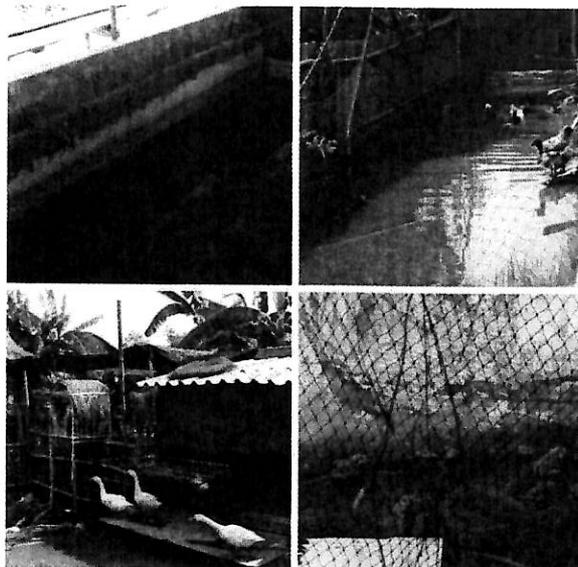
- 1) นายอดุลย์ วิเชียรชัย
- 2) นายบุญทรง วิเชียรชัย
- 3) นางสาวสุภาวดีครองสิงห์ และ
- 4) นางคณิง วิเชียรชัย

ภาคผนวก ซ

ประมวลภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวชุมชน



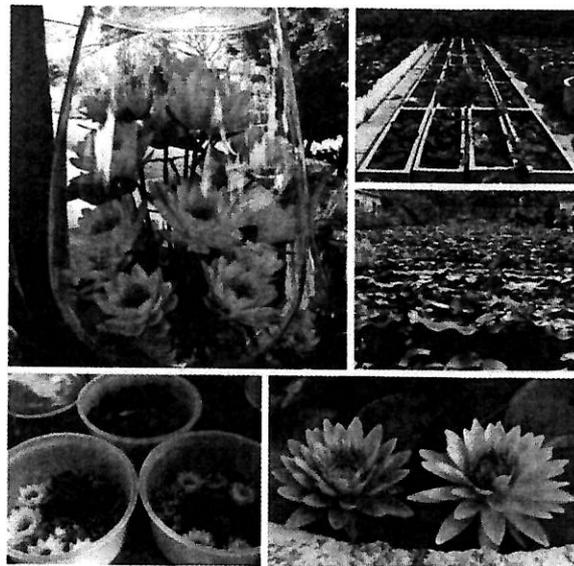
รูป 1 เวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้การท่องเที่ยวชุมชน กับภาคีเครือข่าย



รูป 2 ท้องเที่ยวชุมชน ตำบลคลองสาม: ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง



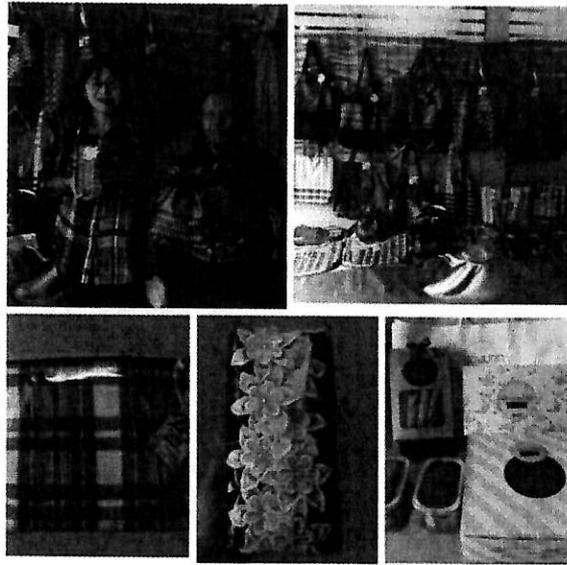
รูป 3 ท้องเที่ยวชุมชน ตำบลคลองห้า: วิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรปลอดภัย



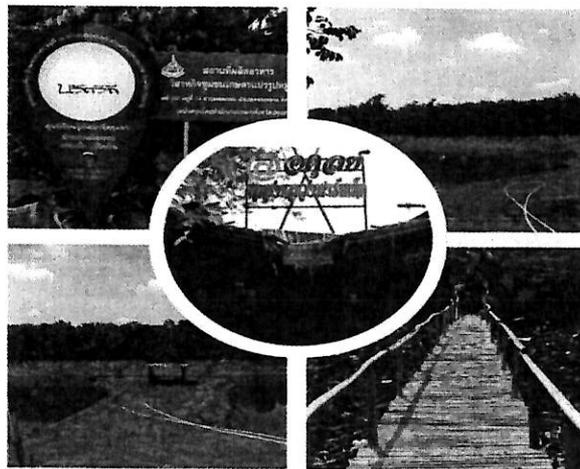
รูป 4 ท่องเที่ยวชุมชน ตำบลคลองห้า: ศูนย์เรียนรู้บัว



รูป 5 ท่องเที่ยวชุมชน ตำบลคลองห้า: สวนผักบ้านลุงผู้ใหญ่



รูป 6 ท่องเที่ยวชุมชน ตำบลคลองห้า: กระเป๋าผ้ารูปแบบต่างๆ



รูป 7 ท่องเที่ยวชุมชน ตำบลคลองหก: โคกหนองนาโมเดล



รูป 8 ท่องเที่ยวท่องเที่ยว ตำบลคลองหก: การเพาะเห็ด



รูป 9 ท่องเที่ยวชุมชน ตำบลคลองหก: ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบเห็ดนางฟ้าภูฐาน

