



การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน
กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

อนงค์ ไตวัลย์

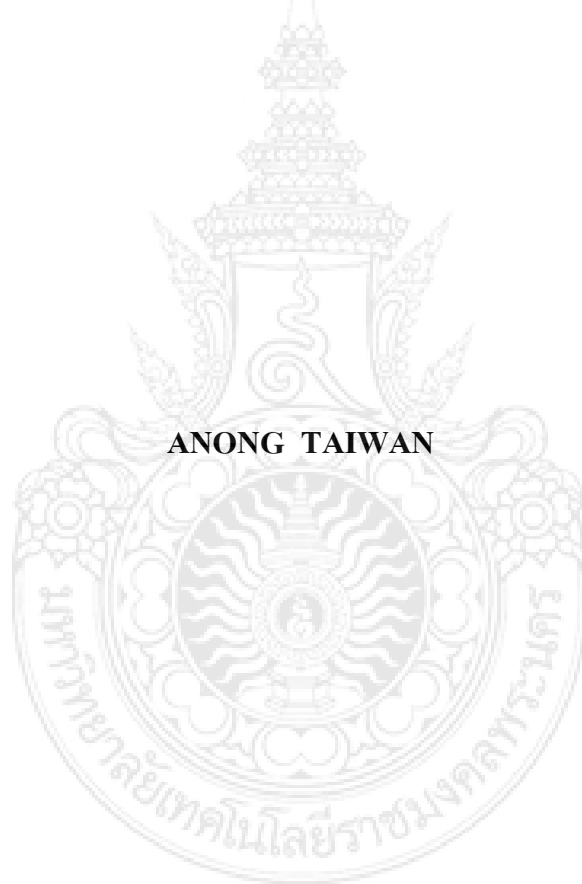
งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนจากงบประมาณรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2555

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



**Management of Tourist Attraction : In Case of Floating Market of
Wet Takein , Amphur Pangkroy , Nonthaburi Province**

ANONG TAIWAN



**This Report is Funded by Rajamangala University of Technology Phra Nakhon,
Business Administration Faculty , Fiscal Year 2012**

ชื่อเรื่อง : การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน : กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัย : อนงค์ ไต้วัลย์

พ.ศ. : 2555

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเพื่อการบริหารจัดการแบบยั่งยืน และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน จำนวน 100คน ผู้ประกอบการ จำนวน 20 คน เจ้าหน้าที่ภาครัฐ จำนวน 1 คนและผู้นำชุมชน จำนวน 1 คน โดยใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. ความสำคัญของสภาพชุมชนในปัจจุบัน ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวก อยู่ในบริเวณพื้นที่วัดตะเคียนซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ และยังคงความเป็นธรรมชาติ

2. ความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการ ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีจุดแข็งด้านแหล่งที่ตั้งเพราะเป็นตลาดน้ำที่อยู่ในบริเวณพื้นที่วัดตะเคียน การเดินทางสะดวก และมีลำคลองเชื่อมต่อแม่น้ำเจ้าพระยา แต่ยังคงขาดในเรื่องการประชาสัมพันธ์และระบบการบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรม

3. ความคิดเห็นต่อแนวทางการบริหารจัดการ วางแผนป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) อบรมให้ความรู้ในเรื่องการบริหารจัดการตลาดน้ำอย่างมีประสิทธิภาพ วางมาตรการรักษาความเป็นธรรมชาติของท้องถิ่น เร่งส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง และปรับปรุงสถานที่จอดรถให้เป็นระเบียบเพียงพอแก่นักท่องเที่ยว

Title : Management of Tourist Attraction : In Case of Wat Takien Floating Market , Bangkrui District, Nonthaburi Province

Researcher : Anong Taiwan

Year : 2012

Abstract

The objective of this research is to study about circumstance of WatTakien Floating Market community for sustainable management and consider factors which affect to its management scheme.

The representative samples are 100 people who live in WatTakien Floating Market community, 20 entrepreneurs, a government staff, and a community leader. The devices of this research are questionnaire and interview. The statistics are Percentage, Mean, and Standard Deviation (S.D.)

The results of this research are:

1. The importance of recent community circumstance :WatTakien Floating Market community is a tourist attraction where is near Bangkok and easy to get to. Moreover, it is in the area of WatTakien which is an ancient temple and keep at naturalness.

2. The opinion about external and internal circumstance which affect to management : The strengths of WatTakien Floating Market is good location because it is in the area of WatTakien, convenient transportation, and having a canal connecting to Chao-Praya River. However, it is lack advertisement and substantial management.

3. The opinion about preventing natural disaster (flood) management scheme : Educate community members how to manage floating market effectively and lay down measures to keep naturalness of community. Support advertising floating market continuously, and improve and organize parking to adequate the number of tourists.

The aim of this research is to study of Wet Takein Floating Market Community for sustainable management. And factor analysis affect to Wet Takein Floating Market management. The sample of this research , People who live in Community of Wet Takein Floating Market are 100 person.



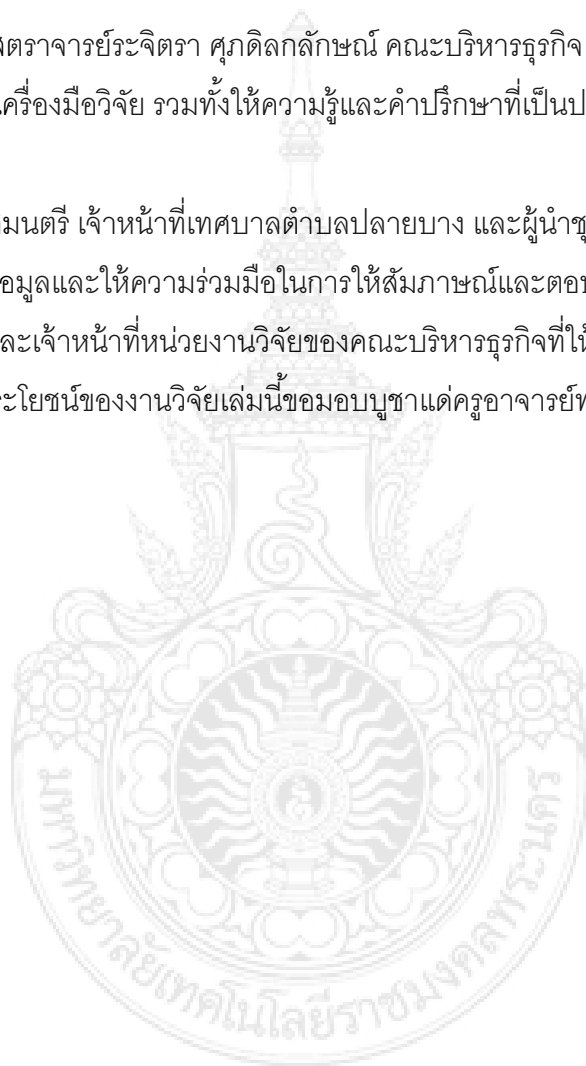
กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงได้เนื่องจากบุคคลหลายท่านได้กรุณาให้ความช่วยเหลือและให้คำปรึกษาแนะนำ ผู้วิจัยขอขอบคุณ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครที่กรุณาสับสนุนงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ระจิตรา ศุภดิกลักษณ์ คณะบริหารธุรกิจ ที่เสียสละเวลาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย รวมทั้งให้ความรู้และคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์แก่งานวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณ นายกเทศมนตรี เจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลปลายบาง และผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนที่อนุเคราะห์ข้อมูลและให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์และตอบแบบสอบถาม ขอขอบคุณ อาจารย์และเจ้าหน้าที่หน่วยงานวิจัยของคณะบริหารธุรกิจที่ให้ความช่วยเหลือแนะนำ คุณค่าและประโยชน์ของงานวิจัยเล่มนี้ขอมอบบูชาแด่ครูอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัย

ผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	(2)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
บัญชีตาราง	(7)
1 บทนำ	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	4
ความสำคัญของการวิจัย	4
ขอบเขตของการวิจัย	5
กรอบแนวความคิด	6
2 แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
ตลาดน้ำ	7
การท่องเที่ยว	
ความหมายของการท่องเที่ยว	8
ความสำคัญของการท่องเที่ยว	9
องค์ประกอบของการท่องเที่ยว	9
การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	11
ความหมายของการจัดการทั่วไป	11
ความหมายของการจัดการท่องเที่ยว	12
กระบวนการจัดการท่องเที่ยว	12
หลักการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว	14
การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	14

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
การพัฒนาที่ยั่งยืนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	17
ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน	17
แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทโลก	18
แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเทศไทย	19
การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	20
แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนและการมีส่วนร่วม	21
แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชน	23
แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน	28
การวางแผนกลยุทธ์	
ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์	28
กระบวนการวางแผนกลยุทธ์	29
คุณลักษณะของแผนกลยุทธ์	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	36
การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	36
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	38
การเก็บรวบรวมข้อมูล	43
การวิเคราะห์ข้อมูล	44
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	44
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม	47
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	47
การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล	47

หน้า

ผลกาวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชาชนท้องถิ่น	48
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	48
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับสภาพชุมชนปัจจุบัน	53
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นและระดับความสำคัญ	54
ต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน	
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	58
ตลาดน้ำวัดตะเคียน	
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผู้ประกอบการ	59
ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	59
ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับสภาพชุมชนปัจจุบัน	64
ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นและระดับความสำคัญ	65
ต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน	
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ	69
ตลาดน้ำวัดตะเคียน	
ผลการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง	70
5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ	72
สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล	80
การอภิปรายผล	85
ข้อเสนอแนะ	88
บรรณานุกรม	89
ภาคผนวก	91

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
3.1 จำนวนประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา	38
4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	48
4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	49
4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	50
4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	51
4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	52
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพ ชุมชนปัจจุบัน	53
4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม ภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน	54
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน	56
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการ บริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน	58
4.10 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	59
4.11 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	60
4.12 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา	61
4.13 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ	62
4.14 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตาม รายได้ต่อเดือน	63
4.15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพ ชุมชนปัจจุบัน	64

บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.16 แสดงคุณเฉลี่ยและคุณเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อม ภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน	65
4.17 แสดงคุณเฉลี่ยและคุณเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน	67
4.18 แสดงคุณเฉลี่ยและคุณเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการ บริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน	69



บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

ปัจจุบันประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว อีกทั้งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงกับธุรกิจและอุตสาหกรรมอื่นๆ ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร การคมนาคมขนส่ง ธุรกิจการจำหน่ายของที่ระลึก รวมถึงธุรกิจการบริการด้านต่างๆ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ นอกจากจะเป็นการดึงเงินตราต่างประเทศเพื่อทำให้เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้เข้าสู่ท้องถิ่นแล้ว ยังกระตุ้นให้เศรษฐกิจของประเทศเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องอีกด้วย ดังนั้นรัฐบาลหลายๆ ประเทศจึงเพิ่มความสนใจให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้พยากรณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกว่า ภายในปี ค.ศ. 2020 รายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลกจะสูงถึงกว่า 50 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ จะมีนักท่องเที่ยวกระจายตามสถานที่ต่างๆ ทั่วโลกถึง 1,600 ล้านคน โดยมีกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแหล่งใหม่ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นถึงร้อยละ 10 (พิมพ์ชนก มุลมิตร, 2551: 1) การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ที่สำคัญของอุตสาหกรรมไทย โดยตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ได้มีการรณรงค์ทางด้านการตลาดอย่างเข้มข้น และต่อเนื่องนับตั้งแต่โครงการปีท่องเที่ยวไทย ประเทศไทยประตูสู่อินโดจีน Amazing Thailand จนถึง Unseen Thailand

การท่องเที่ยว (Tourism) นับเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นแหล่งรายได้สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ช่วยสร้างอาชีพให้ประชาชนมีรายได้ และมีแนวโน้มการขยายตัวที่เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง นับตั้งแต่ประเทศไทยเริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2504 – 2509) เป็นต้นมา ที่ผ่านมามีเอกสารทางวิชาการหลายๆ เรื่องชี้ให้เห็นว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอันเป็นฐานทรัพยากรของการท่องเที่ยว เนื่องมาจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ดำเนินไปโดยค่อนข้างขาดความเอาใจใส่ดูแลเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจากทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงจากแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้น ผลกระทบที่เกิดขึ้น คือ การเสื่อมโทรมและลดปริมาณลงของทรัพยากรธรรมชาติ เกิดปัญหาความขัดแย้งระหว่างกลุ่ม

ชนฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนปัญหาหลากหลายที่ เป็นผลสืบเนื่องมาจากความเจริญเติบโตของการพัฒนาประเทศที่ขาดการควบคุมดูแล

ต่อมาเมื่อกระแสการพัฒนาอย่างยั่งยืนของโลกได้เกิดครั้งมีการประชุมสุดยอดสิ่งแวดล้อมโลก หรือ Earth Summit ในปี พ.ศ.2535 ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ผลจากการประชุมครั้งนั้นทำให้เกิดการลงนามรับรองแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) อันเป็นแผนแม่บทโลกสำหรับการดำเนินการพัฒนาแบบยั่งยืน ซึ่งส่วนหนึ่งนำไปสู่การผลักดันให้เกิดกระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ก่อให้เกิดการปรับตัวของระบบการท่องเที่ยว และระบบการจัดการท่องเที่ยวในการหาการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) ที่ก่อให้เกิดความสมดุลของกระแสพัฒนาการท่องเที่ยวและกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กันไป และเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและทดแทนการท่องเที่ยวตามแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) ที่มักท่องเที่ยวกันเป็นคณะใหญ่ (Mass Tourism) ตามที่เคยปฏิบัติกันมา ซึ่งแนวคิดในการนำเสนอการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่นี้มีชื่อเรียกที่หลากหลาย เช่น Ecotourism, Green Tourism, Bio Tourism, Sustainable Tourism, Conservation Tourism และ Responsible Tourism เป็นต้น แต่การจัดการท่องเที่ยวที่นิยมและแพร่หลายมากที่สุดในเวลานี้ คือ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism โดยรวมแล้วการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นคำที่ใช้เรียกการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และสัมผัสธรรมชาติเป็นหลัก (Fennel : 1999)

สำหรับประเทศไทย การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนเริ่มปรากฏชัดตั้งแต่ปี พ.ศ.2536 เป็นต้นมา โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ได้รับความสนใจจากทั้งคนไทยและชาวโลก และช่วงปี พ.ศ.2539 - 2540 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นนโยบายระดับชาติ เพื่อให้หน่วยงานต่าง ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง สอดคล้องกับแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535 - 2540) ที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของภาครัฐบาล เอกชน และประชาชน ในการส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย กำหนดนโยบายสร้างจิตสำนึกและให้ความรู้แก่ประชาชนถึงความสำคัญและคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม สำหรับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) มียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวหลายยุทธศาสตร์ อาทิ ยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืนโดยให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการบนพื้นฐานของความโดดเด่นและความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย นอกจากนี้ยังมุ่งพัฒนาขีดความสามารถและสร้างนวัตกรรมจากทรัพยากรทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น พร้อมทั้งส่งเสริมสิทธิชุมชนและกระบวนการการมีส่วนร่วม

ร่วมของชุมชนในการสงวนการอนุรักษ์ ฟื้นฟู พัฒนา และสร้างกลไกในการคุ้มครองสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ , 2549: 71-75) ขณะเดียวกันท่ามกลางกระแสท้องถิ่นนิยมที่มุ่งเน้นให้มีการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น และให้ความสำคัญกับสิทธิชุมชนตามรัฐธรรมนูญ พ.ศ.2540 มาตรา 46 และมาตรา 56 ที่บัญญัติให้สิทธิชุมชนมีส่วนร่วมจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของชุมชน มีการกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเอง และตัดสินใจในกิจการท้องถิ่น ตามมาตรา 78 รวมทั้งกระแสการเรียกร้องของชุมชนท้องถิ่นท่ามกลางแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม จากกระแสดังกล่าวส่งผลให้การท่องเที่ยวของไทยพยายามปรับทิศทางไปสู่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากขึ้นเป็นลำดับ แต่ส่วนใหญ่เป็นความพยายามในระดับนโยบายหรือในโครงสร้างระดับบนเท่านั้น ยังไม่มีการแปรผลไปสู่เชิงปฏิบัติการในระดับรากหญ้าอย่างจริงจัง ประชาชนและชุมชนท้องถิ่นยังไม่ได้เข้ามามีส่วนร่วมและเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจอย่างแท้จริง หากแต่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่ยังคงอยู่กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเพียงกลุ่มเดียว และเป็นผู้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรซึ่งเป็นทรัพย์สินส่วนรวม มาตอบสนองความต้องการของกระแสวัฒนธรรมบริโภคนิยม โดยไม่คำนึงถึงความยั่งยืนของธรรมชาติและความสำเร็จในการรองรับของธรรมชาติ

ดังนั้น ในการวิจัยนี้จึงมุ่งต้องการศึกษาลงไปในระดับรากหญ้าหรือระดับชุมชนท้องถิ่น เพื่อวิจัยและหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้กรอบแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development) และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) โดยมีฐานการพัฒนาที่แท้จริงมาจากชุมชน และประชาชนในชุมชนใช้ฐานทรัพยากรหรือต้นทุนของชุมชนที่มีอยู่เป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว และที่สำคัญต้องยึดระบบนิเวศเป็นศูนย์กลาง (Eco centric) ดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของชุมชนไปในกรอบของการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติอย่างคุ้มค่าและเหมาะสม รักษาฐานทรัพยากรท่องเที่ยวของชุมชนให้ยั่งยืนเป็นมรดกสืบทอดต่อไปยังคนรุ่นลูกหลาน ขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมให้ชุมชนได้ใช้สิทธิในการเข้าถึงทรัพยากรและรักษาคุ้มครองทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นตน

ในการวิจัยนี้ได้คัดเลือกชุมชนตลาดน้ำวัดคะเคียน ซึ่งเป็นตลาดน้ำที่เกิดขึ้นไม่กี่ปีที่ผ่านมา ในตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ตำบลบางคูเวียงตั้งอยู่ทางทิศเหนือของอำเภอบางกรวย มีพื้นที่ทั้งหมด 3,385 ไร่ แบ่งออกเป็นสวนผลไม้ 2,492 ไร่ ไม้ดอกไม้ประดับ 25 ไร่ ครั้วเรือนเกษตร 410 ไร่ อื่นๆ 458 ไร่ ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มน้ำท่วมขังตลอดปีและมี ลำคลองผ่านเป็นจำนวนมากในเขตพื้นที่ต่างๆ คลองที่สำคัญได้แก่ คลองบางคูเวียง คลองบางรวน คลองชื่อขวาง และคลองหัวคู คลองส่วนใหญ่ใช้เป็นเส้นทางส่งน้ำเข้าสวนใช้สอยรวมทั้งคมนาคม แหล่งน้ำที่สำคัญและมีผลต่อกิจกรรมทางการเกษตร ได้แก่คลองบางกอก

น้อย ตำบลบางคูเวียง ทิศเหนือติดต่อกับตำบลบางม่วง อำเภอบางใหญ่ ทิศใต้ติดต่อกับเขตลิ่งชั้น
ทิศตะวันออกติดต่อกับตำบลมหาสวัสดิ์ และตำบลบางขุนทอง ทิศตะวันตก ติดต่อกับตำบลปลาย
บาง อำเภอบางกรวย

เวลาผ่านไปเรือกสวนเมืองนนท์ ถูกแปรสภาพไปเป็นบ้านจัดสรร เหลือสวนให้ชื่นชมน้อย
เต็มที ลำคลองที่ผันผ่านจากแม่น้ำเจ้าพระยาที่เข้ามาในชุมชนเริ่มหายไป เพราะผู้คนสัญจรด้วย
ถนนแทน พระครูสมุห์สงบ กิตติญาโณ เลขานุการเจ้าอาวาสวัดตะเคียน หรือวัดหลวงปู่แ้มซึ่งเป็น
วัดเก่าแก่ในพื้นที่ ได้ยื่นพื้นตลาดน้ำข้างวัดขึ้นมาอีกครั้ง ถูกเปิดอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 2
พฤษภาคม 2552 เพื่อให้ชาวบ้านนำข้าวของจากสวนของตนเองมาขายและเป็นส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวไปในตัว พอเปิดตัวมาได้สักระยะหนึ่งในวันธรรมดามีคนมาเที่ยวยังไม่มากนัก แต่ในวัน
เสาร์-อาทิตย์คนจะมากขึ้น มีพ่อค้า-แม่ค้าขายเรือขายของ แต่ปัญหาดังกล่าวในขณะนี้คือตลาดน้ำ
วัดตะเคียนยังเป็นตลาดน้ำที่ยังขาดการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและการวางแผนในอีกหลายๆ
ด้าน และได้เล็งเห็นว่าตลาดน้ำวัดตะเคียน ถ้าได้รับการพัฒนาให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้นจะทำให้เกิด
แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงแหล่งใหม่เกิดขึ้นอย่างแน่นอน

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้ จึงเล็งเห็นปัญหาดังกล่าวและสนใจที่จะศึกษาว่า ควรมีการบริหาร
จัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนของตลาดน้ำวัด
ตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาสภาพชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเพื่อการบริหารจัดการแบบยั่งยืน
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบ
ยั่งยืน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ชุมชนได้แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีศักยภาพ ในการบริหารจัดการเป็นแหล่งท่องเที่ยว
แบบยั่งยืน
2. ผลการศึกษา จะเป็นข้อมูลให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้วางแผน
เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาสภาพชุมชนและสภาพแวดล้อมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัด รวมทั้งแนวทางการจัดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่เหมาะสมกับพื้นที่ เพื่อวิเคราะห์เป็นแนวทางในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรในการศึกษานี้ แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. ประชาชนท้องถิ่น ได้แก่ ประชาชนที่อยู่ในชุมชนพื้นที่โดยรอบตลาดน้ำวัดตะเคียน ประกอบไปด้วย 7 หมู่บ้าน ในตำบล บางคูเวียง อำเภอบางกรวย
2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่ตลาดน้ำวัดตะเคียน
3. เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐ ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลปลายบาง นายอำเภอบางกรวย และผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ศึกษา ได้แก่ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ขอบเขตด้านเวลา

ทำการศึกษาในระหว่างเดือนตุลาคม 2554 – กันยายน 2555 รวมระยะเวลาทำการวิจัยประมาณ 11 เดือน โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามเป็นระยะเวลา 4 เดือน (พฤษภาคม 2554– สิงหาคม 2555)

กรอบแนวความคิด

ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบ

1. ปัจจัยด้านชุมชนในพื้นที่

- การมีส่วนร่วม
- ชีตความสามารถ
- ความพร้อม
- ความรู้ ทักษะ
- ผู้ประกอบการ
- ผู้นำชุมชน

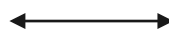
2. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม

- ธรรมชาติ
- วัฒนธรรม
- สาธารณูปโภค

3. ด้านภาครัฐ (อบต.)

