



แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง
อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่



รายงานการค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2560

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง
อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

อดิเทพ ไชยวงศ์

รายงานการค้นคว้าอิสระนี้ได้รับการพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ

พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.วันชาติ นภาศรี)

วันที่ 26 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย ปัญญาดี)

วันที่ 26 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(อาจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันนินสกุล)

วันที่ 26 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

ประธานอาจารย์ประจำหลักสูตร

(อาจารย์ ดร.วันชาติ นภาศรี)

วันที่ 26 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เม่งอำพัน)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 27 เดือน กรกฎาคม พ.ศ. 2560

ชื่อเรื่อง	แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
ชื่อผู้เขียน	นายอดิเทพ ไชยวงศ์
ชื่อปริญญา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหาร สาธารณะ
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	อาจารย์ ดร.วันชาติ นภาศรี

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเหตุการณ์ ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเหตุการณ์ แบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง โดยผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการร้านค้า และ ประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ รวมทั้งหมด 370 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม

ผลการศึกษาบริบทบ้านบ่อสร้าง พบว่าปัจจุบันการท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้างมีจุดแข็งในด้านงานเหตุการณ์ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเป็นเวลาช้านาน เนื่องจากเหตุการณ์บ้านบ่อสร้างมีความประณีต แต่ทั้งนี้ เมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมาพบว่าปัจจุบันบ้านบ่อสร้างมีความสะดวกเป็นอย่างมากซึ่งมาจากปัจจัยหลายสาเหตุ อาทิ ปัจจัยด้านสินค้าที่ขาดการพัฒนาต่อยอด ปัจจัยด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์และบริการ ปัจจัยด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกภายในบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ควรมีการวางแผนโดยคำนึงถึงองค์ความรู้และภูมิปัญญาจากท้องถิ่นมาเป็นรากฐานในการวางแผน ควรมีการจัดการในมิติต่างๆ อาทิ มิติด้านการบริหารจัดการ มิติด้านการบังคับบัญชา มิติด้านการจัดการบุคคล มิติด้านการประสานงาน มิติด้านการบันทึกข้อมูล มิติด้านการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และที่สำคัญควมมีการวางแผนงบประมาณอย่างรอบครอบ เพื่อให้บ้านบ่อสร้างมีแผนการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมอีกทั้งมีเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจนและเหมาะสม

Title	A Guideline for Participatory Management of Tourist Spots at Baan Borsang, Sankampang District, Chiang Mai Province
Author	Mr. Adithep Chaiwong
Degree	Master of Public Administration in Public Policy and Administration
Advisor Committee Chairperson	Dr. Wanchat Napsri

ABSTRACT

The objectives of this study were to: 1) explore current context of handicraft and cultural tourism at Baan Borsang, Sankampang district, Chiang Mai province and 2) propose a guideline for the development and participatory management of handicraft and cultural tourist spots at Baan Borsang interview schedule and questionnaire were used for data collection administered with 370 people who were tourists, entrepreneurs, and people living in Baan Borsang

Results of the study revealed that current tourism at Baan Borsang had a strong point in handicraft and it had long been interested by Thai and foreign tourists due to its neatness. When compared to the past, it was found that the current situation was very quiet due to the following factors: products lacked of topping up; worthiness of products and services; data or information services; and convenience facilities.

Regarding a guideline for the development and participatory management of the tourist spots at Baan Borsang, planning should be on the basis of body of knowledge and local wisdoms. Besides, the management should cover various dimensions e.g. managerial administration, supervision, personnel, coordination, data filing, and tourist directing. Importantly, budget planning must be careful in order to make Baan Borsang has a clear and appropriate tourism plan.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการค้นคว้าอิสระฉบับนี้เป็นผลงานที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าด้วยความตั้งใจ จนสำเร็จ ล่วงได้ด้วยดี โดยได้รับความอนุเคราะห์ในการให้คำปรึกษาแนะนำ และช่วยเหลือ ผู้วิจัย เป็นอย่างดี จากอาจารย์ ดร.วันชาติ นภาศรี อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก รองศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมชัย ปัญญาดี และอาจารย์ ดร.สุริยจรัส เตชะตันมื่นสกุล อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งได้ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จนงานวิจัยสำเร็จ ล่วงได้ด้วยดีผู้วิจัยจึงขอ กราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณน.ส.เขมิกา พันธุ์วิไล เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผน เทศบาลเมืองต้นเปา ขอขอบพระคุณ คุณประติษ สุภาเรศ ตัวแทนฝ่ายประชาชน และร้านวัฒนชัย ตัวแทนผู้ประกอบการร้านค้า ที่ได้ให้ความช่วยเหลือและให้ความรู้ในเรื่องของงานหัตถกรรมชุมชนตลอดจนให้ความร่วมมือในการจัดเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

ผู้วิจัยขอกราบบูชารำลึกถึงพระคุณบิดา มารดาคุณพ่อไพรัช และคุณแม่อัมพวาที่ได้ให้การอบรมเลี้ยงดู ส่งเสริมด้านการศึกษา ให้กำลังใจรวมถึงการให้คำปรึกษาที่ดีเสมอมา จนทำให้ผู้วิจัยประสบความสำเร็จในด้านการศึกษา

อดิเทพ ไชยวงศ์

กรกฎาคม 2560

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABSTRACT	(4)
กิตติกรรมประกาศ	(5)
สารบัญ	(6)
สารบัญตาราง	(8)
สารบัญภาพ	(10)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
คำถามการวิจัย	9
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	10
สมมติฐานการวิจัย	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	10
ขอบเขตการวิจัย	10
นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ	11
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	12
แนวคิดทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์	12
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	17
แนวคิดการจัดการแบบมีส่วนร่วม	24
ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด	34
เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	38
ข้อมูลพื้นฐาน บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	39
กรอบแนวคิดของการวิจัย	41
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	42
สถานที่ดำเนินการวิจัย	42
ระยะเวลาการเก็บข้อมูล	42
กระบวนการวิจัย	42
ขั้นตอนการศึกษา	43
วิธีประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล	47

บทที่ 4 ผลการวิจัย

49

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง
จังหวัดเชียงใหม่

49

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและ
การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม
บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

68

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

88

สรุปผลการศึกษา

88

อภิปรายผลการศึกษา

94

ข้อเสนอแนะ

100

บรรณานุกรม

104

ภาคผนวก

104

ภาคผนวก ก แบบสอบถาม

105

ภาคผนวก ข ประวัติผู้วิจัย

114

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	สรุปจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี 2550-2557	6
2	แสดงจำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	7
3	วิธีการดำเนินการวิจัย	46
4	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว	61
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์และบริการ ของบ้านบ่อสร้าง	63
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของนักท่องเที่ยวต่อความคุ้มค่าของสินค้าและบริการของบ้านบ่อสร้าง	65
7	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริการข้อมูลข่าวสาร สื่อโฆษณาของบ้านบ่อสร้าง	66
8	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของบ้านบ่อสร้าง	67
9	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง	68
10	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างในด้านการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทาง ของบ้านบ่อสร้าง	70
11	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างในด้านการจัดการของบ้านบ่อสร้าง	72
12	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างในด้านการบังคับบัญชาสั่งการ ของสมาชิกหรือตัวแทนของบ้านบ่อสร้าง	73
13	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการจัดการบุคคลของบ้านบ่อสร้าง	74
14	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการอำนวยการของบ้านบ่อสร้าง	75
15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการประสานงานของบ้านบ่อสร้าง	76
		หน้า

ตารางที่

16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการบันทึกและสถิติของบ้านบ่อสร้าง	77 78
17	ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า	
18	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของผู้ประกอบการร้านค้าในด้านการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทาง ของบ้านบ่อสร้าง	79
19	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของผู้ประกอบการร้านค้าในด้านการจัดการของบ้านบ่อสร้าง	81
20	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของผู้ประกอบการร้านค้าในด้านการบังคับบัญชาสั่งการ ของสมาชิกหรือตัวแทนของ บ้านบ่อสร้าง	82
21	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการจัดการบุคคลของบ้านบ่อสร้าง	83
22	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อด้านการอำนวยความสะดวกของบ้านบ่อสร้าง	84
23	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการประสานงานของบ้านบ่อสร้าง	85
24	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการบันทึกและสถิติของบ้านบ่อสร้าง	86

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กรอบแนวคิดการวิจัย	41
2	แผนที่แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง	49
3	รถประจำทางสายเชียงใหม่ - สันกำแพง	49
4	ทางเข้าถนนสายบ่อสร้าง	50
5	ถนนสายบ่อสร้าง	50
6	ร้านอาหารใกล้เคียงบ้านบ่อสร้าง	51
7	ร้านค้าบางแห่งปิดตัวลง	51
8	สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง	52
9	สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง	52
10	สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง	53
11	สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง	53
12	สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง	54
13	สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง	54
14	บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง	55
15	บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง	55
16	บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง	56
17	บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง	56
18	สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน	57
19	สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน	57
20	สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน	58
21	สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน	58
22	แผนที่แหล่งท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง	89
23	แผนที่มุ่งหน้าไปสู่อำเภอเมืองบ้านบ่อสร้างแผนที่มุ่งหน้าไปสู่อำเภอเมืองบ้านบ่อสร้าง	90

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดหนึ่งของประเทศไทย และถือว่าเป็นเครื่องมือสำคัญที่รัฐบาลให้ความสำคัญเนื่องจากมีความสำคัญต่อการสร้างรายได้เพื่อพัฒนาประเทศอย่างมาก และยังเป็นรายได้ที่เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศและมีการกระจายไปในหลายภาคอย่างค่อนข้างชัดเจน เช่นการเดินทาง ที่พัก การซื้อของที่ระลึก ภัตตาคาร ร้านค้าต่างๆจึงมีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดยตรงและทางอ้อมขยายมากขึ้น เช่นการเพิ่มขึ้นของสถานที่พัก ทั้งโรงแรมขนาด 5 ดาว 4 ดาวไปถึงที่พักแบบพื้นบ้านที่เรียกว่า โฮมสเตย์ การเพิ่มขึ้นของร้านอาหารและแหล่งบริการอื่นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ จึงทำให้การขยายตัวไปในแทบทุกภูมิภาคของไทย

การท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีพัฒนาการมาตั้งแต่ พ.ศ. 2467 สมัยพระเจ้าบรมวงศ์เธอ กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธิน ครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ ซึ่งในครั้งนั้นการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและสถานที่ราชการหรือสถานที่สำคัญที่ทางชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทยสร้างขึ้น แต่เมื่อประมาณ 10 ปี ที่ผ่านมาทางองค์การท่องเที่ยวโลก ได้มีการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวได้ 3 รูปแบบหลัก ได้แก่

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)

1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้ การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo-Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็น หินผา ลานหินทราย อุโมงค์โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ที่มี

ความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลกศึกษาธรรมชาติของหิน ดิน แร่ต่างๆ และฟอสซิล ได้ความรู้ได้มีประสบการณ์ใหม่ บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรมสวนเกษตร สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์เพื่อชื่นชมความสวยงามความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร ได้ความรู้มีประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่แห่งนั้น

1.5 การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ เช่น สุริยุปราคา ฝนดาวตก จันทรุปราคา และการดูดาวจักราศีที่ปรากฏในท้องฟ้าแต่ละเดือน เพื่อการเรียนรู้ระบบสุริยจักรวาล มีความรู้ความประทับใจ ความทรงจำและประสบการณ์เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการร่วมกันอย่างยั่งยืน

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี ในท้องถิ่นพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า ของสภาพแวดล้อมโดยที่ประชาชนในท้องถิ่น มีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.2 การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น ได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้นบนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษาสภาพแวดล้อมและมรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้าน ชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่นเพื่อความสะดวกเพลิดเพลินได้ความรู้ผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาพื้นบ้าน มีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบต่อรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ(Special Interest Tourism)

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมเพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพกายใจได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณค่า และคุณภาพชีวิตที่ดี มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อนึ่ง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนี้บางแห่งอาจจัดรูปแบบเป็นการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและความงาม

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึงการเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย เช่น การทำอาหารไทย การนวดแผนไทย รำไทย มวยไทย การช่างและงานศิลปหัตถกรรมไทย รวมถึงการบังคับช้างและเป็นควาญช้าง เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่วัฒนธรรมของชาวบ้านวัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่าง ๆ เช่น หมู่บ้านชาวไทยโซ่ง หมู่บ้านผู้ไทย หมู่บ้านชาวกูยหมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง หมู่บ้านชาวจีนฮ่อ เป็นต้น เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้นมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัดความสนใจ ในประเภทกีฬา เช่น กอล์ฟ ดำน้ำ ตกปลา สนุกเกอร์ กระดานโตคลื่น สกีนํ้า เป็นต้น ได้รับความเพลิดเพลินความสนุกสนานตื่นเต้น ได้รับความประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ ที่นักท่องเที่ยวเขาไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนานตื่นเต้น หวาดเสียว ผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัย และได้ประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์(Home Stay & Farm Stay) หมายถึง นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือนเพื่อการเรียนรู้ภูมิปัญญา

ท้องถิ่นและวัฒนธรรมท้องถิ่น ได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) หมายถึง กลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบ้านปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องการมาใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก เพื่อเพิ่มปัจจัยที่ห้าของชีวิตคือ การท่องเที่ยว โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3 – 4 ครั้งต่อปี คราวละนาน ๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึงการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จ (มีความเป็นเลิศ) ในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้แทนบริษัทจำหน่ายรถยนต์ ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องใช้ไฟฟ้า ผู้แทนบริษัทจำหน่ายเครื่องสำอาง จากภูมิภาคหรือจังหวัดต่างๆ ที่สามารถขายสินค้าประเภทนั้นได้มากตามที่บริษัทผู้แทนจำหน่ายในประเทศตั้งเป้าหมายไว้เป็นการให้รางวัลและจัดนำเที่ยว โดยออกค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าพักรวมและค่าอาหารระหว่างการเดินทางให้กับผู้ร่วมเดินทาง เป็นการจัดรายการพักรวมตั้งแต่ 2 – 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆอาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือรายการนำเที่ยวในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

3.9 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (MICE คือ M=Meeting/I=Incentive/C=Conference / E=Exhibition) เป็นการจัดนำเที่ยวให้แก่กลุ่มลูกค้าของผู้ที่จัดประชุม มีรายการจัดนำเที่ยวก่อนการประชุม (Pre-Tour) และการจัดรายการนำเที่ยวหลังการประชุม (Post-Tour) โดยการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ทั่วประเทศ เพื่อบริการให้กับผู้เข้าร่วมประชุมโดยตรง หรือสำหรับผู้เข้าร่วมเดินทางกับผู้ประชุม (สามีหรือภรรยา) อาจเป็นรายการท่องเที่ยววันเดียว หรือรายการเที่ยวพักรวม 2 – 4 วัน โดยคิดราคาแบบเหมารวมค่าอาหารและบริการท่องเที่ยว

3.10 การท่องเที่ยวแบบผสมผสานเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่ผู้จัดการการท่องเที่ยวคัดสรรรูปแบบการท่องเที่ยวที่กล่าวมาแล้วข้างต้น นำมาจัดรายการนำเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความแตกต่างระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวในระยะยาวนานตั้งแต่ 2 – 7 วันหรือมากกว่านั้นเช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตร การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและประวัติศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและผจญภัย ท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาและประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรและ เป็นต้น

นอกจากนี้ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวได้พิจารณาจากความต้องการหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเพิ่มเติม ทำให้มีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีแนวคิดใหม่ ขึ้นมาเช่น Green Tourism ที่คนมาท่องเที่ยวจะต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติหรือช่วยลดภาวะโลกร้อนหรือ War Tourism ที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับอดีตในสมัยสงคราม หรือ Volunteer Tourism ที่นักท่องเที่ยวเป็นอาสาสมัครมาช่วยทำ

กิจกรรมบำเพ็ญประโยชน์ เป็นต้น

อุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม บทบาทที่เด่นชัดบทบาทหนึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือ บทบาทด้านเศรษฐกิจซึ่งอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ที่สำคัญให้ประเทศเป็นลำดับต้น โดยเฉพาะการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ส่วนในมิติของสังคมและวัฒนธรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือรูปแบบหนึ่งที่ช่วยกระตุ้นให้คนในพื้นที่ตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในพื้นที่ และพร้อมที่จะอนุรักษ์ไว้ให้คงอยู่เป็นสืบทอดหน้าตาของคนในพื้นที่สืบต่อไป

ในปี พ.ศ.2550-2557จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นผลดีกับประเทศและผู้ประกอบการหรือคนในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มรายได้จากการขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว จากตารางแสดงถึงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดย 3 ปีหลังพบว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ จีนมาเลเซีย และ ญี่ปุ่นตามลำดับ

ตารางที่ 1 สรุปจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติปี 2550-2557

ปี (พ.ศ.)	จำนวนนักท่องเที่ยว	รายได้จากนักท่องเที่ยว
	ชาวต่างชาติ	ชาวต่างชาติ
	จำนวน (คน)	จำนวน (ล้านบาท)
2550	14,464,228	547,781.81
2551	14,584,220	574,520.52
2552	14,149,841	510,255.05
2553	15,936,400	592,794.09
2554	19,230,470	776,217.20
2555	22,535,903	983,952.36
2556	26,546,725	1,207,145.82
2557	24,779,768	1,147,653.49

ที่มา: สรุปสถานการณ์การนักท่องเที่ยว ธันวาคม 2557 กรมการท่องเที่ยว

“เชียงใหม่” เป็นอีกจังหวัดหนึ่งของประเทศไทยที่นักท่องเที่ยวให้ความนิยมมากที่สุดรองจาก กรุงเทพฯ และจังหวัดภูเก็ตเนื่องจากจังหวัดเชียงใหม่นั้นพร้อมด้วยความอุดมสมบูรณ์ทางด้าน ทรัพยากรธรรมชาติ ศิลปะและวัฒนธรรม และงานหัตถกรรมที่ปราณีต นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยัง สะท้อนภาพลักษณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวจดจำได้ดีคือ ดินแดนที่อุดมไปด้วยศิลปะ วัฒนธรรมและภาษา แบบล้านนา รวมทั้งผู้คนจิตใจดีจนได้รับคำยกย่องและส่งเสริมให้เป็น “ถิ่นไทยงาม” กระบวนการที่ ก่อให้เกิดสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผ่านการแสดงใน รูปแบบต่างๆ เช่น การแสดงละคร เพลงและการแสดงในรูปแบบอื่นๆซึ่งเต็มไปด้วยเนื้อหาที่ว่าด้วย “ความงาม” ของเชียงใหม่ประกอบด้วย 3 ประการคือ ความงามทางธรรมชาติ ความงามทาง วัฒนธรรมและความงามของสตรีดังนั้นจึงส่งผลให้แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวล้นหลามเข้ามาท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่เป็นจำนวนมากเห็นได้จากปี พ.ศ.2557 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สามารถตรวจ ได้จากจุดตรวจคนเข้าเมืองถึง 616,514 คนยังไม่แนับรวมชาวต่างชาติที่มาจากต่างจังหวัดแล้วเข้ามา ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 2 แสดงถึงจำนวนชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ปี (พ.ศ.)	จำนวนที่สามารถตรวจนับได้จากจุดตรวจคน เข้าเมือง จังหวัดเชียงใหม่ (จำนวนคน)
2555	226,146
2556	380,169
2557	616,514