- นโยบาย
- งบประมาณ

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว
ตลาดน้ำแบบยั่งยืน



บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลพื้นฐานทั่วไป หลักการ แนวคิดทฤษฎี และ ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังหัวข้อต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับตลาดน้ำ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การบริหารจัดการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การพัฒนาที่ยั่งยืนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนและการมีส่วนร่วม

การวางแผนกลยุทธ์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตลาดน้ำ

ตลาดน้ำ หมายถึง ตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือ พลุกล่น เช่น บริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ ตลาดน้ำในอดีตมีมากมาย หลายแห่งโดยเฉพาะในบริเวณภาคกลาง เนื่องจากภูมิประเทศอุดมด้วยแม่น้ำลำคลองหลายสาย ทั้งที่อยู่ตามธรรมชาติ และที่ขุดขึ้นเพื่อใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งและขยายพื้นที่เพาะปลูก ย่าน ชุมชนจึงมักอาศัยอยู่ริมน้ำเป็นส่วนใหญ่ ตลาดน้ำก็น่าจะอยู่กับชุมชนเหล่านี้นี้ด้วย

ตลาดน้ำที่สำคัญแห่งแรกน่าจะเป็น ปากคลองตลาดซึ่งอยู่ระหว่างป้อมจักรเพชร และป้อม ฝึเสื้อ แม้ว่าในระยะแรกเป็นเพียงตลาดเล็กๆ แต่เมื่อเวลาผ่านไปบ้านเมืองมีความเจริญขึ้น ตลาด ที่เคยเป็นตลาดน้ำมาก่อนก็กลายเป็นตลาดบกและเป็นตลาดขายส่งผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญ มากจนถึงปัจจุบัน

ตลาดน้ำในช่วงสมัยต้นรัตนโกสินทร์นอกจากปากคลองตลาดแล้วก็ยังมีตลาดน้ำบางกอก น้อย ตลาดน้ำคลองบางหลวง ตลาดน้ำวัดทอง ตลาดน้ำวัดไทร ตลาดน้ำวัดคลองดาวคะนอง ตลาดน้ำคลองมหานาค ตลาดน้ำคลองคูพระนครเดิม ตลาดน้ำคลองดำเนินสะดวก ตลาดน้ำคลอง โพนหัก ตลาดน้ำ อัมพวา ตลาดน้ำท่าคา ตลาดน้ำบ้านกระแซง รวมทั้งมีตลาดน้ำอื่นๆ ตามคลอง ชอยต่างๆ ไป

บรรดาผู้พายเรือขายในตลาดน้ำในอดีตส่วนใหญ่เป็นหญิงไทยและชาวจีน เนื่องจาก ชายไทยต้องถูกเกณฑ์เข้ารับราชการ ส่วนชาวจีนได้สิทธิในการเดินทางค้าขายได้ทั่ว

พระราชอาณาจักร เพราะไม่ต้องเข้ารับราชการเหมือนอย่างชายไทย ชาวจีนจึงมีบทบาทสำคัญในการขยายตลาดการค้าภายในให้กว้างขวางขึ้น สินค้าที่แม่ค้าคนไทยนำมาขายส่วนมากเป็นผลผลิตทางการเกษตร

ปัจจุบันหากได้เดินทางไปท่องเที่ยวตลาดน้ำที่ใดก็ตาม สิ่งทีอดจะมองหาไม่ได้ก็คือ เรือขายก๋วยเตี๋ยวกับเรือขายกาแฟ สองสิ่งนี้ดูเหมือนว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของตลาดน้ำไปแล้ว นอกจากนั้นเราก็คงจะพบเห็นพืชผักสดขายอยู่ในเรือหลายลำไม่ว่าจะเป็นเรือขายไม้ผลตามฤดูกาล มะม่วง ส้มเงาะ ทุเรียน ส้มโอ เป็นต้น หรือเรือขายผักสดที่ปลูกเองตามแปลงผักริมคลอง เช่น คะน้า กระชาย มะกรูด มะนาว พริก แพง ตะไคร้ เป็นต้น

การท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544: 15) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่โดยมีเงื่อนไขว่า การเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง

มูลนิธิสิ่งแวดล้อมไทย (2549: ค - 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมเพื่อการผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำของมนุษย์ โดยเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจในการไปสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว และมีจุดมุ่งหมายของการเดินทางที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เป็นการเดินทางไปเพื่อวัตถุประสงค์ต่อไปนี้ คือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมญาติมิตร และเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ รวมทั้งเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

Holloway (1983: 3 อ้างถึงใน พิมพ์ชนก มูลมิตร, 2551: 7) ได้กล่าวว่าการท่องเที่ยวคือการเดินทางออกจากที่พักหรือที่ทำงานไปยังสถานที่อื่นๆ ในระยะสั้นๆ และคนเหล่านั้นจะทำกิจกรรมต่างๆระหว่างพักชั่วคราวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติมิตรหรือท่องเที่ยว

รชพร จันทรสว่าง (2546: 15) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวว่าเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันทั้งที่เป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนประกอบกิจกรรมตามความสนใจ หรือเพื่อประกอบธุรกิจซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการทำงานแต่ไม่ได้เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงานหรือประกอบอาชีพเป็นหลัก

ศุภรัตน์ รัตนมุขย์ (2541: 47) ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวคือการเดินทางซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นไปตามธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ โดยที่การเดินทางนั้นเป็นการเดินทางจากถิ่นที่

อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยจุดหมายใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น กล่าวโดยสรุปหมายถึง การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยหรือที่ทำงานในปัจจุบันเพื่อไปยังสถานที่ท่องเที่ยวโดยสมัครใจ ซึ่งกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวก็เพื่อพักผ่อนและพักอาศัยในแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้เวลาเพียงชั่วคราว

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมเป็นอย่างมาก ดังที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540: 24-25) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ
 - 1) เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ
 - 2) ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ
 - 3) ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน
 - 4) ก่อให้เกิดการกระจายรายได้
 - 5) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น
 - 6) การท่องเที่ยวก่อเกิดการกระตุ้นการผลิต
2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ
 - 1) ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น
 - 2) ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น
 - 3) ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
 - 4) ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา
 - 5) ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น
 - 6) ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรท้องถิ่นมาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึก
 - 7) ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบหลักที่สำคัญ 3 ส่วน คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยวและตลาดการท่องเที่ยว แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กัน

เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย , 2540 อ้างถึงใน ศรายุทธ ผลโพธิ์, 2549:10-11)

1. แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยทั่วไปมักแบ่งออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ และโบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ มักเป็นแหล่งที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม หรือแหล่งธรรมชาติที่สวยงามและความพร้อมในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจะพิจารณาในด้านที่ตั้ง ขนาด ความดึงดูดใจ ความสะดวกในการเข้าถึง ความพร้อมด้านบริการ ศักยภาพการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว และปัญหาหรือความต้องการในการพัฒนา สภาพทรัพยากรยังมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้วในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายรวมถึงศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย

2. บริการการท่องเที่ยว (Tourism Services) บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ถึงแม้ไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourists) เป็นการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวหรืออุปสงค์ของการท่องเที่ยว (Tourism Demand) ตลาดการท่องเที่ยวคือปรัชญาของการจัดการที่มุ่งเน้นไปสู่ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยการวิจัยตลาด การพยากรณ์ การคัดเลือกทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในความต้องการเพื่อให้ธุรกิจได้รับประโยชน์สูงสุดในการเสนอบริการแก่นักท่องเที่ยวตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

ความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้งสามเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ หรือทัศนศึกษาซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงหรือจากบริการที่เกี่ยวข้อง โดยปกติทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสแต่ภายนอกโดยไม่มีการเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด หรืออาจมีการชดเชยได้ตลอดเวลา อย่างไรก็ตามในการท่องเที่ยวที่เป็นจริงนั้น การใช้ประโยชน์ของทรัพยากรมักมีการแปรรูปทรัพยากรและอาจไม่มีการคำนึงถึงการสูญเสีย หรือผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับระบบย่อยต่างๆ

รวมทั้งผลต่อสิ่งแวดล้อมอื่นๆในทางกลับกันสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบอื่นๆ เช่น ระบบชุมชนระบบอุตสาหกรรม ฯลฯ อาจมีผลกระทบมาสู่ระบบที่เกี่ยวข้องด้วย ดังนั้นการที่เกี่ยวข้องที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถประสบความสำเร็จได้เลย นอกจากองค์ประกอบภายในระบบแล้ว การที่เกี่ยวข้องยังมีสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กันอีกหลายประการ เช่น สภาพกายภาพ และระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมวัฒนธรรม องค์การ และกฎหมาย เป็นต้น

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความหมายของการจัดการทั่วไป

ระวัง เนตรโพธิ์แก้ว (2542: 37) ได้สรุปว่าการจัดการเป็นกระบวนการที่จะจัดให้บุคคลกระทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้บรรลุผลตามจุดมุ่งหมายต้องอาศัยทรัพยากรต่างๆ มาดำเนินการ ซึ่งมีลักษณะการจัดการไว้ว่าเป็นกระบวนการทำงานให้สำเร็จโดยบุคลากรทุกฝ่าย โดยมีจุดมุ่งหมายของการใช้ทรัพยากรอย่างชัดเจน และมีคณะบุคคลร่วมมือร่วมใจกันดำเนินงาน โดยเป็นกิจกรรมที่มีการวางแผน การจัดการองค์การ การควบคุม การอำนวยการ อีกทั้งมีผู้จัดการที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาดำเนินการได้อย่างมีระบบ ซึ่งสอดคล้องกับ

มัลลิกา ต้นสอน (2544: 22-23) ได้ให้นิยามการจัดการคือ กระบวนการในการทำงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลโดยการสั่งการ และการทำงานร่วมกับบุคคลอื่น โดยมีขั้นตอนที่เรียกว่า กระบวนการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย 5 หน้าที่ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การจัดบุคคลเข้าทำงาน การนำและการควบคุม

ตุลา มหาพสุชานนท์ (2545: 35-36) ได้กล่าวว่า องค์การทุกองค์การต้องมีเป้าหมายขึ้นอยู่กับว่าองค์การนั้นถูกจัดอยู่ในประเภทใด และเป้าหมายต่างๆ จะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมหรือภารกิจที่มีการจัดการ หรือการบริหารอยู่ ซึ่งกิจกรรมหรือภารกิจนั้นต้องมีบุคคลตั้งแต่ 2 คนขึ้นไปมาร่วมแรงร่วมใจกันปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายร่วมกัน จากแนวคิดข้างต้นสามารถสรุปได้ถึงหลักการจัดการทั่วไปว่าเป็นกระบวนการในการทำงานให้บรรลุจุดมุ่งหมายอย่างได้ผลโดยใช้ทรัพยากรให้คุ้มค่า และให้ความสำคัญกับกระบวนการและวิธีการในการทำงาน ซึ่งมีการวางแผน การจัดการองค์การ การชี้นำและการควบคุมให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและเหตุการณ์จริง ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวได้

ความหมายของการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการท่องเที่ยว หมายถึง แนวทาง วิธีการดูแลปฏิบัติต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อให้ไม่ถูกทำลายโดยนักท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ (วรรณาศิลปะอาษา, 2545: 26-27)

1. ปัจจัยพื้นฐานในการจัดการ ซึ่งประกอบด้วย

1) คน เป็นปัจจัยที่สำคัญที่จะก่อให้เกิดผลสำเร็จในแง่ของปริมาณงานและคุณภาพงาน โดยเฉพาะการจัดการการท่องเที่ยวต้องอาศัยบุคคลที่มีคุณภาพ มีความรู้ความสามารถในการจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

2) เครื่องจักร เครื่องมือ ได้แก่ อุปกรณ์ที่ใช้ปฏิบัติงานให้เกิดประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าที่สุด

3) เงินทุน ได้แก่ เงินทุนทั้งในระยะสั้นและระยะยาวที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสนับสนุน โดยจัดหาอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อความก้าวหน้าในการดำเนินกิจกรรมให้เป็นไปอย่างรวดเร็ว

4) วัสดุ วัตถุดิบ ที่ใช้ในการดำเนินงาน ทั้งด้านการผลิตและด้านการบริการที่ดีแก่ลูกค้า

2. ปัจจัยด้านการตลาด ในที่นี้ได้แก่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ถูกเสนอขายสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ต้องให้สอดคล้องต่อความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย การจัดการทางการตลาดท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น

3. ปัจจัยด้านวิธีการปฏิบัติงาน คือ การกำหนดระบบงาน ระเบียบ ขั้นตอนวิธีการปฏิบัติงานในการจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด

4. ปัจจัยด้านการจูงใจ ผู้ปฏิบัติงานในการจัดการการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จได้นั้น ปัจจัยด้านคน ถือเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ดังนั้นการจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนมีทัศนคติที่ดีต่อการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวจึงถือเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อให้เกิดการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กระบวนการจัดการการท่องเที่ยว

การจัดการการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพจะต้องดำเนินตามกระบวนการจัดการการท่องเที่ยว (วรรณาศิลปะอาษา, 2545: 27-29) ดังนี้

1. การวางแผน คือ การกำหนดแผนหรือวิธีการปฏิบัติงานไว้ล่วงหน้า เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีขั้นตอนการวางแผนดังนี้

1) การเตรียมการศึกษาซึ่งจะต้องได้รับความร่วมมือและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคองค์กรอิสระในการรวบรวมข้อมูล ระบุปัญหา อุปสรรคในการจัดการการท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่เพื่อเป็นการเตรียมการ และศึกษาภาพรวมทั้งหมด

2) การกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมาย โดยจะต้องเป็นวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจนสามารถบรรลุผลได้ในทางปฏิบัติ และเป็นแนวทางในการดำเนินการต่อไปได้

3) การสำรวจข้อมูล เป็นขั้นตอนการเก็บข้อมูลที่จำเป็นในการจัดการการท่องเที่ยวซึ่งจะต้องครอบคลุมประเด็นต่างๆ

4) การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สำรวจมาวิเคราะห์ให้ได้ซึ่งข้อมูลที่ถูกต้องเหมาะสม สามารถนำไปใช้ในการจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยจะพิจารณาในประเด็นต่างๆ ได้แก่ การประเมินความพร้อมด้านโครงสร้างขั้นพื้นฐาน การวิเคราะห์ตลาด การวิเคราะห์ผลกระทบที่จะเกิดจากการจัดการการท่องเที่ยวทั้งทางด้านเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

5) การกำหนดนโยบายและการจัดทำแผน เมื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลแล้วนำมาพิจารณาเพื่อกำหนดเป็นนโยบาย และจัดทำแผนทั้งแผนแม่บทและแผนกลยุทธ์ รวมทั้งแผนปฏิบัติการที่สามารถนำไปปฏิบัติและเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดการการท่องเที่ยว

6) การปฏิบัติงานตามแผนเป็นการนำแผนที่กำหนดไว้สู่การปฏิบัติซึ่งจำเป็นต้องได้รับการควบคุมเพื่อให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

7) การตรวจสอบติดตามประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อป้องกันและแก้ไขอุปสรรคที่อาจส่งผลให้การดำเนินงานล่าช้า ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด

2. การจัดการองค์กร คือ การจัดโครงสร้างขององค์กรให้เกิดประโยชน์สูงสุดประกอบด้วย การกำหนดตำแหน่งงาน และจัดกลุ่มงานที่จำเป็นเพื่อการทำงานตามเป้าหมาย การมอบอำนาจหน้าที่ที่จำเป็นในการปฏิบัติงานด้านต่างๆ และต้องทราบว่าใครต้องทำงานใดและรายงานแก่ใคร เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการจัดสรรทรัพยากรในการทำงานตามโครงสร้างองค์กรต่างๆ

3. การจัดคนเข้าทำงาน คือ ภารกิจที่ผู้บริหารในการจัดการเกี่ยวกับบุคลากรเพื่อหาคนที่มีความสามารถเข้ามาทำงาน และพยายามส่งเสริมศักยภาพของบุคลากรเหล่านั้น รวมทั้งการสร้างขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานในระยะยาว โดยเฉพาะการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนั้นจึงเป็นสิ่งสำคัญในการจัดสรรคนเข้ามาทำงานทางด้านนี้

4. การสั่งการ เป็นหน้าที่ที่ผู้นำต้องใช้ความสามารถในการจูงใจให้ผู้ปฏิบัติงานยินดีทำงานอย่างเต็มประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้จัดการควรมีทักษะในการติดต่อสื่อสาร การเรียนรู้พฤติกรรมมนุษย์เพื่อที่จะสามารถประยุกต์ใช้ศิลปะการจัดการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นได้

5. การควบคุม คือ กระบวนการตรวจสอบ ติดตาม และการประเมินผลงานหรือทำการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้งานสามารถบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ในการจัดการการท่องเที่ยวดังนี้

- 1) การควบคุมทรัพยากรทางกายภาพ
- 2) การควบคุมบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 3) การควบคุมผลการปฏิบัติงาน
- 4) การควบคุมด้านงบประมาณ
- 5) การควบคุมวิธีการดำเนินงาน

หลักการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว

โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมและสถาบันดำรงราชานุภาพ (2541 อ้างถึงใน ทองยูน บุตรโสภา, 2547: 21) ได้เสนอถึงหลักการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย

1. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้งกิจกรรมความพร้อมและความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปของการเป็นคณะกรรมการ การรับผิดชอบดำเนินการ การสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น

2. องค์กรต่างๆ ในพื้นที่ สถาต่าบาล องค์กรบริหารส่วนตำบล กำนันผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน โครงการ และกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมทั้งการสนับสนุนการดำเนินการขององค์กรภาคประชาชนอื่นๆ

3. ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว องค์กรท้องถิ่น องค์กรด้านสิ่งแวดล้อม และรัฐมีหน้าที่จะต้องทำงานร่วมกันอย่างเสมอภาคกัน

4. ประชาชนในท้องถิ่นจะต้องมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการต่างๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของคนส่วนใหญ่ในพื้นที่

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

หลักการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องครอบคลุมองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการ

ท่องเที่ยว ด้านการตลาดของการท่องเที่ยว ด้านการบริการ และด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงองค์การและกฎระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวข้องโดยมีรายละเอียดดังนี้ (ดร.ชนัน โคมพันธ์, 2547: 3-7 อ้างถึงใน วรภัทร สยนาทนนท์, 2552: 34-36)

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ ความสามารถของพื้นที่และระบบนิเวศในการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อให้ทรัพยากรท่องเที่ยวยังคงอยู่ได้ยั่งยืนโดยไม่เสื่อมโทรมลงไปอย่างถาวร และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น ตามศักยภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวรวมถึงการกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม และเน้นการประเมินคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานความสนใจเฉพาะด้านของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีต่อธรรมชาติ วิถีชีวิตท้องถิ่นและการอนุรักษ์ การจัดการเพื่อรักษาคุณค่าความสำคัญในความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ให้ได้ การจำแนกเขตการจัดการพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยวและการรักษาระบบนิเวศรวมถึงกำหนดมาตรการหรือเงื่อนไขการใช้พื้นที่ต่างๆ และแสวงหาความร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การประชาสัมพันธ์และสร้างความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยว และการติดตามตรวจสอบประเมินสภาพของทรัพยากรท่องเที่ยวอยู่เสมอ กิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรเป็นกิจกรรมที่มีโอกาสใกล้ชิดและได้รับประสบการณ์ตรงจากธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น มีโอกาสได้เข้าใจเรียนรู้และเกิดความตระหนักในคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยว มีโอกาสที่จะสร้างงานและรายได้แก่คนท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่ส่งผลด้านการอนุรักษ์ซึ่งอาจเป็นทางตรงหรือทางอ้อมและไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติและวิถีชีวิตท้องถิ่น

2. นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการจัดการด้านการตลาด นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะปะปนอยู่ในสังคม ส่วนใหญ่ค่อนข้างไปทางสูงอายุ มีการศึกษาและรายได้ดี นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความปรารถนาที่จะได้ท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นธรรมชาติหรือมีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่แปลกแตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน มีความประสงค์ที่จะได้รับรู้และ/หรือมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติทั้งทางตรงและทางอ้อม มีความสมบูรณ์สมบัตินี้และความตั้งใจอย่างแรงกล้าที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวโดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวิถีชีวิตท้องถิ่น ดังนั้นจึงเป็นผู้ที่พร้อมจะปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมในท้องถิ่นและไม่ต้องการให้มีการปรับเปลี่ยนหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวกสบายในลักษณะเช่นเดียวกับถิ่นที่ตนเองอยู่อาศัยหรือคุ้นเคย หรือในลักษณะที่ได้รับจากการบริการในเมืองใหญ่

3. การบริการด้านต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวก การบริการสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศครอบคลุมตั้งแต่ที่พัก อาหาร ยานพาหนะขนส่งนักท่องเที่ยว ตลอดจนการบริการกิจกรรม

ท่องเที่ยว การนำเที่ยว และการสื่อความหมายธรรมชาติแก่นักท่องเที่ยว ในบางแห่งการบริการเรื่องที่พักหรืออาหารอาจไม่จำเป็น ขึ้นอยู่กับสภาพหรือลักษณะเฉพาะของแหล่งท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นเน้นการบริการด้านการสื่อความหมายและการให้ข่าวสารข้อมูล เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การบริการศูนย์ข้อมูลและบริการนักท่องเที่ยว การบริการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวระหว่างการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น การบริการต่างๆ ที่มีโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น เช่น บริการที่พัก อาหาร ยานพาหนะ และมัคคุเทศก์นำเที่ยว เน้นให้ประชาชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมและดำเนินกิจการต่างๆ ในภาคบริการดังกล่าว

4. การบริหารจัดการ จัดว่าเป็นแกนหรือกลไกสำคัญในการควบคุมดูแลและจัดการให้นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นไปตามวัตถุประสงค์ การบริหารจัดการนี้ประกอบด้วยองค์ผู้เกี่ยวข้องของทุกฝ่าย รวมไปถึงแผนงาน โครงการ มาตรการและกฎระเบียบต่างๆ ในการควบคุมดูแล ให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นไปตามหลักการที่ถูกต้องและยังเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการ องค์การที่รับผิดชอบควรทำหน้าที่บริหารการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปตามเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วรรณ วรษาวิช (2539: 76-77) ยังได้สรุปถึงหลักการสำคัญของการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ดังนี้

- 1) การกำหนดเขตของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วย เช่น ระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ (Geographical Information System-GIS)
- 2) การควบคุมนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบนิเวศที่มีความเปราะบางทางธรรมชาติ (Fragile Ecosystem) โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่
- 3) การจัดเตรียมข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งในแง่การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและประสบการณ์การท่องเที่ยว เช่น การเล่าประวัติย่อๆ ของชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวก่อนหรือระหว่างการเดินทางไปถึง ตลอดจนลักษณะที่สำคัญๆ ของพื้นที่นั้นๆ หรือตั้งศูนย์ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ซึ่งอาจมีทั้งภาพนิ่ง วิดิทัศน์หรือแผ่นพับ เพื่อให้ภาพรวมหรือข้อมูลพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกำลังจะไปเยือน
- 4) ส่งเสริมและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียงเพิ่มขึ้น เพื่อช่วยลดความแออัดให้กับพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก

5) การนำกฎหมายมาบังคับใช้อย่างจริงจังสำหรับผู้กระทำผิด เช่น การตัดต้นไม้ทำลายป่า การลักลอบเก็บหรือมีปะการังและพันธุ์สัตว์น้ำที่หายากไว้ในครอบครอง การล่าสัตว์ในเขตหวงห้าม ฯลฯ

6) การควบคุมสิ่งก่อสร้างต่างๆ ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวให้มีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมรวมทั้งการควบคุมระบบกำจัดขยะ สิ่งปฏิกูล และน้ำเสียจากสิ่งก่อสร้างต่างๆ กล่าวโดยสรุป การจัดการท่องเที่ยวและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการกระทำอย่างมีเป้าหมายที่สอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม เป็นการคำนึงถึงสภาพที่แท้จริงรวมทั้งข้อจำกัดต่างๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการและแผนปฏิบัติการที่ดีต้องคำนึงถึงกรอบแนวคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นการจัดการท่องเที่ยวหรือการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะดำเนินไปอย่างไร้ทิศทาง ประสบความล้มเหลว

การพัฒนาที่ยั่งยืนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืน

วาณี สัมพันธ์รักษ์ และชิตชนก พุทธประเสริฐ (2543: 39-40) กล่าวว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนหมายถึงการพัฒนาเพื่อสนองความต้องการของชนรุ่นปัจจุบัน ในขณะที่เดียวกันจะต้องรักษาสมดุลของระบบนิเวศตามธรรมชาติให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของชนรุ่นหลังตามแนวทางสังคม เศรษฐศาสตร์ และนิเวศวิทยา ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าพลังทางสังคมเป็นพลังสำคัญในการคุ้มครองและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติที่มีเป้าหมายที่สำคัญ คือการปรับปรุงมาตรฐานคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น ส่วนแนวทางเศรษฐศาสตร์นั้นเป็นการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายใต้ขีดจำกัดของทุนทางธรรมชาติที่ต้องสงวนรักษาไว้ใช้ประโยชน์ทั้งของคนในยุคปัจจุบันและในอนาคต และแนวทางนิเวศวิทยามุ่งรักษาความยั่งยืนของระบบนิเวศได้อย่างยาวนาน และสามารถอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพรวมทั้งการคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติ สถาบันดำรงราชานุภาพ (2542: 10) ได้นิยามการพัฒนาที่ยั่งยืนว่าเป็นการพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของคนในปัจจุบันที่สามารถสืบต่อเนื่องไปในอนาคต โดยไม่กระทบต่อโอกาสในการพัฒนาของชนรุ่นหลังและคำนึงถึงมิติของการพัฒนาทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคมอย่างสมดุล รวมทั้งเน้นการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจเพื่อลดช่องว่างระหว่างการออม การลงทุนและการกระจายรายได้ อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ยังเป็นการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ทั้งทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี เศรษฐกิจ คุณภาพชีวิต จิตใจและปัญญา ซึ่งแนวคิดนี้คล้ายคลึงกับแนวคิดของ ฌ็อง-ฌัก อ็องรี ปรีซ์ (2546: 51) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการพัฒนาที่ยั่งยืนที่จะสนองความต้องการของผู้คน

ในอนาคตให้เท่าเทียมกันกับปัจจุบันนั้น หลักสำคัญที่ต้องคำนึงถึงคือการผสมผสานกันอย่างกลมกลืนระหว่างวัตถุประสงค์หรือความต้องการใน 3 ด้าน ประกอบด้วยความต้องการทางสังคม ความต้องการทางเศรษฐกิจ และการรักษาสภาพแวดล้อม ซึ่งวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ด้านยังเป็นดัชนีชี้วัด การพัฒนาที่ยั่งยืนที่สามารถจำแนกได้ 4 มิติ คือ มิติด้านสังคม มิติด้านเศรษฐกิจ มิติสภาวะแวดล้อม และมิติด้านสถาบัน

อนุชาติ พวงสำลี และอรทัย อาจอ่ำ (2539: 69) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นกระบวนการพัฒนาโดยยึดคนเป็นศูนย์กลาง ควรแสดงให้เห็นถึงความเป็นธรรมในสังคม การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในปัจจุบันจะต้องไม่เป็นการทำให้เกิดพิษภัยต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนรุ่นต่อไปนั่นก็คือ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการอนุรักษ์วัฒนธรรม นอกจากนี้การพัฒนาของคนรุ่นต่อไปต้องไม่ถูกคนรุ่นปัจจุบันนำทรัพยากรไปใช้หมด รวมทั้งควรเป็นการพัฒนาแบบองค์รวมให้ประชาชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาด้านเศรษฐกิจ และด้านสังคม

จากแนวคิดข้างต้นสามารถกล่าวได้ว่าการพัฒนาที่ยั่งยืน คือการพัฒนาแบบองค์รวมโดยมีคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาที่ครอบคลุมในทุกๆ ด้าน คือด้านสังคมที่เน้นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของมนุษย์ ด้านเศรษฐกิจที่อยู่ภายใต้ขีดความสามารถของทุนทางธรรมชาติ และด้านนิเวศวิทยาที่ให้ความสำคัญต่อการอนุรักษ์คุ้มครองความหลากหลายทางชีวภาพและทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งนี้ การพัฒนาที่ยั่งยืนต้องสามารถสนองตอบความต้องการขั้นพื้นฐานของคนรุ่นปัจจุบันและคนรุ่นหลังได้

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทโลก

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2547: 2-8 อ้างถึงใน พัทธิธรา ลภัสเศรษฐศิริ, 2549: 16-17) ได้สรุปถึงแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทโลกไว้ว่า หลังจากประเทศแถบซีกโลกตะวันตก โดยเฉพาะอังกฤษและอเมริกาได้เป็นผู้นำและต้นแบบในการปฏิวัติอุตสาหกรรม เปลี่ยนวิธีการผลิตเพื่อยังชีพและค้าขายภายในประเทศเป็นหลักมาสู่การผลิตเชิงอุตสาหกรรม เพื่อให้ได้ผลผลิตในปริมาณมาก ซึ่งทำให้มีต้นทุนต่ำ เพื่อการแข่งขันทางการค้าและมุ่งจำหน่ายระหว่างประเทศกันมากขึ้น นับตั้งแต่นั้นช่วงระยะ 100 ปีที่ผ่านมา เกิดการใช้วัตถุดิบ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างฟุ่มเฟือย และมุ่งตอบสนองความสะดวกสบายมากกว่าความจำเป็นพื้นฐาน ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติค่อยๆ หายไปเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ของเสียที่ปล่อยจากกระบวนการผลิตและการบริโภคสินค้าของประชากรบนโลกกว่า 6,000 ล้านคน ได้ก่อให้เกิดมลพิษ การปนเปื้อน และการสร้างผลกระทบทั้งแก่มนุษย์ ทรัพยากรน้ำ อากาศ และความหลากหลายทางชีวภาพ ดังนั้นประเทศที่พัฒนาแล้วจึงเริ่มรวมตัวกันสร้างกรอบแนวทางการพัฒนา