ที่มา: สรุปลานการณการนักท่องเทียว ธันวาคม 2557 กรมการท่องเที่ยว

อำเภอสันกำแพง อำเภอเล็กๆที่โด่งดังในเรื่องหัตถกรรมและเป็นที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยว ในสมัยอดีตเมื่อ 10 ปีที่ผ่านมา ตั้งอยู่ไม่ไกลจากอำเภอเมืองเชียงใหม่ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 80 ยัง ประกอบอาชีพด้านการเกษตร แต่ยังมีประชากรบางส่วนทำอุตสาหกรรมในครัวเรือน เช่น การ แกะสลัก เครื่องเงิน ทอผ้า ปักผ้า ทำกระดาษสาในรูปแบบของที่ระลึกต่างๆ การตีแร่โลหะ เครื่องปั้น เซรามิกและสิ่งที่เป็นเครื่องเซตหน้าชุดาให้กับกลุ่มหัตถกรรมคือการทำร่ม ของบ้านบ่อสร้าง ร่มบ่อ สร้างจึงเป็นสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้แก่จังหวัดเชียงใหม่มาช้านานหลายชั่วอายุคน อีกทั้งยังถือเป็น

สินค้า OTOP ที่สร้างมูลค่ารายได้ให้แก่ชาวบ้านบ่อสร้างกันอีกด้วย ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวจึงเดินทางไปแวะเวียนเที่ยวที่อำเภอสันกำแพงเพื่อชม และเลือกซื้อร่มบ่อสร้างที่ชาวบ้านบ่อสร้างเพื่อเป็นที่ระลึก และซื้อเป็นของฝาก

ในอดีตนั้นการทำร่มด้วยมือเน้นใช้ความสามัคคีและระหว่างชุมชนเป็นแรงขับเคลื่อนให้ก่อเกิดกิจกรรม โดยที่ใบร่มนั้นได้ทำในหมู่บ้านต้นเปา อำเภอสันกำแพง ดำริ่มทำที่บ้านเหลา บ้านออน อำเภอสันกำแพงและบ้านแม่ฮ้อยเงิน อำเภอดอยสะเก็ด ซึ่งร่มและโครงร่ม ทำที่บ้านต้นแห่น อำเภอดอยสะเก็ด นำมาประกอบเป็นร่ม และลงสีที่บ้าน บ่อสร้างอำเภอสันกำแพง

แต่เดิมการทำร่มบ่อสร้างเกือบสูญสลายไปตามกาลเวลาเพราะขาดผู้สืบทอดชาวบ้านบ่อสร้างซึ่งมีอาชีพหลักทำนา ทำสวน ทำไร่ ส่วนการทำร่มนั้นจะใช้ช่วงเวลาที่เว้นจากการทำไร่ทำนา ในขณะที่ชาวบ้านบ่อสร้างได้ประสบปัญหาเกี่ยวกับมอดที่มากทำลายไม้ไผ่เมื่อเก็บร่ม หรือวัสดุประกอบร่มไว้นาน ก่อให้เกิดต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ผนวกกับการที่ชาวบ้านบ่อสร้างยังไม่ใช้ผู้จำหน่ายโดยตรงกับผู้บริโภคเมื่อบรรทุกร่มไปขายให้กับพ่อค้าคนกลางในตัวเมืองเชียงใหม่ ร่มบ่อสร้างจะถูกกดราคาให้ต่ำลง เมื่อเทียบกับความทันสมัยของร่มโครงเหล็กที่กำลังเป็นที่นิยมในช่วงเวลานั้น ชาวบ้านบ่อสร้างจึงรู้สึกท้อใจในอาชีพการทำร่มและขาดผู้สืบทอด จึงทยอยเลิกทำร่มเป็นอาชีพและออกจากหมู่บ้านเพื่อหาอาชีพเสริมในตัวเมืองและจังหวัดใกล้เคียง

ในปี 2521 นายถวิล บัวจีน อาชีพมัคคุเทศก์นำเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เล็งเห็นว่าอาชีพทำร่มยังเป็นที่น่าสนใจของชาวต่างชาติและควรจะมีการอนุรักษ์ไว้ จึงได้เริ่มชักชวนชาวบ้านที่เคยทำส่วนประกอบร่ม จากหมู่บ้านข้างๆ หันกลับมาประกอบอาชีพทำร่มโดยจัดให้มีกระบวนการผลิตวิธีการทำร่มทุกขั้นตอน มาไว้ที่บริเวณลานหน้าบ้าน โดยหลังบ้านของชาวบ้านยังคงเป็นไร่ แต่บริเวณหน้าบ้านจัดเป็นโรงจำหน่ายผลผลิตที่ทางศูนย์ อุตสาหกรรมทำร่มได้ผลิตขึ้น พร้อมทั้งชักชวนเครื่องช่วยมัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวต่างชาติมาชมศิลปะการทำร่มแบบดั้งเดิมพนักงานแต่งกายแบบพื้นเมืองล้านนาเป็นการสร้างอัตลักษณ์ให้ชาวสันกำแพงและชาวเมืองเชียงใหม่

จึงก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างคึกคักในช่วง 20 กว่าปีที่ผ่านมาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติหมื่นเวียนมาท่องเที่ยวอย่างไม่ขาดสายทำให้ บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพงมีชื่อเสียงด้านหัตถกรรมจากกระดาษสา การทำร่ม การแกะสลัก เครื่องเขิน เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวสันกำแพงหรือชาวเชียงใหม่กว่าได้เวลานั้น

แต่ปัจจุบันในการท่องเที่ยววันนี้ได้ซบเซาไปอย่างมาก โดยเหตุผลนานับการ เทศบาลต้นเปาจึงได้กำหนดแผนพัฒนาสามปี (2557-2559) สาขาการพัฒนาเศรษฐกิจ ได้กล่าวถึง การขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การประกอบอาชีพของประชาชนในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลต้นเปา มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงจากภาคเกษตรกรรมมาสู่ภาคบริการ อุตสาหกรรม

และหัตถกรรมเพิ่มมากขึ้น จึงต้องการพลิกฟื้นให้ชาวไทยและชาวต่างชาติมองเห็นคุณค่าหัตถกรรม บ้านบ่อสร้างอีกครั้ง โดยจัดโครงการ เทศกาลร่มบ่อสร้าง หัตถกรรมสันกำแพง ขึ้นประมาณเดือน มกราคมของทุกปี โดยตั้งเป้าหมาย จำนวนนักท่องเที่ยวขึ้นต่ำที่มาท่องเที่ยวในช่วงเวลาเทศกาล 1000 คน ต่อวัน ได้ใช้เงินในการดำเนินโครงการ 1 ล้านบาทจากเทศบาลเมืองต้นเปาตามแผนพัฒนา สามปี 2557-2559 ในยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว โดยจัดงานขึ้นที่บริเวณศูนย์หัตถกรรมร่มบ่อสร้าง และภายในหมู่บ้านบ่อสร้าง โดยใช้พื้นที่ของหมู่บ้านประมาณ 1 กิโลเมตร ภายในงานมีการประกวด หัตถกรรมการแข่งขันวาดพุด วาดร่ม การแสดงศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านและจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ต่างๆที่ทำจากกระดาษสา ร่มบ่อสร้าง เครื่องเงิน และเสื้อผ้าพื้นเมือง เพื่อหวังจะดึงดูด นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติและกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนให้มาคึกคักเช่นดังเมื่อ 10 ปีที่แล้ว แต่การจัดกิจกรรมเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจชุมชนนั้นก็ทำได้เพียงระยะสั้นเท่านั้นช่วงหลัง กิจกรรม ก็กลับมาซบเซาตามเดิม นักท่องเที่ยวจำนวนมากมักจะเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า ชาวไทย โดยทั้งชาวต่างชาติและชาวไทยได้ซบเซา ทำให้เศรษฐกิจหรืออันตราเงินหมุนเวียนในแต่ละ วันไม่เพียงพอกับรายจ่าย ผู้ประกอบการบางรายต้องปิดตัวลง อัตลักษณ์ความเป็นบ้านบ่อสร้าง ต้อง จางหายไปตามกาลเวลาผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมองเห็น ความสำคัญของวิถีชีวิต คุณค่าของหัตถกรรมที่มีมาแต่สมัยโบราณ ไม่จางหายไปตามกาลเวลา ต้องการให้บ้านบ่อสร้างกลับมาคึกคักเหมือนอดีตเมื่อสมัย 20 ปีที่แล้ว เพื่อหวังกระตุ้นเศรษฐกิจ ความเป็นอยู่ของวิถีชีวิต และคุณค่าของหัตถกรรมให้ดีขึ้นเช่นอดีตให้สืบต่อไปในอนาคต จึงได้ศึกษาถึง บริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบัน เพื่อก่อให้เกิดเป็นแนวทางการพัฒนา และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้างอำเภอสัน กำแพง จังหวัดเชียงใหม่ สืบต่อไป

คำถามการวิจัย

1. บริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของหมู่บ้านบ่อสร้างเป็น เช่นไร
2. ในชุมชนได้มีแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรมแบบมีส่วนร่วม หรือไม่

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

สมมุติฐานการวิจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อบริบทการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในยุคปัจจุบัน คือ รสนิยมของนักท่องเที่ยวและความชัดเจนของการวางแผนการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม และการให้ความร่วมมือของคนในชุมชน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. กระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. พัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
3. ผลการวิจัยสามารถนำไปเป็นแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม บ้านบ่อสร้างอำเภอ สันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาสาเหตุที่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ที่มาท่องเที่ยวในบ้านบ่อสร้างลดลงเพื่อให้องค์กรที่รับผิดชอบสร้างนโยบายหรือโครงการกระตุ้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่แนวคิด ทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแนวคิดการจัดการแบบมีส่วนร่วม

ด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ได้ผู้วิจัยได้เลือกทำการศึกษาเฉพาะในเขตพื้นที่บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ด้านประชากร

การวิจัยครั้งนี้จะศึกษา จากประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยว ประชาชนในพื้นที่ผู้ประกอบการ และองค์กรของภาครัฐที่มีส่วนในการรับผิดชอบ

ด้านการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างงานวิจัย เชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม และแบบ สัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ด้านระยะเวลา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเก็บตั้งแต่วันที่ 1มีนาคม 2559ถึง 31มีนาคม 2559

นิยามศัพท์เชิงปฏิบัติการ

บริบทการท่องเที่ยว หมายถึงสภาพแวดล้อมเชิงภูมิสังคม วัฒนธรรม หัตถกรรมที่เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอันแสดงถึงสภาพเศรษฐกิจของชุมชน การเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ไปถึงการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของเทศบาลเมืองต้นเปา

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรมหมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการจากที่อยู่อาศัย ไปยังที่อื่นชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ มีการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าและบริการภายในบ้านบ่อสร้าง และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวหมายถึง การสร้างแนวทางการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรมแบบมีส่วนร่วมโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

แนวทางพัฒนา หมายถึง รูปแบบ หรือวิธีการในกระดานการท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง อาทิ การวางแผน ความร่วมมือ การมีส่วนร่วม การประชาสัมพันธ์ การประเมินผล การจัดกิจกรรม การจัดนิทรรศการ เป็นต้น

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในบทที่ 2 ผู้ศึกษาจะได้กล่าวถึงทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ระหว่างบุคคลในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ หน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นในหมู่บ้าน บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีทฤษฎีและแนวคิดรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่น่าสนใจ ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์
2. แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. แนวคิดการจัดการแบบมีส่วนร่วม
4. ทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

แนวคิดทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์

ความหมายของกลยุทธ์

คำว่า “Strategy” มาจากคำว่า “Strategos” ในภาษากรีก ที่เกิดจากคำว่า “Stratos” ซึ่งหมายถึง “Army” หรือ “กองทัพ” ผสมกับคำว่า “Agein” ซึ่งหมายถึง “Lead” หรือ “นำหน้า” ซึ่งในทางบริหารได้ตีความหมายว่า “Leading the Total Organization” ทั้งนี้การบริหารองค์กรก็เปรียบเสมือนกับการนำกองทัพไปสู่รบ โดยสิ่งสำคัญที่สุดของการสู้รบก็คือ “การมุ่งที่จะต้องชนะ” (Emphasises Winning) โดยผู้นำจะต้องเป็นผู้กำหนดแผนยุทธศาสตร์ในการสู้รบ (ขับเคลื่อนองค์กร) ไปสู่เป้าหมายที่ตั้งเอาไว้ เช่น การชนะสงคราม (หรือเป้าหมายต่างขององค์กร) โดยได้มีผู้ให้นิยามในความหมายต่างๆ ดังนี้

สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์ (2545: 4) กล่าวว่า กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง การตัดสินใจที่สัมพันธ์กับการคาดการณ์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม เป็นการตัดสินใจบนฐานของสมมติฐานการปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในอนาคต

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543: 862) กล่าวว่า กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง แผนการปฏิบัติที่อธิบายถึงการจัดสรรทรัพยากรและกิจกรรมอื่นๆ ให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและช่วยให้องค์กรบรรลุเป้าหมาย

Johnson (1987) and Johnson and Scholes (1988) (อ้างใน Hutanuwatr, 1998: 22) ได้อธิบายคำว่า “กลยุทธ์” ในรูปของการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่ควรคำนึงถึง 6 มิติ คือ

- 1) ทิศทางในระยะยาวขององค์การ
- 2) ขอบเขตของกิจกรรมขององค์การ
- 3) ความเหมาะสมของกิจกรรมองค์การกับสภาพแวดล้อมที่จะนำไปดำเนินการ
- 4) ความเหมาะสมของกิจกรรมขององค์การกับศักยภาพทางทรัพยากร
- 5) ความเกี่ยวพันของทรัพยากรหลักขององค์การ
- 6) ความคาดหวังและคุณค่าของผู้มีส่วนได้เสียในองค์การ

ซึ่งสรุปว่า กลยุทธ์ (Strategy) หมายถึง วิธีการหรือแผนงานระยะยาวที่องค์การกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการต่าง ๆ ให้บรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ อันเกิดจากการตัดสินใจที่สัมพันธ์กับการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกขององค์การ

ความหมายของการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management หมายถึง กระบวนการของการจัดการให้บรรลุภารกิจ (Mission) ขององค์การ ร่วมกับการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างองค์การและสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกไว้ โดยเฉพาะกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์การ (Stakeholders) การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้นักบริหารกำหนดทิศทางของธุรกิจ วิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายนอกและภายในขององค์การช่วยกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับองค์การเพื่อที่จะนำกลยุทธ์ไปประยุกต์ปฏิบัติและควบคุมประเมินผลการดำเนินงานขององค์การได้ ไม่เฉพาะแต่องค์การภาครัฐหรือภาคเอกชน กลยุทธ์ขององค์การจะเป็นสิ่งสำคัญที่จะกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์การได้ การทำความเข้าใจและการพยายามศึกษาองค์การที่ประสบผลสำเร็จในการใช้กลยุทธ์เพื่อการจัดการจะทำให้นักบริหารได้ทราบถึงคุณประโยชน์ของกลยุทธ์ที่จะช่วยสนับสนุนองค์การให้ประสบความสำเร็จและจะต้องมีการพิจารณาเลือกกลยุทธ์และประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับองค์การ

การจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นการบริหารอย่างมีระบบที่ต้องอาศัยวิสัยทัศน์ของผู้นำองค์การเป็นส่วนประกอบ และอาศัยการวางแผนอย่างมีขั้นตอน เนื่องจากการบริหารกลยุทธ์เป็นการบริหารองค์รวม ผู้นำที่มีความสามารถจะต้องอาศัยกลยุทธ์ในการจัดการองค์การที่มีประสิทธิภาพเหมาะสมกับองค์การ และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงไม่ล้มเหลว เนื่องจากกลยุทธ์ที่ดีแต่ล้มเหลวจะไม่สามารถนำความสำเร็จมาสู่องค์การได้ ทั้งกลยุทธ์และนักบริหารที่เป็นผู้ตัดสินใจเลือกใช้กลยุทธ์และนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติจึงมีความสำคัญเท่าเทียมกัน

จากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอาจก่อให้เกิดโอกาส หรือ อุปสรรคแก่องค์การได้ องค์กรจึงจำเป็นต้องพิจารณาสภาพแวดล้อมภายในขององค์กร เพื่อหาจุด แข็งหรือจุดอ่อนในการที่จะสามารถหลีกเลี่ยงจากอุปสรรคหรือใช้ประโยชน์จากโอกาสที่มีอยู่ได้ ดังนั้น การจัดการเชิงกลยุทธ์จึงเป็นการบริหารโดยคำนึงถึง

- 1) ลักษณะการดำเนินงานขององค์กร
- 2) ลักษณะธุรกิจในอนาคต
- 3) สภาพแวดล้อม
- 4) การจัดสรรทรัพยากร
- 5) การปฏิบัติงานให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์

แนวคิดที่สำคัญในการจัดการเชิงกลยุทธ์

แนวคิดพื้นฐานที่สำคัญของการจัดการเชิงกลยุทธ์ คือการกำหนดภารกิจวัตถุประสงค์และ เป้าหมายของกิจการทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยการจัดการเชิงกลยุทธ์และการตัดสินใจเชิงกล ยุทธ์จะมีผลต่อการดำเนินงานในระยะยาว

องค์กรจึงต้องมีการวางแผนการทางกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานตามภารกิจบรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้ เพื่อให้ตอบสนองต่อกระแสการเปลี่ยนแปลง ซึ่งเป็นอุปสรรคและบดบังโอกาสในการ ก้าวหน้าขององค์กรได้ องค์กรจึงต้องพิจารณาถึงจุดแข็งที่มีอยู่แล้วนำมาใช้เป็นประโยชน์ เพื่อ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว และสภาวะการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรม การจัดการกลยุทธ์ยังคำนึงถึงความสำคัญของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับองค์กร (Stakeholders) และการจัดการเชิงกลยุทธ์ยังทำหน้าที่ในการเชื่อมโยงประสานหน่วยต่างๆ ในองค์กรให้สามารถ บริหารจัดการเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรร่วมกัน

องค์ประกอบของการจัดการเชิงกลยุทธ์

การจัดการเชิงกลยุทธ์ ประกอบด้วยองค์ประกอบย่อยพื้นฐาน 5 ประการ คือ

1. กำหนดทิศทาง

การกำหนดทิศทางขององค์กรจะประกอบด้วย การกำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) และการกำหนด ภารกิจ (Mission) หรือกรอบในการดำเนินงานที่ชัดเจนจะช่วยให้องค์กรสามารถกำหนดทิศทางในระยะ ยาว และแสดงถึงความตั้งใจในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย

2. การประเมินองค์การและสภาพแวดล้อม

การประเมินสภาพแวดล้อมขององค์กรนั้นจะประกอบไปด้วยการประเมินสภาพแวดล้อมภายนอก และการประเมินสภาพแวดล้อมภายใน โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ได้แก่สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก

สภาพแวดล้อมภายใน คือ สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับการดำเนินการภายในองค์กร สามารถควบคุมได้โดยตรง การวิเคราะห์ภายในขององค์กรทำให้ทราบถึงจุดอ่อนและจุดแข็งขององค์กรช่วยให้ประเมินอดีตและแนวโน้มในปัจจุบันได้ การวิเคราะห์ภายในสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ การวิเคราะห์กระบวนการหลักทำให้้องค์การมีความสามารถหลักที่โดดเด่น การวิเคราะห์ปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จสามารถทำได้โดยการวิเคราะห์ลักษณะของตำแหน่งทางการแข่งขันสภาพแวดล้อมการวิเคราะห์ห่วงโซ่ค่านิยม (Value Chain) ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาเทคโนโลยี การการจัดซื้อวัตถุดิบ เนื่องจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่ค่านิยม ทำให้องค์การได้รับรู้ถึงค่านิยมของลูกค้าได้อย่างชัดเจนทำให้สามารถวิเคราะห์และเชื่อมโยงค่านิยมของลูกค้าเข้าสู่กิจกรรมทุกกิจกรรมขององค์กร

การวิเคราะห์กระบวนการหลักและระบบการดำเนินงาน เป็นกระบวนการสร้างคุณค่าที่เชื่อมโยงระหว่างผู้จัดหาวัตถุดิบ องค์กร และลูกค้าเข้าด้วยกันโดยมีกระบวนการหลักขององค์กร โดยสรุปการวิเคราะห์ปัจจัยภายในหรือสภาพแวดล้อมภายในทำให้ทราบถึงจุดแข็ง/จุดอ่อน จุดแข็ง: ลักษณะหรือองค์ประกอบขององค์กรที่มีสมรรถนะเหนือกว่าจุดอ่อน: ลักษณะหรือองค์ประกอบขององค์กรที่มีสมรรถนะด้อยกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่ง