ใหม่ โดยเกิดการพัฒนาด้านความคิดที่เรียกว่า การเปลี่ยนย้ายกระบวนทัศน์ (Paradigm shift) ขึ้น ส่งผลให้เกิดกรอบแนวคิดที่ว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 และเริ่มมีบทบาทในสังคมโลก โดยเริ่มตั้งแต่องค์การสหประชาชาติได้จัดการประชุมสุดยอดว่าด้วยสิ่งแวดล้อมของมนุษย์ (Human environment) ณ กรุงสต็อกโฮล์ม ประเทศสวีเดน ซึ่งเรียกร้องให้ชาวโลกคำนึงถึงผลกระทบจากการใช้ทรัพยากรอย่างฟุ่มเฟือยจนเกินขีดจำกัด ผลจากการประชุมดังกล่าวทำให้ทั่วโลกหันมาให้ความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมกันอย่างกว้างขวาง ต่อมาสหประชาชาติได้จัดการประชุมสุดยอดระดับโลกอีก 2-3 ครั้ง คือ การประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและการพัฒนา (UN Conference on Environment and Development: UNCED) ณ กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล ในปีพ.ศ. 2535 โดยมีเอกสารสำคัญ คือ แผนปฏิบัติการ 21 ซึ่งเป็นเหมือนแผนแม่บทของโลก ให้ประเทศภาคีสมาชิกที่เข้าร่วมประชุมได้นำไปเป็นกรอบทิศทางการพัฒนาประเทศให้ก้าวสู่ความยั่งยืน จากนั้นได้จัดประชุมย่อยอีก 5 ปีถัดมา ณ ประเทศบราซิล เมื่อปี พ.ศ. 2540 และอีก 5 ปีถัดมา สหประชาชาติก็ได้เป็นเจ้าภาพจัด การประชุมสุดยอดระดับโลกว่าด้วยการพัฒนาที่ยั่งยืน (World Summit on Sustainable Development: WSSD) ณ กรุงโจฮันเนสเบิร์ก ประเทศสาธารณรัฐแอฟริกาใต้ในปีพ.ศ. 2545 ซึ่งประเทศต่างๆทั่วโลกกว่า 180 ประเทศ รวมทั้งประเทศไทย ให้ความสำคัญในกรอบการพัฒนาที่ยั่งยืน อย่างต่อเนื่องและร่วมกันลงนามรับมาเป็นพันธกรณีร่วมกันที่จะพัฒนาประเทศและสังคมโลกให้น่าอยู่และยั่งยืน โดยมุ่งพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล

แนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืนในประเทศไทย

จากรายงานสรุปผลการประชุมประจำปี พ.ศ. 2546 ของสำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เรื่องการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้กล่าวถึงการพัฒนาที่ยั่งยืนในบริบทไทยว่ามีพื้นฐานแนวคิดมาจากปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่มีคุณภาพ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม การพัฒนาทั้ง 3 มิติ จะต้องเกื้อกูลและไม่เกิดความขัดแย้งซึ่งกันและกัน โดยการพัฒนาเศรษฐกิจให้ขยายตัวอย่างมีคุณภาพและแข่งขันได้ จะต้องคำนึงถึงขีดจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่สามารถสงวนรักษาไว้ใช้ประโยชน์ได้อย่างยาวนาน ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด โดยไม่ส่งผลเสียต่อความต้องการของคนทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ทั้งนี้เพื่อคงความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติความหลากหลายทางชีวภาพและคุณภาพสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เป็นฐานการผลิตของระบบเศรษฐกิจและการดำรงชีวิตของมนุษย์ได้อย่างต่อเนื่องตลอดไป และต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาศักยภาพภาพคนและยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนให้ดีขึ้น โดย

บริหารจัดการทรัพยากรและผลประโยชน์จากการพัฒนาและการคุ้มครองอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม มีการปลูกฝังค่านิยมของคนไทยให้มีความพอเพียงและพึ่งตนเองได้ ขณะเดียวกันส่งเสริมการนำ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมไทยที่ดำเนินชีวิตอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างเกื้อกูล สามารถปรับตัวรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงบนฐานของสังคมแห่งความรู้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ, 2547:10 อ้างถึงใน พัทธิธรีรา ลภัสเศรษฐศิริ, 2549: 17-18)

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541: 42 อ้างถึงใน พิมพ์ชนก มูลมิตร, 2551: 32) ได้ให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่า เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการทรัพยากร ทั้งมวล ในลักษณะที่สามารถตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ ใน ขณะเดียวกันก็สามารถรักษาความสมบูรณ์ทางวัฒนธรรมกระบวนการที่จำเป็นเชิงนิเวศวิทยา ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบสนับสนุน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สามารถพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีความเป็นอยู่ของชุมชนต่อกิจกรรมการท่องเที่ยว
2. การตระหนักในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อชุมชนขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความความเป็นอยู่ของชุมชน
3. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่มีผลกระทบต่อนิเวศชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม และวิถีชีวิตที่มีต่อการท่องเที่ยว
4. การประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคมและการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมเป็น หลัก การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนถือเป็นการเพิ่มผลกระทบทางบวกให้เกิดขึ้นมากที่สุด ขณะเดียวกันก็ ลดผลกระทบทางลบให้น้อยที่สุด

สรุปได้ว่า การพัฒนาอย่างยั่งยืนและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เป็นการ พัฒนาการท่องเที่ยวและการพัฒนาสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป โดยใช้ประโยชน์จากสิ่งแวดล้อมอย่าง ถูกต้องเหมาะสม เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมและมีรายได้เข้าสู่ชุมชน แต่ยังคงรักษา ขนบธรรมเนียมประเพณีไว้ได้ มีการศึกษาและวางแผนเพื่อส่งเสริมและสร้างสรรคให้เกิดประโยชน์ แก่ส่วนรวมอย่างคุ้มค่าและยาวนานที่สุด ในขณะที่เดียวกันต้องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้คงอยู่หรือ เสื่อมสภาพน้อยที่สุด

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชนและการมีส่วนร่วม

แนวคิดเกี่ยวกับศักยภาพของชุมชน

1. ความหมายของศักยภาพ

ศักยภาพ หมายถึง ภาวะแฝง อำนาจ หรือคุณสมบัติที่มีแฝงอยู่ในสิ่งต่างๆ อาจทำให้พัฒนาหรือให้ปรากฏเป็นสิ่งที่ประจักษ์ได้ (พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525)

2. ความหมายของศักยภาพชุมชน

พัทน์ม (มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ . 2543; อ้างอิงจาก Putnam. 1993: 15) กล่าวว่า ชุมชนจะเข้มแข็งและมีศักยภาพได้ เพราะคนในชุมชนมีน้ำใจ มีจิตสำนึกสาธารณะ มีความกระตือรือร้นมีบรรทัดฐานของการพึ่งพาอาศัยกันมีเครือข่ายของการทำให้สังคมมาติดต่อสัมพันธ์กันในเรื่องที่เกี่ยวกับชุมชน มีสถานภาพทางกายภาพของชุมชนที่เหมาะสม และสมาชิกมีส่วนร่วมในงานสาธารณะของชุมชน

จิระภา ฉิมสุข (สุวิทย์ วีรศาสตร์. 2533: 5; อ้างอิงจาก จิระภา ฉิมสุข. 2544) ให้ความหมายศักยภาพของชุมชน หมายถึง ชีตความสามารถของชุมชนในอันที่จะตอบสนองความต้องการและแก้ไขสภาพปัญหาของคนส่วนใหญ่ในชุมชน รวมทั้งความสามารถของชุมชนในการประสานความร่วมมือในการดำเนินงานกับคนภายนอกชุมชน ขณะเดียวกันก็ดำเนินการแก้ไขปัญหาที่มาจากภายนอกชุมชน ทั้งนี้ด้วยจุดมุ่งหมายเพื่อความปกติสุขในการอยู่ร่วมกันของคน 9 ในชุมชน องค์ประกอบที่ทำให้ชุมชนเกิดศักยภาพในการดำเนินงานใด ๆ นั้น ได้แก่ โครงสร้างประชากรและระบบการปกครอง อาชีพและระบบการผลิต

จิระภา ฉิมสุข (2544; อ้างอิงจาก สุวเชษฐ์ เวชพิทักษ์ 2533: 22-23) กล่าวถึง ศักยภาพของชุมชนว่า หมายถึง ความสามารถของชุมชนในการจัดการภายในชุมชน เช่น การใช้ระบบเครือข่ายในระบอบคัดเลือกผู้นำ การใช้ระบบศาลเผ่าศาลแก่ ทำหน้าที่พิจารณาคดีและแก้ไขคดีคลายความขัดแย้งหรือกรณีพิพาทในชุมชน

อนุชาติ พวงสำลี และอรทัย อาจอ่ำ (2539: 257) กล่าวถึง ศักยภาพและการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนว่า การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ของกลุ่มคนตั้งแต่เรื่องของจิตสำนึก ความรู้ทักษะไปจนถึงการจัดการ การรวมกลุ่ม ที่ทำให้เกิดพลังต่อรองในการแก้ปัญหา นานาชนิด และการที่กลุ่มจะเข้มแข็งหรือไม่ต้องพิจารณาถึงด้านทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรอื่นๆ ของชุมชนด้วยการจะเกิดศักยภาพหรือความเข้มแข็งของชุมชนนั้นมีปัจจัยที่จะเป็นตัวนำไปสู่การมีศักยภาพหรือความเข้มแข็งของชุมชนได้ ดังนี้

แมททิว (Mathews. 1996: 1-25) ได้พิจารณาเงื่อนไขและปัจจัยของชุมชนที่ทำให้เกิดความเข้มแข็ง ดังนี้

1. โครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อความเป็นชุมชน
 - 1.1 การรวมตัวเป็นกลุ่ม/องค์กร มีมากน้อยเพียงใด
 - 1.2 ขนาดของกลุ่มที่พบปะ
 - 1.3 จำนวนสถานที่และโอกาสในการพบปะสังสรรค์ เพื่อการแก้ปัญหาของชุมชน
 - 1.4 ประเด็นพูดคุย/กปัญหาของชุมชน
 - 1.5 ระดับความสัมพันธ์ใกล้ชิดของคนในชุมชน
 - 1.6 เครื่องมือสื่อสาร
2. กระบวนการเฉพาะบางอย่าง
 - 2.1 กระบวนการตัดสินใจเรื่องเกี่ยวกับปัญหาโดยรวมของชุมชนเป็นอย่างไร การมีส่วนร่วมของคนมากน้อยเพียงไร บทบาทของผู้นำในการตัดสินใจเป็นอย่างไร
 - 2.2 กระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นที่แตกต่างกันหรือการหาข้อสรุปร่วมกันในการแก้ไขปัญหา
3. ผู้นำ
 - 3.1 จำนวนผู้นำ การกระจายตัวในตำบล/พื้นที่
 - 3.2 บทบาทของผู้นำสัมพันธ์กับสมาชิกในชุมชน เช่น การเปิดโอกาสให้สมาชิกแสดงความคิดเห็นริเริ่ม การสร้างกระบวนการ/กิจกรรมให้สมาชิกมีส่วนร่วม และการสร้างเครือข่ายภายใน/ภายนอกชุมชน
 - 3.3 คุณสมบัติ เช่น การติดตามสถานการณ์ปัญหา การเปิดกว้างให้การเรียนรู้ไม่แบ่งฝ่าย มองการไกล
4. กระบวนการที่เกี่ยวกับการพัฒนาชุมชนแบบมีส่วนร่วม
 - 4.1 เป็นการประเมินว่าชุมชนมีระบบความคิดด้านต่าง ๆ เหล่านี้มากน้อยเพียงไร
 - 4.2 การให้ความสำคัญกับกระบวนการมีส่วนร่วมพอ ๆ กับผลงาน
 - 4.3 การดึงคนให้มาร่วมกระบวนการคิดและตัดสินใจให้มากที่สุด
 - 4.4 การเน้นศักยภาพของสมาชิกที่มารวมตัวกันว่าเป็นต้นทุนของชุมชน มากกว่ามองว่าเป็นปัญหาของชุมชน
 - 4.5 ความคิดเกี่ยวกับ “อำนาจ” หรือ “พลัง” ในการเปลี่ยนแปลง เน้นพลังของกลุ่มในการแก้ปัญหาของตนเองมากกว่าฝากความหวังไว้ที่ผู้มี “อำนาจ” หรือไม่
 - 4.6 ความคิดเกี่ยวกับการรับผิดชอบแก้ปัญหาของชุมชนตนเอง
5. ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนกับสถาบันต่าง ๆ ในชุมชน
 - 5.1 การพึ่งพาหน่วยงานของรัฐที่มีมากน้อยเพียงไร

5.2 ความร่วมมือสนับสนุน ความใกล้ชิดกันของโรงเรียน วัด และสถานบริการในชุมชน

6. ความรู้สึกมีส่วนร่วมเป็นกลุ่มชุมชนเดียวกันและมองหาทางออกของความร่วมมือในชุมชน เป็นการประเมินว่าในชุมชนมีความรู้สึกผูกพันเป็นชุมชนหรือไม่ โดยดูจาก

6.1 ประวัติศาสตร์/คำบอกเล่าของชาวบ้านเกี่ยวกับการช่วยเหลือกันและกันในการแก้ปัญหาชุมชน

6.2 การทำกิจกรรมที่ต้องอาศัยความร่วมมือหลายฝ่ายร่วมกัน

6.3 ความพยายามในการดึงเอาคนที่ยังไม่เข้าร่วมงานพัฒนาชุมชนให้เข้ามาร่วมด้วยในการทำกิจกรรมร่วมกัน

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

1. ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชน

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2533) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ดังนี้

1) การพิจารณาถึงการมีส่วนร่วมช่วยเหลือโดยสมัครใจโดยประชาชนต่อโครงการใดโครงการหนึ่งของโครงการสาธารณะต่างๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อการพัฒนาชาติ แต่ไม่ได้หวังว่าจะให้ประชาชนเปลี่ยนแปลงโครงการ หรือวิจรรณ์เนื้อหาของโครงการ

2) การให้ประชาชนในชนบทรู้สึกตื่นตัว เพื่อที่จะรับทราบถึงการรับความช่วยเหลือและตอบสนองต่อโครงการพัฒนา ขณะเดียวกันก็สนับสนุนความคิดริเริ่มของคนในท้องถิ่น

3) การให้ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการตัดสินใจ กระบวนการดำเนินโครงการ และร่วมรับผลประโยชน์จากโครงการพัฒนา นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับความพยายามที่จะประเมินผลโครงการนั้นๆ ด้วย

4) การที่ประชาชนมีทั้งสิทธิและหน้าที่ในการเข้าร่วมในการแก้ปัญหาของสุขภาพของตนเอง มีความรับผิดชอบมากขึ้นที่จะสำรวจตรวจสอบความจำเป็นเรื่องสุขภาพอนามัย การระดมทรัพยากรท้องถิ่น และเสนอแนะทางแก้ไขใหม่ๆ

5) จะต้องเป็นกระบวนการดำเนินงานอย่างแข็งขัน ซึ่งหมายถึงว่าบุคคลหรือกลุ่มที่มีส่วนร่วมนั้นได้จะต้องเป็นผู้ที่มีความคิดริเริ่ม และได้มุ่งใช้ความพยายาม ตลอดจนจนความเป็นตัวของตัวเองที่จะดำเนินการตามความคิดริเริ่มนั้น

6) ความพยายามโดยได้มาซึ่งกระบวนการจัดการที่จะเพิ่มความสามารถในการจัดการทรัพยากรและควบคุมระเบียบในสถาบันต่างๆ ในสภาพสังคมนั้นๆ โดยที่กลุ่มที่ดำเนินงานหรือกลุ่มที่มีความเคลื่อนไหวที่จะดำเนินการนี้ จะต้องไม่ถูกควบคุมโดยทรัพยากรและระเบียบต่างๆ

สุวรรณณี คงทอง (2536) สรุปการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่ปัจเจกบุคคล กลุ่มคน หรือองค์กรประชาชน ได้ร่วมกันคิดแก้ไขปัญหาการดำเนินการและกิจกรรมในชุมชนโดยร่วมวางแผนโครงการ ร่วมปฏิบัติงานในลักษณะของการเสียสละแรงงาน บริจาคเงิน วัสดุสิ่งของ ร่วมแบ่งปันผลประโยชน์ และร่วมติดตามผลงานด้วยความสมัครใจ เพื่อพัฒนาทรัพยากรสิ่งแวดล้อมหรือชุมชน ให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

วรรณพร วณิชชานุกร (2541) ได้กล่าวว่า การกำหนดให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนานั้น นับว่าเป็นโอกาสในการคืนอำนาจการจัดการทรัพยากรให้กับผู้เป็นเจ้าของ ดังนั้น คนในท้องถิ่นจึงควรได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ นับตั้งแต่การทองที่เกี่ยวข้องควรจะเป็นในลักษณะใด ปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ชุมชนต้องการ การกำหนดอัตราการขยายตัวที่สม่ำเสมอ ตลอดจนมีหน้าที่ควบคุมดูแลคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรให้อยู่ในสภาพที่ดีอยู่เสมอ ผลตอบแทนของชุมชนในท้องถิ่นเกิดจากการตกลงร่วมกันของแต่ละแห่งว่าควรเป็นรูปแบบใด

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้ให้ความหมายว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นต้องมาจากความสมัครใจของชุมชน โดยเฉพาะการสมัครใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเข้ามาในชุมชนจะมีส่วนสร้างผลกระทบทั้งทางบวกหรือลบ ดังนั้นจะเป็นผลดีอย่างไรหากชุมชนมีการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวว่ามีอุปทานทางการท่องเที่ยวเป็นเช่นไร

สมควร สุรภาพพิศิษฐ์ (2542) ได้สรุปลักษณะและขั้นตอนการมีส่วนร่วม ได้แก่ การร่วมประชุมวางแผนดำเนินการ โดยการแสดงความคิดเห็นและให้ข้อเสนอแนะ การร่วมดำเนินงานตามแผนงานที่กำหนดไว้ โดยการเสียสละกำลังแรงงาน วัสดุ บริจาคเงิน หรือทรัพยากรใดๆ ที่มีอยู่ในชุมชน การร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ คือ การเข้าร่วมในการใช้ประโยชน์ และการร่วมในการติดตามผลงาน

อาคม อาจแสง (2546: อ้างใน พชระ พิพัฒน์โยธะพงศ์) กล่าวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมการพัฒนาต่างๆ เช่น กิจกรรมทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคม เกิดขึ้นได้ในหลายลักษณะ หลายรูปแบบ หลายวิธีการแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ทำให้นิยามและความหมายของการมีส่วนร่วมต่างกันไปบ้าง โดยมีผู้ให้ความหมายที่หลากหลาย และมีความแตกต่างกันไปตามความเข้าใจและประสบการณ์ของแต่ละบุคคล และองค์การสหประชาชาติ กล่าวว่า การนิยามความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนควรจะมีความเฉพาะเจาะจงเฉพาะในระบบเศรษฐกิจ สังคมและการเมืองหนึ่งๆ เท่านั้น อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี กลุ่มผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวได้ขยายความมีส่วนร่วมของประชาชน ครอบคลุมประเด็นดังนี้

1) การมีส่วนร่วมของประชาชนครอบคลุมการสร้างโอกาสที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนของชุมชนและสังคมได้ร่วมกิจกรรมซึ่งนำไปสู่และมีอิทธิพลต่อกระบวนการพัฒนาและเอื้อให้ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน

2) การมีส่วนร่วมในการเข้ามาเกี่ยวข้องโดยสมัครใจและเป็นประชาธิปไตย เอื้อให้เกิดความพยายามพัฒนาการแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน และการตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบาย และการวางแผน การดำเนินการโครงการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม

3) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการตัดสินใจไม่ว่าระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และระดับชาติ จะช่วยก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ประชาชนลงทุน ลงแรง กับประโยชน์ที่ดิน

4) ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชน อาจผิดแผกแตกต่างกันไปตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศ นโยบายและโครงสร้างการบริหาร รวมทั้งลักษณะเศรษฐกิจ และสังคมของประชากร การมีส่วนร่วมของประชาชนมิได้เป็นเพียงเทคนิควิธีการ แต่เป็นปัจจัยสำคัญในการประกันให้เกิดกระบวนการพัฒนาให้มุ่งเอื้อประโยชน์ต่อประชาชน

สมชาย สนั่นเมือง (2541: 25-33) ได้กล่าวว่าทิศทางและแนวทางในการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นจะต้องมีการร่วมมือในการใช้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการรองรับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้มีความสมบูรณ์ครบถ้วน ได้แก่

1) ระดับนโยบาย จะต้องมีการหาทางให้สมาชิกในชุมชนทุกชุมชน ทุกคน ทุกระดับ รับทราบนโยบายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

2) ระดับแผน จะต้องหาทางให้ชุมชนเข้าใจแบบแผนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ชัดเจนทุกระดับของแผน

3) ระดับปฏิบัติ ให้สมาชิกชุมชนกลุ่มต่างๆ ทุกชุมชนในเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว ศึกษาแผนปฏิบัติ แนวทางและวิธีการปฏิบัติให้เข้าใจ จนสามารถให้ความร่วมมือและปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง มีการแนะนำอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอนของการปฏิบัติ จนกว่าจะมั่นใจได้ว่าสมาชิกชุมชนทุกชุมชน ทุกคน ทุกระดับ ดำเนินการไปถูกต้องตามแล้ว

4) มีการติดตามผล และให้การแนะนำอย่างต่อเนื่อง

ชาร์พินส์ (Chapin, 1977: อ้างใน สมควร สุรภาพพิศิษฐ์) ได้เสนอเครื่องชี้วัดระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนทางสังคม โดยกำหนดระดับความสำคัญของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของสมาชิกในองค์กร และพิจารณาจากลักษณะต่างๆ ที่แสดงออก ดังนี้

1) การมีความสนใจในกิจกรรมและการเข้าร่วมประชุม

2) การให้การสนับสนุนช่วยเหลือ

3) การเป็นสมาชิกและกรรมการ

4) การเป็นเจ้าหน้าที่

2. ลักษณะของการมีส่วนร่วม

ปรัชญา เวสารัชช์ (2528: 87) ได้กล่าวถึงลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย การมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น ร่วมสละทรัพยากร วัสดุ ร่วมสละแรงกาย และร่วมสละเวลา

ปกรณ์ ปรียากกร (2530: 210) แบ่งลักษณะของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประชาชน กระทำได้ 4 ลักษณะ คือ

1) ประชาชนในชุมชนเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดว่าอะไรคือความจำเป็นขั้นพื้นฐานของชุมชน

2) ประชาชนเป็นผู้ระดมทรัพยากรต่างๆ เพื่อสนองตอบความจำเป็นขั้นพื้นฐาน

3) ประชาชนเป็นผู้มีบทบาทในการปรับปรุงวิธีการกระจายสินค้าและการบริการให้สมบูรณ์ขึ้น

4) ประชาชนเป็นผู้ได้รับความพึงพอใจ และเกิดแรงจูงใจที่จะสร้างกระบวนการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

เนตินา โภธิพงษ์ศา (2541) ได้สรุปลักษณะของการมีส่วนร่วม ซึ่งจะเน้นหนักด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจไว้ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ (Formal informal participation)

1.1 การมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการ (Formal participation) เป็นการมีส่วนร่วมที่ถูกต้องตามระบบขององค์การ เป็นการมีส่วนร่วมที่เป็นไปตามการจัดผังการบังคับบัญชาขององค์การ ซึ่งเท่ากับการมีส่วนร่วมตามหน้าที่มีอิทธิพลต่อการเข้าร่วมตามขอบเขตที่องค์การได้วางนโยบายไว้

1.2 การมีส่วนร่วมอย่างไม่เป็นทางการ (Informal participation) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดขึ้นอย่างไม่มีโครงสร้าง เป็นการร่วมตกลงกันระหว่างสมาชิกกลุ่ม ระหว่างพนักงานหรือการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นของหัวหน้างานและลูกน้องที่เป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในบรรยากาศของความเป็นส่วนตัว มากกว่าลักษณะการมีส่วนร่วมอย่างเป็นทางการ

2) การมีส่วนร่วมทางตรงและทางอ้อม (Direct and indirect participation)

2.1 การมีส่วนร่วมทางตรง (Direct participation) เป็นการเกี่ยวข้องกันโดยตรงที่สมาชิก หรือพนักงานในองค์การได้มีส่วนร่วมโดยตรงแบบทันที พนักงานแต่ละคนมีสิทธิและโอกาสเท่าเทียมกันในการแสดงการเกี่ยวข้อง

2.2 การมีส่วนร่วมทางอ้อม (Indirect participation) เป็นการมีส่วนร่วมของพนักงาน โดยผ่านทางตัวแทนพนักงาน

3) รูปแบบการมีส่วนร่วม

พจนานุกรมศัพท์ (2547) ได้สรุปว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมดำเนินอยู่โดยทั่วไปสรุปได้เป็น 3 รูปแบบ คือ

3.1 การรับรู้ข่าวสาร (Public information) การมีส่วนร่วมแบบนี้ประชาชนบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะได้รับการแจ้งให้ทราบถึงรายละเอียดของโครงการที่จะดำเนินการ รวมทั้งผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ทั้งนี้การได้รับแจ้งข่าวสารดังกล่าวจะต้องเป็นการแจ้งก่อนที่จะมีการตัดสินใจดำเนินโครงการ

3.2 การปรึกษาหารือ (Public consultation) เป็นรูปแบบการมีส่วนร่วมที่มีการหารือระหว่างผู้ดำเนินการโครงการกับประชาชนที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะรับฟังความคิดเห็นและตรวจสอบข้อมูลเพิ่มเติมหรือประกอบการจัดทำรายงานการศึกษามลกระทบสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้การปรึกษาหารือยังเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการกระจายข้อมูลข่าวสารไปยังประชาชนทั่วไปและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความเข้าใจในโครงการและกิจกรรมมากขึ้น และเพื่อให้มีการให้ข้อเสนอแนะและทางเลือกในการตัดสินใจ

3.3 การประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public meeting) การประชุมรับฟังความคิดเห็นมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประชาชนและทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับโครงการหรือกิจกรรมและผู้มีอำนาจตัดสินใจในการทำโครงการหรือกิจกรรมนั้น ได้ใช้เวทีสาธารณะในการทำความเข้าใจและค้นหาเหตุผลที่จะดำเนินโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่นั้นหรือไม่ การประชุมรับฟังความคิดเห็นมีหลายรูปแบบ รูปแบบที่พบเห็นบ่อยได้แก่

3.3.1 การประชุมในระดับชุมชน (Community meeting) การประชุมลักษณะนี้จะต้องจัดขึ้นในชุมชนที่ได้รับผลกระทบจากโครงการ โดยเจ้าของโครงการหรือกิจกรรมจะต้องส่งตัวแทนเข้าร่วมเพื่ออธิบายในที่ประชุมทราบถึงลักษณะโครงการและผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้น และตอบข้อซักถาม

3.3.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการ (Technical hearing) สำหรับโครงการที่มีข้อโต้แย้งในเชิงวิชาการ จำเป็นต้องมีการประชุมรับฟังความคิดเห็นในเชิงวิชาการโดยเชิญผู้เชี่ยวชาญเฉพาะสาขาจากภายนอกเข้ามาช่วยอธิบายซักถาม และให้ความเห็น

ต่อโครงการ ผลการประชุมจะต้องนำเสนอต่อสาธารณะและผู้เข้าร่วมประชุมต้องได้รับทราบผลดังกล่าวด้วย

3.3.3 การประชาพิจารณ์ (Public hearing) เป็นการประชุมที่มีขั้นตอนการดำเนินการที่ชัดเจนมากขึ้น เป็นเวทีในการเสนอข้อมูลอย่างเปิดเผยไม่มีการปิดบัง ทั้งฝ่ายเจ้าของโครงการและฝ่ายมีส่วนได้ส่วนเสีย การประชุมและคณะกรรมการจัดการประชุมจะต้องมีองค์ประกอบของผู้เข้าร่วมที่เป็นที่ยอมรับ มีหลักเกณฑ์และประเด็นในการพิจารณาที่ชัดเจน และแจ้งให้ทุกฝ่ายทราบทั่วกัน

3.3.4 การร่วมในการตัดสินใจ (Decision marking) เป็นเป้าหมายสูงสุดของการมีส่วนร่วมของประชาชนซึ่งในทางปฏิบัติที่จะให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจ ประชาชนมีบทบาทชี้้นำการตัดสินใจได้เพียงใดนั้น ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของคณะกรรมการนั้น ๆ ว่าจะมีการวางน้ำหนักของประชาชนไว้เพียงใด

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยขอสรุปความหมายของการมีส่วนร่วมว่า เป็นความร่วมมือของประชาชน บุคคล หรือกลุ่มคน และผู้นำชุมชนในการวางแผน ในการตัดสินใจ การดำเนินงานและร่วมติดตามผล ร่วมรับผิดชอบและแบ่งปันผลประโยชน์ในการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ด้วยความสมัครใจ

การวางแผนกลยุทธ์

ความหมายของการวางแผนกลยุทธ์

ธงชัย สันติวงษ์ (2532: 13) ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า เป็นการวางแผนทั้งระบบที่เป็นการวางแผนเชิงรวม และมีขอบเขตครอบคลุมไปทุกส่วนขององค์กร เป็นการวางแผนที่เกี่ยวข้องและจัดทำโดยฝ่ายบริหารระดับสูงที่จะเข้ามาพิจารณาตัดสินใจเกี่ยวกับจุดมุ่งหมาย เป้าหมาย กลยุทธ์ และแผนงานหลัก ซึ่งจะมีผลทำให้เกิดการจัดสรรทรัพยากรต่างๆ ใหม่ เพื่อให้องค์กรสามารถเผชิญกับอุปสรรคและสามารถก้าวเข้าไปทำธุรกิจที่กำลังมีโอกาสและที่จะเป็นผลดีต่อองค์กรได้

สมชาย ภคภาสนวิวัฒน์ (2543: 5) ได้ให้คำจำกัดความการวางแผนกลยุทธ์ว่า เป็นการวางแผนที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ในการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน ซึ่งเป็นการวางแผนที่เป็นทั้งการแก้ปัญหา การป้อมปราบปัญหา และการรองรับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตทั้งระยะสั้นและระยะยาว

เสนาะ ตีเขาร (2543: 99) กล่าวว่า การวางแผนกลยุทธ์คือแผนที่ทำให้องค์กรอยู่รอดได้ในระยะยาว และได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งจะต้องมองไปในอนาคตได้อย่างถูกต้อง และเข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่จะเกิดขึ้น

อูทิส ชาวเชิเยร (2549: 17) ได้นิยามว่า การวางแผนกลยุทธ์เป็นเครื่องมือเพื่อช่วยชี้นำแนวทางการตัดสินใจของผู้บริหารทุกระดับทุกองค์กร (และ/หรือภาคีการพัฒนา) โดยเป็นแนวการชี้นำที่เกิดจากกระบวนการระดมสมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอย่างมีส่วนร่วม เป็นการคิดก่อนทำ โดยยึดหลักการวิเคราะห์ให้ทราบสถานะแวดล้อมให้ รู้เขารู้เรา เพื่อชี้แนะเป้าประสงค์ (วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์ตามหลักของแผน) และยุทธศาสตร์ ยุทธวิธีทางเลือกปฏิบัติที่สอดคล้องกับสถานะแวดล้อม และมีการจัดลำดับความสำคัญยุทธศาสตร์ ยุทธวิธี ตลอดจนผังเชิงยุทธหรือแผนที่ยุทธศาสตร์เพื่อช่วยการจัดสรรทรัพยากรการบริหารให้สอดคล้องกับความจำเป็น ตลอดจนชี้นำแนวคิดหลักการบริหารที่ทันสมัยมาประยุกต์ใช้ในการวางแผนฯ ให้เกิดการแปลงยุทธศาสตร์และหลักการบริหารที่ทันสมัยเป็นแผนงานและโครงการที่สนับสนุนการดำเนินการสู่ผลสัมฤทธิ์ที่คุ้มค่ามีประสิทธิภาพ และที่สนองความต้องการสาธารณะ ภายใต้การจัดการที่ดีมีวินัย ยุติธรรม และที่มีความสามารถในการแข่งขัน

จากคำจำกัดความดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า การวางแผนกลยุทธ์ หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในการกำหนดวิสัยทัศน์โดยมองไปข้างหน้าอย่างเป็นระบบและมีความถูกต้อง มีขั้นตอนที่สามารถเข้าใจการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกที่จะมากระทบกับองค์กร ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้โดยสามารถนำมาแปลงสู่การปฏิบัติได้อย่างทันเหตุการณ์ โดยเลือกวิเคราะห์เฉพาะข้อมูลที่เหมาะสมกับสถานะที่เป็นอยู่

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์

กระบวนการวางแผนกลยุทธ์เป็นกระบวนการคิดก่อนทำ ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักจากทุกฝ่ายจะมีส่วนร่วมในการวางแผน กระบวนการระดมสมองดังกล่าวทำให้บุคลากรในองค์กรเกิดความเข้าใจร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆและยอมรับซึ่งกันและกัน ในการกำหนดเป้าประสงค์หลักของการพัฒนาที่สนองความต้องการของสาธารณะได้มากกว่า ยิ่งกว่านั้นกระบวนการดังกล่าว ยังเกิดจากการหล่อหลอมแนวความคิดด้านการบริหารจัดการที่ทันสมัย เพื่อนำไปสู่แนวทางที่ดำเนินงาน ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์กรหรือภาคีการพัฒนาได้มีส่วนร่วมรับรู้การวิเคราะห์การศึกษาหาแนวทางที่เหมาะสม และเห็นพ้องต้องกันและพร้อมจะปฏิบัติงานร่วมกัน อันจะนำไปสู่การประสานงานที่มีความสอดคล้อง ส่งผลให้สามารถผลักดันภารกิจก่อเกิดการพัฒนาให้ก้าวไปข้างหน้า องค์กรภาคีการพัฒนาที่ใช้กระบวนการวางแผนกลยุทธ์จะต้องมุ่งปรับกระบวนการทำงาน กระบวนทัศน์ และค่านิยมของบุคลากรในองค์กร (โดยผู้นำจะต้องเป็นตัวอย่างและมีการปรับค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรหรือความเชื่อที่มีอยู่ให้เปิดรับการมีส่วนร่วมจากภาคีการพัฒนา

ขึ้นๆมากขึ้น ตลอดจนมีการให้การศึกษาระดับปริญญาตรีและเข้าใจประโยชน์ที่ได้จากการจากการร่วมมือกัน ฯลฯ)
ให้องค์กรภาคีการพัฒนาที่มีพลังใจสนับสนุน พันธกิจและบทบาทหน้าที่ขององค์กร มีการปรับ
ทัศนคติต่อการทำงานจากเดิมที่เป็น “แบบทางการ” ให้เปลี่ยนเป็น “แบบก้าวหน้า-ทำงานร่วมกัน
เป็นที่มออย่างมีกลยุทธ์” โดยบุคลากรจะเกิดความผูกพันในกลุ่ม เกิดความตื่นตัว รวมทั้งเกิดความ
ต้องการมีส่วนร่วมที่จะเสนอความคิดและให้ความร่วมมือ เพื่อให้การดำเนินงานตามพันธกิจของ
องค์กรเกิดผลสำเร็จได้ ส่งผลให้องค์กรปรับเปลี่ยนสภาพไปสู่ “องค์กรเรียนรู้” ที่มีพลังร่วมจากการมี
ภาคีในการพัฒนาประเทศ (อุทิศ ขาวเขียว, 2549: 18-19)

คุณลักษณะของแผนกลยุทธ์

แผนกลยุทธ์เป็นเครื่องมือช่วยชี้แนะทางการบริหารแก่ผู้บริหารทุกระดับ โดยเสนอแนะ
ทั้งแนวทางการดำเนินงานในรูปของยุทธศาสตร์และยุทธวิธี และแนวทางการปรับพฤติกรรมของ
องค์กรให้เกิดกลไกและระเบียบ ตลอดจนวัฒนธรรมและค่านิยมขององค์กรที่สามารถผลักดันการ
ดำเนินการหรือแผนงาน โครงการที่กำหนดให้องค์กรสามารถอยู่รอดและแข่งขันได้ ตลอดจน
สามารถพัฒนาให้ทันสมัยและร่วมเป็นผู้นำในวงการได้ในที่สุด ทั้งนี้แผนกลยุทธ์จะเน้นการระบุ
เป้าประสงค์ร่วม ที่ประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ และวัตถุประสงค์หลักของแผน ในการ
ดำเนินงานแก่องค์กร องค์กรประกอบดังกล่าวจะช่วยชี้ทิศทางแก่การประสานงานขององค์กร และ
องค์กรสามารถติดตามการดำเนินงานในส่วนต่างๆขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางและเวลาเดียวกัน
และแผนกลยุทธ์ยังจัดทำขึ้นจากการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอกองค์กร (ผู้เขารู้
เรา) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาวะแวดล้อมที่มีลำดับความสำคัญต่อความอยู่รอดและแข่งขันที่องค์กร
ต้องเผชิญ และการคาดคะเนแนวโน้มอนาคตที่ควรจะเป็น หากองค์กรสามารถดำเนินการอย่างมี
ประสิทธิภาพ เพื่อกำหนดแนวทางเลือกดำเนินงานขององค์กรที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาวะ
แวดล้อม ซึ่งผู้บริหารสามารถใช้แผนกลยุทธ์เป็นเครื่องมือในการบริหารงานขององค์กร สามารถ
กำหนดแนวทางดำเนินงานตามยุทธศาสตร์อย่างทันต่อเหตุการณ์ เพราะแผนกลยุทธ์จะแนะแนว
การติดตามประเมินผลเพื่อทราบความเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมและแนวทางการปรับ
ยุทธศาสตร์ภายใต้ความเปลี่ยนแปลงนั้นๆ

จึงกล่าวได้ว่าแผนกลยุทธ์เป็นแผนที่มีการชี้แนะอย่างต่อเนื่องและมีความยืดหยุ่น อ่อนตัว
สามารถปรับเปลี่ยนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาวะโดยเฉพาะในยุคโลกาภิวัตน์ที่มีการ
เปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมตลอดเวลา เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์สามารถประยุกต์ใช้กับ
แผนพัฒนาทุกระดับ แต่จะมีประโยชน์มากกว่า สำหรับแผนพัฒนาระยะกลางประมาณ 5 ปี และ
แผนระดับปฏิบัติการ (1-3 ปี) ทั้งนี้จะต้องเข้าใจว่าช่วงระยะเวลาที่แผนฯ แต่ละระดับเกี่ยวข้องกับ

เปลี่ยนแปลงตามความเหมาะสมได้ ระยะเวลาของแผนจะสั้นลงหากสภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงรวดเร็วขึ้น ในยุคโลกาภิวัตน์ต้องมีการติดตามประเมินสถานะแวดล้อมและปรับแผนที่ขึ้น และแผนปฏิบัติจะมีช่วงเวลาที่เกี่ยวข้องสั้นกว่าแผนระดับอื่น ต้องปรับเปลี่ยนให้สะท้อนความเป็นจริงที่เกิดขึ้นในสนามด้วยการวางแผนกลยุทธ์กับการวางแผนรูปแบบเดิม (ของภาครัฐ) มีความแตกต่างกัน

การวางแผนในอดีตที่ผ่านมา ส่วนใหญ่จะเป็นการวางแผนแบบสาขา และการวางแผนแบบสมบูรณ์และครบวงจร ซึ่งมีข้อจำกัดในเรื่องเน้นการใช้ข้อมูลมากเกินไปจนจะดำเนินการให้ได้ทันเวลา และทันการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ แต่แนวทางในการวางแผนกลยุทธ์เป็นการวางแผนที่เน้นความคล่องตัว มีการพิจารณาและวิเคราะห์เพียงให้เข้าใจสภาวะแวดล้อมหลัก และเร่งกำหนดเลือกแนวทางที่เหมาะสมภายใต้ข้อจำกัดของข้อมูลได้ การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมเป็นการศึกษาทั้งปัจจัยลบ และปัจจัยบวกของสภาวะแวดล้อมองค์กรภายในและภายนอก (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด) ก่อนการกำหนดยุทธศาสตร์หรือทางเลือกของการพัฒนา เพื่อแผนกลยุทธ์มีส่วนช่วยชี้แนะแนวทางแก้ไข และลดความเสี่ยงที่สอดคล้องกับจุดอ่อนและภาวะคุกคาม ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความเป็นไปได้อย่างสอดคล้องกับจุดแข็งและโอกาส เนื่องจากมีการกำหนดแนวทางอย่างสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมดังกล่าวแล้ว กระบวนการวางแผนเองมีการระดมสมองของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ที่ร่วมกันทำความเข้าใจสถานการณ์ ร่วมกันกำหนดแนวทางที่ต่างยอมรับกันได้ ซึ่งนำไปสู่การยอมรับแผนและการประสานงานทั้งภายในองค์กรเองและระหว่างองค์กรด้วย

จึงกล่าวได้ว่าการวางแผนกลยุทธ์ก่อให้เกิดเครื่องมือในการสนับสนุนการบริหารจัดการองค์กร (ประชาคม หน่วยงาน ประเทศ) ที่มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผลมากกว่าการบริหารจัดการเดิมที่องค์กรส่วนใหญ่ไม่ได้มีแผนเป็นเครื่องมือช่วยทั้งการตัดสินใจและการประสานงานนอกจากนี้ การวางแผน กลยุทธ์จะมีบทบาทชี้้นำการแปลงแผนสู่การปฏิบัติและการติดตามประเมินผล ที่สามารถนำเสนอวิธีการตรวจสอบให้ทราบว่า การดำเนินการและความก้าวหน้าการดำเนินแผนงาน - โครงการขององค์กร เป็นไปตามระบุในแผนหรือไม่ เพราะอะไร และจะต้องปรับแก้ไขแนวทางไปจากเดิมหรือไม่เพียงไร แผนกลยุทธ์จึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้องค์กร /ภาคี มีการบริหารจัดการพัฒนาที่มีการขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวได้ว่าการวางแผนกลยุทธ์เป็นการวางแผนอย่างมีระบบเชื่อมโยงให้องค์ประกอบในด้านต่างๆ มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันอย่างสอดคล้องกับสภาวะแวดล้อมขององค์กรให้ได้แนวทางช่วยชี้้นำการปฏิบัติที่เหมาะสมเพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ การวิเคราะห์ที่สำคัญของการวางแผนกลยุทธ์มีดังนี้

1) การวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงสภาวะแวดล้อมภายนอกที่สำคัญ มีอิทธิพลต่อความอยู่รอดและแข่งขันได้ขององค์กร ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรทั้งในด้านลบและในด้านบวก เพื่อให้สามารถปรับตัวรองรับการเปลี่ยนแปลงได้ทันเวลาที่

2) การศึกษาวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของสภาวะแวดล้อมภายในที่สำคัญอันจะเป็นปัจจัยบวกหรือปัจจัยลบภายในองค์กรที่ต้องแก้ไขหรือเสริมสร้างอย่างไร

3) การวิเคราะห์ คาดการณ์/จินตนาการ “อนาคตที่ดีกว่า” จากสภาวะแวดล้อมภายในช่วงปัจจุบัน เพื่อให้เห็นภาพหมายที่พึงประสงค์และเงื่อนไขที่ต้องทำให้ได้ เพื่อองค์กรสามารถฟันฝ่าสถานการณ์ไปสู่วิสัยทัศน์ที่ต้องการ ภาพจินตนาการอนาคตยังสามารถช่วยการกำหนดเกณฑ์การพัฒนาที่บรรลุได้ในอนาคต ที่จะเป็นประเด็นชี้้นำการกำหนดเป้าประสงค์และแนวทางชี้้นำการพัฒนาขององค์กร

4) การกำหนดเป้าประสงค์ (วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์หลักของแผนฯ) เพื่อเป็นเป้าหมายหรือธงชัยของการดำเนินงานที่ชัดเจน ทั้งในระยะยาว เป็นวิสัยทัศน์และพันธกิจและในระยะที่แผนสามารถบรรลุได้ เป็นวัตถุประสงค์หลักของแผน ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องตกลงจะร่วมกันให้บรรลุเพื่อความอยู่รอดและการเติบโต ตลอดจนความสามารถในการแข่งขันขององค์กร

5) การพิจารณาลำดับความสำคัญสภาวะแวดล้อมและกำหนดทางเลือกหรือยุทธศาสตร์ ยุทธวิธีการดำเนินการที่เหมาะสมกับสภาวะแวดล้อมที่สำคัญ ตลอดจนการจัดลำดับความสำคัญและความสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์ ที่ปรากฏเป็นผังแสดงความสัมพันธ์ของยุทธศาสตร์และ /หรือ ผังแผนงานเชิงยุทธศาสตร์ และ /หรือแผนที่ยุทธศาสตร์ ที่แสดงแนวทางการประสานการจัดสรรทรัพยากร เพื่อพัฒนาให้มีความสอดคล้อง เกิดบูรณาการในทิศทางเดียวกัน สู่เป้าประสงค์อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

6) การพิจารณาปรับกลไกและเครื่องมือ (ระเบียบ วัฒนธรรมการดำเนินงาน) ที่มีอยู่ให้เกิดการเร่งรัดขับเคลื่อนกระบวนการตามทางเลือกที่กำหนดไว้

7) การชี้แนะแนวทางการติดตามประเมินผล เพื่อช่วยให้ผู้บริหารมีดัชนีชี้แนะระดับความก้าวหน้าของการดำเนินงานตามแผนและสามารถกำกับตรวจสอบ ปรับปรุงแก้ไขกระบวนการทำงานให้เป็นไปตามแผนได้

8) การวิเคราะห์และตรวจสอบให้สละจากการวางแผนที่เป็นองค์ประกอบหลักสอดคล้องกันอย่างเป็นระบบ ให้การชี้นำของแผนมีความสัมพันธ์และสอดคล้องกันในภาพรวม ให้สาระการชี้นำสมเหตุสมผลและสอดคล้องระหว่างกันและชัดเจน สามารถชี้้นำให้เกิดแนวทางปฏิบัติได้

อย่างไรก็ตาม จำเป็นที่ผู้บริหารจะต้องเข้าใจว่า โดยทั่วไปแล้วเทคนิคที่ถูกนำมาใช้เพื่อการวางแผนนั้น ไม่ว่าจะใช้เทคนิคด้านใดก็ตามจะมีจุดอ่อนในการนำไปใช้ประโยชน์ด้วยกันทั้งนั้น

ไม่ยกเว้นแม้แต่เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์ที่ใช้การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อม และการใช้จินตนาการที่สมเหตุสมผล ตลอดจนใช้ตรรกะในการผสมผสานการชี้แนะแนวทางเลือกแก่การพัฒนา ฯลฯ เทคนิคเหล่านี้จะใช้ได้ดีและสามารถเป็นเครื่องมือชี้แนะแก่ผู้บริหารในกระบวนการตัดสินใจภายใต้สถานการณ์ที่ต้องคาดหมายได้อย่างน้อยระดับหนึ่ง และยิ่งหากเป็นสถานการณ์ที่ควบคุมได้ภายใต้ความมีเหตุและผลเป็นหลัก ผู้บริหารจะสามารถใช้แผนกลยุทธ์เป็นเครื่องมือชี้แนะการตัดสินใจดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่สำหรับสถานการณ์ที่คาดหมายไม่ได้และไม่สามารถควบคุมได้ อันเป็นสถานการณ์ที่มีได้อยู่ภายใต้เหตุผลใดๆ สถานการณ์หลังนี้แผนกลยุทธ์จะไม่สามารถเป็นเครื่องมือชี้แนะที่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ดังนั้นผู้ใช้แผนจะต้องมีดุลพินิจในการเลือกใช้แผนอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์ด้วย (อุทิศ ขาวเขียว, 2549: 21-27)

ดังนั้นแผนกลยุทธ์จึงเป็นแผนที่ตอบสนองของวิสัยทัศน์ พันธกิจ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยคำนึงถึงสภาพแวดล้อมขององค์กรเป็นหลัก ด้วยการวิเคราะห์ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) ของสภาวะแวดล้อมภายใน และโอกาส (Opportunity) ข้อจำกัด (Threat) ของสภาวะแวดล้อมภายนอก และทำการกำหนดกลยุทธ์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พรเพ็ญ จริญญาถม (2542: บทคัดย่อ) ศึกษาบทบาทผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติศรีสขนาลัย จังหวัดสุโขทัย พบว่ามีการให้การศึกษแก่ชุมชนเป็นอันดับแรก เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องที่จะพัฒนาก่อนแล้ว จึงจัดให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีการประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกหน่วยงาน ประชาสัมพันธ์ในสื่อทุกประเภทเพื่อให้เป็นที่รู้จัก การศึกษาบทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบ่งได้เป็น 4 บทบาท คือ บทบาทผู้บริหาร บทบาทผู้ให้การศึกษา บทบาทผู้ประสานงาน และบทบาทผู้ติดตามและประเมินผล สำหรับปัญหาและอุปสรรคในการแสดงบทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่าผู้นำท้องถิ่นมีข้อจำกัดในการวางแผนการตัดสินใจในการดำเนินงานของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอุทยานแห่งชาติ ข้อจำกัดในด้านการสื่อสารทำความเข้าใจกับชุมชนในเรื่องของการอธิบายความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้กับชุมชนมีความล่าช้าในการติดต่อขอความร่วมมือบ้างในบางครั้ง เนื่องจากระบบและขั้นตอนของระบบราชการ อีกทั้งยังมีข้อจำกัดในเรื่องของระยะทางของแหล่งท่องเที่ยวและส่วนราชการที่อยู่ห่างไกลกัน

วิชญพันธ์ วนิชชาภิวงศ์ (2543: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูกระดึง เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและศักยภาพใน

การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศของอุทยานแห่งชาติภูกระดึง เพื่อศึกษาปัญหาและสาเหตุของ ปัญหาที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ และเพื่อเสนอแนวทางที่เหมาะสมในการพัฒนาการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ โดยใช้แบบประเมินศักยภาพของพื้นที่สำหรับศึกษาสภาพปัจจุบัน และ ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้ยังใช้แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ประชาชน และผู้ประกอบการในท้องถิ่น เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา สาเหตุ ความรู้ความเข้าใจ ที่มีต่อสิ่งแวดล้อม และแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ เจาจะจงอีกทั้งใช้แบบสัมภาษณ์สอบถามหัวหน้าอุทยานแห่งชาติภูกระดึง เพื่อศึกษาแนวทางในการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่าอุทยานแห่งชาติภูกระดึงยังคงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม จากนักท่องเที่ยวจำนวนมาก ทำให้พื้นที่ได้รับผลกระทบทั้งที่เกิดจากนักท่องเที่ยวและเกิดจาก การบริหารจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยาน แห่งชาติภูกระดึงแบ่งได้ดังนี้คือ ด้านพื้นที่ แบ่งเป็นเขตบริการ เขตท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเขตสงวน สภาพธรรมชาติ ด้านการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยว ได้แก่ มาตรการควบคุมนักท่องเที่ยวและมาตรการ ป้องกันและแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อม ด้านกิจกรรมและกระบวนการด้านการ ประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงนิเวศ คำนึงถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมในท้องถิ่น ส่วนข้อจำกัดของการ พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้แก่ การขาดงบประมาณ การขาดความร่วมมือจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการขาดจิตสำนึกที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม

หัตถดาต บุญปัญญาโรจน์ (2545: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการบริหาร จัดการแหล่งท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้าตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อศึกษาบริบทเชิงการ ท่องเที่ยวในปัจจุบันของพื้นที่ เพื่อศึกษาระดับความรู้ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่วนอุทยาน ภูชี้ฟ้าและความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อศึกษาปัญหาและผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการ ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้าในมุมมองของนักท่องเที่ยว เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค ในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อวิเคราะห์และเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยว โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย ประชาชนในท้องถิ่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการด้านที่พักและอาหาร และมัคคุเทศก์ โดยใช้การสัมภาษณ์ การ สัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ได้แก่ จำนวน และร้อยละ พบว่าแหล่งท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้ามีความพร้อมในองค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว 3 ประการ คือ มีสิ่งดึงดูดใจ มีเส้นทางคมนาคม และมีสิ่งอำนวยความสะดวก ส่วนนักท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง ปัญหาและผลกระทบที่พบคือสิ่งอำนวยความสะดวกไม่ เพียงพอ ในด้านการบริหารจัดการพื้นที่ ปัญหาที่พบได้แก่ งบประมาณบุคลากรไม่เพียงพอ

ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และการขาดการบริหารจัดการที่ดี อีกทั้งนักท่องเที่ยวไม่เคารพกฎระเบียบ และผู้ประกอบการฉวยโอกาสขึ้นราคาในช่วงเทศกาล

อภิรมย์ พรหมจรรยา ชูติมา ต่อเจริญ และคมสัน รัชตพันธ์ (2547: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบท : จังหวัดภูเก็ต เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทจังหวัดภูเก็ต ให้เป็นตัวอย่างในการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และช่วยส่งเสริมให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อเตรียมความพร้อมให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการประเมินศักยภาพกิจกรรมการท่องเที่ยวชนบท เพื่อฝึกให้ประชาชนสามารถพัฒนาและวางแผนการท่องเที่ยวชนบท และเพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องแลกเปลี่ยนประสบการณ์และผลประโยชน์ร่วมกัน โดยเป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นเป็นสำคัญ ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวชนบทในจังหวัดภูเก็ตสามารถขยายตัวได้อย่างรวดเร็วในอนาคต เนื่องจากมีการรวมตัวของชุมชนที่เข้มแข็งจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมที่ทำให้เกิดการจ้างงานในท้องถิ่นโดยมีปัจจัยที่สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ เศรษฐกิจ ระบบนิเวศ และสังคมวัฒนธรรม เป็นตัวชี้วัดที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชนบทอย่างยั่งยืน แต่ทั้งนี้ต้องมีแนวร่วมในการดำเนินงานในระดับชาติ ระดับภูมิภาค และระดับท้องถิ่นด้วย