การวิเคราะห์ข้อมูลจากปัจจัยสภาพแวดล้อมและเลือกกลยุทธ์มาใช้ให้เหมาะสม แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน (David, 2007: 212-213; สมยศ นาวิการ, 2543: 268) คือ

1) ขั้นตอนการให้ข้อมูล (The Input Stage) คือ การสรุปและประเมินปัจจัยภายในว่าปัจจัยใดบ้างที่เป็นจุดแข็งหรือจุดอ่อน และปัจจัยภายนอกใดบ้างที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรค

2) ขั้นตอนการจับคู่งาน (The Matching Stage) เป็นการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่วิเคราะห์ได้จากขั้นตอนการให้ข้อมูลซึ่งจะได้เลือกกลยุทธ์ 4 แบบ คือ กลยุทธ์ SO, WO, ST และ WT

3) ขั้นตอนการตัดสินใจ (The Decision Stage) เป็นขั้นตอนการตัดสินใจเลือกทางเลือกกลยุทธ์ที่ได้จากขั้นตอนการจับคู่

3. การกำหนดระดับกลยุทธ์

โดยทั่วไปองค์กรต่าง ๆ ต้องมีการกำหนดระดับกลยุทธ์ เป็นการพัฒนาแผนระยะยาวบนรากฐานของโอกาสและอุปสรรคจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก และการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนจากการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน โดยองค์กรต้องกำหนดและเลือกกลยุทธ์ที่ดีที่สุดที่เหมาะสมกับองค์การมากที่สุด และผู้บริหารต้องพยายามตอบคำถามว่าทາอย่างใดองค์การไปถึงเป้าหมายที่กำหนดได้ โดยใช้ความได้เปรียบในการแข่งขันขององค์การกำหนดเป็นกลยุทธ์ต้องคำนึงถึงระดับที่แตกต่างกันของกลยุทธ์ด้วย ซึ่งมีทั้งสิ้น 3 ระดับ คือ

1) กลยุทธ์ระดับองค์การ

เป็นกลยุทธ์ที่ครอบคลุมและบ่งบอกถึงกลยุทธ์โดยรวมและทิศทางในการแข่งขันขององค์การว่า องค์การมีการพัฒนาไปสู่ทิศทางใด และจะดำเนินงานอย่างไร จะจัดสรรทรัพยากรไปอย่างไร แต่ละหน่วยขององค์การ เช่น การดำเนินธุรกิจแบบครบวงจร การขยายตัวไปในธุรกิจที่ไม่เกี่ยวข้องกันเลย ตัวอย่างเครื่องมือ (Tools) ที่ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์ในระดับองค์การ

2) กลยุทธ์ระดับธุรกิจ

การกำหนดกลยุทธ์ในระดับที่ย่อยลงไป มุ่งปรับปรุงฐานะการแข่งขันขององค์การกับคู่แข่งและระบุถึงวิธีการที่องค์การใช้ในการแข่งขันมุ่งปรับปรุงฐานะการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น โดยรวมกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกันได้ด้วยกัน ภายในหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์กลยุทธ์ระดับธุรกิจมุ่งการเพิ่มกำไรและขยายการเติบโตให้มากขึ้น เรียกกลยุทธ์ในระดับนี้ว่ากลยุทธ์การแข่งขันโดยทั่วไปมีอยู่ 3 กลยุทธ์ คือ การเป็นผู้นำด้านต้นทุนต่ำ การสร้างความแตกต่าง และการจำกัดขอบเขต

3) กลยุทธ์ระดับปฏิบัติการ

การกำหนดกลยุทธ์ที่ครอบคลุมวิธีการในการแข่งขันแก่ผู้เกี่ยวข้องในหน่วยงานต่างๆ มุ่งเน้นให้แผนงานตามหน้าที่พัฒนากลยุทธ์ขึ้นมา โดยอยู่ภายใต้กรอบของกลยุทธ์ระดับองค์การและกลยุทธ์ระดับธุรกิจ เช่น แผนการผลิต แผนการตลาด แผนการดำเนินงานทั่วไป แผนบุคลากร แผนการเงิน

4. การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ

การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ คือกระบวนการที่ผู้บริหารแปลงกลยุทธ์และนโยบายไปสู่แผนการปฏิบัติ กำหนดรายละเอียดด้านต่างๆ เช่น ด้านงบประมาณ วิธีการดำเนินงาน กระบวนการนี้เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงภายในด้านวัฒนธรรมโครงสร้างหรือระบบการบริหารเพื่อให้สามารถดำเนินการตามกลยุทธ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยทั่วไปจะประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ คือ

1. ขั้นตอนของการกำหนดแผนและการจัดสรรทรัพยากร
2. ขั้นตอนของการปรับโครงสร้างองค์การ เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของการใช้กลยุทธ์

3. ขั้นตอนของการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงในส่วนจากระบบและการพัฒนาทรัพยากรบุคคล เช่น เรื่องระบบข้อมูลข่าวสาร ระบบบริหารบุคคล (การให้การศึกษา การให้การอบรม การกระตุ้นส่งเสริมบุคลากร)

4. การกระจายกลยุทธ์องค์การมีการสร้างวิสัยทัศน์สร้างพันธกิจแล้วแต่ไม่ได้มีการดำเนินการ ก็จะทำให้เกิดการสูญเปล่าได้ เพราะแม้ว่าแผนนั้นจะเป็นแผนงานที่ถูกจัดทำมาอย่างดี ผ่านการระดมความคิดมาอย่างเข้มข้นเพียงใดก็ตาม หากไม่ลงมือปฏิบัติก็ย่อมไม่เกิดผลตามแผนที่วางไว้

5. การประเมินผลและการควบคุม

การควบคุมกลยุทธ์ เป็นหน้าที่สำคัญเกี่ยวข้องกับการติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล กลยุทธ์ที่นำไปปฏิบัติการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติมักจะเกิดข้อผิดพลาดที่ต้องการการปรับปรุง

การตรวจสอบกลยุทธ์ มีการวัดผลทั้งในเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีการกำหนดเกณฑ์และมาตรฐาน โดยมาตรวัดการดำเนินงานที่เหมาะสมกับแต่ละองค์การ แต่ละองค์การมีมาตรฐานและเกณฑ์การดำเนินงานของตนเอง การกำหนดมาตรฐานควรมีความระมัดระวังเพื่อให้ส่งผลกระทบต่อองค์การ

การติดตาม ควบคุม และประเมินผล จำเป็นต้องมีการจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลแผนกลยุทธ์โดยเฉพาะ และมีบุคลากรที่มีความรับผิดชอบเต็มเวลาสามารถทุ่มเทให้กับการติดตามและประเมินผลได้อย่างเต็มที่หน่วยงานควรอยู่กับฝ่ายวางแผนที่มีผู้บริหารในฝ่ายอยู่ในระดับผู้บริหารชั้นสูงในการดำเนินกลยุทธ์ จำเป็นต้องได้รับความร่วมมือที่ดีจากทุกฝ่าย จึงมีความจำเป็นในการตั้งคณะกรรมการติดตามและประเมินผลแผนกลยุทธ์ ประกอบด้วยผู้แทนระดับบริหารจากฝ่าย ต่างๆ ร่วมด้วย

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติ (อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา , 2543 : 2-3) ได้นิยามคำว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง
2. การเดินทางที่มีจุดหมายปลายทาง ที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวและต้องเดินทางกลับที่อยู่อหรือภูมิลำเนาเดิม
3. มีความมุ่งหมายในการเดินทาง ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ

พอสเตอร์ (อ้างใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543 : 3-4) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวในแง่ของความมุ่งหมายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งได้เป็น 8 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด
2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนาเป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่าง ๆ เช่น การศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละคร เป็นต้น
3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาเป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัย การศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือการดูงาน ซึ่งจะต้องพำนักในสถานที่นั้นๆเป็นเวลานาน
4. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและบันเทิงคือการเดินทางไปชมหรือร่วมการแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่าง ๆ
5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ
6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรกเช่นการวาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น
7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร
8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจากทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 18) กล่าวถึง การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินและพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการจากที่อยู่อาศัย ไปยังที่อื่นชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสังเกตการณ์แสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตประจำวันของชนต่างสังคม ต่างเผ่าพันธุ์ รวมทั้งการเดินทางไปเยี่ยมเยียนบ้านเกิดเมืองนอน
2. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม เป็นการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวโดยใช้สิ่งดึงดูดใจประเภทธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้คนและสภาพแวดล้อม
3. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสและเข้าร่วมการใช้วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของท้องถิ่น เพื่อให้เกิดความเข้าใจถึงประวัติความเป็นมาและการดำเนินชีวิตที่แตกต่างจากวัฒนธรรมของตน
4. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชม พิพิธภัณฑ์สถาน โบราณวัตถุ โบราณสถานที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต
5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเป็นการรวมเอาการท่องเที่ยวเข้ากับการเดินทางเพื่อธุรกิจ เช่นการ

จัดประชุม สัมมนาของสมาคม องค์กร หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งมักจะเลือกสถานที่จัดประชุมในเมืองที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และบรรจุเรื่องของการท่องเที่ยวไว้ในโปรแกรมด้วย

6. การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ เช่นการเข้าร่วมแข่งขันกีฬา การอาบแดด การใช้บริการน้ำพุร้อนเพื่อรักษาโรค การแข่งขันกอล์ฟ เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล คือ การท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานเพื่อเป็นสวัสดิการหรือเพื่อเป็นการกระตุ้นการเร่งยอดขายของพนักงาน การท่องเที่ยวประเภทนี้หน่วยงานหรือบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

8. การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา โดยปกติในการจัดประชุมสัมมนาทางผู้จัดจะบรรจุรายการท่องเที่ยวไว้ในโปรแกรมการเดินทางด้วยเสมอ เมื่อที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวจึงมักจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นสถานที่จัดประชุมสัมมนาเสมอ

กล่าวโดยสรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลจากสถานที่ซึ่งเป็นที่พักอาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว และเดินทางกลับไปยังที่พักอาศัยดั้งเดิม โดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพ หรือธุรกิจการงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง เช่น การจัดประชุมสัมมนา เป็นต้น

การเดินทางไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตามสิ่งที่ นักท่องเที่ยวต้องการได้รับ คือ ความสุข ความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้และประสบการณ์ใหม่

ประเภทการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งตามความสำคัญ และ สภาพแวดล้อม ได้ 12 ประเภทดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น โดยอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศที่เกี่ยวข้อง โดย การจัดการการท่องเที่ยวในแหล่งนั้นจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องมีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศนั้น มีการจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะ

หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่สามารถตอบสนองความสนใจพิเศษของนักท่องเที่ยวซึ่งมีรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้สามารถเพิ่มเติมได้อีกมากมายตามความนิยมของคนในแต่ละยุคสมัย เมื่อมีการระบุชัดว่า

กิจกรรมนั้นๆ สามารถให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ปัจจุบันมีปรากฏอยู่หลายๆ แห่ง ตัวอย่างเช่น พิพิธภัณฑ์เฉพาะทาง แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาทางวิทยาศาสตร์ อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี และ MICE (Meeting & Incentives & Conventions & Exhibitions) เป็นต้น

3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์

หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนารวมถึงสถานที่หรืออาคารสิ่งก่อสร้างที่มีอายุเก่าแก่หรือเคยมีเหตุการณ์ สำคัญเกิดขึ้นในประวัติศาสตร์ เช่นโบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ กำแพงเมือง คูเมือง พิพิธภัณฑ์ วัด ศาสนสถาน และสิ่งก่อสร้างที่มีคุณค่าทางศิลปะและสถาปัตยกรรม

4. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ

หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน ซึ่งทรัพยากรธรรมชาติเหล่านี้อาจจะเป็นความงดงามตามสภาพธรรมชาติ ความแปลกตาของสภาพธรรมชาติ สันฐานที่สำคัญทางธรณีวิทยาและภูมิศาสตร์อันเป็นเอกลักษณ์หรือเป็นสัญลักษณ์ ของท้องถิ่น นั้นๆ สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษ (Special Environmental Features) หรือสภาพแวดล้อมที่มีคุณค่าทาง วิชาการก็ได้

5. แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ

หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนและเสริมสร้างสุขภาพ ให้ความสนุกสนาน รื่นรมย์ บันเทิง และการศึกษาหาความรู้ แม้ไม่มีความสำคัญในแง่ประวัติศาสตร์ โบราณคดี ศาสนา ศิลปวัฒนธรรม แต่มีลักษณะเป็นแหล่งท่องเที่ยวร่วมสมัย ตัวอย่างเช่น ย่านบันเทิงหรือสถานบันเทิง สวนสัตว์ สวนสนุกและสวนสาธารณะลักษณะพิเศษ สวนสาธารณะ และสนามกีฬา

6. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทาง ศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ขนเฝ้า เป็นต้น ตัวอย่างของแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยในประเภทนี้ได้แก่ ตลาดน้ำดำเนินสะดวก งานแสดงของช้างจังหวัดสุรินทร์ งานร่มบ่อสร้าง ประเพณีลอยกระทง ประเพณีสงกรานต์ เป็นต้น

7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ

ในการจัดทำเกณฑ์มาตรฐานสำหรับแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนธรรมชาติ มีจุดประสงค์เพื่อเป็นกรอบแนวทางในการจัดการแหล่ง

ห้องเที่ยวประเภทน้ำพุร้อน ธรรมชาติอย่างชัดเจน โดยเน้นในด้านการกำหนดมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับการบริการต่างๆ เนื่องจากการท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึงด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นสำคัญ และต้องไม่ส่งผลกระทบต่อ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เนื่องจากน้ำพุร้อน จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติประเภทหนึ่ง ซึ่งหากไม่มีการกำหนดมาตรฐานที่ชัดเจน การดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวใดๆ อาจส่งผลกระทบต่อแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติได้ นอกจากนี้ การจัดทำเกณฑ์มาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ ยังมีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานที่รับผิดชอบดูแลแหล่งท่องเที่ยวได้นำไปใช้ เป็น เครื่องมือในการตรวจสอบมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวของตน และยังสามารถใช้เป็นข้อมูล ที่สำคัญเพื่อประกอบการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ น้ำพุร้อนธรรมชาติของประเทศไทยให้เป็นที่ยอมรับทั้งในและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

8. แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด

หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีชายหาดเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์

ประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นบริเวณชายหาด ได้แก่ การเล่นน้ำ การอาบแดด กีฬาทางน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร เป็นต้น

9. แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก

สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีน้ำตกเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

ความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งน้ำตก ได้แก่ การว่ายน้ำ การนั่งพักผ่อน รับประทานอาหาร การเดินสำรวจน้ำตก การล่องแก่ง การดูนก และการตกปลา เป็นต้น

10. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทถ้ำ

แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีถ้ำเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับ ธรรมชาติและอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาหาความรู้เข้าไปด้วย ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ ได้แก่ การเข้าชมบรรยากาศและหินงอกหินย้อยภายในถ้ำ การศึกษาด้านโบราณคดีของมนุษย์ยุคต่างๆ ที่เคยอาศัยในถ้ำ การนมัสการพระพุทธรูป การให้อาหารสัตว์ การปิกนิกและรับประทานอาหาร เป็นต้น

11. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภท เกาะ

การประเมินมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวประเภท เกาะสามารถแบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ ซึ่งมีจำนวนตัวชี้วัดทั้งหมด 47 ตัวชี้วัด โดยแต่ละตัวชี้วัดมีค่าคะแนนสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน จึงมีค่าคะแนนรวมทั้งสิ้น 235 คะแนน โดยการให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบคุณค่าด้านการท่องเที่ยวและความเสี่ยงต่อการถูกทำลายมากที่สุด เนื่องจากเป็นแรงดึงดูดใจสำคัญสำหรับให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว ส่วนองค์ประกอบด้านการบริหารจัดการมีความสำคัญของคะแนนรองลงมา และองค์ประกอบด้านศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความสำคัญของคะแนนน้อยที่สุด

12. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภท แก่ง

แหล่งท่องเที่ยวประเภทแก่ง หมายถึง สถานที่ที่เปิดใช้เพื่อการท่องเที่ยว โดยมีแก่งเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน และมีวัตถุประสงค์เพื่อความปลอดภัยและนันทนาการในรูปแบบที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ การล่องแก่ง การพายเรือ การพักผ่อน และการเดินป่า ซึ่งอาจเสริมกิจกรรมเพื่อการศึกษาธรรมชาติเข้าไปด้วย ได้แก่ การดูนก การสำรวจธรรมชาติ การศึกษาพันธุ์พืชต่างๆ เป็นต้น

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Base Tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว” โดยมองว่าการท่องเที่ยวต้องทำงานครอบคลุม 5 ด้าน พร้อมกัน ทั้งการเมือง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีชุมชนเป็นเจ้าของและมีส่วนในการจัดการ

นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังสามารถเป็นเครื่องมือในการพัฒนา โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขและสร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนเข้ามามีบทบาทสำคัญในการวางแผนทิศทางการพัฒนาชุมชนของคนในชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในชุมชนที่มีแนวโน้มว่าการท่องเที่ยวจะรุกคืบเข้าไปถึง หรือต้องการเปิดเผยชุมชนของตนให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ให้มีการสร้างให้เกิดกระบวนการเรียนรู้เกี่ยวกับการวางแผน การบริหารจัดการทรัพยากรและกระจายอำนาจการตัดสินใจโดยเน้นความสำคัญของการจัดการธรรมชาติแวดล้อมและใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนไปพร้อมกัน

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอยู่ 4 ด้าน กล่าวคือ 1) ทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม 2) องค์กรชุมชน 3) การจัดการ 4) การเรียนรู้ ประเด็นสำคัญของแต่ละองค์ประกอบ ของ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

- ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และมีวิถีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

- ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. ด้านองค์กรชุมชน

- ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน

- มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย

- ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา

3. ด้านการจัดการ

- มีกฎ-กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว

- มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการ ท่องเที่ยวกับ การพัฒนาชุมชนโดยรวมได้

- มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม

- มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน

4. ด้านการเรียนรู้

- ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและ วัฒนธรรมที่แตกต่าง

- มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

- สร้างจิตสำนึกเรื่องการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ทั้งในส่วน ของ ชาวบ้านและผู้มาเยือน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ที่ จะมีผล ทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมทางสังคมแตกต่างกันไป ด้วย ความแตกต่างนี้ เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยต่อไปนี้

1. ปัจจัยภายในตัวบุคคล หมายถึง ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ที่เป็นสาเหตุและเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทาง และบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านความต้องการพักผ่อน ของบุคคล การรับรู้ทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวการเรียนรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ความเชื่อในสถานการณ์ข้อมูลที่ได้เคยพบเห็น ทศนคติต่อจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยว บุคลิกภาพภายในของแต่ละบุคคล ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญ และมีอิทธิพลเชิงลึกต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้า และการบริการทางการท่องเที่ยว

2. ปัจจัยอิทธิพลจากภายนอก หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และมีผลกระทบโดยตรงต่อการ ดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล จนเป็นสาเหตุหลักในการตัดสินใจเดินทาง หรือไม่เดินทางท่องเที่ยวได้ ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุเพศ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานะการทำงาน สถานภาพและวัฏจักรครอบครัว ลักษณะการบริโภคของครอบครัว ฯลฯ ปัจจัยทางเศรษฐกิจในครัวเรือน และเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิต ระดับชั้นทางสังคม ค่านิยม ปัจจัยทางกฎหมาย ระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และปัจจัยทางเทคโนโลยี ที่เป็นประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสาร และเป็นสารสนเทศ ปัจจัยเหล่านี้เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนิน ชีวิตของบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและการบริการ ทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