พิมพ์ชนก มูลมิตร (2551: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องการศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดชุมพร เพื่อหาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร ผลการศึกษาพบว่า ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของจังหวัดชุมพรมี 2 ประเภท คือ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรทางทะเลและทรัพยากรป่าไม้ ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งที่สร้างขึ้น ได้แก่ สิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคูเมืองและผลิตผลทางการเกษตร โดยมีแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร คือ จังหวัดชุมพรจะพัฒนาเมืองให้น่าอยู่ ปลอดภัย พร้อมทั้งเป็นเมืองเกษตรที่ยั่งยืนทั้งด้านการผลิตการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรครบวงจร และการท่องเที่ยวทางการเกษตร ควบคู่กับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล และมุ่งพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการท่องเที่ยว

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้จัดทำได้นำแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางเพื่อศึกษา การวิจัยการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน อ.บางกรวย จ.นนทบุรี ซึ่งมีวิธีดำเนินการศึกษา ดังนี้

1. การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
 - ลักษณะของเครื่องมือ
 - เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย
 - การหาคุณภาพของเครื่องมือ
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีประชากร 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ประชาชนท้องถิ่น ได้แก่ ประชาชนที่มีถิ่นฐานในพื้นที่ ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีจำนวนประชากรทั้งหมด 8,052 คน (ข้อมูลเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555)
2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเช่น ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก และด้านการขนส่งที่อยู่ในพื้นที่ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
3. เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐ และผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key Informants) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในพื้นที่ ได้แก่ นาย กเทศมนตรี ตำบลปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

กลุ่มตัวอย่าง

ทำการกำหนดตัวอย่างประชากรที่เป็นประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะของประชากร โดยเลือกหน่วยของการวิจัยที่มีขนาดที่สามารถเก็บข้อมูลได้ เพราะมีข้อจำกัดในด้านระยะเวลาและงบประมาณ มีรายละเอียดตามกลุ่มของประชากรดังนี้

1. ประชาชนท้องถิ่นกำหนดขนาดตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ตำบลบางคูเวียง ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 8,052 คน โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของยามาเน่ (Yamane}1960 อ้างใน สุวิมล ตีรกาพันธ์, 2549 : 174)

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

n = ขนาดตัวอย่างที่ต้องศึกษา

N = จำนวนประชากร

e = ความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า 10 %

แทนค่า

$$n = \frac{8,052}{1 + 8,052 (0.1)^2}$$

$$= 98.77$$

เพราะฉะนั้นขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มประชาชนท้องถิ่นในการศึกษานี้มีจำนวน 98.77 ถือเป็นจำนวน 100 ราย

กำหนดขนาดตัวอย่างให้เป็นสัดส่วนกับขนาดของประชากรครัวเรือนในแต่ละหมู่บ้าน (รายละเอียดดังตารางที่ 3.1) กำหนดคุณสมบัติของประชากรท้องถิ่นคือ อยู่ในพื้นที่ที่ศึกษาและมีรายชื่อในทะเบียนราษฎร มีอายุไม่ต่ำกว่า 15 ปี และมีระดับการศึกษาไม่ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา เมื่อได้จำนวนประชากรครัวเรือนแล้วจึงเก็บตัวอย่างโดยเลือกครัวเรือนที่มีผู้ที่สามารถให้ข้อมูลตามคุณสมบัติที่กำหนดเลือกเก็บจนครบจำนวนตามสัดส่วนของขนาดตัวอย่างในแต่ละพื้นที่

ตารางที่ 3.1 จำนวนประชากรและตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ตำบล	หมู่ที่	ขนาดประชากร ครัวเรือน (N)	ขนาดตัวอย่าง (n)
บางคูเวียง	1	1,308	17
	2	1,715	22
	3	1,676	21
	4	541	6
	5	702	8
	6	652	8
	7	1,458	18
	รวม	8,052	100

2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก และด้านการขนส่งที่อยู่ในพื้นที่ ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากประชากรกลุ่มนี้ผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน จึงอ้างอิงจำนวนและรายชื่อร้านอาหาร ร้านของฝากที่ระลึกและด้านการขนส่งจากการสำรวจข้อมูลในภาคสนาม และจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ การศึกษาค้นคว้านี้ทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 20 รายการ ตามข้อมูลที่พบในพื้นที่ที่ทำการศึกษา

3. เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐ และผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key Informants) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในพื้นที่ ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลปลายบาง และผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เรื่องการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยดำเนินการสร้างตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ชุด

ชุดที่ 1 ใช้สัมภาษณ์ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ตำบลบางคูเวียง ประกอบไปด้วย 7 หมู่บ้าน ซึ่งมีข้อคำถามแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพทางบุคคล อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น เกี่ยวกับระดับความสำคัญของสภาพชุมชน ในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบ มาตรฐานประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็นและระดับความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในของชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบ มาตรฐานประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็น ต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบ มาตรฐานประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด

ชุดที่ 2 ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึกและด้านการขนส่งที่อยู่ในพื้นที่ ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมด 4 ตอนเหมือนชุดที่ 1

ชุดที่ 3 ใช้สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐและผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะข้อคำถามแบบเชิงลึก ผู้วิจัยได้ทำการถ่ายภาพ และจดบันทึกระหว่างทำการสัมภาษณ์ ซึ่งครอบคลุมตามเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ประกอบ ด้วยประเด็นต่างๆ 6 ข้อหลัก

ข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อที่ 2 ความคิดเห็นและมุมมองต่อสภาพชุมชน และสภาพแวดล้อมของชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 3 ความคิดเห็นและมุมมองในเรื่อง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 4 ความคิดเห็นและมุมมองในเรื่องยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี

ข้อที่ 5 แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 6 ความคิดเห็นและมุมมองเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เรื่องการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น โดยศึกษารายละเอียดข้อมูลพื้นฐานจากตำรา ทฤษฎี งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน ตลอดจนขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างเครื่องมือจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. กำหนดขอบเขตและโครงสร้างของเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย
4. สร้างข้อคำถามของการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง
5. นำแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ภาษาที่ใช้และข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด
6. นำแบบสัมภาษณ์ที่ทำการปรับปรุงแก้ไขหลังจากทดลองใช้แล้ว ไปวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปสัมภาษณ์จริงต่อไป

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ชุดที่ 1

ใช้สัมภาษณ์ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ตำบลบางคูเวียง ประกอบไปด้วย 7 หมู่บ้าน ซึ่งมีข้อคำถามแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ปัจเจกส่วนบุคคล ใช้ข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของสภาพชุมชนในปัจจุบัน โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

สำคัญมากที่สุด 5 คะแนน

สำคัญมาก 4 คะแนน

สำคัญปานกลาง 3 คะแนน

สำคัญน้อย 2 คะแนน

สำคัญน้อยที่สุด 1 คะแนน

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale) กำหนดหาความกว้างของชั้นดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา.2544:29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนจากข้อมูลที่ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่ได้ ความหมาย

4.21-5.00 มีระดับความสำคัญมากที่สุด

3.41-4.20 มีระดับความสำคัญมาก

2.61-3.40 มีระดับความสำคัญปานกลาง

1.81-2.60 มีระดับความสำคัญน้อย

1.00-1.80 มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็นและระดับความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ของชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยที่เกณฑ์การประเมินและเกณฑ์การแปลความหมายเช่นเดียวกับตอนที่ 2

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็น ต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบ มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด โดยที่เกณฑ์การประเมินและเกณฑ์การแปลความหมายเช่นเดียวกับตอนที่ 2 และตอนที่ 3

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ชุดที่ 2

ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึกและด้านการขนส่งที่อยู่ในพื้นที่ ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมด 4 ตอนเหมือนชุดที่ 1 และใช้เกณฑ์ให้คะแนนและการแปลความหมาย เหมือนแบบสัมภาษณ์ในชุดที่ 1

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ชุดที่ 3

ใช้สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐและผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะข้อคำถามแบบเชิงลึก ผู้วิจัยได้ทำการถ่ายภาพ และจดบันทึกระหว่างทำการสัมภาษณ์ ซึ่งครอบคลุมตามเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ 6 ข้อหลัก

ข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อที่ 2 ความคิดเห็นและมุมมองต่อสภาพชุมชน และสภาพแวดล้อมของชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 3 ความคิดเห็นและมุมมองในเรื่อง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 4 ความคิดเห็นและมุมมองในเรื่องยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี

ข้อที่ 5 แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 6 ความคิดเห็นและมุมมองเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้อง โดยที่ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากการจดบันทึกการสัมภาษณ์ ตามหัวข้อต่างๆ เพื่อนำมาแปลความและสรุปผล

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการหาคุณภาพของเครื่องมือ ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

1.1 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษา เรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเป็นรายข้อ

ว่า แต่ละคำถามมีความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะกลุ่มโดยใช้เกณฑ์การกำหนดคะแนน ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 117)

+ 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความหมายสอดคล้องตามจุดประสงค์ที่
ต้องการ

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องตามจุดประสงค์ที่ต้องการ
นั้นหรือไม่

-1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องตามจุดประสงค์ที่ต้องการ

นำผลการพิจารณาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 ท่าน ในแต่ละข้อมาหาค่าดัชนีความ
สอดคล้องของข้อคำถาม โดยใช้สูตร IC โดยการเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปนำมา
ปรับปรุงแก้ไข

1.2 นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชน
ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด

1.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการทดลองใช้มาตรวจสอบให้คะแนนและทำการ
วิเคราะห์หาค่าคุณภาพของเครื่องมือ

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

นำแบบสัมภาษณ์ที่ทำการทดลองใช้ (Try Out) เรียบร้อยแล้ว นำมาหาค่าความเชื่อมั่น
ของแบบสัมภาษณ์ทั้งฉบับ จากสูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบร็ค
(Cronbach) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538: 200) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.89

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ด้วยวิธีเผชิญหน้า (Face-to-Face) โดย
ผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย โดยแจ้งไปยัง

นายกเทศมนตรีตำบลปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์วันเวลา
ในการสัมภาษณ์ และผู้วิจัยได้ทำการประสานงานไปยังผู้นำชุมชน เพื่อแจ้งให้ทราบการในการลง
พื้นที่ก่อนเก็บข้อมูลจริง

2. จัดเตรียมเครื่องมือและประชุมเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแก่ผู้ช่วย
นักวิจัยก่อนการปฏิบัติงานในภาคสนาม

3. ลงปฏิบัติงานในภาคสนามโดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกรกฎาคม 2555

4. นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ได้ตรวจสอบความเรียบร้อย แล้วนำไปจัดทำเพื่อ วิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยแปลง คำตอบตามระดับน้ำหนัก 5-4-3-2 และ 1
2. นำคำตอบจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล มาวิเคราะห์ ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา
3. ตรวจสอบให้คะแนนข้อคำถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างความคิดเห็นของประชาชน เกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อสภาพชุมชน สภาพแวดล้อม และแนวทางการบริหารจัดการแหล่ง ท้องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตัวแปรอิสระและตัว แปรตามที่ศึกษา

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยในครั้งนี้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

หาค่าร้อยละ โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 59)

$$P = \frac{f \times 100}{n}$$

- เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ
- f แทน ค่าความถี่ที่ต้องการแปลให้เป็นร้อยละ
- n แทน ค่าจำนวนความถี่ทั้งหมด

หาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 40)

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
 n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

หาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541: 74)

$$S = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการหาคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่

การตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 117) ดังนี้

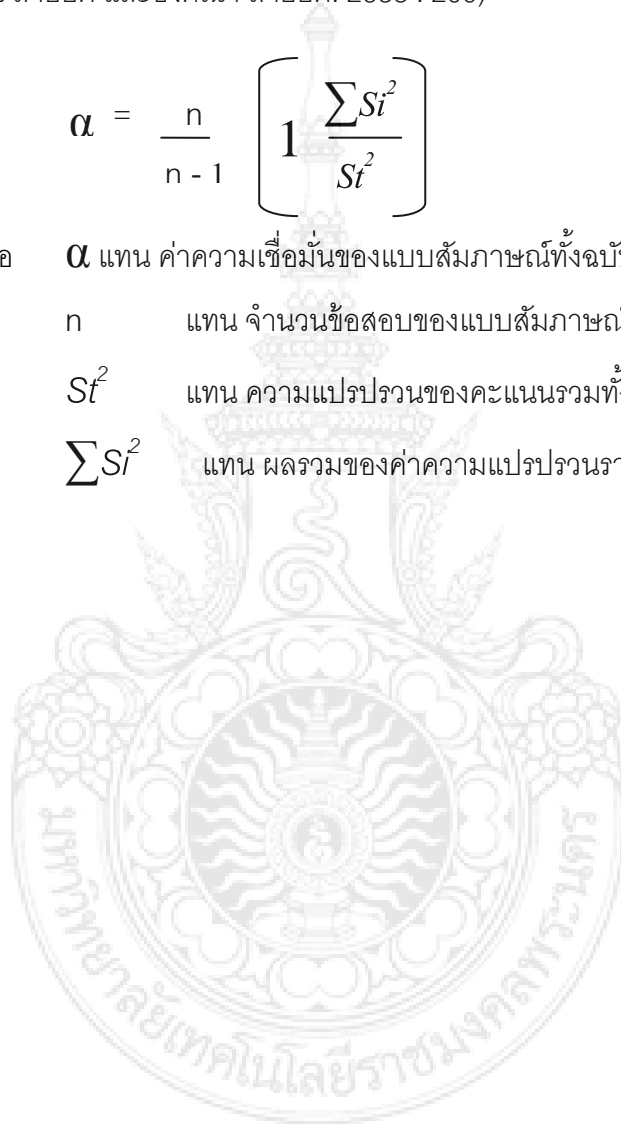
$$IC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IC แทน ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ที่
 ต้องการ
 $\sum R$ แทน ผลรวมของคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเนื้อหา
 ทั้งหมด
 N แทน จำนวนข้อมูลที่น่ามาพิจารณา

การวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสัมภาษณ์ ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับ ความสำคัญของสภาพชุมชน สภาพแวดล้อม และแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ใช้วิธีของครอนบาค (Cronbach) โดยใช้สูตร (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538 : 200)

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

- เมื่อ α แทน ค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ทั้งฉบับ
 n แทน จำนวนข้อสอบของแบบสัมภาษณ์
 St^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมทั้งฉบับ
 $\sum Si^2$ แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนรายข้อ



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ในการวิเคราะห์และแปลผล ความหมายของผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

n	แทน	ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
X	แทน	ค่าเฉลี่ย
S.D.	แทน	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปรผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และนำเสนอในรูปแบบการวิเคราะห์ดังนี้

1. นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายในด้านชุมชนในท้องถิ่นและด้านผู้ประกอบการ โดยแบ่งออกแต่ละด้าน แบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับสภาพชุมชนปัจจุบัน

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นและระดับความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการบริหารจัดการ ตลาดน้ำวัดตะเคียน

2. นำเสนอบทสรุปการสัมภาษณ์เชิงลึกของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องและผู้นำชุมชน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านประชาชนท้องถิ่น

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

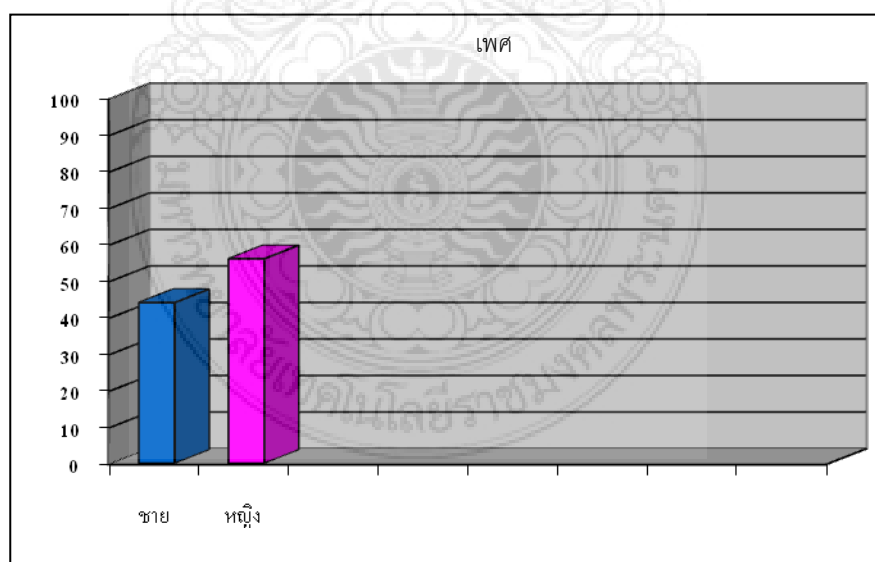
การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ต่อเดือน โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 4.1 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนประชากร	ร้อยละ
ชาย	44	44
หญิง	56	56
รวม	100	100.00

ด้านเพศ ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56 และเป็นเพศชายจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

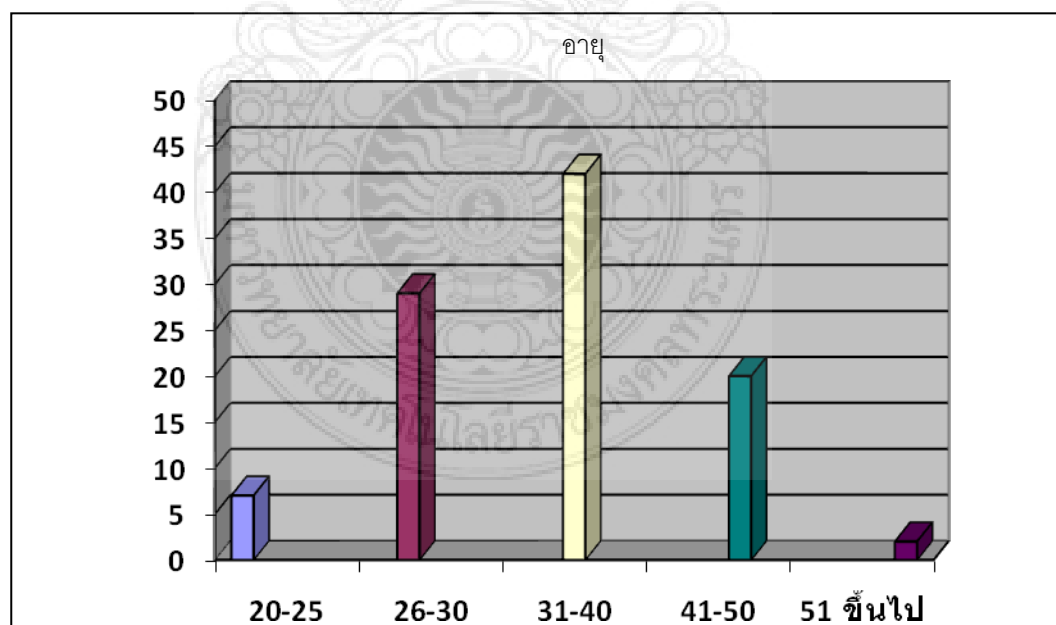


ตาราง 4.2 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนประชากร	ร้อยละ
20-25 ปี	7	7
26-30 ปี	20	20
31-40 ปี	42	42
41-50 ปี	29	29
51 ปีขึ้นไป	2	2
รวม	100	100.00

ด้านอายุ พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ อายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 อายุ ระหว่าง 26-30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 อายุระหว่าง 20-25 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และอายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

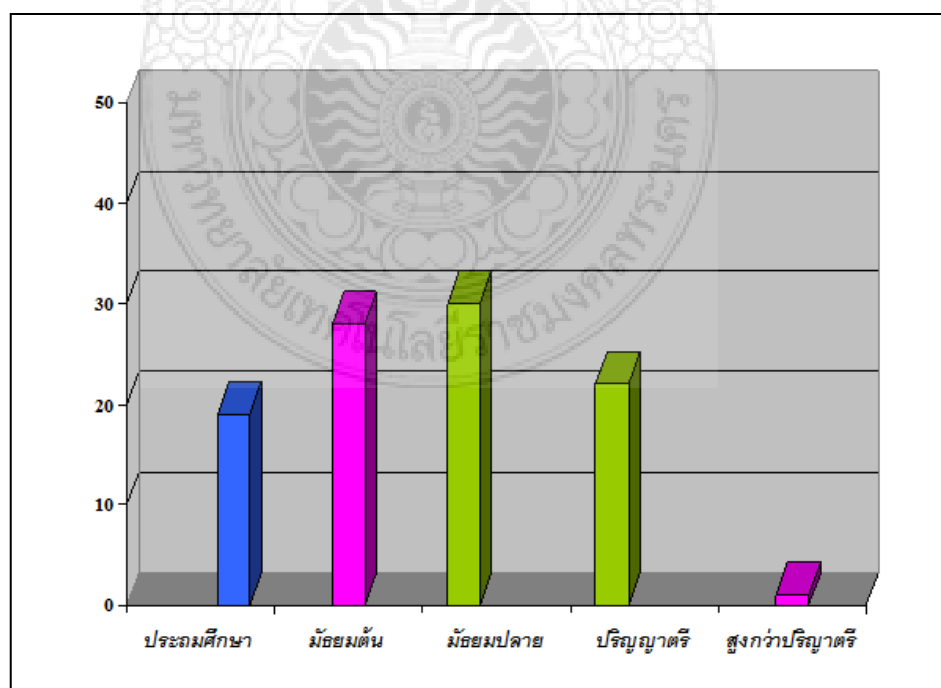


ตาราง 4.3 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวนประชากร	ร้อยละ
ประถมศึกษา	19	19
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	28	25
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	30	30
ปริญญาตรี	22	25
สูงกว่าปริญญาตรี	1	1
รวม	100	100.00

ด้านระดับการศึกษา พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับมัธยมตอนปลาย/ปวส. จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช. จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ระดับปริญญาตรี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ระดับประถมศึกษาหรือต่ำกว่า จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 และระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

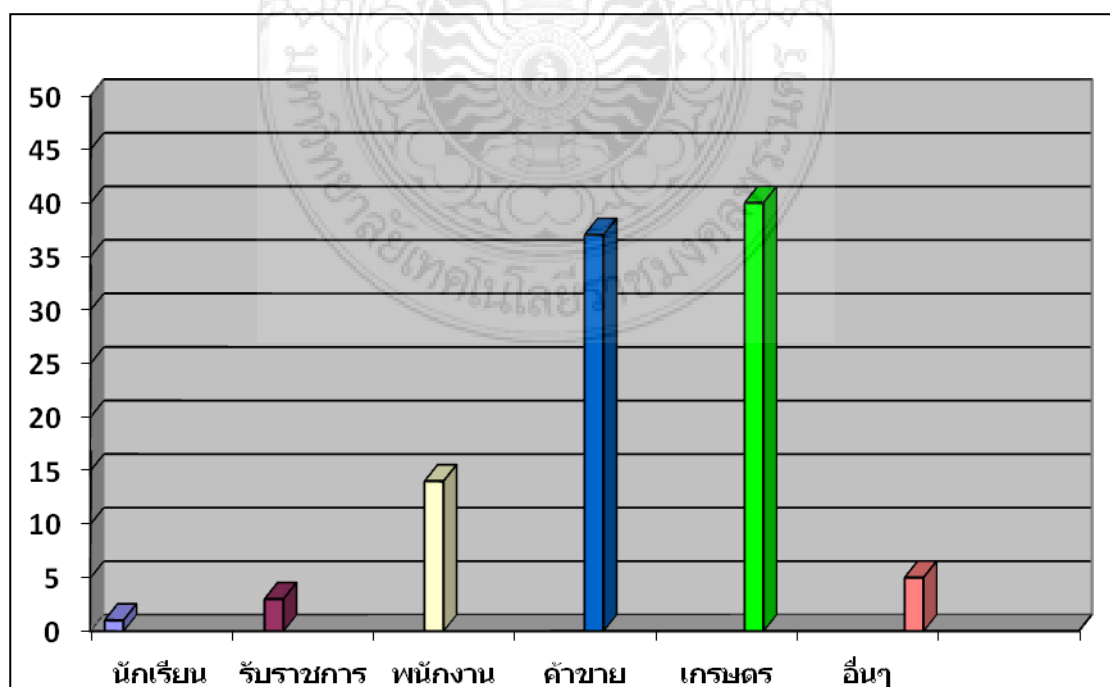


ตาราง 4.4 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนประชากร	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	1	1
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	3	3
พนักงานบริษัทเอกชน	14	14
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	37	37
เกษตรกร/ทำสวน	40	40
อื่นๆ	5	5
รวม	100	100.00

ด้านอาชีพ พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกร/ทำสวน จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคืออาชีพค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวจำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 อาชีพอื่นๆ เช่น รับจ้างจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 อาชีพรับราชการ /พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และเป็นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

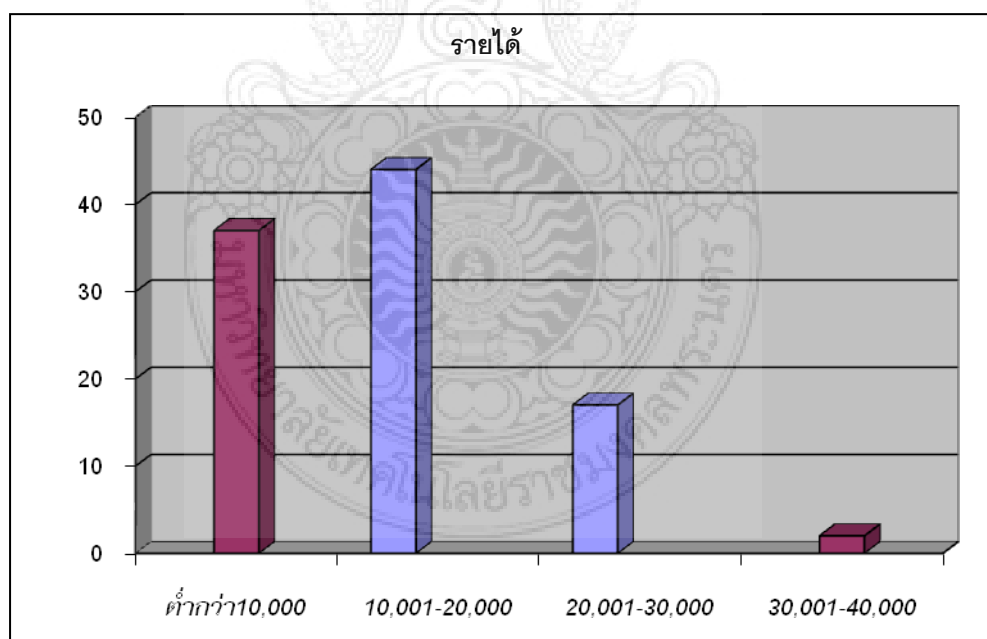


ตาราง 4.5 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวนประชากร	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	37	37
10,001-20,000 บาท	44	44
20,001-30,000 บาท	17	17
30,001-40,000 บาท	2	2
รวม	100	100.00

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่า ประชากรส่วนใหญ่มีระดับเงินเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ ระดับเงินเดือน ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ระดับเงินเดือน 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 17 และระดับเงินเดือน 30,001 – 40,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับสภาพชุมชนปัจจุบัน

ตาราง 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพชุมชนปัจจุบัน

ปัจจัยด้านสภาพชุมชน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนมีเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร	4.25	1.24	มากที่สุด
2. คนในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย	2.60	1.35	มาก
3. ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นชุมชนเก่าแก่	3.75	1.29	มากที่สุด
4. คนในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนมีส่วนผลไม้ที่อุดมสมบูรณ์	2.10	1.32	ปานกลาง
5. คนในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นศูนย์รวมทางศาสนา	4.00	1.26	มากที่สุด
6. สภาพชุมชนโดยรวมยังคงความเป็นธรรมชาติ	1.95	1.35	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสภาพชุมชนโดยรวม	3.25	1.32	มาก

จากตาราง 4. 6 ผลการวิเคราะห์ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านสภาพชุมชนปัจจุบัน พบว่าประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับด้านสภาพชุมชนโดยรวม ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.25 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการที่ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนมีเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร เป็นอันดับแรก ในระดับมากที่สุด โดยมี ค่าเฉลี่ย 4.25 และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดรองลงมา คือในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นศูนย์รวมทางศาสนาและเป็นชุมชนที่เก่าแก่คนในชุมชนใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย มีสวนผลไม้ที่อุดมสมบูรณ์ โดยยังคงความเป็นธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.75, 2.60, 2.10 และ 1.95 ตามลำดับ

**ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ ข้อมูล ระดับ ความคิดเห็นและระดับความสำคัญต่อสภาพแวดล้อม
ภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ของตลาดน้ำวัดตะเคียน**

ตาราง 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้าน
สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. มีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำวัดตะเคียนได้อย่างสะดวก	3.00	1.30	มาก
2. มีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อกับหลายสาย	2.80	1.33	มาก
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ	2.40	1.27	ปานกลาง
4. มีอาหารพื้นเมืองและผลไม้จากสวนในชุมชนจำหน่าย	2.60	1.35	มาก
5. อยู่ใกล้สถานที่ราชการและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ	3.50	1.33	มากที่สุด
6. มีระบบแบบแผนในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน	2.55	1.24	ปานกลาง
7. มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อการจำหน่าย	1.50	1.30	น้อย
8. มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน	1.70	1.24	น้อย
9. สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความ หลากหลาย	1.95	1.35	ปานกลาง
10. ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความพร้อมด้าน สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และอื่นๆ	2.34	1.28	ปานกลาง
11. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ	2.25	1.30	ปานกลาง
12. รัฐบาลได้กระจายงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่ง ชุมชน	1.64	1.26	น้อย
13. มีการติดต่อสื่อสารระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ	1.56	1.30	น้อย
14. หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการ พัฒนาตลาดน้ำ	2.40	1.27	ปานกลาง
15. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณด้านการ พัฒนา	1.50	1.30	น้อย

ตาราง 4.7 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
16. การสนับสนุนเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่าง ต่อเนื่อง	1.40	1.33	น้อย
17. มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ(น้ำท่วม)	1.44	1.32	น้อย
18. นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม	1.95	1.35	ปานกลาง
19. เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	1.36	1.34	น้อย
20. มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง	2.80	1.33	มาก
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในโดยรวม	2.35	1.29	ปานกลาง

จากตาราง 4.7 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียน พบว่า ประชาชนท้องถิ่นมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.35 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนท้องถิ่นมีความคิดเห็นว่า ชุมชนอยู่ใกล้สถานที่ราชการและสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือมีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำวัดตะเคียนได้อย่างสะดวก มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง มีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อหลายสาย และมีอาหารพื้นบ้านและผลไม้จากสวนในชุมชนจำหน่าย ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.80, 2.80 และ 2.60 ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นที่ประชาชนท้องถิ่นเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลางคือ มีระบบแบบแผนในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ มีความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ ห้องน้ำและอื่นๆ อีกทั้งยังมีภูมิปัญญาที่น่าสนใจ สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดน้ำมีความหลากหลาย และนักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ย 2.55, 2.40, 2.40, 2.34, 2.25, 1.95, และ 1.95 ตามลำดับ ส่วนในเรื่องที่ประชาชนท้องถิ่นเห็นว่าอยู่ในระดับน้อยและควรได้รับการพัฒนาได้แก่ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน การกระจายเงินงบประมาณของภาครัฐ ด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่งชุมชน การติดต่อสื่อสารของคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ การสนับสนุนงบประมาณด้านการพัฒนาของหน่วยงานภาครัฐ ความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อการจำหน่าย ระบบป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) การสนับสนุน

เงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยว และเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ย 1.70, 1.64, 1.56, 1.50, 1.50, 1.44, 1.40, และ 1.36 ตามลำดับ

ตาราง 4.8 แสดงค ำเฉลี่ยและค ำเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความ สำคัญ เกี่ยวกับ ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. มีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำวัดตะเคียนได้อย่างสะดวก	3.90	1.28	มากที่สุด
2. มีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อกับหลายสาย	2.60	1.35	มาก
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ	4.00	1.27	มากที่สุด
4. มีอาหารพื้นเมืองและผลไม้จากสวนในชุมชนจำหน่าย	4.10	1.26	มากที่สุด
5. อยู่ใกล้สถานที่ราชการและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ	3.00	1.30	มาก
6. มีระบบแบบแผนในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน	4.25	1.24	มากที่สุด
7. มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อการจำหน่าย	2.31	1.29	ปานกลาง
8. มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน	4.00	1.27	มากที่สุด
9. สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความหลากหลาย	4.10	1.26	มากที่สุด
10. ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความพร้อมด้าน สถานที่จอดรถ หียงน้ำ และอื่นๆ	3.75	1.30	มากที่สุด
11. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ	2.96	1.31	มาก
12. รัฐบาลได้กระจายงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่งชุมชน	3.44	1.23	มาก
13. มีการติดต่อสื่อสารระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ	1.95	1.35	ปานกลาง
14. หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ	2.16	1.32	ปานกลาง
15. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณด้านการพัฒนา	3.35	1.34	มากที่สุด

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
16. การสนับสนุนเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่าง ต่อเนื่อง	3.50	1.33	มากที่สุด
17. มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ(น้ำท่วม)	3.90	1.30	มากที่สุด
18. นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม	3.25	1.35	มากที่สุด
19. เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	3.00	1.30	มาก
20. มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง	2.80	1.33	มาก
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในโดยรวม	3.35	1.29	มากที่สุด

จากตาราง 4.8 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียน พบว่า ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องระบบแบบแผนในการบริหารจัดการ การมีอาหารพื้นบ้านและผลไม้จากชุมชนมาจำหน่าย สินค้าที่นำมาจำหน่ายควรมีความหลากหลาย การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำอย่างสะดวก มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ ความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ ห้องน้ำเพียงพอ การสนับสนุนเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่งชุมชน และต้องการให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25, 4.10, 4.00, 3.90, 3.75, 3.50, 3.44, 3.35 และ 3.25 ตามลำดับ รองลงมาให้ความสำคัญในเรื่องของการเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อยู่ใกล้สถานที่ราชการและแหล่งท่องเที่ยวอื่น มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง เชื่อมต่อแม่น้ำลำคลองหลายสาย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.96, 2.80 และ 2.60 ตามลำดับ นอกจากนี้ ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญในระดับปานกลางในเรื่องของ ความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้า การติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนกับภาครัฐ โดยมีค่าเฉลี่ย 2.31, 2.16 และ 1.95 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน ตาราง 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. เร่งฟื้นฟูพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนหลังเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่	3.60	1.32	มากที่สุด
2. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตการตลาดแก่คนในชุมชน	1.95	1.35	ปานกลาง
3. วางมาตรการป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) อย่างยั่งยืน	3.40	1.34	มากที่สุด
4. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง	3.75	1.30	มากที่สุด
5. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานตลาดน้ำวัดตะเคียนแก่ผู้เกี่ยวข้อง	1.95	1.35	ปานกลาง
6. ควบคุมการนำสินค้าที่ผลิตจากแหล่งอื่นมาจำหน่าย	2.80	1.33	มาก
7. มีมาตรการรักษาความเป็นธรรมชาติของชุมชนตลอดไป	2.88	1.32	มาก
8. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้น	2.04	1.34	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการโดยรวม	2.56	1.32	มาก

จากตาราง 4.9 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการ พบว่าประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.56 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดคือเร่งฟื้นฟูพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนหลังเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่และมีการวางมาตรการป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) อย่างยั่งยืนอีกทั้งมีมาตรการรักษาความเป็นธรรมชาติของชุมชนตลอดไป ประชาชนท้องถิ่นยังมีการควบคุมการนำสินค้าที่ผลิตจากแหล่งอื่นมาจำหน่ายเพื่อส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้นโดยมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตการตลาดแก่คนในชุมชนและอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานตลาดน้ำวัดตะเคียนแก่ผู้เกี่ยวข้อง โดยมีค่าเฉลี่ย 3.60, 3.40, 2.88, 2.80, 2.04 และ 1.95 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านผู้ประกอบการ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

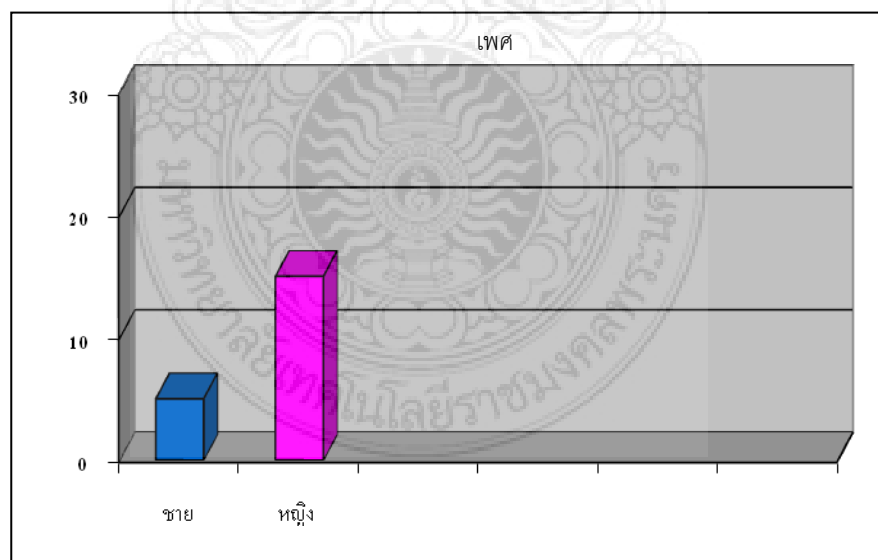
การวิเคราะห์ ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษารายได้
 ต่อเดือน โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 4.10 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวนประชากร	ร้อยละ
ชาย	5	25
หญิง	15	75
รวม	20	100.00

ด้านเพศ ประชากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 และเป็นเพศชาย
 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

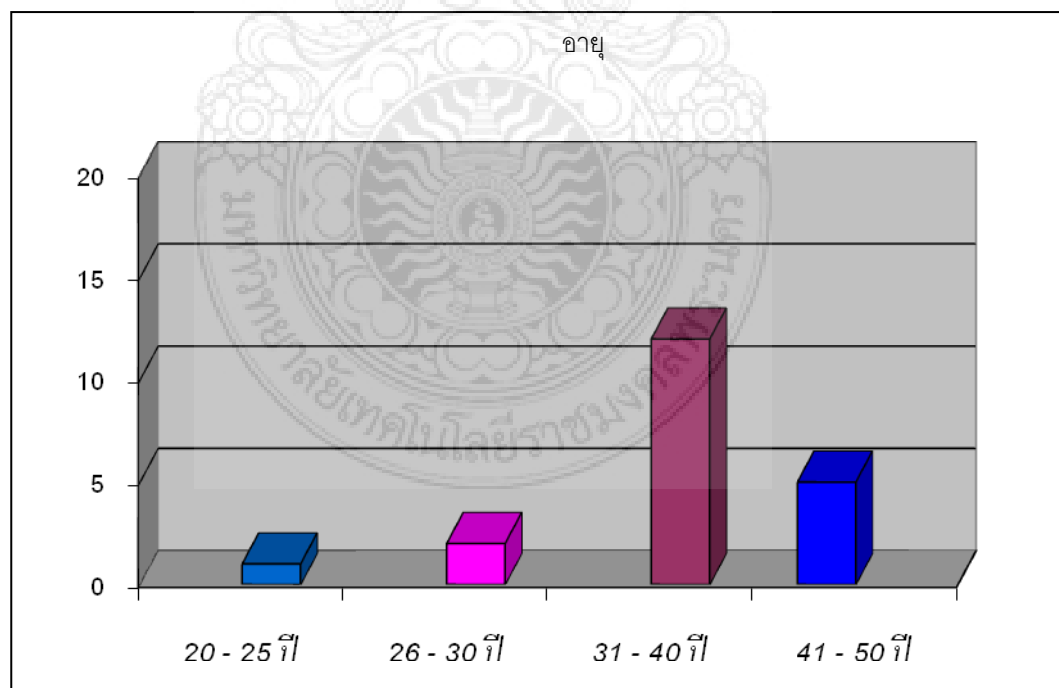


ตาราง 4.11 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวนประชากร	ร้อยละ
20-25 ปี	1	5
26-30 ปี	2	10
31-40 ปี	5	25
41-50 ปี	12	60
51 ปีขึ้นไป	0	0
รวม	20	100.0

ด้านอายุ พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 อายุระหว่าง 26 - 30 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ และอายุระหว่าง 20 - 25 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

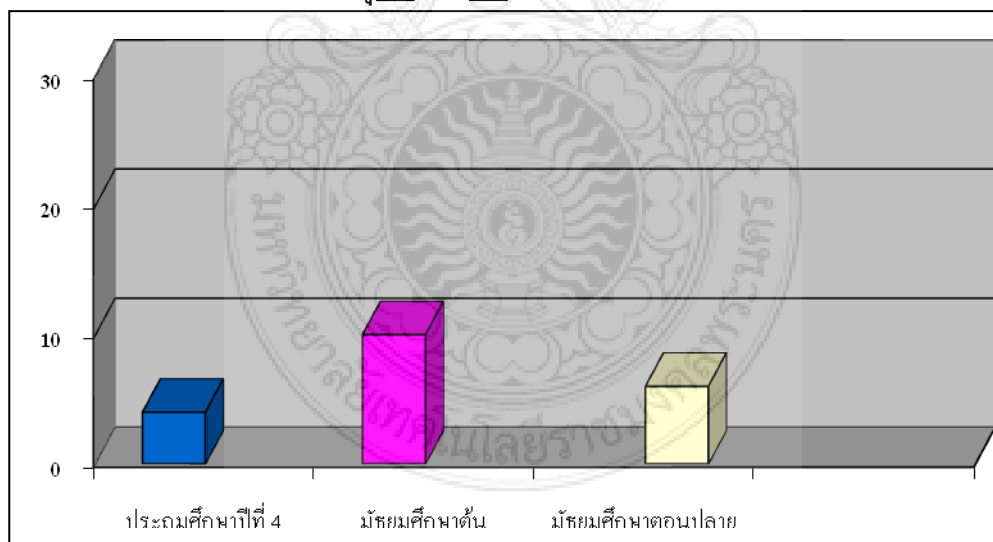


ตาราง 4.12 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	จำนวนประชากร	ร้อยละ
ประถมศึกษา	4	20
มัธยมศึกษาตอนต้น/ปวช.	10	50
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส.	6	30
ปริญญาตรี	0	0
สูงกว่าปริญญาตรี	0	0
รวม	20	100.00

ดูในระดับการศึกษา พบว่า ประชากร หนึ่งกลุ่ม การศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือการศึกษา ระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 และการศึกษา ระดับชั้นประถมศึกษา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 20

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา

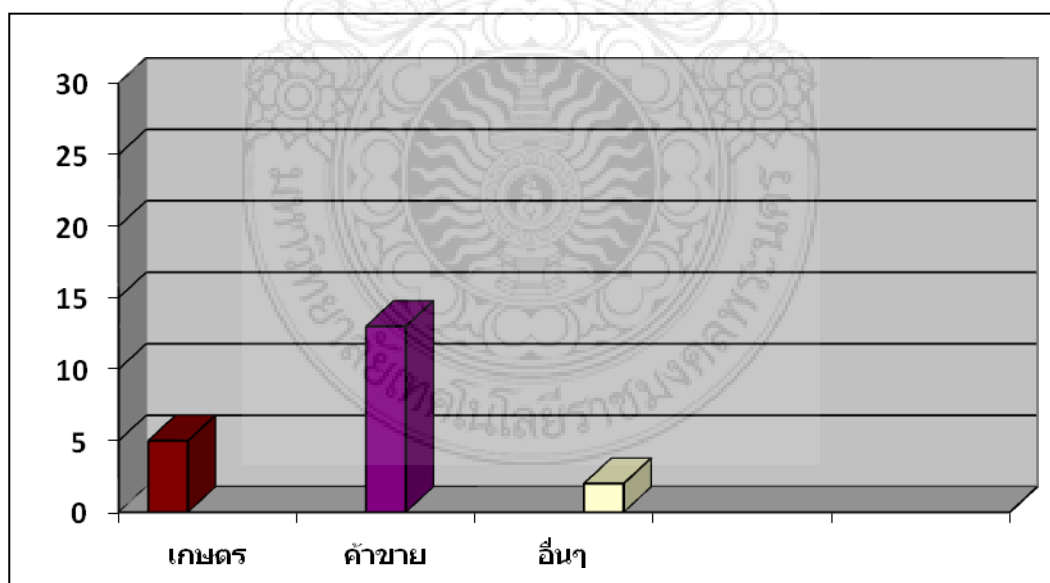


ตาราง 4.13 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวนประชากร	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	0	0
รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	0	0
พนักงานบริษัทเอกชน	0	0
ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	13	65
เกษตรกร/ทำสวน	5	25
อื่นๆ	2	10
รวม	20	100.00

ด้านอาชีพ พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพค้าขายจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาประกอบอาชีพเกษตรจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และมีอาชีพอื่นๆนอกจากนี้จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 10

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

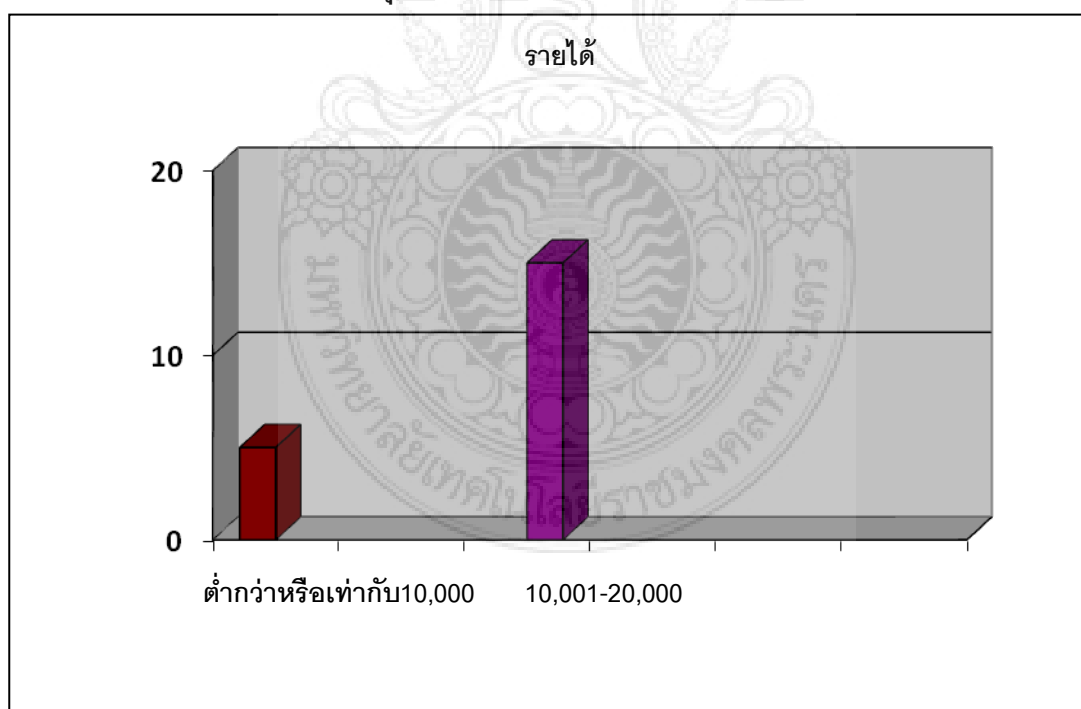


ตาราง 4.14 แสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวนประชากร	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท	5	25
10,001-20,000 บาท	15	75
20,001-30,000 บาท	0	0
30,001-40,000 บาท	0	0
รวม	100	100.00

ด้านรายได้ต่อเดือน พบว่าประชากรส่วนใหญ่มีระดับเงินเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาคือ ระดับเงินเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

กลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้ต่อเดือน



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ห่อมูลระดับความสำคัญเกี่ยวกับสภาพชุมชนปัจจุบัน

ตาราง 4.15 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสภาพชุมชน

ปัจจัยด้านสภาพชุมชน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนมีเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร	3.75	3.35	มากที่สุด
2. คนในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย	2.40	3.34	ปานกลาง
3. ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นชุมชนเก่าแก่	3.00	3.35	มาก
4. คนในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนมีสวนผลไม้ที่อุดมสมบูรณ์	1.80	3.38	ปานกลาง
5. คนในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นศูนย์รวมทางศาสนา	3.40	3.32	มาก
6. สภาพชุมชนโดยรวมยังคงความเป็นธรรมชาติ	2.10	3.36	ปานกลาง
ปัจจัยด้านสภาพชุมชนโดยรวม	3.25	3.32	มาก

จากตาราง 4.15 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพชุมชนปัจจุบัน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับด้านสภาพชุมชนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.25 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการที่ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนมีเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานครเป็นอันดับแรกในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 และให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดรองลงมาคือในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นศูนย์รวมทางศาสนาและเป็นชุมชนที่เก่าแก่คนในชุมชนใช้ชีวิตแบบเรียบง่ายและยังคงความเป็นธรรมชาติ โดยมีสวนผลไม้ที่อุดมสมบูรณ์ โดยมีค่าเฉลี่ย 3.40, 3.00, 2.40, 2.10 และ 1.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ ข้อมูล ระดับ ความคิดเห็นและระดับความสำคัญต่อสภาพแวดล้อม
ภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ตาราง 4.16 แสดงค ุเฉลี่ยและค ุเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยด้าน
สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
1. มีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำวัดตะเคียนได้อย่างสะดวก	3.20	3.34	มาก
2. มีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อกหลายสาย	2.60	3.06	มาก
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ	2.10	3.36	ปานกลาง
4. มีอาหารพื้นเมืองและผลไม้จากสวนในชุมชนจำหน่าย	2.35	3.35	ปานกลาง
5. อยู่ใกล้สถานที่ราชการและสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ	2.80	3.36	มาก
6. มีระบบแบบแผนในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน	2.40	3.38	มาก
7. มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อการจำหน่าย	2.85	3.06	ปานกลาง
8. มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน	2.83	3.38	ปานกลาง
9. สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความ หลากหลาย	2.10	3.36	ปานกลาง
10. ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความพร้อมด้าน สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และอื่นๆ	2.10	3.36	ปานกลาง
11. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ	2.80	3.38	ปานกลาง
12. รัฐบาลได้กระจายงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่ง ชุมชน	2.64	3.34	น้อย
13. มีการติดต่อสื่อสารระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ	2.56	3.38	น้อย
14. หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการ พัฒนาตลาดน้ำ	2.80	3.38	ปานกลาง
15. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณด้านการ พัฒนา	2.20	3.32	น้อย

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
16. การสนับสนุนเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่าง ต่อเนื่อง	2.60	3.34	น้อย
17. มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ(น้ำท่วม)	2.10	3.36	ปานกลาง
18. นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม	2.50	3.35	น้อย
19. เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	2.30	3.06	น้อย
20. มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง	2.80	3.35	มาก
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในโดยรวม	2.85	3.31	ปานกลาง

จากตาราง 4.16 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียน พบว่า ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.85 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นในระดับมาก เห็นว่าตลาดน้ำวัดตะเคียนมีถนนหนทางเข้าถึงสะดวก อยู่ใกล้สถานที่ราชการและยังมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ยังมีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อกับหลายสายและยังมีระบบแบบแผนการบริหารจัดการที่ดีโดยมีค่าเฉลี่ย 3.20, 2.80, 2.60 และ 2.40 ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นระดับปานกลางเป็นความคิดเห็นในระดับรองลงมาผู้ประกอบการเห็นว่า ยังไม่ค่อยมีความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้า และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ส่วนในเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นและผลไม้จากชุมชนที่นำมาจำหน่ายยังมีไม่มาก และนอกจากนี้ยังเห็นว่าความพร้อมของสถานที่จอดรถ ระบบป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) ความเป็นธรรมชาติของตลาดน้ำ และในเรื่องของความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่ายจะต้องมีความพร้อมและพัฒนาให้มากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 2.85, 2.83, 2.80, 2.35, และ 2.10 ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นในระดับน้อยที่ผู้ประกอบการเห็นว่าควรได้รับการปรับปรุงพัฒนาคือในเรื่องของการกระจายเงินงบประมาณของรัฐบาล การติดต่อสื่อสารระหว่างคนในชุมชนและหน่วยงานภาครัฐยังน้อยมาก นอกจากนี้ยังมองว่านักท่องเที่ยวที่มาเข้ามาเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียนยังขาดจิตสำนึก และควรจะเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติให้มากกว่านี้ โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 2.64, 2.56, 2.50, และ 2.30 ตามลำดับ

ตาราง 4.17 แสดงค ำเฉลี่ยและค ำเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความ สำคัญ เกี่ยวกับ ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
1. มีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำวัดตะเคียนได้อย่างสะดวก	3.75	3.35	มากที่สุด
2. มีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อกหลายสาย	2.80	3.36	มาก
3. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ	2.80	3.36	มาก
4. มีอาหารพื้นเมืองและผลไม้จากสวนในชุมชนจำหน่าย	3.00	3.35	มาก
5. อยู่ใกล้สถานที่ราชการและสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ	2.20	3.35	มาก
6. มีระบบแบบแผนในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน	4.00	3.34	มากที่สุด
7. มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้าเพื่อการจำหน่าย	2.40	3.38	มากที่สุด
8. มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน	3.20	3.34	มาก
9. สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความ หลากหลาย	3.50	3.36	มากที่สุด
10. ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความพร้อมด้าน สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และอื่น ๆ	3.75	3.35	มากที่สุด
11. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ	2.80	3.36	มาก
12. รัฐบาลได้กระจายงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่ง ชุมชน	4.25	3.32	มากที่สุด
13. มีการติดต่อสื่อสารระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ	2.80	3.36	มาก
14. หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการ พัฒนาตลาดน้ำ	2.80	3.36	มาก
15. หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณด้านการ พัฒนา	4.00	3.34	มากที่สุด

ตารางที่ 4.17 (ต่อ)

ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก และสภาพแวดล้อมภายใน	\bar{X}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
16. การสนับสนุนเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่าง ต่อเนื่อง	4.00	3.34	มากที่สุด
17. มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ(น้ำท่วม)	3.75	3.35	มากที่สุด
18. นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อม	2.80	3.32	มาก
19. เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ	2.80	3.36	มาก
20. มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง	3.75	3.35	มาก
ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในโดยรวม	3.55	3.31	มากที่สุด

จากตาราง 4.17 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียน พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.55 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องของ การกระจายเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่งชุมชน การมีระบบแบบแผนในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน และการสนับสนุนเงินงบประมาณด้านการพัฒนา นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในเรื่องของ การมีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำวัดตะเคียนได้อย่างสะดวก มีความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความหลากหลาย และในเรื่องของความรู้ความสามารถในเรื่องของการพัฒนาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25,4.00,3.75,3.50 และ 2.40 ตามลำดับ ส่วนความสำคัญในระดับมาก เป็นความสำคัญในระดับรองลงมาคือ ในเรื่องของการมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียนอย่างต่อเนื่อง การมีอาหารและผลไม้จากชุมชนจำหน่าย มีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อหลายสาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ มีการติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติและรักษาสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75,3.20,3.00, และ 2.80 ตามลำดับ

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์หอยุ่ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

ตาราง 4.18 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ การบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. เร่งฟื้นฟูพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนหลังเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่	4.00	3.34	มากที่สุด
2. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตการตลาดแก่คนในชุมชน	3.20	3.34	มาก
3. วางมาตรการป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) อย่างยั่งยืน	3.75	3.35	มากที่สุด
4. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง	2.85	3.31	มากที่สุด
5. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานตลาดน้ำวัดตะเคียนแก่ผู้เกี่ยวข้อง	2.80	3.36	มาก
6. ควบคุมการนำสินค้าที่ผลิตจากแหล่งอื่นมาจำหน่าย	2.80	3.36	มาก
7. มีมาตรการรักษาความเป็นธรรมชาติของชุมชนตลอดไป	3.00	3.35	มาก
8. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้น	2.40	3.34	ปานกลาง
ปัจจัยด้านการบริหารจัดการโดยรวม	2.98	3.32	มากที่สุด

จากตาราง 4.18 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านการบริหารจัดการพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับด้านการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.98 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับการเร่งฟื้นฟูพัฒนาตลาดน้ำหลังเกิดภาวะน้ำท่วม ควรมีการวางมาตรการป้องกันภัยธรรมชาติ และควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.75, และ 2.85 ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นในระดับรองลงมาคือในเรื่องของการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตและการตลาด มาตรการการรักษาความเป็นธรรมชาติของชุมชน การบริหารงานตลาดน้ำและในเรื่องของการควบคุมการนำสินค้าจากแหล่งอื่นมาจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.00, และ 2.80 ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นในลำดับสุดท้ายในระดับความคิดเห็นปานกลางคือในเรื่องของการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้นโดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.40

ผลการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาความคิดเห็นและมุมมองของเจ้าหน้าที่บุคลากรรัฐ และผู้นำชุมชนต่อสภาพชุมชนวัดตะเคียนในปัจจุบัน มุมมองในเรื่องของสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน และแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน และ เจ้าอาวาสวัดตะเคียน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสัมภาษณ์ในยกเทศมนตรีตำบลปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า ในกรณีของตลาดน้ำวัดตะเคียน ทางหน่วยงานภาครัฐไม่ได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องของงบประมาณและด้านบริหารจัดการ เนื่องจากตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นตลาดน้ำที่ได้รับการฟื้นฟูพัฒนาโดยเจ้าอาวาสวัดตะเคียน ดังนั้นทางวัดตะเคียนขอบริหารจัดการตลาดน้ำเอง โดยไม่ให้หน่วยงานภาครัฐเข้าไปเกี่ยวข้อง ผู้ให้สัมภาษณ์จึงไม่มีมุมมองและความคิดเห็นอื่นนอกจากที่กล่าวมา

การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน (นายสรรเสริญ เล่ห์จันพงษ์)

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า สภาพชุมชนวัดตะเคียนในปัจจุบัน เป็นชุมชนที่เก่าแก่ มีศูนย์รวมทางศาสนาคือวัดตะเคียน อาชีพส่วนใหญ่ยังยึดอาชีพทำสวน ส่วนในเรื่องของสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า ตลาดน้ำวัดตะเคียนยังคงความเป็นธรรมชาติและยังคงส่งเสริมสนับสนุนการรักษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนมาโดยตลอด นอกจากนี้คนในชุมชนยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนอีกด้วย ส่วนในมุมมองด้านการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า จะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของเจ้าอาวาสวัดตะเคียน โดยแต่งตั้งผู้จัดการตลาดน้ำเป็นผู้ควบคุมดูแลตลาดน้ำ มีกฎระเบียบข้อบังคับชัดเจน แต่ยังไม่มีความเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ส่วนมุมมองในเรื่องของการอบรมพัฒนาผู้ประกอบการในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และการทำตลาด ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า เรื่องนี้ไม่ใช่เรื่องสำคัญและเห็นว่าไม่มีหน่วยงานไหนเข้ามาให้ความสนใจอย่างจริงจัง ส่วนในเรื่องของงบประมาณที่นำมาบริหารจัดการตลาดน้ำ เป็นเงินที่เก็บมาจากค่าบำรุงสถานที่ที่ผู้ประกอบการได้เข้ามาใช้ประโยชน์จากตลาดน้ำวัดตะเคียน อีกส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากเจ้าอาวาสวัดตะเคียนที่ได้รับจากจิตศรัทธาของญาติโยมที่นำมาถวาย โดยไม่ขอรับเงินอุดหนุนจากงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐแต่อย่างใดโดยให้เหตุผลว่า ไม่

ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาเกี่ยวข้อง และเข้ามามีผลประโยชน์ ส่วนแผนในการพัฒนาต่อไปคือ ปรับปรุง
สถานที่จอดรถ ให้กว้างขึ้น และยกระดับคั่นกันน้ำให้สูงขึ้นกว่าเดิมส่วนในประเด็นอื่นๆ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้
ความเห็นว่ายังไม่มีแผนที่จะดำเนินการ



บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

ความมุ่งหมายของการวิจัย

การวิจัยเกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนของตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. ศึกษาสภาพชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเพื่อการบริหารจัดการแบบยั่งยืน
2. วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน

ความสำคัญของการวิจัย

1. ชุมชนได้แหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่มีศักยภาพ ในการบริหารจัดการเป็นแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
2. ผลการศึกษา จะเป็นข้อมูลให้ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้วางแผนเพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีประชากร 3 กลุ่ม ได้แก่

1. ประชาชนท้องถิ่น ได้แก่ ประชาชนที่มีถิ่นฐานในพื้นที่ ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีจำนวนประชากรทั้งหมด 8,052 คน (ข้อมูลเดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2555)
2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก และด้านการขนส่งที่อยู่ในพื้นที่ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
3. เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐ และผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key Informants) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในพื้นที่ ได้แก่ นาย กเทศมนตรีตำบลปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

กลุ่มตัวอย่าง

ทำการกำหนดตัวอย่างประชากรที่เป็นประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามลักษณะของประชากร โดยเลือกหน่วยของการวิจัยที่มีขนาดที่สามารถเก็บข้อมูลได้ เพราะมีข้อจำกัดในด้านระยะเวลาและงบประมาณ มีรายละเอียดตามกลุ่มของประชากรดังนี้

1. ประชาชนท้องถิ่นกำหนดขนาดตัวอย่างประชาชนในพื้นที่ตำบลบางคูเวียง ซึ่งมีจำนวนประชากรทั้งหมด 8,052 คน โดยใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของยามาเน่ (Yamane)1960 อ้างใน สุวิมล ติรพานันท์, 2549 : 174)

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

$$n = \text{ขนาดตัวอย่างที่ต้องศึกษา}$$

$$N = \text{จำนวนประชากร}$$

$$e = \text{ความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า } 10 \%$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{8,052}{1 + 8,052 (0.1)^2} \\ &= 98.77 \end{aligned}$$

เพราะฉะนั้นขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มประชาชนท้องถิ่นในการศึกษาคั้งนี้มีจำนวน 98.77 ถือเป็นจำนวน 100 ราย

2. ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึก และด้านการขนส่งที่อยู่ในพื้นที่ ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เนื่องจากประชากรกลุ่มนี้ผู้วิจัยไม่ทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน จึงอ้างอิงจำนวนและรายชื่อร้านอาหาร ร้านของฝากที่ระลึกและด้านการขนส่งจากการสำรวจข้อมูลในภาคสนาม และจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ การศึกษาคั้งนี้ทำการเก็บข้อมูลทั้งหมด 20 รายการ ตามข้อมูลที่พบในพื้นที่ที่ทำการศึกษา

3. เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐ และผู้นำชุมชน ซึ่งเป็นผู้ให้ข้อมูลหลัก (key Informants) ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว และการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในพื้นที่ ได้แก่ นายกเทศมนตรี ตำบลปลายบาง และผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เรื่องการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยดำเนินการสร้างตามกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งแบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 ชุด

ชุดที่ 1 ใช้สัมภาษณ์ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ตำบลบางคูเวียง ประกอบไปด้วย 7 หมู่บ้าน ซึ่งมีข้อความแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพทางบุคคล อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ มีลักษณะเป็นข้อความแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็น เกี่ยวกับระดับความสำคัญของสภาพชุมชน ในปัจจุบัน มีลักษณะเป็นข้อความแบบ มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็นและระดับความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายในของชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะเป็นข้อความแบบ มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็น ต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนมีลักษณะเป็นข้อความแบบ มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด

ชุดที่ 2 ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึกและด้านการขนส่งที่อยู่ในพื้นที่ ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน ซึ่งมีข้อความทั้งหมด 4 ตอนเหมือนชุดที่ 1

ชุดที่ 3 ใช้สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐและผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะข้อความแบบเชิงลึก ผู้วิจัยได้ทำการถ่ายภาพ และจดบันทึกระหว่างทำการสัมภาษณ์ ซึ่งครอบคลุมตามเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ประกอบ ด้วยประเด็นต่างๆ 6 ข้อหลัก

ข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อที่ 2 ความคิดเห็นและมุมมองต่อสภาพชุมชน และสภาพแวดล้อมของชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 3 ความคิดเห็นและมุมมองในเรื่อง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 4 ความคิดเห็นและมุมมองในเรื่องยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี

ข้อที่ 5 แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 6 ความคิดเห็นและมุมมองเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้เลือกแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เรื่องการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยดำเนินการสร้างเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้น โดยศึกษารายละเอียดข้อมูลพื้นฐานจากตำรา ทฤษฎี งานวิจัย และเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน ตลอดจนขอคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ
2. ศึกษาหลักเกณฑ์และวิธีการสร้างเครื่องมือจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3. กำหนดขอบเขตและโครงสร้างของเนื้อหาของแบบสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย
4. สร้างข้อคำถามของการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง
5. นำแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน พิจารณาและตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ภาษาที่ใช้และข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขก่อนนำเครื่องมือไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แต่มีคุณลักษณะเหมือนกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด
6. นำแบบสัมภาษณ์ที่ทำการปรับปรุงแก้ไขหลังจากทดลองใช้แล้ว ไปวิเคราะห์หาคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปสัมภาษณ์จริงต่อไป

เกณฑ์การให้คะแนนและการแปลความหมาย

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ชุดที่ 1

ใช้สัมภาษณ์ประชาชนที่อยู่ในพื้นที่ตำบลบางคูเวียง ประกอบไปด้วย 7 หมู่บ้าน ซึ่งมี ข้อ
คำถามแบ่งออกเป็นทั้งหมด 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์ปัจจัยส่วนบุคคล ใช้ข้อคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของสภาพชุมชนในปัจจุบัน
โดยมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด
สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

สำคัญมากที่สุด 5 คะแนน

สำคัญมาก 4 คะแนน

สำคัญปานกลาง 3 คะแนน

สำคัญน้อย 2 คะแนน

สำคัญน้อยที่สุด 1 คะแนน

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์การประเมินที่ได้จากการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval Scale)
คำนวณหาความกว้างของชั้นดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา.2544:29)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าสูงสุด} - \text{ค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนจากข้อมูลที่ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ยที่ได้ ความหมาย

4.21-5.00 มีระดับความสำคัญมากที่สุด

3.41-4.20 มีระดับความสำคัญมาก

2.61-3.40 มีระดับความสำคัญปานกลาง

1.81-2.60 มีระดับความสำคัญน้อย

1.00-1.80 มีระดับความสำคัญน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็นและระดับความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ของชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด โดยที่เกณฑ์การประเมินและเกณฑ์การแปลความหมายเช่นเดียวกับตอนที่ 2

ตอนที่ 4 แบบสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็น ต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนมีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบ มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับคือ สำคัญมากที่สุด สำคัญมาก สำคัญปานกลาง สำคัญน้อย สำคัญน้อยที่สุด โดยที่เกณฑ์การประเมินและเกณฑ์การแปลความหมายเช่นเดียวกับตอนที่ 2 และตอนที่ 3

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ชุดที่ 2

ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ร้านอาหาร ร้านของฝากของที่ระลึกและด้านการขนส่งที่อยู่ในพื้นที่ ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน ซึ่งมีข้อคำถามทั้งหมด 4 ตอนเหมือนชุดที่ 1 และใช้เกณฑ์ให้คะแนนและการแปลความหมาย เหมือนแบบสัมภาษณ์ในชุดที่ 1

แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ชุดที่ 3

ใช้สัมภาษณ์ เจ้าหน้าที่บุคลากรภาครัฐและผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน มีลักษณะข้อคำถามแบบเชิงลึก ผู้วิจัยได้ทำการถ่ายภาพ และจดบันทึกระหว่างทำการสัมภาษณ์ ซึ่งครอบคลุมตามเนื้อหาที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยประเด็นต่างๆ 6 ข้อหลัก

ข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ให้สัมภาษณ์

ข้อที่ 2 ความคิดเห็นและมุมมองต่อสภาพชุมชน และสภาพแวดล้อมของชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 3 ความคิดเห็นและมุมมองในเรื่อง จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ด้านการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 4 ความคิดเห็นและมุมมองในเรื่องยุทธศาสตร์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี

ข้อที่ 5 แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อที่ 6 ความคิดเห็นและมุมมองเพิ่มเติมในประเด็นที่เกี่ยวข้อง
โดยที่ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกจากการจัดบันทึกการสัมภาษณ์ ตามหัวข้อต่างๆ เพื่อนำมา
แปลความและสรุปผล

การหาคุณภาพของเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการหาคุณภาพของเครื่องมือ ซึ่งมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. การหาค่าความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity)

1.1 นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จเรียบร้อยแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 4 ท่าน
พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา และความเหมาะสมของเนื้อหา และความเหมาะสมของ
ภาษา เรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยอาศัยดุลยพินิจของผู้เชี่ยวชาญพิจารณาเป็นรายข้อว่า แต่ละ
คำถามมีความสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะกลุ่มโดยใช้เกณฑ์การกำหนดคะแนน ดังนี้ (พวงรัตน์ ทวี
รัตน์. 2540 : 117)

+ 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความหมายสอดคล้องตามจุดประสงค์ที่ต้องการ

0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นมีความสอดคล้องตามจุดประสงค์ที่ต้องการนั้น

หรือไม่

-1 เมื่อแน่ใจว่า ข้อคำถามนั้นไม่มีความสอดคล้องตามจุดประสงค์ที่ต้องการ

นำผลการพิจารณาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 4 ท่าน ในแต่ละข้อมาหาค่าดัชนีความ
สอดคล้องของข้อคำถาม โดยใช้สูตร IC โดยการเลือกข้อคำถามที่มีค่าตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปนำมาปรับปรุง
แก้ไข

1.2 นำแบบสัมภาษณ์ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนที่
ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ชุด

1.3 นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการทดลองใช้มาตรวจสอบให้คะแนนและทำการวิเคราะห์
หาค่าคุณภาพของเครื่องมือ

2. การหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

นำแบบสัมภาษณ์ที่ทำการทดลองใช้ (Try Out) เรียบร้อยแล้ว นำมาหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสัมภาษณ์ทั้งฉบับ จากสูตร สัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538: 200) ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.89

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ด้วยวิธีเผชิญหน้า (Face-to-Face) โดยผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างโดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อเก็บข้อมูลการวิจัย โดยแจ้งไปยัง นายกเทศมนตรีตำบลปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เพื่อขอความอนุเคราะห์วันเวลาในการสัมภาษณ์ และผู้วิจัยได้ทำการประสานงานไปยังผู้นำชุมชน เพื่อแจ้งให้ทราบการในการลงพื้นที่ก่อนเก็บข้อมูลจริง
2. จัดเตรียมเครื่องมือและประชุมเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลแก่ผู้ช่วยนักวิจัยก่อนการปฏิบัติงานในภาคสนาม
3. ลงปฏิบัติงานในภาคสนามโดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน ถึงเดือนกรกฎาคม 2555
4. นำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างที่ได้ตรวจดูความเรียบร้อย แล้วนำไปจัดทำเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดำเนินการดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยแปลงคำตอบตามระดับน้ำหนัก 5-4-3-2 และ 1
2. นำคำตอบจากแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างของข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ตามตัวแปรอิสระที่ศึกษา
3. ตรวจสอบให้คะแนนข้อคำถามแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับระดับความสำคัญต่อสภาพชุมชน สภาพแวดล้อม และแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มา

วิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย และความเบี่ยงเบนมาตรฐานตามตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ศึกษา

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืนของตลาดน้ำวัดตะเคียน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี สรุปได้ดังนี้

ด้านประชาชนท้องถิ่น

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 100 ชุด สรุปผลดังนี้

1. ด้านการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ **ได้แก่เพศ** อายุ สถานภาพ การศึกษารายได้ ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 56 อายุโดยเฉลี่ยจะอยู่ระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคืออายุเฉลี่ยระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ส่วนทางด้านการศึกษาพบว่า มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 รองลงมาคือ ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ด้านอาชีพส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 ส่วนด้านรายได้จะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เท่ากับ 10,001-20,000 บาท จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมามีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37
2. ด้านความสำคัญของสภาพชุมชนในปัจจุบันตามความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นพบว่า ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับด้านสภาพชุมชนโดยรวม ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 3.25 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า **ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการที่ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนมีเขตติดต่อกับกรุงเทพมหานคร เป็** **นอันดับแรก** ในระดับมากที่สุด โดยมี ค่าเฉลี่ย 4.25 และใ ความสำคัญในระดับมากรองลงมา คือในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นศูนย์รวมทางศาสนาและเป็นชุมชนที่เก่าแก่คนในชุมชนใช้ชีวิตแบบเรียบง่าย มีสวนผลไม้ที่อุดมสมบูรณ์ โดยยังคงความเป็นธรรมชาติ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00, 3.75, 2.60, 2.10 และ 1.95 ตามลำดับ
3. ด้านความคิดเห็นและด้านความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ที่ส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน สรุปได้ดังนี้

3.1 ระดับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียนในปัจจุบัน พบว่า ประชาชนท้องถิ่นมีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.35 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนท้องถิ่นมีความคิดเห็นที่ว่า ชุมชนอยู่ใกล้สถานที่ราชการและสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.50 รองลงมาคือมีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำวัดตะเคียนได้อย่างสะดวก มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง มีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อหลายสาย และมีอาหารพื้นบ้านและผลไม้จากสวนในชุมชนจำหน่าย ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00, 2.80, 2.80 และ 2.60 ตามลำดับ

3.2 ระดับความสำคัญ ต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียนในปัจจุบันพบว่า ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.35 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญในระดับมากที่สุด ในเรื่องระบบแบบแผนในการบริหารจัดการ การมีอาหารพื้นบ้านและผลไม้จากชุมชนมาจำหน่าย สินค้าที่นำมาจำหน่ายควรมีความหลากหลาย การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำอย่างสะดวก มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ ความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ ห้องน้ำเพียงพอ การสนับสนุนเชิงงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่งชุมชน และต้องการให้นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 , 4.10, 4.00, 3.90, 3.75, 3.50, 3.44, 3.35 และ 3.25 ตามลำดับ รองลงมาให้ความสำคัญในเรื่องของการเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ อยู่ใกล้สถานที่ราชการและแหล่งท่องเที่ยวอื่น มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง เชื่อมต่อแม่น้ำลำคลองหลายสาย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.00 , 2.96, 2.80 และ 2.60 ตามลำดับ

4. ด้านการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน พบว่าประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับด้านการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.56 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประชาชนท้องถิ่นให้ความสำคัญกับการส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75 และให้ความสำคัญในระดับมากรองลงมาคือเร่งฟื้นฟูพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนหลังเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่และมีการวางมาตรการป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) อย่างยั่งยืนอีกทั้งมีมาตรการรักษาความเป็นธรรมชาติของชุมชนตลอดไป ประชาชนท้องถิ่นยังมีการควบคุมการนำสินค้าที่ผลิตจากแหล่งอื่นมาจำหน่ายเพื่อส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้นโดยมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตการตลาดแก่คนในชุมชน

และขอรับให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานตลาดน้ำวัดตะเคียนแก่ผู้เกี่ยวข้องโดยมีค เฉลี่ย 3.60, 3.40, 2.88, 2.80, 2.04 และ 1.95 ตามลำดับ

ด้านผู้ประกอบการ

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 20 ชุด สรุปผล ดังนี้

1. ด้านการจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษารายได้ ต่อเดือนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 อายุโดยเฉลี่ยจะอยู่ ระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็น ร้อยละ 60 รองลงมาอายุระหว่าง 31 - 40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนทางด้านการศึกษาพบว่า มีระดับการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมาคือ ในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30 ด้านอาชีพส่วนใหญ่ จะประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาคือ ประกอบอาชีพเกษตร จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25 ส่วนด้านรายได้จะมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เท่ากับ 10,001-20,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 25

2. ด้านความสำคัญของสภาพชุมชนในปัจจุบันตามความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่น พบว่า ผู้ประกอบการให้ ความสำคัญกับด สภาพชุมชนในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.25 และเมื่อพิจารณาเป นรายชื่อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ ความสำคัญกับการที่ชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนมีเขตติดต่อกับ กรุงเทพมหานครเป อันดับแรกในระดับมากที่สุด โดยมีค เฉลี่ย 3.75 และให้ ความสำคัญในระดับมาก รองลงมาคือในชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นศูนย์รวมทางศาสนาและเป็นชุมชนที่เก่าแก่คนในชุมชนใช้ ชีวิตแบบเรียบง่ายและยังคงความเป็นธรรมชาติ โดยมีสวณผลไม่ที่อุดมสมบูรณ์ โดยมีค เฉลี่ย 3.40, 3.00, 2.40, 2.10 และ 1.80 ตามลำดับ

3. ด้านความคิดเห็นและด้านความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ที่ส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน สรุปได้ดังนี้

3.1 ระดับความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียนในปัจจุบัน พบว่า ผู้ประกอบการ มีความคิดเห็นโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 2.85 และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อพบว่า ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นในระดับมากเห็นว่า ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีถนนหนทางเข้าถึงสะดวก อยู่ใกล้สถานที่ราชการและยังมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็งนอกจากนี้ยังมีแม่น้ำลำคลอง

เชื่อมต่อกันหลายสายและยังมีระบบแบบแผนการบริหารจัดการที่ดีโดยมีค่าเฉลี่ย 3.20,2.80,2.60 และ 2.40 ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นระดับปานกลางเป็นความคิดเห็นในระดับรองลงมาผู้ประกอบการเห็นว่า ยังไม่ค่อยมีความรู้ความสามารถในการพัฒนาสินค้า และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ส่วนในเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารท้องถิ่นและผลไม้จากชุมชนที่นำมาจำหน่ายยังมีไม่มาก และนอกจากนี้ยังเห็นว่าความพร้อมของสถานที่จอดรถ ระบบป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) ความเป็นธรรมชาติของตลาดน้ำ และในเรื่องของความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่ายจะต้องมีความพร้อมและพัฒนาให้มากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ย 2.85,2.83,2.80,2.35, และ 2.10 ตามลำดับ

3.2 ระดับความสำคัญ ต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในของตลาดน้ำวัดตะเคียนในปัจจุบันพบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 3.55 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดในเรื่องของ การกระจายเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่งชุมชน การมีระบบแบบแผนในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน และการสนับสนุนเงินงบประมาณด้านการพัฒนา นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในเรื่องของการมีถนนหนทางเข้าถึงตลาดน้ำวัดตะเคียนได้อย่างสะดวก มีความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ สินค้าที่นำมาจำหน่ายมีความหลากหลาย และในเรื่องของความรู้ความสามารถในเรื่องของการพัฒนาสินค้า โดยมีค่าเฉลี่ย 4.25,4.00,3.75,3.50 และ 2.40 ตามลำดับ ส่วนความสำคัญในระดับมาก เป็นความสำคัญในระดับรองลงมาคือ ในเรื่องของการมีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียนอย่างต่อเนื่อง การมีอาหารและผลไม้จากชุมชนจำหน่าย มีแม่น้ำลำคลองเชื่อมต่อกันหลายสาย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ มีการติดต่อสื่อสารระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ และมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติและรักษาสีเขียวแฉกแฉก โดยมีค่าเฉลี่ย 3.75,3.20,3.00, และ 2.80 ตามลำดับ

4. ด้านการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน พบว่าผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนโดยรวมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 2.98 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดเกี่ยวกับการเร่งฟื้นฟูพัฒนาตลาดน้ำหลังเกิดภาวะน้ำท่วม ควรมีการวางมาตรการป้องกันภัยธรรมชาติ และควรส่งเสริมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยมีค่าเฉลี่ย 4.00,3.75, และ 2.85 ตามลำดับ ส่วนความคิดเห็นในระดับรองลงมาคือในเรื่องของการอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตและการตลาด มาตรการการรักษาความ

เป็นธรรมชาติของชุมชน การบริหารงานตลาดน้ำและในเรื่องของการควบคุมการนำสินค้าจากแหล่งอื่นมาจำหน่าย โดยมีค่าเฉลี่ย 3.20, 3.00, และ 2.80 ตามลำดับ

ผลการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษาคำความคิดเห็นและมุมมองของเจ้าหน้าที่บุคลากรรัฐ และผู้นำชุมชนต่อสภาพชุมชนวัดตะเคียนในปัจจุบัน มุมมองในเรื่องของสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน และแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ได้แก่ นายกเทศมนตรีตำบลปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน และ เจ้าอาวาสวัดตะเคียน โดยมีรายละเอียดดังนี้