3. ปัจจัยที่มีรากฐานมาจากความต้องการจำเป็นของบุคคล หมายถึง ปัจจัยที่เป็นความต้องการจำเป็นทางด้านร่างกายและจิตใจของมนุษย์ทุกคน ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ ที่กล่าวว่า มนุษย์มีลำดับขั้นของความต้องการจำเป็นอย่างต่อเนื่อง หากความต้องการขั้นต้น ได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะต้องการในขั้นต่อไป ลำดับขั้นความต้องการจำเป็นเหล่านี้ ได้แก่

3.1 ความต้องการจำเป็นเพื่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร น้ำ อากาศ เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย และสุขอนามัย

3.2 ความต้องการจำเป็นในเรื่องความปลอดภัย การคุ้มครองให้พ้นจากอันตราย ได้รับการบริการที่ซื่อสัตย์

3.3 ความต้องการจำเป็นในเรื่องความสัมพันธ์ และได้รับการยอมรับในสังคม ได้รับความรัก ความ เข้าใจ ให้ความสำคัญ ยกย่อง เอาใจใส่จากกลุ่มเพื่อน

3.4 ความต้องการจำเป็นในเรื่องเกียรติภูมิ ศักดิ์ศรี ความมีหน้าตา และสถานะทางสังคม เป็น แรงจูงใจระดับสูงที่ต้องการได้รับการอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี หรือได้พบเห็นทดลองสิ่งแปลกใหม่ ที่เป็นเกียรติมากกว่าคนอื่น

3.5 ความต้องการจำเป็นในเรื่องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิตที่พึงกระทำได้ตามศักยภาพ และ แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของตน ถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจที่มีเป้าหมายสูงสุด และแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

แนวคิดการจัดการแบบมีส่วนร่วม

ความหมายการมีส่วนร่วม

Reeder (1974:39) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การมีส่วนร่วมในการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ซึ่งรวมทั้งการมีส่วนร่วมของปัจเจกบุคคลและการมีส่วนร่วมของกลุ่ม

Oakley and Marsden (1991:17-20) กล่าวถึงความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน ไปสัมพันธ์กับเรื่องการสร้างประชาธิปไตยทางการเมือง หรือมิฉะนั้นก็เอาไปเกี่ยวข้องกับกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางสังคม หรือการเติบโตตามคำว่า “พัฒนา” ขึ้นมา หรือที่ใช้กันบ่อยๆ คือ ในแง่ที่รัฐบาลจะเข้าไปกับสภาพของการ “มีส่วนร่วม” ที่รัฐบาลใช้

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2526:20) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชน ได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ อันมีผลกระทบถึงตัวประชาชน

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2524:183) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ (Mental and Emotional Involvement) ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม (Group Situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้ (Contribution) บรรลุจุดมุ่งหมายของกลุ่มนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

ไพรัตน์ เตชะรินทร์ (2527:6) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึงกระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริมชักนำสนับสนุนการสร้างโอกาสให้ประชาชนในชุมชนทั้งรูปแบบส่วนบุคคลกลุ่มชนสมาคมมูลนิธิและองค์การอาสาสมัครรูปแบบต่างๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องรวมกัน

ปรัชญา เวสารัชช์ (2528:5) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าหมายถึงการที่ประชาชนเข้ามาเกี่ยวข้องโดยการใช้ความพยายามหรือใช้ทรัพยากรบางอย่างส่วนตนในกิจกรรมซึ่งมุ่งสู่การพัฒนาของชุมชนโดยการมีส่วนร่วมต้องมียุทธศาสตร์ประกอบดังนี้

1. ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา
2. ผู้เข้าร่วมได้ใช้ความพยายามบางอย่างส่วนตัวเช่นการคิดความรู้ความสามารถแรงงานหรือทรัพยากรบางอย่างเช่นเงินและวัสดุในการพัฒนา

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2540:288) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่าหมายถึง พฤติกรรมอันก่อรูปด้วยการร่วมและสมยอมตามพฤติกรรมที่คาดหวังของกลุ่มทางการเมืองและไม่ใช่ทางการเมืองหรือในความหมายก็คือการที่ประชาชนก่อให้เกิดสิ่งต่างๆร่วมกันนั่นเอง

พรชัย รัชมีแพทย์ (2541:225-226) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ดังนี้

1. ความหมายอย่างกว้างการมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึงการที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายของประเทศและการบริหารประเทศโดยผ่านกระบวนการทางการเมืองเช่น การเป็นผู้บริหารพรรคการเมืองการเป็นสมาชิกพรรคการเมืองการเป็นสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร การเป็นรัฐมนตรีการเป็นคณะรัฐมนตรีเป็นต้นรวมถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมในการบริหารท้องถิ่นและการเป็นสมาชิกสภาท้องถิ่นด้วย

2. ความหมายอย่างแคบการมีส่วนร่วมของประชาชนหมายถึงการที่ประชาชนเข้าไปช่วยสนับสนุนงานซึ่งเป็นหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ของรัฐโดยกระทำการภายในกรอบของกฎหมายหรือนโยบายของรัฐ

วันรักษ์ มิ่งมณีนาดิน (2531: 101) กล่าวถึงความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นการเข้าร่วมอย่างแข็งขันและเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกขั้นตอนของโครงการหรืองานพัฒนาชนบทโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในอำนาจการตัดสินใจและหน้าที่ความรับผิดชอบการมีส่วนร่วมเป็นเครื่องประกันว่าสิ่งที่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการมากที่สุดนั้นจักได้รับการตอบสนองและทำให้ความเป็นไปได้มากขึ้นกว่าผู้เข้าร่วมทุกคนจะได้รับประโยชน์เสมอกันไป

ทวีทอง หงส์วิวัฒน์ (2527: 2) ได้สรุปวาระการประชุมเรื่องการสรุปมติข้อเสนอแนะจากการประชุมว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนคือการที่ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกของสังคมในการมีส่วนร่วมประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกในรูปแบบการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตัวเอง

Stiefel and Pearse (อ้างใน ปรัชญาเวอร์ช, 2528: 5-6) ได้เสนอมุมมองของการมีส่วนร่วมใน 5 มิติคือ

1. การมีส่วนร่วมเป็นการประจันหน้า (Confrontation) คือเป็นการสะท้อนการแจกแจงแบ่งสรรอำนาจในการตัดสินใจที่ผิดไปจากเดิมจึงอาจเป็นการประจันหน้าระหว่างกลุ่มผลประโยชน์กลุ่มสังคมกลุ่มชนชั้นต่างๆกับหน่วยงานที่ตั้งขึ้นอย่างมั่นคงแล้วและไม่ยอมเปลี่ยนแปลง (Immobile Establishments) ซึ่งหมายถึงหน่วยงานของทางราชการ

2. การมีส่วนร่วมเป็นเรื่องของกลุ่มและขบวนการในการเข้ากลุ่ม (Group and Process) ซึ่งหมายถึงหน่วยงานของทางราชการ

3. การมีส่วนร่วมเป็นประสบการณ์เฉพาะบุคคล (Individual) จากคำนิยามการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องของพฤติกรรมกลุ่มแต่ขณะเดียวกันการตัดสินใจเข้าร่วมเป็นเรื่องเฉพาะบุคคล

4. การมีส่วนร่วมเป็นโครงการ (Project) ในวงราชการหรือองค์การระหว่างประเทศการมีส่วนร่วมของประชาชนจะมุ่งไปที่โครงการซึ่งถูกกำหนดขึ้นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาเฉพาะด้านและมุ่งให้ผู้ได้รับผลประโยชน์มีส่วนร่วมในบางระดับแต่จะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะของโครงการ

5. การมีส่วนร่วมเป็นนโยบาย (Policy Making) ตามความหมายกว้างเป็นการมองการมีส่วนร่วมเป็นเรื่องเกี่ยวกับการเป็นประชาธิปไตยคือการยอมรับให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย

เดช กาญจน (2547: 4) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นการแบ่งงานกันทำตามบทบาทและหน้าที่ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องซึ่งจะต้องมีการบูรณาการในด้านความรู้ความคิดและความเข้าใจให้ถูกต้องตรงกันเพื่อให้ผู้มีส่วนร่วมปฏิบัติงานหรือกระทำกิจกรรมต่างๆของโครงการให้ประสานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและเป็นจังหวะเดียวกันจึงจะทำให้การปฏิบัติร่วมกันสัมฤทธิ์ผลอย่างมีประสิทธิภาพและก่อให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดตามที่ผู้มีส่วนร่วมทุกคนปรารถนา

ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน

ได้มีการศึกษากันอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน และมีผู้ให้ทัศนะเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตไว้แตกต่างกัน ดังนี้

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนนั้นมีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม พิจารณา ตัดสินใจร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ (ยุวัฒน์ วุฒิเมธี , 2526 : 253) ซึ่งสอดคล้องกับ วิลเลียม (Williams, 1976 : 36) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่ประชาชนได้มีโอกาสเข้าไปมีส่วนร่วมในการปฏิบัติในการส่งเสริมร่วมกันคิด รวมถึงการตัดสินใจแก้ปัญหาต่าง ๆ ในการใช้ความรู้ความคิด และวิธีการที่ดีในการแก้ปัญหาด้วยตัวของประชาชนเพื่อส่งเสริมดูแลติดตามผลการดำเนินงานขององค์กรและพนักงานผู้ปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้อง

เสนห์ จามริก (2527 : 22) ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชนว่าไม่ได้หมายความว่าเพียงการดึงประชาชนเข้ามาร่วมกิจกรรมตามที่นักวิชาการหรือองค์กรพัฒนาตั้งขึ้นแท้จริงแล้วต้องให้ชุมชนมีกิจกรรม และวิธีดำเนินการของเขาเองในชุมชน

องค์การอนามัยโลก (WHO) (1978 : 11) ได้ให้ความหมายว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การที่กลุ่มของประชาชนก่อให้เกิดการรวมตัวที่สามารถจะกระทำการตัดสินใจใช้ทรัพยากร และมี

ความรับผิดชอบในกิจกรรมที่กระทำโดยกลุ่ม

นิรันดร์ จงวุฒิเวศน์ (2527 : 183) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึง การเกี่ยวข้องทางด้านจิตใจและอารมณ์ของบุคคลในสถานการณ์กลุ่ม ซึ่งเป็นเหตุเร้าให้ กระทำให้บรรลุดูหม่งหมายของกลุ่มนั้น กับทำให้เกิดความรู้สึกร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วย

ทวิทอง หงส์วัฒน์ (2529 : 1-2) อธิบายว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึงการที่ ประชาชนหรือชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนเองในการจัดการและควบคุมการใช้และกระจาย ทรัพยากรและปัจจัยการผลิตที่มีอยู่ในสังคมเพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม ตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะสมาชิกสังคมในการมีส่วนร่วมประชาชนได้พัฒนาการรับรู้ และภูมิปัญญาซึ่งแสดงออกในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเองเป็นของตนเอง นอกจากการ พัฒนาโดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมจะต้องยึดแนวทางปฏิบัติ 3 ประการ ได้แก่

1. ต้องถือว่าชาวบ้านเป็นหลักในการแก้ปัญหา องค์กรภายนอกเป็นเพียงตัวกระตุ้นส่งเสริม และสนับสนุนเท่านั้น
2. กิจกรรมการพัฒนาต้องเริ่มจากพื้นฐานของชุมชน กล่าวคือ วิถีชีวิตที่ดำรงอยู่ในชุมชนทั้ง ในอดีตและปัจจุบัน การยึดเยียดกิจกรรมการพัฒนาซึ่งกำหนดตามกรอบความคิดของคนภายนอก นอกจากจะไม่นำไปสู่ การมีส่วนร่วมที่แท้จริงแล้วยังเป็นการทำลายศักยภาพการแก้ปัญหาของชุมชน สร้างลักษณะขาดความมั่นใจในตนเองและปมการพึ่งพาพึ่งภายนอก
3. ปัญหาบางอย่างระดับการรับรู้ของชุมชน อาจมีข้อจำกัดการมีส่วนร่วมของประชาชนจึง ครอบคลุมถึงการกระจายสื่อสารข้อมูลข่าวสารเพื่อการพัฒนา เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางด้านการ รับรู้ของประชาชน และ ไวท์ (White, อ้างถึงในปริ ศนา โกลละสุ ต , 2534 : 10) ได้ให้ความหมาย ของการมีส่วนร่วมประกอบด้วย 4 มิติ คือ

มิติที่ 1 คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจอะไรควรทำและทำอย่างไร

มิติที่ 2 คือ การมีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา การลงมือปฏิบัติตามที่ตัดสินใจ

มิติที่ 3 คือการมีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินงาน

มิติที่ 4 คือ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล

จากแนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการมีส่วนร่วมของนักวิชาการที่ได้กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปความหมายของการมีส่วนร่วมได้ว่าเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงบทบาทใน ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการชุมชนในระดับต่างๆ เช่น ท้องถิ่นของตน หรือกิจการ ทางการบริหารของภาครัฐ อย่างเปิดเผย และเต็มความสามารถทั้งด้านร่างกาย สติปัญญา ความรู้สึก โดยมีพื้นฐานมาจากความเป็นเจ้าของ มีผลประโยชน์ร่วมในสิ่งที่มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

ลักษณะของการมีส่วนร่วม

รำไพพรรณ แก้วสุริยะ (อ้างถึงใน สุนันทา จันทวารา, 2545 : 12-13) กล่าวว่าการบริหารตามหลักธรรมาภิบาลที่ว่าชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการหรือการพัฒนา เพราะทุกคนในชุมชนเป็นผู้มีส่วนได้และส่วนเสียผลประโยชน์ (Stakeholder) จึงควรจัดตั้งคณะทำงานซึ่งจะต้องพิจารณาขอบเขตบทบาท หน้าที่พันธะ ภารกิจของกลุ่มตามกฎหมายภายใต้องค์กรปกครองท้องถิ่น และการทำงานอย่างไรให้สอดคล้องกัน ซึ่งสามารถจัดการได้ดังนี้

1. ร่วมพิจารณากิจกรรมท้องถิ่นในพื้นที่ซึ่งต้องได้รับการยอมรับของประชาชนในพื้นที่ และแต่ละกิจกรรมต้องไม่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมประเพณี สังคม และวัฒนธรรมสามารถรักษาความเป็นอัตลักษณ์ไว้ได้

2. ร่วมกันกำหนดแผนงานและกฎระเบียบ ซึ่งคณะทำงานในท้องถิ่นต้องมีการประชุมร่วมกันวางแผนการตลาด แผนปฏิบัติการแผนพัฒนา เพื่อส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่น และร่วมพิจารณากำหนดกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวด้วย

3. ร่วมบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมต่อการจัดการนั้นนับได้ องค์การท้องถิ่นอยู่ในฐานะเป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีส่วนได้รับผลประโยชน์ทั้งในทางตรงและทางอ้อม เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าพื้นที่จำหน่ายสินค้า หรือบุคคลในท้องถิ่นมีอาชีพเป็นลูกหาบ เป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น เป็นต้น

4. ร่วมประเมินผลและแก้ไขปัญหาเพื่อให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและมาตรฐานอย่างยั่งยืน ผู้รับผิดชอบจัดการจะต้องร่วมกันประเมินผลร่วมกันวิเคราะห์ปัญหาร่วมกันแก้ไขปัญหาเพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของท้องถิ่นซึ่งสอดคล้องกับ นรินทร แก้วมีศรี (อ้างใน สุนันทา จันทวารา , 2545 : 9-10) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมนั้นถือเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนา ซึ่งจะเห็นได้ว่ากิจกรรมใดๆ ก็ตามหากประชาชนไม่มีความรู้สึกเป็นเจ้าของและลงมือดำเนินกิจกรรมด้วยตนเองแล้วกิจกรรมนั้นอาจจะไม่สำเร็จและดำรงอยู่ได้ แต่ถ้าหากว่าประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในกระบวนการอย่างถ่องแท้ จะสามารถมองเห็นผลประโยชน์ที่จะเกิดขึ้นต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชน ทั้งยังได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างเพียงพอจนเกิดความตระหนักในปัญหาของตนเองและค้นหาทางแก้ไขปรับปรุงเปลี่ยนแปลงจนเกิดการตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจการอย่างแท้จริง ดังนั้น จึงแบ่งลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการทุกระบวนการ ตั้งแต่ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหาการร่วมคิดและหาวิธีแก้ปัญหา ร่วมวางแผนนโยบายหรือแผนงานหรือโครงการร่วมตัดสินใจการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชนร่วมปฏิบัติตามนโยบายหรือแผนงานให้บรรลุตามผลที่กำหนดไว้ ร่วมควบคุม ติดตามและการประเมินผล

2. การมีส่วนร่วมไม่แท้จริง เป็นการมีส่วนร่วมเพียงบางส่วนโดยเฉพาะเข้าร่วมในการปฏิบัติตามโครงการที่ได้มีการกำหนดไว้แล้ว

หลักการขั้นตอนในทางปฏิบัติของการมีส่วนร่วม

1. การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาและร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งถือว่าสำคัญเพราะถ้าชุมชนไม่สามารถรับรู้และเข้าใจในปัญหาด้วยตนเองแล้วการดำเนินกิจกรรมต่างๆก็ไม่สามารถเอื้อประโยชน์ต่อบุคคลในชุมชนได้ ดังนั้น บุคคลในชุมชนต้องมาทำความเข้าใจและรับรู้ปัญหา เพื่อเป็นประโยชน์ในการดำเนินกิจกรรมและเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาคต่อไป

2. การมีส่วนร่วมในการวางแผน และดำเนินกิจกรรม กล่าวคือ เมื่อบุคคลในชุมชนได้รับรู้และเข้าใจในปัญหาของตนเองแล้ว ก็จำเป็นต้องเรียนรู้ที่จะวางแผนและการดำเนินกิจกรรมเพื่อหาแนวทางที่จะใช้ในการแก้ไขปัญหานั้น รวมทั้งการคัดเลือกแนวทางที่ดีที่สุด เพื่อให้แก้ไขปัญหาคได้ถูกต้องและตรงประเด็นปัญหา

3. การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติงาน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการสร้างความรู้ถึงความเป็นเจ้าของให้เกิดขึ้นกับชุมชน ทำให้มองเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม

4. การมีส่วนร่วมและการติดตามประเมินผล การดำเนินกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแต่ถ้าหากบุคคลได้มีส่วนเกี่ยวข้องในการติดตามประเมินผลแล้วจะทำให้บุคคลเหล่านั้นได้ทราบถึงระดับของผลงานที่ตนเองได้ปฏิบัติ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงในครั้งต่อไป

จากแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ลักษณะของการมีส่วนร่วม ซึ่งนักวิชาการต่าง ๆ ได้กล่าวไว้ สามารถสรุปองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาได้ 4 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิด การวางแผน และการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการดำเนินการและ การปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับและแบ่งปันผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยว

แนวความคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นแนวคิดที่ให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาของประชาชนเอง เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนรู้จักวิเคราะห์ถึงสถานการณ์ที่ตนเองเป็นอยู่และพร้อมจะเปลี่ยนแปลงเมื่อจำเป็นกระบวนการพัฒนามักจะเกิดไปด้วยความสมัครใจปราศจากการบังคับ ประชาชนจะมีบทบาทหลักในการพัฒนาสามารถพัฒนาพึ่งตนเองได้ และผลแห่งการพัฒนามักจะตกอยู่กับประชาชนในชุมชนนั่นเอง และการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นการปูพื้นฐานให้มีการสร้างประชาธิปไตยขึ้นในชุมชนได้อย่างมั่นคง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542 : 28) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมของชุมชนทางการ

ทองเที่ยวไว้ว่า การสนับสนุนส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่น ได้เข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยที่ให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์และมีรายได้จากการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ อย่างยั่งยืน แต่ไพรัตน์ เดชะรินทร์ (อ้างถึงใน อนรรักษ์ ปัญญาวัฒน์ , 2539 : 9) ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาจะต้องเกี่ยวกับ การร่วมศึกษาปัญหา สาเหตุ และความต้องการ ของชุมชน การร่วมคิดสร้างรูปแบบการพัฒนาเพื่อแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของชุมชน การร่วมกำหนดทิศทาง แผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมต่าง ๆ การร่วมบริหารงานตามขีด ความสามารถ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2555 : 45-46) จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความ ยั่งยืน และเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ของประเทศไทยให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน และให้เกิดการสร้างรายได้และกระจาย รายได้ควบคู่ ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยกำหนดยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ไปสู่ การปฏิบัติโดยผ่านกลไกการมีส่วนร่วมทั้งในภาครัฐส่วนกลางส่วนภูมิภาคส่วนท้องถิ่นภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และภาคประชาชน

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 ให้สิทธิชุมชนในการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติและมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความหลากหลายทาง ชีวภาพอย่างสมดุลและยั่งยืน รวมทั้งสิทธิของบุคคลที่จะมีส่วนร่วมกับรัฐและชุมชนในการอนุรักษ์ บำรุงรักษา และการได้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและความหลากหลายทางชีวภาพซึ่งหมายถึง ชุมชนย่อมมีสิทธิในการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและสาธารณประโยชน์ร่วมกับธรรมาภิบาลภาครัฐ ดังนั้น ภาครัฐควรเร่งบทบาทในการ สร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์หรือฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญา ท้องถิ่น ศิลปวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติตลอดจนพัฒนามาตรฐานในการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรที่ให้บริการด้านการท่องเที่ยวในภาคชุมชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการซึ่งเป็น ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพเพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวของการท่องเที่ยวและการเปิด การค้าเสรี อาเซียน การส่งเสริมการมีส่วนร่วมแสดงบทบาทในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวใน พื้นที่ชุมชนโดยการสร้างเครือข่ายชุมชนและแบ่งปันความรู้และเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างชุมชน โดยเฉพาะการติดตามตรวจสอบการดำเนินงาน ของภาคส่วนต่างๆที่เกี่ยวข้องในพื้นที่จะเป็น แรงผลักดันให้ภาคการเมือง ภาครัฐ เอกชน ดำเนินการบริหารจัดการควบคุมดูแลและใช้ประโยชน์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมโปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยใช้กลไกกระบวนการ แผนชุมชน สร้างการบูรณาการและความเชื่อมโยงกับแผนท้องถิ่นและแผนระดับต่าง ๆ โดยกระบวนการแผน

ชุมชนจะเป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ให้ชุมชนรู้จักตนเองรู้จักชุมชน ทนทางสังคม ตลอดจนทรัพยากรที่มีอยู่ สามารถจัดการตนเองให้บรรลุเป้าหมายที่พึงปรารถนาได้ ส่งผลให้ชุมชน ครอบครัว และคนในครอบครัวสามารถดำรงชีวิตได้ อย่างมีความสุขภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงรวมตลอดทั้งสร้างการมีส่วนร่วมของภาคีพัฒนาในพื้นที่ในกระบวนการจัดทำแผนชุมชน และเชื่อมโยงให้เกิดการบูรณาการกับแผนท้องถิ่นและแผนในระดับที่สูงกว่า อาทิ แผนจังหวัด กลุ่มจังหวัด และแผนพัฒนาภาคการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540 อ้างใน ภราเดช พยัฆวิเชียร , 2543 : 5) ได้กล่าวถึงหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน 10 หลักการ คือ

1. Using Resource Sustainable การอนุรักษ์และใช้ทรัพยากรอย่างพอดี ทั้งที่เป็น ทรัพยากรธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมเป็นสิ่งสำคัญและเป็นแนวทางการทำธุรกิจในระยะยาว
2. Reducing Over-Consumption and Waste การลดการบริโภคมากเกินไป และการลดของเสียจะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการทำนุบำรุงสิ่งแวดล้อมที่ถูกกดทำลายในระยะยาวและเป็นการเพิ่มคุณภาพของการท่องเที่ยว
3. Maintaining Diversity การรักษาและส่งเสริมความหลากหลายของธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระยะยาว และช่วยขยายฐานของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว
4. Integrating Tourism in to Planningการประสานงานการพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ากับ กรอบแผนกลยุทธ์การพัฒนาแห่งชาติ การพัฒนาท้องถิ่น และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมจะ ช่วยขยายศักยภาพการท่องเที่ยวในระยะยาว
5. Supporting Local Economy การท่องเที่ยวที่รองรับกิจกรรมทางเศรษฐกิจของท้องถิ่น โดยพิจารณาด้านราคา และคุณค่าของสิ่งแวดล้อมไว้ ไม่เพียงแต่ทำให้เกิดการประหยัด แต่ยังป้องกัน สิ่งแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายอีกด้วย
6. Involving Local Communities การมีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ของท้องถิ่นในสาขา การท่องเที่ยว ไม่เพียงแต่สร้างผลตอบแทนแก่ประชาชนและสิ่งแวดล้อมโดยรวม แต่ยังช่วยยกระดับ คุณภาพการจัดการการท่องเที่ยวอีกด้วย
7. Consulting Stakeholders and Public การปรึกษาหารือกันอย่างสม่ำเสมอ ระหว่าง ผู้ประกอบการ ประชาชนท้องถิ่น องค์กรและสถาบันที่เกี่ยวข้อง มีความจำเป็นในการที่จะร่วมงานไป ในทิศทางเดียวกัน รวมทั้งร่วมแก้ปัญหาและลดข้อขัดแย้งในผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน
8. Training Staff การฝึกอบรมบุคลากร โดยสอดแทรกแนวคิดและวิธีปฏิบัติในการพัฒนา แบบยั่งยืนต่อบุคลากรท้องถิ่นทุกระดับ จะช่วยยกระดับการบริการการท่องเที่ยว
9. Marketing Tourism Responsible การตลาดที่จัดเตรียมข้อมูลข่าวสารอย่างพร้อมมูล

จะทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเคารพในสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และจะช่วยยกระดับความพอใจของนักท่องเที่ยวด้วย

10. Undertaking Research การวิจัยและการติดตามตรวจสอบอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต่อการช่วยแก้ปัญหา และเพิ่มผลประโยชน์ต่อแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักลงทุน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังได้กล่าวว่าคุณลักษณะสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ประกอบด้วย

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับภูมิภาค ควรส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างจริงจังก่อนการพัฒนาสู่ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างค่อยเป็นค่อยไป
2. การมีส่วนร่วมของ คนในท้องถิ่น (Local Participation) ควรส่งเสริมให้ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการตัดสินใจโครงการต่าง ๆ ที่จะมีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชนส่วนใหญ่ในพื้นที่
3. ขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยว (Scale of Tourism Development) ควรพิจารณาอย่างรอบคอบ โดยให้ความสำคัญกับขีดความสามารถในการรองรับการพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรพยายามผลักดันให้การท่องเที่ยวได้รวมเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของพื้นที่นั้นๆ
4. การใช้วัสดุและผลผลิตจากท้องถิ่น (Local Product) ควรสนับสนุนการใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นในการก่อสร้าง ตลอดจนการใช้ประโยชน์จากผลผลิตต่าง ๆ ของคนท้องถิ่นซึ่งจะช่วยลดดุลการค้ากับต่างประเทศได้ทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นอีกด้วย
5. การกระจายรายได้ (Income Distribution) การพัฒนาการท่องเที่ยวควรเป็นรูปแบบที่จะนำรายได้เข้าท้องถิ่นนั้นให้มากที่สุดเพื่อประโยชน์ระยะยาวของชุมชน
6. การจ้างงาน (Employment) คุณภาพของงานสำหรับ ประชาชนในท้องถิ่นควรเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว กล่าวคือมุ่งส่งเสริมรูปแบบของงานที่มีความน่าสนใจและได้รับผลตอบแทนสูง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539 : 12-13) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญที่สุดของการพัฒนาการท่องเที่ยว นั้น คือความพยายามที่จะก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ซึ่งจะพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 4 ประการ คือ

1. ต้องดำเนินการในเรื่องขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม

ประเพณี วัฒนธรรม วิธีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว

2. ต้องตระหนักต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณีวัฒนธรรม วิธีชีวิตที่มีต่อขบวนการด้านการท่องเที่ยว

3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาค เท่าเทียมกัน

4. ต้องขึ้นตามความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและประชาชนในชนบทท่องเที่ยว

ปรีชาเปี่ยมพวงศ์ศานต์ (2538 อ้างใน อธิยา อุติผล, 2542: 22) ได้ให้หลักการสำคัญของการ พัฒนาแบบยั่งยืน โดยมองจากมิติที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ความหลากหลายทางวัฒนธรรม การพัฒนาควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรมพื้นบ้าน และภูมิปัญญาท้องถิ่น

2. ความยั่งยืนทางสถาบัน การตัดสินใจของชุมชนและการจัดตั้งองค์การสังคมต้องสอดคล้อง กับหลักนิเวศวิทยาท้องถิ่น

3. การมีส่วนร่วม การพัฒนามาจากข้างล่างโดยให้ชุมชนท้องถิ่นมีสิทธิในการจัดการ ทรัพยากรของตนเอง

4. ความยุติธรรมทางสังคม ความเชื่อมั่นของการดำรงชีวิตต้องครอบคลุมกลุ่มชนผู้ยากไร้ใน ปัจจุบันและคนรุ่นหลังในอนาคตอันยาวไกล

ภักดี รัตนผล (2543 : 6-8) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น ชุมชน และ ภาคเอกชนในทิศทางปัจจุบันและในอนาคต ควรเป็น ในลักษณะที่ภาครัฐเป็นหน่วยสนับสนุนโดย ให้ ท้องถิ่น ชุมชน และภาคเอกชนเป็นหน่วยงานดำเนินการบริหารจัดการ ภายใต้วัตถุประสงค์ร่วม คือ การพัฒนาที่ยั่งยืนโดยมีเหตุผลสนับสนุน ใน 4 ประการ คือ

1. ตามข้อบัญญัติรัฐธรรมนูญ ในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ และความรู้สึกในความเป็นเจ้าของต่อทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชนของตนเอง

3. จากข้อกำหนดและแนวทางในการกระจายอำนาจในการจัดการงบประมาณ และการคลัง จากส่วนกลาง และส่วนภูมิภาคลงสู่ ท้องถิ่น อันจะส่งผลให้ท้องถิ่นมีรายได้เพียงพอที่จะดูแลและ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชนของตนเอง

4. จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏว่าคนในท้องถิ่นจะมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรแหล่ง ท่องเที่ยวการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ มีดังนี้ คือ การจัดศูนย์บริการข้อมูล

การท่องเที่ยว การจัดเก็บค่าบริการนักท่องเที่ยว การจัดบริการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม โดยกลุ่มแม่บ้านในท้องถิ่น การจัดรถบริการนำเที่ยวแบบพื้นบ้าน การจัดการด้านการดูแลสุขภาพความสะอาด การบริการห้องน้ำ และสถานที่จอดรถ การจัดทำป้ายชี้แจง แสดงข้อมูล ณ แหล่งท่องเที่ยว การจัดจำหน่ายสินค้าของท้องถิ่นและชุมชน การสนับสนุนงบประมาณจากท้องถิ่นในการพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว นั้น โดยสรุปการมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การพัฒนาความสามารถหรือศักยภาพของประชาชนต่อการดูแลและการจัดการกับทรัพยากรที่มีให้ชุมชน ตลอดจนถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงในพื้นที่ของตนด้วย ได้แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ของชุมชน ชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดการและประโยชน์จะกลับไปสู่ ชุมชนโดยตรง

จากการประมวลแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม ลักษณะของการมีส่วนร่วมซึ่งนักวิชาการต่าง ๆ ได้กล่าวไว้ สามารถกำหนดมิติหรือองค์ประกอบของการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาได้ 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการเสนอความคิด การวางแผน และการตัดสินใจการมีส่วนร่วมในการดำเนินการและการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับและแบ่งปันผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล

ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด

ความหมายและขอบเขตของการตลาดตลาด (Market) ในความหมายของ ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) หมายถึง ที่ใดก็ตาม ทั้งที่เป็นสถานที่หรือไม่มีสถานที่ ที่มีอุปสงค์และอุปทาน ในสินค้า หรือบริการมาพบกัน จนทำให้เกิดราคาที่มาจากกลไกตลาด โดยเศรษฐกิจในระบบตลาดนี้ ยอมรับการเปลี่ยนแปลงของราคา เช่น การที่ราคาลดลงโดยอัตโนมัติเมื่อมีการเสนอขายสินค้าเป็นต้น ทางด้านทฤษฎีนั้น เห็นว่า เศรษฐกิจในระบบตลาดที่แท้จริงนั้น จำเป็นต้องประกอบไปด้วยเงื่อนไขต่าง ๆ ดังนี้คือ ผู้ผลิตสินค้าที่มีขนาดเล็ก ผู้บริโภคจำนวนมาก รวมถึงมาตรการในการกีดกันการเข้าตลาดที่น้อย เงื่อนไขเหล่านี้ถ้ามีครบทั้งหมดจะถือว่าเป็นตลาดที่สมบูรณ์ซึ่งพบได้มากในโลกปัจจุบัน (Kotler, 2003:11) คำว่าตลาด จึงมีความหมายครอบคลุมถึงลูกค้าหลายกลุ่ม รวมทั้งตลาดที่มีตัวตน โดยลักษณะทางกายภาพ และตลาดที่ไม่มีตัวตนในกายภาพ (ตลาด Digital) ตลอดจนตลาดขนาดใหญ่ที่มีหลายตลาดย่อยซึ่งมีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์อยู่ในธุรกิจนั้นขอบเขตของการตลาด (The Scope of Marketing) การตลาดเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสรรค์ การส่งเสริม และการส่งมอบสินค้า หรือบริการให้กับผู้บริโภคและองค์กรการธุรกิจต่างๆ นักการตลาดมีหน้าที่กระตุ้นความ

ต้องการ ซื้อผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของบริษัทตลอดจนรับผิดชอบต่อ

แนวคิดทฤษฎีทางการตลาดของผู้บริโภคสินค้าและบริการนั้น เป็นการตลาดที่มุ่งขายสินค้าและบริการ แต่ที่จริงแล้วการตลาดไม่จำเป็นต้องมุ่งไปทางทำกำไรเพียงอย่างเดียว อันที่จริงแล้วองค์กรใดๆ ที่ต้องเกี่ยวข้องกับสาธารณะก็ล้วนจำเป็นต้องใช้การตลาดเข้าช่วยทั้งนั้น แม้แต่องค์กรศาสนาซึ่งต้องการเผยแพร่ธรรมะให้ถึงชาวบ้าน แต่ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) เรียกสิ่งว่าเป็นการตลาดอย่างหนึ่งเช่นกัน ดังนั้นสามารถกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า การตลาดนั้น สามารถนำไปใช้ในการเผยแพร่อะไรก็ได้ นับตั้งแต่สินค้าไปจนถึงความคิด ซึ่งเรียกกันว่าการตลาดเชิงสังคม (Social Marketing) เป็นการตลาดที่ไม่ได้มุ่งหวังกำไรแต่อยากปลูกฝังความคิดหรือพฤติกรรมบางอย่างที่เห็นว่าดีให้แก่ผู้บริโภค ประกอบด้วย 6 แนวคิดดังนี้

1. แนวคิดการผลิต (The Production Concept) นับเป็นแนวคิดที่เก่าแก่ที่สุดในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งใช้ได้ดีเมื่อมีความต้องการซื้อ มากกว่าความต้องการขาย และเน้นการปรับปรุงคุณภาพการผลิตให้ต้นทุนต่ำลง เพื่อขายสินค้าในราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แนวคิดนี้ถือว่า ผู้บริโภคนิยมสินค้าที่หาซื้อได้แพร่หลายทั่วไป และราคาถูก แนวคิดเช่นนี้มักถูกนำไปใช้ในประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งผู้บริโภคมักจะสนใจตัวสินค้ามากกว่ารูปแบบ

2. แนวคิดผลิตภัณฑ์ (The Product Concept) ผู้บริโภคจะให้ความสำคัญต่อคุณภาพมากกว่าราคา และในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตเองก็เน้นไปที่การปรับปรุงพัฒนา ผลิตภัณฑ์อยู่เสมอแนวคิดนี้ถือว่าผู้บริโภคชอบสินค้าที่มีคุณภาพดีที่สุด อย่างไรก็ตามผู้ผลิตสินค้า หรือ บริการที่ใช้แนวความคิดนี้มักจะหลงใหลไปกับสินค้าของตน จนอาจมองข้ามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค

3. แนวคิดการขาย (The Selling Concept) ต้องมีการกระตุ้นการขายด้วยวิธีการในลักษณะต่างๆ เช่น ลดแลกแจกแถม เพื่อให้ซื้อมากขึ้น ปัจจุบันแนวคิดเช่นนี้มักจะถูกใช้ในสินค้าที่ขายยากหรือไม่ได้อยู่ในความคิดที่จะซื้อเลย (Unsought Goods) ดังนั้นแนวความคิดนี้จึงมุ่งไปที่การขายเชิงรุก และความพยายามในการส่งเสริมการตลาด แนวความคิดนี้ตั้งข้อสันนิษฐานว่า ลูกค้ามีความเฉื่อยในการซื้อ หรือบางครั้งอาจรู้สึกต่อต้านการซื้อ ดังนั้นฝ่ายการตลาดจึงมีหน้าที่ต้องเกลี้ยกล่อมให้ซื้อ และเชื่อว่าบริษัท มีเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดที่สามารถใช้กระตุ้นให้เกิดการซื้อ บริษัทที่ใช้แนวความคิดนี้ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Coca-Cola โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อให้ได้ขายสินค้าได้มากขึ้น ขายให้ผู้คนจำนวนมากขึ้น ให้บ่อยขึ้น และให้ได้เงินมากขึ้น เพื่อให้ได้กำไรมากขึ้น

4. แนวคิดมุ่งตลาด (The Marketing Concept) แนวคิดนี้เกิดขึ้นเมื่อกลางปี 1950 ซึ่งแนวคิดต่างๆ ที่ผ่านมานั้นจะเป็นการผลิตแล้วขาย แต่แนวคิดมุ่งตลาดนี้ยึดหลัก มุ่งเน้นลูกค้าและแสวงหากำไรจากความพึงพอใจของลูกค้า มิใช่เป็นการตามล่าหาลูกค้า หรือการหาลูกค้าให้เหมาะกับผลิตภัณฑ์แนวคิดการผลิตแนวคิดผลิตภัณฑ์และ แนวคิดการขาย นั้น มีข้อจำกัดสำหรับการใช้ ใน

ปัจจุบัน กล่าวคือ แนวคิดการตลาดใช้เพื่อให้บรรลุเป้าหมายองค์กร เริ่มต้นจากการตรวจสอบความจำเป็น และความต้องการต่างๆของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และนำเสนอสิ่งที่ต้องการนั้น โดยพยายามสร้างความพึงพอใจให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพกว่าคู่แข่ง ประสานกิจกรรมต่างๆที่จะกระทบต่อลูกค้ากลุ่มนั้นเพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด

5. แนวคิดทางด้านลูกค้า (The Customer Concept) ส่วนแนวคิดทางด้านลูกค้าจะมุ่งเน้นความต้องการส่วนตัวเฉพาะลูกค้าแต่ละราย เพื่อเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าที่มีต่อบริษัทตลอดจนสร้างคุณค่าที่ลูกค้าได้รับให้ตลอดชีพถ้าเป็นไปได้

6. แนวคิดทางการตลาดเพื่อสังคม (The Societal Marketing Concept) แนวคิดการตลาดเพื่อสังคม มีจุดเริ่มต้นเช่นเดียวกันกับแนวคิดการตลาดในรูปแบบอื่น

แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ฟิลลิป คอตเลอร์ (Philip Kotler) ได้มีการแบ่งระดับของแนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออกเป็น (Kotler, 1984) ระดับแรก การตลาดแบบดั้งเดิม (Traditional Marketing) โดยการตลาดแบบนี้มีจุดมุ่งหมายหลักคือ การสร้างความตระหนักในตราสินค้า (Brands) แบบที่เคยมุ่งเน้นกันมา โดยการตลาดที่อยู่ในระดับขั้นนี้จะมุ่งให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 26) กล่าวในเรื่อง ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) ว่าเป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าทางการตลาดที่กระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อ โดยแบ่งออกได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Products) ที่ต้องมีคุณภาพและรูปแบบดีไซน์ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือสินค้าหรือบริการที่บุคคลและองค์กรซื้อไปเพื่อใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอื่นๆ หรือในแนวทางการประกอบธุรกิจ หรือหมายถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ซื้อไปเพื่อใช้ในการผลิต การให้บริการ หรือดำเนินงานของกิจการ(ณัฐ อธิรณไพบุลย์ 2554)หรือ แม้ผลิตภัณฑ์จะเป็นองค์ประกอบตัวเดียวในส่วนประสมของการตลาดก็ตาม แต่เป็นองค์ประกอบที่มีรายละเอียดที่จะต้องพิจารณาอีกมากมาย ดังนี้ เช่นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ (Produce Variety) ชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ (Brand Name) คุณภาพ ของผลิตภัณฑ์ (Quality) การรับประกันผลิตภัณฑ์ (Warranties) และการรับคืนผลิตภัณฑ์ (Returns) (ชีวรรณ เจริญสุข 2547)

2. ราคา (Pricing) ต้องเหมาะสมกับตำแหน่งทางการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการหรือจำนวนเงินที่ถูกเรียกเก็บเป็นค่าสินค้าหรือบริการหรือผลรวมของมูลค่าที่ผู้ซื้อทำการแลกเปลี่ยนเพื่อให้ได้มาซึ่งผลประโยชน์จากการมีหรือการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการหรือนโยบายการตั้งราคา (Pricing Policies) (ณัฐ อธิรณไพบุลย์ 2554) หรือมูลค่าของสินค้า

และบริการที่วัดออกมาเป็นตัวเงิน การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การพิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง ดังนั้นกิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ ประเด็นสำคัญจะต้องพิจารณาเกี่ยวกับราคาได้แก่ ราคาสินค้าที่ระบุในรายการหรือราคาที่ระบุ (List Price) ราคาที่ให้ส่วนลด (Discounts) ราคาที่มีส่วนยอมให้ (Allowances) ราคาที่มีช่วงระยะเวลาที่การชำระเงิน (Payment Period) และราคาเงื่อนไขให้สินเชื่อ (Credit Terms) (ซีวรรณ เจริญสุข 2547)

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ก็เน้นช่องทางการกระจายสินค้าที่ครอบคลุมและทั่วถึงสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทุกส่วนได้เป็นอย่างดีหรือเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นเส้นทางเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคหรือลูกค้า ซึ่งอาจผ่านคนกลางหรือไม่ผ่านก็ได้ ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วย ผู้ผลิต ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม (Industrial User) หรือลูกค้าทางอุตสาหกรรม (Industrial Consumer) และคนกลาง (Middleman) โลจิสติกส์ทางการตลาด เป็นการวางแผนการปฏิบัติตามแผนและการควบคุมการเคลื่อนย้ายสินค้าจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดที่ต้องการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าโดยมุ่งผลกำไร (ณัฐ อธิรณไพบุลย์ 2554) หรือกลยุทธ์ทางการตลาดในการทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย สามารถก่ออิทธิพลต่อการพบผลิตภัณฑ์ แน่นนอนว่าสินค้าที่มีจำหน่ายแพร่หลายและง่ายที่จะซื้อจะทำให้ผู้บริโภคนำไปประเมินประเภทของช่องทางที่นำเสนอก็อาจก่ออิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ (ซีวรรณ เจริญสุข 2547) หรือ ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยเศรษฐกิจต่างๆ ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการนำพาสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่มือผู้บริโภค ซึ่งการตัดสินใจเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม มีความสำคัญต่อกำไรของหน่วยธุรกิจ รวมทั้งมีผลกระทบต่อ การกำหนดส่วนผสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น การตั้งราคา การโฆษณา เกรดสินค้า (ภูตินันท์ อติพิทยางกูร 2555) หรือ การกระจายสินค้าเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายตัวสินค้า จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม การขนส่งและการเก็บรักษาตัวสินค้า ภายในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและระบบช่องทางการจัดจำหน่ายของธุรกิจนั้น (ชานนท์ รุ่งเรือง 2555)

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่เน้นทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขาย และการตลาดโดยตรง ซึ่งสามารถเรียกว่า 4P ซึ่งนำไปสู่การได้ครอบครองส่วนแบ่งทางการตลาดที่เพิ่มขึ้นตามเป้าหมายของกิจการนั่นเอง ระดับที่สองคือการตลาดที่มุ่งเน้นทางด้านของการสร้างประสบการณ์ที่ดีน่าประทับใจให้กับลูกค้า ก็จะนำไปสู่การสร้างภาพลักษณ์ทางด้านอารมณ์ที่แนบแน่น ต่อผู้บริโภคแบบสนิทแนบแน่น โดยผลลัพธ์ที่คาดหวังจากกิจการในการดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดระดับที่สองนี้ คือกิจการจะสามารถมีส่วนแบ่งการตลาดในจิตใจของลูกค้าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับ

คู่แข่งขัน (ณัฐ อรินทไพบุลย์ 2554) หรือ เป็นกิจกรรมติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายเพื่อเป็นการให้ความรู้ ชักจูง หรือเป็นการเตือน ความเป็นของตลาดเป้าหมายที่มีต่อตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย (ชานนท์ รุ่งเรือง 2555) หรือเป็นเครื่องมือการสื่อสารเพื่อสร้างความพึงพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการความคิด ต่อบุคคลโดยใช้เพื่อจูงใจ ให้เกิดความ ต้องการเพื่อเตือนความทรงจำ ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึก ความเชื่อ และ พฤติกรรมการซื้อ (ชีวรรณ เจริญสุข 2547)

เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธัญพร วณิชกฤธา (2550) ได้วิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้ในชุมชนกรณีศึกษาด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวชโดยชุมชนมีส่วนร่วมจังหวัดสมุทรสงคราม” จากการวิจัยพบว่ารูปแบบการจัดการความรู้ในชุมชนมีส่วนประกอบที่สำคัญคือความรู้คนและกระบวนการความรู้คือความรู้ที่เกี่ยวกับการจัดการโดยมีคนเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้เกิดกระบวนการหรือกิจกรรมต่างๆและมีกระบวนการจึงเป็นวิธีเชื่อมประสานคนความรู้และกระบวนการเข้าไว้ด้วยกันซึ่งรูปแบบการจัดการความรู้มีความสอดคล้องกับแบบจำลองปลาหู (TUNA Model) อย่างยิ่งและกระบวนการจัดการความรู้ในชุมชนที่ได้สามารถสังเคราะห์เป็นแบบจำลองที่เป็นลักษณะเป็นเกลียวของความรู้ที่เชื่อมต่อกันเมื่อมีการนำไปใช้และการพัฒนาให้เกิดองค์ความรู้ใหม่จะมีการเพิ่มพูนความรู้ยิ่งขึ้นทั้งหมดนี้เกิดขึ้นภายในกระบวนการแลกเปลี่ยนความรู้ผ่านการพูดคุย

นิตารัตน์ จุลวงศ์ (2553) ได้วิจัยเรื่อง “การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์อำเภอพุทธมณฑลจังหวัดนครปฐม” ผลการศึกษาวิจัยพบว่าวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวเชิงเกษตรล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์มีกระบวนการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน 4 กระบวนการได้แก่การวางแผนการจัดสายงานการดำเนินงานและการควบคุมการดำเนินงานโดยมีองค์ประกอบที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน ๕ ประการได้แก่ทุนทางบุคคลทุนทางสังคมทุนทางทรัพยากรธรรมชาติทุนทางวัฒนธรรมและทุนภายนอกจากการศึกษาสรุปได้ว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแห่งนี้มาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนการมีผู้นำที่เข้มแข็งเสียสละและมีวิสัยทัศน์ความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมกันของคนในชุมชนและการแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมเพื่อนำไปสู่การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของชุมชนต่อไป

อารยา วรรณประเสริฐ (2542) ได้วิจัยเรื่อง “ภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ” พบว่าภาพลักษณ์ในประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจัดเป็นภาพลักษณ์เชิงบวกและมีความแตกต่างกันทางสถิติในสายตานักท่องเที่ยวที่มีอายุและทวีปที่เป็นถิ่นที่

อยู่อาศัยต่างกันโดยประชาชนเป็นมิตรและมีน้ำใจไมตรีดีมากเป็นภาพลักษณ์ทางบวกในระดับสูงที่สุด นอกจากนี้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่เต็มไปด้วยมลพิษเป็นภาพลักษณ์ที่เป็นกลางค่อนข้างลบมากที่สุดการเปิดรับข่าวสารจากสื่อมวลชนสื่อบุคคลและสื่อเฉพาะกิจมีความสัมพันธ์กับการรับรู้ข่าวสารเนื่องจากการรับรู้ข่าวสารเป็นตัวแปรเดียวที่สามารถอธิบายความแปรปรวนของค่าเฉลี่ยภาพลักษณ์ประเทศไทยสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้

นภาพร เจริญเวทย์วุฒิ (2546) ได้วิจัยเรื่อง“การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย” เพื่อศึกษาสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทยและปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคตโดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยใน 5 อันดับแรกได้แก่ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักรสหรัฐอเมริกามาเลเซียและจีนพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทยคือผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงสำหรับประเทศญี่ปุ่นสหราชอาณาจักรและจีนเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีโอกาสทางการตลาดค่อนข้างสูงจึงควรมีกิจกรรมในการรักษานักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดนี้

สรุปได้ว่าการที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพได้นั้นจะต้องได้รับความร่วมมือทางราชการเข้ามาช่วยสนับสนุนฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนและที่สำคัญประชาชนก็ต้องให้ความร่วมมือร่วมใจกันมีความห่วงใยในทรัพยากรที่มีอยู่เพื่อพัฒนาทำให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นไปในทางที่ดี

ข้อมูลพื้นฐาน บ้านบ่อสร้างอำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่

หมู่บ้านหัตถกรรมบ้านบ่อสร้าง ตั้งอยู่หมู่ที่ 3 ห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ประมาณ 9 กิโลเมตร เป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับประเทศ เป็นหมู่บ้านที่มีทั้งการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ รม พัด ที่มีชื่อเสียงมายาวนานในทุกปีจะมีการจัดงานเทศกาลซึ่งตรงกับวันศุกร์ สัปดาห์ที่ 3 ของเดือนมกราคม ซึ่งได้มีการจัดงานมาแล้วจนถึงเดือนมกราคม 2557 นับเป็นจำนวนทั้งสิ้น 31 ครั้ง มีทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศมาร่วมงานเป็นจำนวนมากทุกปี

ผลิตภัณฑ์มวลรวมรายได้เศรษฐกิจโดยรวมของประชาชนคือ ศูนย์กลางแห่งหัตถกรรมไทยภาคเหนือเป็นแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมืองที่มีชื่อเสียง ได้แก่ เครื่องเงิน เครื่องเงิน ไม้แกะสลัก เครื่องจักสาน เครื่องปั้นดินเผา ผ้าไหม ผ้าทอพื้นเมือง ของที่ระลึกประเภทต่างๆ และที่เป็นจุดเด่นใน

ศิลปหัตถกรรมของเชียงใหม่คือ “ รมและมัดบ่อสร้าง ” และมีประชากรอีกส่วนหนึ่งประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม

รมบ่อสร้าง

เป็นสินค้าพื้นเมืองที่ได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ สาเหตุที่เรียกว่ารมบ่อสร้างเพราะรมนี้ผลิตกันที่บ้านบ่อสร้าง สมัยก่อนชาวบ้านจะทำร่มกันใต้ถุนบ้าน แล้วนำออกมาวางเรียงรายเต็มกลางลานบ้านเพื่อผึ่งแดดให้แห้ง สีสนและลวดลายบนร่มนั้นสะดุดตาผู้พบเห็น มีทั้งหมด 3 ชนิดด้วยกัน คือ ร่มที่ทำด้วยผ้าแพร ผ้าฝ้าย และกระดาษสา แต่ละชนิดมีวิธีทำอย่างเดียวกัน ปัจจุบัน

จุดเริ่มต้นของงานรมบ่อสร้าง

ในอดีตหมู่บ้านบ่อสร้าง อ.สันกำแพง เป็นหมู่บ้านเล็กๆ ท่ามกลางธรรมชาติแบบชนบท ประชาชนส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรม ทำไร่ทำนาทำสวน ยามว่างเว้นจากการทำการเกษตรมักจะผลิตร่มออกจำหน่าย ซึ่งเป็นร่มกระดาษสา ต่อมาเติมแต่งลวดลายกลายเป็นร่มที่สวยงาม น่าซื้อไว้ใช้และเป็นของฝากของที่ระลึก

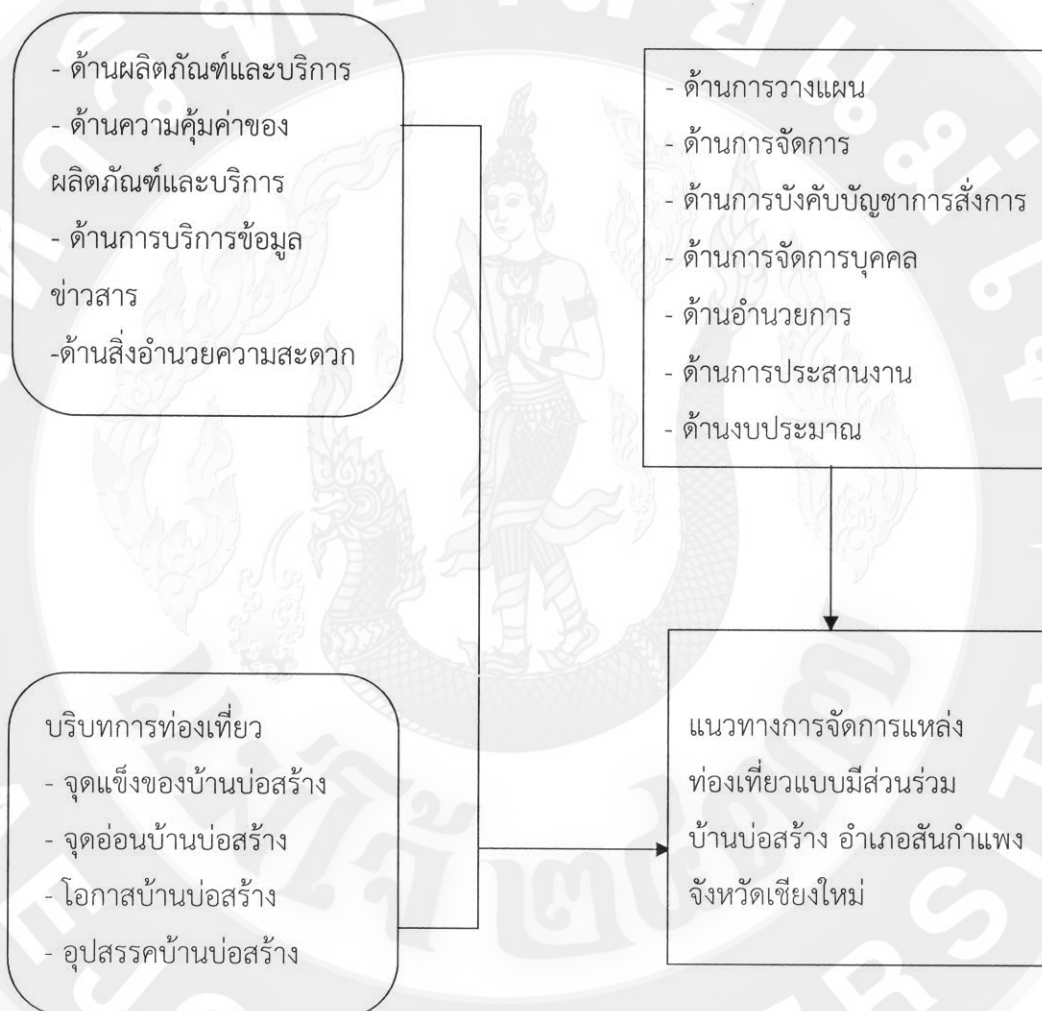
มูลเหตุที่ทำให้เกิดมีงานเทศกาลรมบ่อสร้างขึ้นมานั้น เนื่องจากชาวบ้านบ่อสร้างส่วนใหญ่มีฐานะยากจน กำลังจะละทิ้งอาชีพการทำร่มแล้วหันไปประกอบอาชีพอื่นที่ให้ผลกำไรมากกว่า ได้แก่ การแกะสลักไม้ เครื่องเรือนชนิดต่างๆ จนเป็นที่น่าวิตกว่า ในอนาคตอันใกล้แหล่งผลิตงานศิลปหัตถกรรมพื้นเมือง อันเป็นสัญลักษณ์ของชาวเชียงใหม่จะต้องสูญสลายไป ในที่สุดหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ ททท. อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เพิ่งเล็งเห็นความสำคัญในการสูญเสียอันมีค่านี้ได้เข้ามา มีบทบาทส่งเสริมงานอนุรักษ์และฟื้นฟูการทำร่มของชาวบ่อสร้าง เมื่อปี พ.ศ. 2520 โดยแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้ลุล่วงไปด้วยดี ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ มาตรฐานการผลิต เงินทุน และการตลาด ฯลฯ เมื่อชาวบ้านบ่อสร้างได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานดังกล่าว จึงมีกำลังใจที่จะหันกลับมาทำร่มผลิตกันที่พื้นบ้านอันมีค่าของตนดังเดิม การจัดงานเทศกาลรมบ่อสร้างจึงเกิดขึ้นตามแผนงานรณรงค์การประชาสัมพันธ์ เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูการทำร่มบ่อสร้างอีกขึ้นหนึ่ง ซึ่งในขั้นนี้เป็นขั้นสำคัญ อันจะสอดคล้องกับแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ โครงการจัดตั้งศูนย์วัฒนธรรมและหัตถกรรมพื้นบ้านประจำภาคเหนือที่จังหวัดเชียงใหม่ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ชั้นที่ 2

ชั้นที่ 1 สภาพการณ์การท่องเที่ยว

ทิศทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม อำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่” กำหนดให้มีการศึกษา 2 ด้าน คือ การศึกษาเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่มีโครงสร้างแน่นอนประกอบการสัมภาษณ์ และการศึกษาเชิงคุณภาพโดยวิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีรายละเอียดดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่ดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านบ่อสร้าง อำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ระยะเวลาการเก็บข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ใช้เวลาในการเก็บข้อมูลเก็บตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2559 ถึง 31 มีนาคม 2559

กระบวนการวิจัย

การรวบรวมเอกสาร

การรวบรวมเอกสารเพื่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการ ต่างๆวิทยานิพนธ์, งานวิจัย, หนังสือวารสาร, เอกสารทางราชการและเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ของบ้านบ่อสร้าง อำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาประกอบในการศึกษาบริบทสถานะภูมิสังคม สถานะเศรษฐกิจ ให้สมบูรณ์และชัดเจนยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการศึกษา

ประชากรสำหรับการศึกษาเชิงประมาณวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ ที่เข้ามาอยู่อาศัยมากกว่า 1 ปี ผู้ประกอบการร้านค้าที่เปิดกิจการภายในหมู่บ้านบ่อสร้างมานานกว่า 10 ปี และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในบ้านบ่อสร้าง

จากข้อมูลเทศบาลเมืองต้นเปาแล้วพบว่า จำนวนประชากรใน ในตำบลต้นเปามีจำนวนหมู่บ้านอยู่ 10 หมู่บ้านมีจำนวนหลังคาเรือน : 4,977 หลังคาเรือน มีจำนวนประชากร : 14,379 คน ผู้วิจัยเลยแบ่งอัตราส่วนให้ในแต่ละหมู่บ้านมีจำนวนเท่าๆกัน คือ 1,438 คน จำนวน 1,438 คนนั้นประกอบไปด้วยทั้งประชาชนชาวบ้าน และผู้ประกอบการ

จำนวนนักท่องเที่ยวตลอดช่วงที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ประมาณการ ไว้เป็นจำนวน 4,000 คน

จึงสรุปประชากรรวมทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ มีทั้งหมด 5, 438 คน

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1976) โดยกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จะใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ตามสูตรคำนวณดังต่อไปนี้

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

n	=	จำนวนขนาดตัวอย่าง
e	=	ความผิดพลาดที่ยอมรับได้(กำหนดให้เท่ากับ 0.05)
N	=	จำนวนทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

$$\text{สูตร } n = \frac{5438}{1 + 5438 (0.5)^2}$$

$$\text{สูตร } n = 366.9$$

ผู้วิจัยปัดให้เป็นตัวเลขกลม = 370 คน

เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของหน่วยงานภาครัฐ กลุ่มผู้ที่ส่วนได้ส่วนเสีย และนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยศึกษาและเก็บข้อมูล ณ บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดและปลายปิด (Open-Ended And Close-Ended Question) ซึ่งทำการศึกษาจากประเด็นดังต่อไปนี้

1. ประเด็นที่เกี่ยวกับการส่งเสริมฟื้นฟูการท่องเที่ยวรวมไปถึงการมีส่วนร่วมในพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ของหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้อง วัดจากผลสำเร็จกิจกรรมที่หน่วยงานของรัฐสร้างขึ้นหรือการเข้ามาของนักท่องเที่ยวในช่วงจัดกิจกรรมดังกล่าวโดยแบ่งระดับคำตอบเป็น 5 ระดับตาม Likert Scale ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่

5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วย
3 คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ
2 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1 คะแนน	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นใช้เกณฑ์คะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	ไม่มีการปฏิบัติ
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีการปฏิบัติน้อยครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติบ้างเป็นบางครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	3.01 – 4.50	หมายถึง	มีการปฏิบัติค่อนข้างสม่ำเสมอ
คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

2. ประเด็นที่เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยวอาทิ กลุ่มหัตถกรรมกระดาษสา หัตถกรรมร่มบ่อสร้าง หัตถกรรมประชาชนในพื้นที่ เป็นต้น โดยแบ่งระดับคำตอบเป็น 5 ระดับตาม Likert Scale ดังนี้

ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่

5 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4 คะแนน	หมายถึง	เห็นด้วย
3 คะแนน	หมายถึง	ไม่แน่ใจ

- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นใช้เกณฑ์คะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	ไม่มีการปฏิบัติ
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีการปฏิบัติน้อยครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติบ้างเป็นบางครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	3.01 – 4.50	หมายถึง	มีการปฏิบัติค่อนข้างสม่ำเสมอ
คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

3. ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยสำหรับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมไปถึงข่าวสารสำหรับแหล่งท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านบ่อสร้าง

ระดับความคิดเห็น 5 ระดับ ได้แก่

- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วย
- 3 คะแนน หมายถึง ไม่แน่ใจ
- 2 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วย
- 1 คะแนน หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นใช้เกณฑ์คะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	1.00 – 1.50	หมายถึง	ไม่มีการปฏิบัติ
คะแนนเฉลี่ย	1.51 – 2.50	หมายถึง	มีการปฏิบัติน้อยครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	2.51 – 3.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติบ้างเป็นบางครั้ง
คะแนนเฉลี่ย	3.01 – 4.50	หมายถึง	มีการปฏิบัติค่อนข้างสม่ำเสมอ
คะแนนเฉลี่ย	4.51 – 5.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอ

4. เป็นข้อคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมสำหรับการกระตุ้นการท่องเที่ยว และวางแผนสำหรับทิศทางการท่องเที่ยวในอนาคตที่นักท่องเที่ยวต้องการให้จัดกิจกรรมการท่งนี้แบบสอบถามที่ใช้ถามเป็นลักษณะให้เติมข้อความ

ตารางที่ 3 สรุปวิธีการดำเนินการวิจัย

วัตถุประสงค์	เครื่องมือ	กลุ่มตัวอย่าง
1. เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ หัตถกรรม ใน ปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	การศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยข้อมูลจากเอกสารทางวิชาการต่าง ๆ วิทยานิพนธ์, งานวิจัย, หนังสือวารสาร, เอกสารทางราชการและเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ไปถึงการสังเกตพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในชุมชน	-
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนา และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	แบบสอบถาม	ผู้ประกอบการร้านค้าจำนวน 100 คน ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ 100 คน นักท่องเที่ยว 170 คน
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนา และการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	แบบสัมภาษณ์	กลุ่มที่ 1 กลุ่มหน่วยงานของภาครัฐ อาทิ เจ้าหน้าที่ดูแลการท่องเที่ยวภายในชุมชน ของเทศบาลเมืองตันเปา ,เจ้าหน้าที่ผู้วิเคราะห์นโยบายและแผน ของเทศบาลเมืองตันเปา กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว อาทิ ผู้แทนกลุ่มชาวบ้าน ผู้แทนกลุ่มหัตถกรรม ผู้แทนผู้ประกอบการ กลุ่ม 3 กลุ่มนักท่องเที่ยว

วิธีประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเชิงปริมาณ

ตรวจสอบการประมวลผลข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่องานวิจัยทางสังคมศาสตร์โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามหลังจากดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเสร็จเรียบร้อยแล้วจำนวน 370 ชุด (จากผู้ประกอบการ 100 ชุด ประชาชนในพื้นที่ 100 ชุด และ นักท่องเที่ยว 170 ชุด)

2. บันทึกข้อมูลที่เป็นรหัสลงในแบบบันทึกข้อมูลและเครื่องคอมพิวเตอร์ตามลำดับ

3. ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

4. วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์การตัดสินใจวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมน้อย

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมาก

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด

5. นำข้อมูลที่วิเคราะห์ได้ไปแปลผล สรุป และอภิปรายผล ตามลำดับ

การวิเคราะห์ข้อมูลเมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (ปฐมภูมิ) และข้อมูลเอกสาร (ทุติยภูมิ) แล้ว จึงนำมาสรุปประเด็นนำข้อมูลจากการสังเกตและสัมภาษณ์มาวิเคราะห์ตามแนวคิด ทฤษฎีที่ได้ศึกษา และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และนำไปสรุปผลของการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ทั้งนี้เพื่อหาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่โดยผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ในการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรมแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งมีรายละเอียดผลการศึกษาดังนี้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ เริ่มต้นด้วยการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆรวมไปถึงเข้าพื้นที่ศึกษาบริบทการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบถึงแนวความคิดของนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ทำการ นำเสนอผลของการศึกษาบริบทในพื้นที่ตามวัตถุประสงค์ของข้อที่หนึ่ง โดยจะเสนอผลการศึกษาเป็น 2 ตอน ในตอนแรกนำเสนอผลการศึกษาบริบทในรูปแบบพรรณนา อ้างอิงถึงสภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ (Site) ประกอบไปด้วย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาบริบทในรูปแบบพรรณนา

1. แผนที่แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง
2. รถประจำทางสายเชียงใหม่-สันกำแพง
3. ร้านค้า ร้านอาหารของชุมชนบ่อสร้าง
4. สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง
5. บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง
6. สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน



ภาพที่ 2 แผนที่แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในบ้านโป่งสร้าง

แผนที่แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญเช่น ตลาด ศูนย์จัดแสดงร่ม ร้านค้าต่างๆภายในบ้านโป่งสร้าง ตั้งอยู่ด้านขวามือเลยไฟแดงมุ่งหน้าเข้าทางบ้านโป่งสร้าง



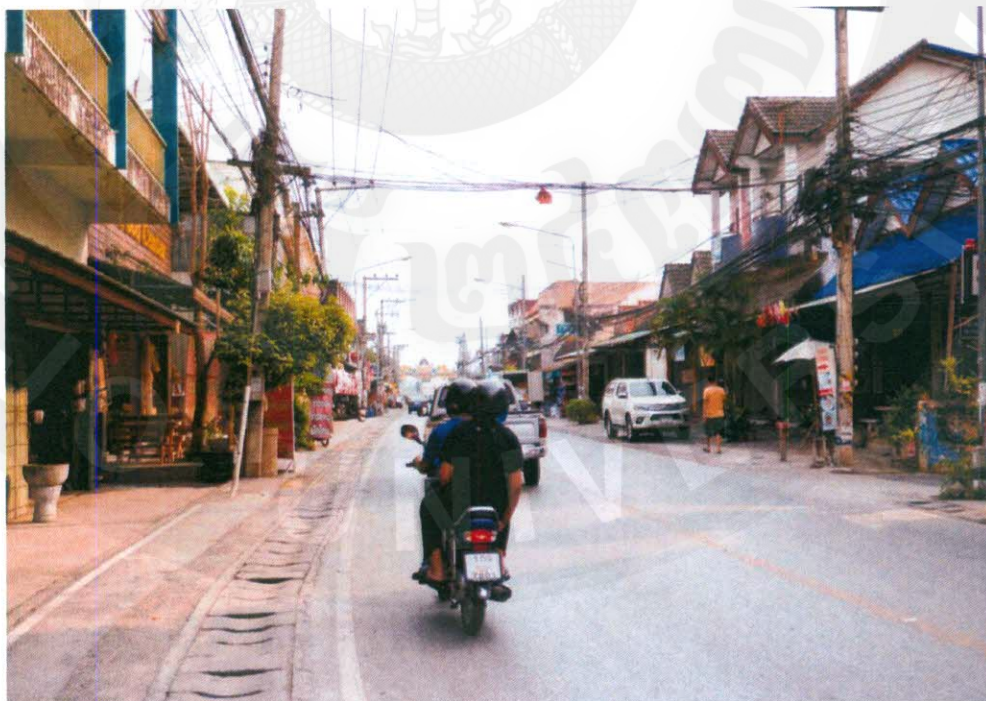
ภาพที่ 3 รถประจำทางสายเชียงใหม่ – สันกำแพง

รถประจำทางสายเชียงใหม่ - สันกำแพง สีล้อขาว ขึ้นท่ารถกาตหลวง (ตลาดวโรรส) เวลาบริการ 07.00-21.00 น. ไปบ้านโป่งสร้าง รถจะผ่านถนนสายบ้านโป่งสร้างทุกครั้งชั่วโมง

สภาพแวดล้อมทั่วไปของชุมชน



ภาพที่ 4 ทางเข้าถนนสายป่อสร้าง



ภาพที่ 5 ถนนสายป่อสร้าง



ภาพที่ 6 ร้านอาหารใกล้เคียงบ้านป๋อสร้าง



ภาพที่ 7 ร้านค้าบางแห่งปิดตัวลง

สภาพแวดล้อมทั่วไปของชุมชนยังคงมีร้านค้าประปราย นักท่องเที่ยวยังคงค่อนข้างบางตา ร้านค้าบางแห่งต้องแปลสภาพเป็นร้าน กาแฟ ร้านขนม ขายของจำ หรือปิดตัวลง

สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ 8 สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ 9 สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ 10 สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ 11 สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ 12 สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง



ภาพที่ 13 สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง

สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้างยังคงเปิดบริการแก่นักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวยังคงเข้ามาเลือกซื้อสินค้าค่อนข้างน้อย นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเป็นชาวจีนเป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือชาวตะวันตก และไทยตามลำดับ

บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง



ภาพที่ 14 บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง



ภาพที่ 15 บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง



ภาพที่ 16 บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง



ภาพที่ 17 บรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง

การท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้างเป็นไปอย่างชบเซา นักท่องเที่ยวยังคงบางตา ร้านค้าแทบไม่มีลูกค้าเข้าเลือกชมเลือกซื้อสินค้า

สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน



ภาพที่ 18 สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน



ภาพที่ 19 สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน



ภาพที่ 20 สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน



ภาพที่ 21 สินค้าที่จำหน่ายในชุมชน

สินค้าในบ้านบ่อสร้าง มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นเสื้อมัดย้อม ระฆังลม เสื้อยืด งานแกะสลัก ร่มกระดาษสา เป็นต้น

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือการวิจัย โดยใช้แนวคิด SWOT มาเป็นหลักในการออกแบบสัมภาษณ์ เพื่อให้ทราบถึงบริบท ณ ปัจจุบันของบ้านบ่อสร้าง

โดยกลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนสังกัดเทศบาลเมืองต้นเปา นักท่องเที่ยว ประชาชนผู้อยู่อาศัย และผู้ประกอบการร้านค้า จากแบบสัมภาษณ์สรุปได้ว่า

1. จุดแข็ง นางสาวเขมิกา พันธุ์โล เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนเทศบาลเมืองต้นเปา ได้ให้ข้อมูลว่า บ้านบ่อสร้าง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป โดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศประกอบทั้งชาวบ้านภายในบ้านบ่อสร้างมีความเป็นมิตรมีมนุษยสัมพันธ์และบ้านเรือนยังสะท้อนถึงอัตลักษณ์ในตัวเอง

ในด้านความเป็นอยู่ของประชาชนในหมู่บ้าน ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองในการประกอบอาชีพ ประกอบกับมีการจัดงานที่เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจชุมชน จึงเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนให้ดียิ่งขึ้น

2. จุดอ่อน ผู้ประกอบการร้านค้าและชาวบ้านผู้อยู่อาศัยให้ความเห็นตรงกันว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่และ พ่อค้าแม่ค้าบางรายยังไม่ทราบถึงข้อมูล ประวัติความเป็นมาของบ้านบ่อสร้างทำให้ไม่สามารถอธิบายถึงข้อมูลดังกล่าวได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ อีกทั้งประชาชนผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ พ่อค้าแม่ค้าบางราย ไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติได้ ทำให้เป็นจุดอ่อนในการนำเสนอข้อมูลของบ้านบ่อสร้าง

3. โอกาส นางสาวเขมิกา พันธุ์โล เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบายและแผนเทศบาลเมืองต้นเปา ได้ให้ข้อมูลว่าถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะซบเซาไปบ้าง แต่ทางหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นก็ได้รับงบประมาณเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวทุกปี เพื่อให้เศรษฐกิจภายในชุมชนกับมาคึกคัก

4. อุปสรรค นักท่องเที่ยวให้ข้อมูลว่าในช่วงที่ผ่านมาสภาพการทางเมืองของประเทศไทยที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขาดความเชื่อมั่นที่มีต่อประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวลดลงไปเป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบกับสถานะเศรษฐกิจภายในประเทศไทยค่อนข้างย่ำแย่จึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทย ไม่นิยมท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมา

ตอนที่ 2 แสดงถึงความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยว ประชาชนผู้อยู่อาศัย และผู้ประกอบการร้านค้าที่มีต่อบ้านบ่อสร้าง

ประชากรสำหรับการศึกษาเชิงประมาณวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประชาชนในพื้นที่ ที่เข้ามาอยู่อาศัยมากกว่า 1ปี ผู้ประกอบการร้านค้าที่เปิดกิจการภายในหมู่บ้านบ่อสร้างมานานกว่า 10 ปี และนักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง

จากข้อมูลเทศบาลเมืองต้นเปาแล้วพบว่า จำนวนประชากรใน ในตำบลต้นเปามีจำนวนหมู่บ้านอยู่ 10 หมู่บ้านมีจำนวนหลังคาเรือน : 4,977 หลังคาเรือน มีจำนวนประชากร : 14,379 คน ผู้วิจัยเลยแบ่งอันตรายส่วนให้ในแต่ละหมู่บ้านมีจำนวนเท่าๆกัน คือ 1,438 คน จำนวน 1,438 คนนั้นประกอบไปด้วยทั้งประชาชนชาวบ้าน และผู้ประกอบการ

จำนวนนักท่องเที่ยวตลอดช่วงที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ประมาณการ ไว้เป็นจำนวน 4,000 คน

จึงสรุปประชากรรวมทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และประชาชนในพื้นที่ มีทั้งหมด 5,438 คน

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1976) โดยกลุ่มตัวอย่างครั้งนี้จะใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ตามสูตรคำนวณดังต่อไปนี้

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

n = จำนวนขนาดตัวอย่าง

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (กำหนดให้เท่ากับ 0.05)

N = จำนวนทั้งหมดของประชากรที่ใช้ในการศึกษา

$$\text{สูตร } n = \frac{5438}{1 + 5438 (0.5)^2}$$

$$\text{สูตร } n = 366.9$$

ผู้วิจัยปัดให้เป็นตัวเลขกลม = 370 คน

โดยกลุ่มประตัวอย่าง 370 คนได้แบ่งออกเป็นบุคคล 3 กลุ่มคือ

1. นักท่องเที่ยว 170 คน
2. ประชาชนผู้อาศัยในบ้านบ่อสร้าง 100 คน
3. ผู้ประกอบการร้านค้า 100 คน

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบ้านบ่อสร้าง ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบไปด้วยแบบสอบถาม โดยการออกแบบสอบถาม ได้ใช้แนวคิดและทฤษฎี การตลาดแบบ 4P ประกอบไปด้วยผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริม

การตลาด (Promotion) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในบ้านบ่อสร้าง จำนวน 170 คน ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงบริบทการท่องเที่ยวในมุมมองของนักท่องเที่ยวซึ่งจะนำไปสู่สู่ทางแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมที่ ซึ่งผลการวิเคราะห์เป็นไปตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	63	37.1
หญิง	107	69.9
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	31	18.2
31-40 ปี	73	42.9
41-50 ปี	43	25.3
51-60 ปี	11	6.5
มากกว่า 60 ปี	12	7.1
อาชีพ		
เกษตรกร	19	11.1
รับจ้าง	65	40.9
ค้าขาย/ทำธุรกิจ	56	32.7
ข้าราชการ	7	4.1
นักเรียนนักศึกษา	13	7.6
แม่บ้าน	3	1.8
ว่างงาน	2	1.2

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
การศึกษา		
ประถมศึกษา	23	13.5
มัธยมศึกษาตอนต้น	41	24.1
มัธยมศึกษาตอนปลาย	31	18.
อนุปริญญา/เทียบเท่า	41	24.1
ปริญญาตรี	33	19.4
สูงกว่าปริญญาตรี	1	0.6
รายได้/เดือน		
น้อยกว่า 5000บาท	15	8.8
5,001-10,000 บาท	43	25.3
10,001-15,000 บาท	83	48.8
15,001-20,000 บาท	19	11.2
มากกว่า 20,000 บาท	10	5.9

จากตาราง พบว่า

เพศสภาพของนักท่องเที่ยวยุโรปบ้านบ่อสร้าง เป็นเพศหญิง จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 62.9 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31-40 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 42.9 รองลงมาคือ ช่วง 41-50 ปี จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3 รองลงมาคือช่วง น้อยกว่า30 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รองลงมาคือ อายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และรองลงมาคือช่วง 51-60 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ นักท่องเที่ยวจะประกอบอาชีพ รับจ้างทั่วไปมากที่สุดจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 38.2 รองลงมาคือ ประกอบธุรกิจ/ค้าขาย จำนวน 56 คิดเป็นร้อยละ 32.9 รองลงมาคือเกษตรกร จำนวน 19 คิดเป็นร้อยละ 11.2 ตามลำดับ และรองลงมาคือนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 7.6 รองลงมาคือ รับราชการ จำนวน 7 คิดเป็นร้อยละ 4.1 รองลงมาคือ แม่บ้าน จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 1.8 และรองลงมาคือ ว่างงาน จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 1.2

ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและ
อนุปริญญา/เทียบเท่า จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 24.1 เท่ากัน รองลงมาคือ ปริญญาตรี จำนวน
33 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2
รองลงมาคือ ประถมศึกษา จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 และรองลงมา คือ สูงกว่าปริญญาตรี
จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ของกลุ่มนักท่องเที่ยว มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน
83 คน คิดเป็นร้อยละ 48.8 รองลงมา 5,001-10,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 25.3
รองลงมา 15,001-20,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 11.2 8 รองลงมาน้อยกว่า 5,000-
บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ
5.9 ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพศสภาพของนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง และมีอายุอยู่
ในช่วง 31-40 ปี ประกอบรับจ้างทั่วไป อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษา
ตอนต้นและ อนุปริญญา/เทียบเท่า มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จากรายได้ของ
นักท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวมีรายได้ในระดับกลางๆ มีกำลังซื้อสินค้าพอสมควร