การสัมภาษณ์นายกเทศมนตรีตำบลปลายบาง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า ในกรณีของตลาดน้ำวัดตะเคียน ทางหน่วยงานภาครัฐไม่ได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องของงบประมาณและด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นตลาดน้ำที่ได้รับการฟื้นฟูพัฒนาโดยเจ้าอาวาสวัดตะเคียน ดังนั้นทางวัดตะเคียนขอบริหารจัดการตลาดน้ำเอง โดยไม่ให้หน่วยงานภาครัฐเข้าไปเกี่ยวข้อง ผู้ให้สัมภาษณ์จึงไม่มีมุมมองและความเห็นอื่นนอกจากที่กล่าวมา

การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน (นายสรรเสริญ เล่ห์จันทพงษ์)

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า สภาพชุมชนวัดตะเคียนในปัจจุบัน เป็นชุมชนที่เก่าแก่ มีศูนย์รวมทางศาสนาคือวัดตะเคียน อาชีพส่วนใหญ่ยังยึดอาชีพทำสวน ส่วนในเรื่องของสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า ตลาดน้ำวัดตะเคียนยังคงความเป็นธรรมชาติและยังคงส่งเสริมสนับสนุนการรักษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนมาโดยตลอด นอกจากนี้คนในชุมชนยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนอีกด้วย ส่วนในมุมมองด้านการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า จะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของเจ้าอาวาสวัดตะเคียน โดยแต่งตั้งผู้จัดการตลาดน้ำเป็นผู้ควบคุมดูแลตลาดน้ำ มีกฎระเบียบข้อบังคับชัดเจน แต่ยังไม่ มีแบบแผนที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ส่วนมุมมองในเรื่องของการอบรมพัฒนาผู้ประกอบการในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และการทำตลาด ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า เรื่องนี้ไม่ใช่เรื่องสำคัญและเห็นว่าไม่มีหน่วยงานไหนเข้ามาให้ความสนใจอย่างจริงจัง ส่วนในเรื่องของงบประมาณที่นำมาบริหารจัดการตลาดน้ำ เป็นเงินที่เก็บมาจากค่าบำรุงสถานที่ที่ผู้ประกอบการได้เข้ามาใช้ประโยชน์จากตลาด

น้ำวัดตะเคียนอีกส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากเจ้าอาวาสวัดตะเคียนที่ได้รับจากจิตศรัทธาของญาติโยมที่นำมาถวาย โดยไม่ขอรับเงินอุดหนุนจากงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐแต่อย่างใดโดยให้เหตุผลว่า ไม่ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาเกี่ยวข้อง และเข้ามามีผลประโยชน์ ส่วนแผนในการพัฒนาต่อไปคือ ปรับปรุงสถานที่จอดรถ ให้กว้างขึ้น และยกระดับคันทันน้ำให้สูงขึ้นกว่าเดิมส่วนในประเด็นอื่นๆ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า ยังไม่มีแผนที่จะดำเนินการ

การอภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล สามารถนำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาด กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ในส่วนของประชาชนท้องถิ่น ผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ของรัฐและผู้นำชุมชน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ของประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ เป็นเพศหญิง อายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี การศึกษาสูงสุดมัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวส. ประกอบอาชีพเกษตรกร และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-20,000 บาท โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน ไว้ดังนี้

2. **ด้านความสำคัญต่อสภาพชุมชนในปัจจุบัน** พบว่า ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการส่วนใหญ่ส่วนใหญ่มองให้ความสำคัญในเรื่องที่ตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นตลาดน้ำที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร การเดินทางสะดวก และตลาดน้ำวัดตะเคียนเป็นตลาดน้ำที่อยู่ในเขตที่พื้นที่ที่เป็นศูนย์รวมทางศาสนา คือวัดตะเคียนซึ่งเป็นวัดที่เก่าแก่และเป็นวัดที่ประชาชนนิยมมาทำบุญนอกจากนี้ประชาชนในท้องถิ่นและผู้ประกอบการยังให้ความสำคัญในเรื่องของการมีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของคนในชุมชนและเนื่องจากคนในชุมชนส่วนมากมีส่วนร่วมไม่จึงเป็นโอกาสที่คนในชุมชนท้องถิ่นได้นำผลิตผลจากสวนนำมาจำหน่าย จากการวิเคราะห์ข้อมูลจึงสามารถสรุปความคิดเห็นได้ว่า ความสะดวกรวดเร็วในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ความเป็นธรรมชาติ และมีวัฒนธรรมที่เก่าแก่ ทำให้เป็นจุดดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย , 2540 อ้างถึงใน ศรายุทธ ผลโพธิ์ (2549:10-11) แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น ตลอดจนวัฒนธรรมของท้องถิ่น โดยทั่วไปมักแบ่ง

ออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ และ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิต วัฒนธรรมท้องถิ่น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งดึงดูดใจที่สำคัญ มักเป็นแหล่งที่มีความสำคัญด้านประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม หรือแหล่งธรรมชาติที่สวยงามและความพร้อมในด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและการพักผ่อนหย่อนใจ การศึกษาทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวจะพิจารณาในด้านที่ตั้ง ขนาด ความดึงดูดใจ ความสะดวกในการเข้าถึง ความพร้อมด้าน บริการ ศักยภาพการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยว และปัญหาหรือความต้องการในการพัฒนา สภาพ ทรัพยากรยังมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้วใน บางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายถึงรวมถึง ศักยภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย

3. ด้านความคิดเห็นและความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อม ภายในที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน พบว่าประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่าตลาดน้ำวัดตะเคียนในปัจจุบันเป็นตลาดน้ำที่อยู่ใกล้ กรุงเทพฯ ที่สุดการคมนาคมสะดวก อยู่ในสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมทางศาสนา และมีแม่น้ำลำคลองหลาย สายเชื่อมต่อแม่น้ำเจ้าพระยา แต่ตลาดน้ำวัดตะเคียนควรที่จะพัฒนาและควรปรับปรุงในเรื่องการ ประชาสัมพันธ์เพราะปัจจุบันตลาดน้ำวัดตะเคียนยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และพัฒนา ในเรื่องของระบบการบริหารจัดการที่ดีขึ้น ควรมีการส่งเสริมความรู้ความสามารถในด้านการตลาด และการพัฒนาสินค้าให้มากขึ้น ส่วนในเรื่องของการให้ความสำคัญต่อปัจจัยที่มีผลต่อระดับการบริหาร จัดการ พบว่า ประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังให้ ความสำคัญในเรื่องของ ระบบการ บริหารจัดการตลาดน้ำอย่างเป็นรูปธรรม และการกระจายเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่ง ชุมชน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในเรื่องของ การวางมาตรการป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) ความ สะดวกในการเดินทาง ความพร้อมของสถานที่จอดรถ ความหลากหลายของสินค้าที่นำมาจำหน่าย และความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์ข้อมูลจึงสรุปความคิดเห็นว่า ชุมชนตลาด น้ำวัดตะเคียนยังขาดระบบการบริหารจัดการตลาดน้ำที่เป็นรูปธรรม และผู้นำชุมชนตลาดน้ำ ยังขาด การติดต่อสื่อสารกับหน่วยงานภาครัฐ ที่ช่วยส่งเสริมสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์และพัฒนาตลาด น้ำวัดตะเคียนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญต่อไป

4. แนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน พบว่าประชาชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นตรงกันว่าตลาดน้ำวัดตะเคียนควรมีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) อย่างเป็นรูปธรรม และควรเร่งส่งเสริมให้ความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการที่ดี มาตรการ

การรักษาความเป็นธรรมชาติของท้องถิ่น และเร่งส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง จาก การวิเคราะห์ข้อมูลจึงสามารถสรุปความคิดเห็นว่า ตลาดน้ำวัดตะเคียนยังขาดระบบการบริหารจัดการ อย่างเป็นรูปธรรม และยังขาดการสนับสนุนเงินงบประมาณจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อเร่งดำเนินการใน การพัฒนาต่อไป

การสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง

การสัมภาษณ์ในยกเทศมนตรีตำบลปลายบาง

อำเภอบางกรวย จังหวัด

นนทบุรี

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า ในกรณีของตลาดน้ำวัดตะเคียน ทางหน่วยงานภาครัฐไม่ได้ เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องของงบประมาณและด้านบริหารจัดการ ผู้ให้สัมภาษณ์จึงไม่มีมุมมองและ ความคิดเห็นอื่น

การสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน (นายสรรเสริญ เล่ห์จันทพงษ์)

ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า สภาพชุมชนวัดตะเคียนในปัจจุบัน เป็นชุมชนที่เก่าแก่ มีศูนย์ รวมทางศาสนาคือวัดตะเคียน อาชีพส่วนใหญ่ยังยึดอาชีพทำสวน ส่วนในเรื่องของสภาพแวดล้อม ภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า ตลาดน้ำวัดตะเคียนยังคงความเป็น ธรรมชาติและยังคงส่งเสริมสนับสนุนการรักษาวิถีชีวิตของคนในชุมชนมาโดยตลอด นอกจากนี้คนใน ชุมชนยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนอีกด้วย ส่วนในมุมมองด้านการบริหารจัดการ ตลาดน้ำวัดตะเคียน ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ความเห็นว่า จะอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของเจ้าอาวาสวัด ตะเคียน โดยแต่งตั้งผู้จัดการตลาดน้ำเป็นผู้ควบคุมดูแลตลาดน้ำ มีกฎระเบียบข้อบังคับชัดเจน แต่ยังไม่ มีแบบแผนที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ส่วนมุมมองในเรื่องของการอบรมพัฒนาผู้ประกอบการใน ด้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย และการทำตลาด ผู้ให้สัมภาษณ์มองว่า เรื่องนี้ไม่ใช่เรื่องสำคัญและ เห็นว่าไม่มีหน่วยงานไหนเข้ามาให้ความสนใจอย่างจริงจัง ส่วนในเรื่องของงบประมาณที่นำมาบริหาร จัดการตลาดน้ำ เป็นเงินที่เก็บมาจากค่าบำรุงสถานที่ที่ผู้ประกอบการได้เข้ามาใช้ประโยชน์จากตลาด น้ำวัดตะเคียนอีกส่วนหนึ่งได้รับการสนับสนุนจากเจ้าอาวาสวัดตะเคียนที่ได้รับจากจิตศรัทธาของญาติ โยมที่นำมาถวาย โดยไม่ขอรับเงินอุดหนุนจากงบประมาณของหน่วยงานภาครัฐแต่อย่างใดโดยให้ เหตุผลว่า ไม่ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาเกี่ยวข้อง และเข้ามามีผลประโยชน์ ส่วนแผนในการพัฒนาต่อไป

คือ ปรับปรุงสถานที่จอดรถ ให้กว้างขึ้น และยกระดับคั่นกันน้ำให้สูงขึ้นกว่าเดิมส่วนในประเด็นอื่นๆ ผู้ให้สัมภาษณ์ให้ความเห็นว่า ยังไม่มีแผนที่จะดำเนินการ

จากการวิเคราะห์การสัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงสามารถสรุปความคิดเห็นว่า ในส่วนของผู้นำชุมชนและหน่วยงานภาครัฐขาดการติดต่อสื่อสารระหว่างกันจึงทำให้ไม่มีการกระจายเงินงบประมาณที่จะนำมาพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนให้ออกมาเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. เทศบาลตำบลปลายบางและองค์การบริหารส่วนตำบลบางคูเวียงควรเข้ามามีบทบาทช่วยดูแลสนับสนุนเงินงบประมาณในการพัฒนาการท่องเที่ยวของตลาดน้ำวัดตะเคียน และกำหนดเป็นนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพมากขึ้น
2. ควรมีการติดต่อสื่อสารระหว่างหน่วยงานภาครัฐและผู้นำชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนอย่างมีประสิทธิภาพ
3. พัฒนาคูคลองที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียนเพื่อให้เข้าใจถึงระบบการบริหารจัดการอย่างแท้จริง
4. ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างจริงจังและจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาความรู้ด้านการตลาดแก่ชุมชนและผู้ประกอบการ
5. ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียนอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการศึกษาครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

1. ควรศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น
2. กลยุทธ์ด้านการบริหารจัดการและกลยุทธ์การทำตลาดเพื่อความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน
3. ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อตลาดน้ำวัดตะเคียน
4. ศึกษาการพัฒนาศักยภาพของคนในท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2538, เมษายน) นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. **จุลสารการท่องเที่ยว.**
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม . (2542.) **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** . กรุงเทพฯ: การส่งเสริมและเผยแพร่.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2548. **การบริหารและจัดการการท่องเที่ยว**. ค้นวันที่ 15 ตุลาคม 2551 จาก http://www.webhost.most.go.th/kpr/asd/Manual_Hand_Policy&Strategy/Manual_Handle_Working_Tourism_Sport_For_Government_Employee_In_MOTS/
- คมสัน วาฤทธิ์. (2545.) **ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา ชุมชนลำน้ำว้า อำเภอแม่จริม จังหวัดน่าน**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิระภา ฉิมสุข. (2544.) **ศักยภาพของชุมชนในด้านทัศนศาสตร์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. (2533.) **แนวทางในการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- ตุลา มหาสุธานนท์. 2545. **หลักการจัดการ-หลักการบริหาร**. กรุงเทพฯ: พ.ศ. พัฒนา.
- นิพล เชื้อเมืองพาน. (2540.) **แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาวนอุทยานภูชี้ฟ้า จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (อัดสำเนา)
- นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism)**. (2540.) กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (อัดสำเนา) 187
- เนตินา โพธิประสรร. (2541.) **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมและความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน: ศึกษาเฉพาะกรณีบริษัทสิทธิผล 1991 จำกัด**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิมพ์ชนก มูลมิตร. 2551. **การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร**. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปกรณ ปรียาก. (2530.) **ทฤษฎีแนวคิดและกลยุทธ์เกี่ยวกับการพัฒนา**. คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.

ปรัชญา เวสารัชช์. (2528.) รายงานวิจัยการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมเพื่อพัฒนา
ชนบท. สถาบันไทยคดีศึกษา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

พระมหาสุทิตย์ อบอุ้น. (2541.) การศึกษาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษาเฉพาะกรณี : เส้นทางสายลำน้ำกก.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. พจนานุกรม. (2546.)

คู่มือการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิต
และธรรมชาติ. กรุงเทพฯ. (อึดสำเนา)

สมชาย สนั่นเมือง. (2541.) ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว.

จุลสารการท่องเที่ยว. ปีที่ 17 ฉบับที่ 2.

สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. 2548. อ้างถึงใน พิมพชนก มูลมิตร. 2551.

**การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่าง
ยั่งยืนของจังหวัดชุมพร.** วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
ทริวิโรฒ.

อุไรพรรณ ปรากฏมทรัพย์. (2544.) ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ : กรณีศึกษาชุมชนบ้านทุ่งสูง จังหวัดกระบี่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.

Holloway. 1983. อ้างถึงใน พิมพชนก มูลมิตร. 2551. การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อเป็น
แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรทริวิโรฒ.

Lascurain, H. 1991. อ้างถึงใน พิมพชนก มูลมิตร. 2551. การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อเป็น
แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนของจังหวัดชุมพร. วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรทริวิโรฒ.

Ceballos-Lascurain, H. (1996). Tourism, ecotourism and protected Areas: The state of nature-
based tourism around the world and guidelines for its development. IUCN, Gland,
Switzerland, and Cambridge, United Kingdom.

เลขที่แบบสอบถาม.....

คำชี้แจงในการทำ กรณาคอบแบบสอบถามโดยทำเครื่องหมาย / ในช่อง ให้ตรงกับความเป็นจริงกับท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

1. ชาย 2. หญิง

2. อายุ

1. 20-25 ปี 2. 2 6-30 ปี
 3. 31-40 ปี 4. 4 1-50 ปี 5. 1 ปีขึ้นไป

3. ระดับการศึกษา

1. ประถมศึกษา 2. มัธยมศึกษา นต้น/ปวช.
 3. มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวส. 4. ปริญญาตรี
 5. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

1. เกษตรกรรม 2. ข้าราชการ / วิศวกร
 3. พนักงานเอกชน 4. นักเรียน / ศึกษาศึกษา
 5. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว 6. อื่น ๆ (ระบุ).....

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1. ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท
 3. 20,001 – 30,000 บาท 4. 30,001 – 40,000 บาท
 5. มากกว่า 40,000 บาท

สภาพแวดล้อมภายนอกและสภาพแวดล้อมภายใน	ระดับความคิดเห็น					ระดับความสำคัญ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8. มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน										
9. สินค้าที่นำมาจำหน่ายในตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความหลากหลาย										
10. ตลาดน้ำวัดตะเคียนมีความพร้อมด้าน สถานที่จอดรถ ห้องน้ำ และอื่นๆ										
11. มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่น่าสนใจ										
12. รัฐบาลได้กระจายงบประมาณด้านการท่องเที่ยวสู่แหล่งชุมชน										
13. มีการติดต่อสื่อสารระหว่างคนในชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ										
14. หน่วยงานภาครัฐเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาดน้ำ										
15. หน่วยงานภาครัฐ ให้การสนับสนุนงบประมาณด้านการพัฒนา										
16. การสนับสนุนเงินงบประมาณด้านการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างต่อเนื่อง										
17. มีระบบป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม)										
18. นักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาสีงแวดล้อม										
19. เน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ										
20. มีผู้นำชุมชนที่เข้มแข็ง										

ตอนที่ 4 การบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

ข้อความต่อไปนี้เป็นความคิดเห็นต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนในระดับใด

การบริหารจัดการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. เร่งฟื้นฟูพัฒนาตลาดน้ำวัดตะเคียนหลังเกิดน้ำท่วมครั้งใหญ่					
2. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการผลิตและการตลาดแก่คนในชุมชน					
3. วางมาตรการป้องกันภัยธรรมชาติ (น้ำท่วม) อย่างยั่งยืน					
4. ส่งเสริมประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตลาดน้ำอย่างต่อเนื่อง					
5. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารงานตลาดน้ำวัดตะเคียนแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง					
6. ควบคุมการนำสินค้าที่ผลิตจากแหล่งอื่นมาจำหน่าย					
7. มีมาตรการรักษาความเป็นธรรมชาติของชุมชนตลอดไป					
8. ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในหลักสูตรการฝึกอบรมระยะสั้น					



คำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกนายกเทศมนตรีตำบลปลายบาง

เรื่อง

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน

กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

1. ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....อายุ.....ปี
ตำแหน่ง.....
วันและเวลาที่สัมภาษณ์.....สถานที่.....
ระยะเวลาการปฏิบัติราชการในตำแหน่ง.....ปี

2. ความคิดเห็นและมุมมองของท่านต่อสภาพชุมชนวัดตะเคียนในปัจจุบัน

(ประวัติความเป็นมา สภาพความเป็นอยู่ วิธีการดำเนินชีวิต อาชีพหลัก)

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

3. ความคิดเห็นและมุมมองของท่านในเรื่องสภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง จุดอ่อน)และ สภาพแวดล้อม
ภายนอก (โอกาส อุปสรรค)ด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

- จุดแข็งของการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

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

- จุดอ่อนของการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

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

- โอกาสต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

.....

.....

.....

- อุปสรรคต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

.....

.....

.....

4. การบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน ท่านมีแผนและแนวทางอย่างไร

(การฟื้นฟูและพัฒนา การประชาสัมพันธ์ การจัดระบบข้อมูลข่าวสาร มาตรการการป้องกันน้ำท่วม การมีส่วนร่วมของชุมชน ส่งเสริมสนับสนุนสินค้าเกษตรในชุมชน)

.....

.....

.....

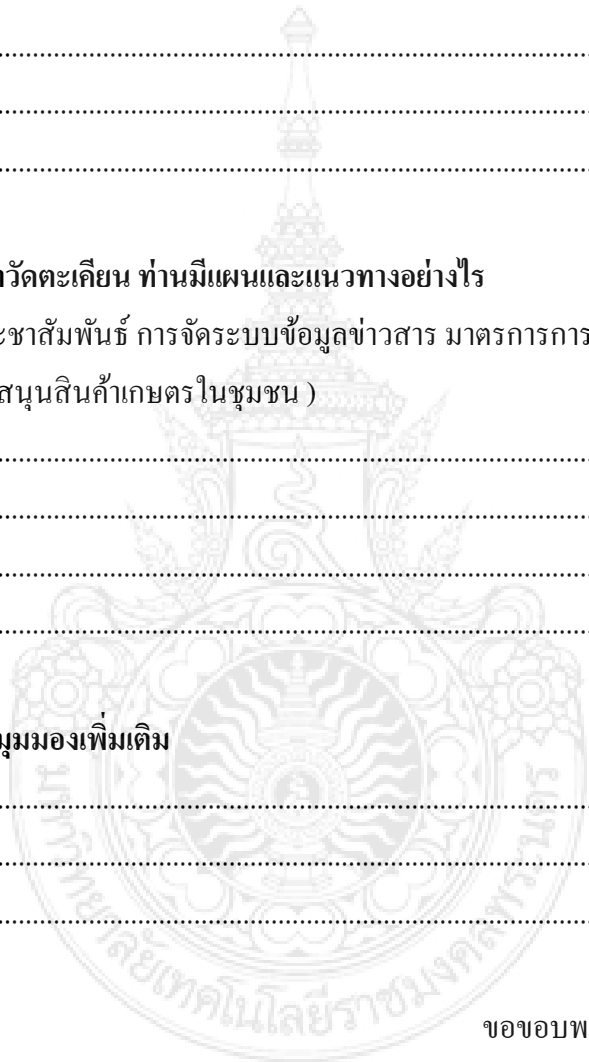
.....

5. ประเด็นความคิดเห็นและมุมมองเพิ่มเติม

.....

.....

.....



ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือ
ผู้วิจัย

คำถามสำหรับสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชน

เรื่อง

การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำแบบยั่งยืน

กรณีศึกษา ตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

1. ชื่อ – นามสกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....อายุ.....ปี

ตำแหน่ง.....

วันและเวลาที่สัมภาษณ์.....สถานที่.....

ระยะเวลาการปฏิบัติราชการในตำแหน่ง.....ปี

2. ความคิดเห็นและมุมมองของท่านต่อสภาพชุมชนวัดตะเคียนในปัจจุบัน

(ประวัติความเป็นมา สภาพความเป็นอยู่ วิธีการดำเนินชีวิต อาชีพหลัก)

.....

.....

.....

.....

3. ความคิดเห็นและมุมมองของท่านในเรื่องสภาพแวดล้อมภายใน (จุดแข็ง จุดอ่อน)และ สภาพแวดล้อม

ภายนอก (โอกาส อุปสรรค)ด้านการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

- จุดแข็งของการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

.....

.....

.....

- จุดอ่อนของการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

.....

.....

.....

- โอกาสต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

.....

.....

.....

- อุปสรรคต่อการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดตะเคียน

.....

.....

.....

4. การบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน ท่านมีแผนและแนวทางอย่างไร

(การฟื้นฟูและพัฒนา การประชาสัมพันธ์ การจัดระบบข้อมูลข่าวสาร มาตรการการป้องกันน้ำท่วม การมีส่วนร่วมของชุมชน ส่งเสริมสนับสนุนสินค้าเกษตรในชุมชน)

.....

.....

.....

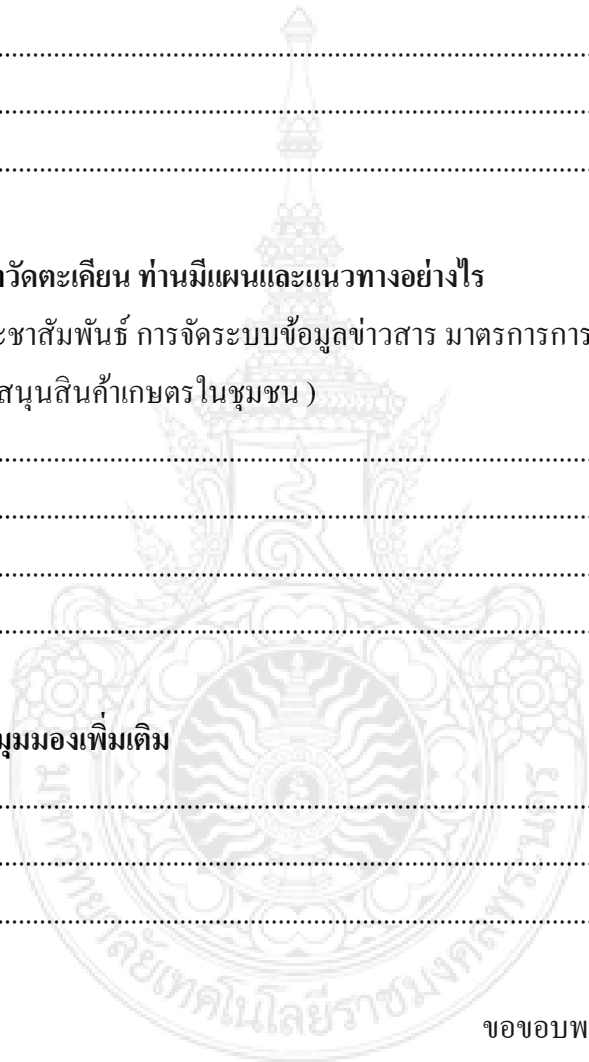
.....

5. ประเด็นความคิดเห็นและมุมมองเพิ่มเติม

.....

.....

.....



ขอขอบพระคุณที่กรุณาให้ความร่วมมือ
ผู้วิจัย

แบบสอบถามสำหรับประชาชนท้องถิ่น
เรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ
กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำกรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเพื่อการบริหารจัดการแบบยั่งยืน วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนแบบยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำคัญของสภาพชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับและไม่มีผลกระทบใดๆกับตัวท่าน

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม

ผู้ทำวิจัย

แบบสอบถามสำหรับผู้ประกอบการ
เรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ
กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิจัย เรื่อง การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำกรณีศึกษาตลาดน้ำวัดตะเคียน ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสภาพชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียนเพื่อการบริหารจัดการแบบยั่งยืน วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาเป็นแนวทางในการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียนแบบยั่งยืน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อพื้นที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับความสำคัญของสภาพชุมชนตลาดน้ำวัดตะเคียน

ตอนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

ตอนที่ 4 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการตลาดน้ำวัดตะเคียน

ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความเป็นจริงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด คำตอบของท่านจะถือเป็นความลับและไม่มีผลกระทบใดๆกับตัวท่าน

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม

ผู้ทำวิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นางอนงค์ ไตวัลย์

หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

เลขที่

86 ถ. พิณโลก แขวงจิตรลดา เขตดุสิต กทม. 10300

โทรศัพท์ : 0-2282-9101 ต่อ 2203

ประวัติการศึกษา

พ.ศ.2535

ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต การจัดการทั่วไป

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

พ.ศ.2545

ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร