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ และ
บริการ ของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม					
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	
1. วิถีชีวิตของชาวบ้าน บ้านบ่อสร้างสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้	4.00	0.87	มาก	4	
2. บ้านบ่อสร้างยังคงความเป็นอยู่ของวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม	2.62	0.90	ปานกลาง	5	
3. ชาวบ่อสร้างมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ	4.55	0.75	มากที่สุด	1	

ตารางที่ 5 (ต่อ)

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
4. หัตถกรรมของบ้านบ่อสร้างสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้	4.41	0.84	มาก	2
5. ผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านบ่อสร้างมีความทันสมัยเป็นที่ต้องการของ นักท่องเที่ยว	2.34	0.97	น้อย	6
6. ผลิตภัณฑ์และบริการของชาวบ้านบ่อสร้างเป็นปัจจัยสำคัญที่ชัก จูงให้นักท่องเที่ยวเลือกมาเที่ยวบ้านบ่อสร้าง	4.11	0.90	มาก	3
รวม	3.67	0.87	มาก	

จากตารางที่ 5 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อกา
ท่องเที่ยวด้านผลิตภัณฑ์และบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.55, S.D=0.75$) เมื่อพิจารณาราย
ข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ชาวบ่อสร้างมี
ความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ($\bar{X}=4.44, S.D=0.84$) รองลงมา อันดับ 2
คือ หัตถกรรมของบ้านบ่อสร้างสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ($\bar{X}=4.11, S.D=0.90$) รองลงมา อันดับ
3 คือ ผลิตภัณฑ์และบริการของชาวบ้านบ่อสร้างเป็นปัจจัยสำคัญที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวเลือกมาเที่ยวบ้าน
บ่อสร้าง ($\bar{X}=4.00, S.D=0.87$) รองลงมา อันดับ 4 คือ วิถีชีวิตของชาวบ้าน บ้านบ่อสร้างสามารถ
ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ($\bar{X}=2.62, S.D=0.90$) รองลงมา อันดับ 5 บ้านบ่อสร้างยังคงความเป็นอยู่ของวิถี
ชีวิตแบบดั้งเดิม ($\bar{X}=2.23, S.D=0.97$) รองลงมาอันดับ 6 ผลิตภัณฑ์ของชาวบ้านบ่อสร้างมีความทันสมัย
เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวยังคงชื่นชอบในด้านความเป็นมิตรที่ชาวบ้านบ่อสร้างมีให้กับ
นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และหัตถกรรมของบ้านบ่อสร้างยังคงสามารถดึงดูด
นักท่องเที่ยวได้แต่สิ่งนี้นักท่องเที่ยวสัมผัสได้ คือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้านบ่อสร้างกำลังค่อยๆ
ปรับเปลี่ยนไป ไม่สามารถคงความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมได้

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของนักท่องเที่ยวต่อ ความคุ้มค่าของ
สินค้าและบริการของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับสินค้าและบริการ ที่ท่านได้รับ	4.10	0.96	มาก	3
2. ราคาสินค้าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยว บ้านบ่อสร้าง	4.00	0.80	มาก	4
3. ราคาของสินค้าหัตถกรรมมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับสินค้า ชนิดเดียวกันหากซื้อต่างถิ่น	4.12	0.90	มาก	2
4. งานหัตถกรรมที่มาจากฝีมือของชาวบ้านบ่อสร้างมี ประณีต และ วัสดุที่นำมาทำมีความคงทนแข็งแรง	4.32	0.99	มาก	1
รวม	4.13	0.91	มาก	

จากตารางที่ 6 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อกา
ท่องเที่ยวความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.99) เมื่อ
พิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ
งานหัตถกรรมที่มาจากฝีมือของชาวบ้านบ่อสร้างมี ประณีต และวัสดุที่นำมาทำมีความคงทนแข็งแรง($\bar{X}$
=4.12, S.D.=0.90) รองลงมา อันดับ 2 ราคาของสินค้าหัตถกรรมมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าชนิด
เดียวกันหากซื้อต่างถิ่น ($\bar{X}$ =,4.10, S.D.=0.96) รองลงมา อันดับ 3 คือ ราคาสินค้าและบริการมีความ
เหมาะสมกับสินค้าและบริการที่ท่านได้รับ ($\bar{X}$ =4.00, S.D.=0.80) รองลงมา อันดับ 4 ราคาสินค้าเป็น
หนึ่งในปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง ($\bar{X}$ =4.00, S.D.=0.80) อันดับ 4 ราคาของ
สินค้าหัตถกรรมมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันหากซื้อต่างถิ่น

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวยังคงชื่นชอบ งานหัตถกรรมที่มาจากฝีมือของชาวบ้านบ่อสร้างเพราะมี
ประณีต และวัสดุที่นำมาทำมีความคงทนแข็งแรง สินค้ามีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนาน ราคา
สินค้าสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับสินค้ามีความคุ้มค่า ไม่มีราคาสูงมากเกินไป ซึ่งราคาสินค้า
เป็นหนึ่งในปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อ ด้านการ
บริการข้อมูลข่าวสาร สื่อโฆษณาของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารในการจัดนิทรรศการ ประเพณี ได้หลายช่องทาง	3.51	0.94	มาก	3
2. การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นหนึ่งปัจจัยที่นักท่องเที่ยว เลือกมาท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง	3.98	0.89	มาก	2
3. ควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้ในด้านการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม	4.40	0.89	มาก	1
รวม	4.05	0.90	มาก	

จากตารางที่ 7 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อกา
ท่องเที่ยวด้านการบริการข้อมูลข่าวสารโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.89) เมื่อพิจารณา
รายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ
นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารในการจัดนิทรรศการ ประเพณี ได้หลายช่องทาง ($\bar{X}$
=3.98, S.D.=0.89) รองลงมา อันดับ 2 ควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิง
วัฒนธรรม และหัตถกรรม ($\bar{X}=3.51$, S.D.=0.94) รองลงมาอันดับ 3 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็น
หนึ่งปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง

จะเห็นได้ว่าเป็น นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารในการจัดนิทรรศการ ประเพณี ได้หลาย
ช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นแผ่นป้ายที่ติดทั่วเมืองเชียงใหม่ ตามสื่ออินเทอร์เน็ต ตามวิทยุกระจายเสียง ฯลฯ
และในการท่องเที่ยวภายในพื้นที่นักท่องเที่ยวยังขาดความรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ
หัตถกรรม ดังนั้นควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ด้านการเดินทางมายังบ้านบ่อสร้างมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	4.73	0.71	มาก	1
2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย	3.17	1.41	ปานกลาง	5
3. มีที่พักผ่อน ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อนักท่องเที่ยว	4.18	0.93	มาก	4
4. มีห้องน้ำเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว	4.18	0.91	มาก	4
5. ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / คุณภาพอาหาร	4.38	0.85	มาก	2
6. สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	4.22	0.94	มาก	3
รวม	4.14	0.95	มาก	

จากตารางที่ 8 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อกาท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.73, S.D=0.71$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ด้านการเดินทางมายังบ้านบ่อสร้างมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน ($\bar{X}=4.73, S.D=0.71$) รองลงมา อันดับ 2 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / อาหารมีคุณภาพ ($\bar{X}=4.38, S.D=0.85$) อันดับ 3 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี ($\bar{X}=4.22, S.D=0.94$) อันดับ 4 มีห้องน้ำเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.18, S.D=0.91$) รองลงมาอันดับ 4 มีที่พักผ่อน ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวกต่อนักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.18, S.D=0.91$) รองลงมาอันดับ 4 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย

จะเห็นได้ว่าการเดินทางมายังบ้านบ่อสร้างมีความสะดวกสบายมีความปลอดภัย มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน ง่ายต่อการมาท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง นักท่องเที่ยวไปมาสะดวกไม่ห่างจะตัวเมืองมากนัก ภายในหมู่บ้านมีร้านค้าจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ มีราคาที่เหมาะสมไม่มีราคาสูงมากเกินไป สาธารณูปโภคพื้นฐานมีให้อุปโภคบริโภคเพียงพอแก่นักท่องเที่ยวทุกคน แต่สิ่งนักท่องเที่ยวยังขาดหรือมีไม่เพียงพอแก่นักท่องเที่ยวคือสถานที่จอดรถ

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและการจัดการ

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม

บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยใช้แบบสอบถาม ตามหลักแนวคิด poccc และ POSDCoRB โดยกลุ่มตัวอย่างแบบสัมภาษณ์ ประกอบไปด้วย ประชาชนผู้อยู่อาศัย และผู้ประกอบการร้านค้า ซึ่งในแบบสอบถามจะมีเนื้อหาที่คล้ายคลึงกัน แต่แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม ชุดละ 100 คน โดยจะทำการเก็บจากกลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า และ กลุ่มชาวบ้าน เพื่อให้เห็นมิติมุมมองความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ทั้งนี้เพื่อไปสู่แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมที่ ซึ่งผลการวิเคราะห์เป็นไปตามตารางดังนี้

ตารางที่ 9 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	38	38
หญิง	62	62
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	16	16
31-40 ปี	38	38

ตารางที่ 9 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
41-50 ปี	29	29
51-60 ปี	12	12
มากกว่า 60 ปี	5	5
รับจ้าง	13	13
ค้าขาย/ทำธุรกิจ	87	87
ข้าราชการ	3	3
นักเรียน/นักศึกษา	7	7
แม่บ้าน	1	1
ผู้รักษาความปลอดภัย	2	2
การศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนต้น	45	45
มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	12
อนุปริญญา/เทียบเท่า	13	13
ปริญญาตรี	12	12
รายได้/เดือน		
น้อยกว่า 5000บาท	7	7
5,000-10,000 บาท	28	28
10,001-15,000 บาท	51	51
15,001-20,000 บาท	9	9
มากกว่า 20,000 บาท	5	5

จากตารางพบว่า

เพศสภาพของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง เป็นเพศหญิง จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 62 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38 โดยกลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 31-40 ปี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 38 รองลงมาคือ ช่วง 41-50 ปี จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 รองลงมาคือช่วงน้อยกว่า30 จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ

ละ 16 รองลงมาคือช่วง 51-60 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และรองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง จะประกอบไปด้วยอาชีพ ทำธุรกิจ/ค้าขาย 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือ รับจ้าง จำนวน 33 คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือ เกษตรกร จำนวน 18 คิดเป็นร้อยละ 18 รองลงมาคือ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 7 คิดเป็นร้อยละ 7 รองลงมาคือ ข้าราชการ จำนวน 3 คิดเป็นร้อยละ 3 รองลงมาคือ ผู้รักษาความปลอดภัย จำนวน 2 คิดเป็นร้อยละ 2 และรองลงมาคือ แม่บ้าน จำนวน 1 คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ด้านการศึกษา ส่วนใหญ่ของกลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ ประถมศึกษา จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 18 รองลงมาคือ อนุปริญญา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 รองลงมาคือ มัธยมศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ซึ่งเท่ากับ คือ ปริญญาตรี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ของกลุ่มประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 51 รองลงมา 5,001-10,000 บาท จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 รองลงมา 15,001-20,000 บาท จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 รองลงมา น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และรองลงมา 20,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

จากตารางที่ 9 จะเห็นได้ว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง เพศสภาพของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง เป็นเพศหญิง และมีอายุอยู่ในช่วง 31-40 ปี อีกทั้งประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จากรายได้ของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง แสดงถึงอัตราค่าความเป็นอยู่ภายในชุมชน

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างในด้านการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทาง ของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านการวางแผน				
1. ควรมีการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อกำหนดทิศทางในการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยว	4.41	0.79	มาก	2

ตารางที่ 10 (ต่อ)

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านการวางแผน					
2.	ผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีส่วนร่วมในการวางแผน	4.36	0.78	มาก	3
3.	ควรมีการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน	4.54	0.70	มากที่สุด	1
4.	ควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในกลุ่ม (SWOT)เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผน	4.25	0.79	มาก	4
รวม		4.39	0.76	มาก	

จากตารางที่ 10 พบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อการปรับปรุงการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทางของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.39, S.D=0.76$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างใน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน ($\bar{X}=4.54, S.D=0.70$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ควรมีการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อกำหนดทิศทางในการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.54, S.D=0.70$) รองลงมา อันดับ 3 คือ ผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีส่วนร่วมในการวางแผน ($\bar{X}=4.36, S.D=0.78$) อันดับ 4 คือ ควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในกลุ่ม (SWOT) เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผน ($\bar{X}=4.25, S.D=0.79$)

จะเห็นได้ว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต้องการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน และต้องการให้มีการกำหนดแผนการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพื่อกำหนดทิศทางในการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชัดเจน

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างในด้านการจัดการของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม				
ด้านการจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างควรนำเสนอขายสินค้าที่อันมีความเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นบ้านบ่อสร้าง ให้แก่นักท่องเที่ยว	4.36	0.87	มาก	3
2. ชาวบ้านควรมีส่วนร่วมในการสร้างทักษะคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ ในการท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.42	0.79	มาก	2
3 ควรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน	4.55	0.74	มากที่สุด	1
รวม	4.44	0.74	มาก	

จากตารางที่ 11 พบว่า ระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างในด้านการจัดการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.44, S.D=0.74$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ($\bar{X}=4.55, S.D=0.74$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ชาวบ้านควรมีส่วนร่วมในการสร้างทักษะคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ ในการท่องเที่ยวภายในชุมชน ($\bar{X}=4.42, S.D=0.79$) รองลงมา อันดับ 3 คือ ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างควรนำเสนอขายสินค้าที่อันมีความเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นบ้านบ่อสร้าง ให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.47, S.D=0.70$)

จะเห็นได้ว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างมีความต้องการในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้จัดมีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และยังต้องการเป็นส่วนร่วมในการสร้างทักษะคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ กลับมาเที่ยวใหม่ภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง
 ในด้านการบังคับบัญชาสั่งการ ของสมาชิกหรือตัวแทนของ บ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการบังคับบัญชาสั่งการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรม การท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง	4.47	0.70	มาก	1
2. เทศบาลมีการประกาศกำหนดการ เพื่อจัดกิจกรรมกระตุ้น การท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	4.36	0.84	มาก	2
3. โดยภาพรวมแล้วชาวบ้าน และ ผู้ประกอบการ ร้านการ ให้ ความร่วมมือกับทางเทศบาล เมื่อเทศบาลได้จัดกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว	4.08	0.97	มากที่สุด	3
รวม	4.30	0.83	มาก	

จากตารางที่ 12 พบว่า ระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างในด้านการ
 บังคับบัญชาสั่งการ ของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.30, S.D=0.83$) เมื่อพิจารณา
 รายข้อ พบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ
 ผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง($\bar{X}$
 $=4.47, S.D=0.70$) รองลงมา อันดับ 2 คือ เทศบาลมีการประกาศกำหนดการ เพื่อจัดกิจกรรมกระตุ้น
 การท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.36, S.D=0.84$) รองลงมา อันดับ 3 ผู้ประกอบการ ร้านค้าโดย
 ภาพรวมแล้วชาวบ้าน และ ผู้ประกอบการ ร้านการ ให้ความร่วมมือกับทางเทศบาล เมื่อเทศบาลได้
 จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.08, S.D=0.97$)

จะเห็นได้ว่าผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว
 ภายในบ้านบ่อสร้าง ผู้แทน หรือตัวแทนในที่นี้หมายถึงทั้งหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน หากเกิดมี
 กิจกรรมท่องเที่ยวนั้นชาวบ้านบ้านบ่อสร้างจะให้ความร่วมมือเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็น
 อย่างดี

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการจัดการบุคคลของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการจัดการบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ควรสร้างทัศนคติเชิงบวกด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้แก่เยาวชน เพื่อที่จะได้สืบทอดภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน	4.60	0.75	มากที่สุด	3
2. ชาวบ้านควรได้รับการฝึกอบรมทักษะความรู้ ความชำนาญใน ด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น โดยให้วิทยากรมา อบรมให้ความรู้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์	4.74	0.61	มากที่สุด	1
3. ควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ ด้วยการ พัฒนาให้ชาวบ้านทุกคนเป็นผู้มีความรู้ สามารถเผยแพร่ความรู้ ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษา	4.62	0.72	มากที่สุด	2
รวม	4.65	0.69	มากที่สุด	

จากตารางที่ 13 พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการจัดการบุคคลของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.65, S.D=0.69$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างใน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ชาวบ้านควรได้รับการฝึกอบรมทักษะความรู้ ความชำนาญในด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น โดยให้วิทยากรมาอบรมให้ความรู้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ($\bar{X}=4.74, S.D=0.61$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ ด้วยการพัฒนาให้ชาวบ้านทุกคนเป็นผู้มีความรู้ สามารถเผยแพร่ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษา ($\bar{X}=4.62, S.D=0.72$) รองลงมา อันดับ 3 คือ ควรสร้างทัศนคติเชิงบวกด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่เยาวชน เพื่อที่จะได้สืบทอดภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน ($\bar{X}=4.08, S.D=0.97$)

จะเห็นว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างได้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการบุคคลในท้องถิ่นเพื่อก่อให้เกิดงานฝีมือ งานหัตถกรรม ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับที่สูงในการจัดการบุคคล

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยใน

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยใน
บ้านบ่อสร้างต่อการอำนวยความสะดวกของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ควรมีส่วนร่วมใน การอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	4.40	0.82	มาก	2
2. หน่วยงานภาครัฐควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยว ได้ทราบข่าวสารการท่องเที่ยวภายใน ชุมชนอย่างทั่วถึง	4.36	0.85	มาก	3
3. ควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	4.54	0.82	มากที่สุด	1
รวม	4.17	0.87	มาก	

จากตารางที่ 14 พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17, S.D=0.87$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างใน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ($\bar{X}=4.54, S.D=0.82$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ควรมีส่วนร่วมในการอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.40, S.D=0.82$) รองลงมา อันดับ 3 คือ หน่วยงานภาครัฐควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ได้ทราบข่าวสารการท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างทั่วถึง ($\bar{X}=4.36, S.D=0.85$)

จะเห็นได้ว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างยังขาดทักษะในภาษาต่างประเทศจึงควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ชาวบ้าน ควรมีส่วนร่วมในการอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลในหลากหลายมิติของความเป็นบ้านบ่อสร้าง

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยใน
บ้านบ่อสร้างต่อการประสานงานของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการประสานงาน	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. หน่วยงานท้องถิ่นต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์ เป็นต้น	4.27	0.89	มาก	2
2. ต้องมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น	4.35	0.86	มาก	1
รวม	4.31	0.87	มาก	

จากตารางที่ 15 พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการประสานงานของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.31, S.D=0.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ต้องมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ($\bar{X}=4.35, S.D=0.86$) รองลงมา อันดับ 2 คือ หน่วยงานท้องถิ่นต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์ เป็นต้น ($\bar{X}=4.27, S.D=0.89$)

พบว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างใน ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง มีการทำแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น เพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนของบ้านบ่อสร้าง และพัฒนาสินค้าและบริการให้ดีขึ้น

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยใน
บ้านบ่อสร้างต่อการบันทึกและสถิติของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านการบันทึกและสถิติ				
1. ควรมีการบันทึกและรายงานจำนวนสถิตินักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาปรับปรุงด้านการผลิตและการให้บริการ	4.07	0.89	มาก	3
2. ควรมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป	4.33	0.86	มาก	1
4. ควรมีการประเมินผลหลังการมีการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี	4.08	0.96	มาก	2
รวม	4.12	0.69	มาก	

จากตารางที่ 16 พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการบันทึกและสถิติของบ้านบ่อสร้างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12, S.D=0.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างใน มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป ($\bar{X}=4.33, S.D=0.86$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ควรมีการประเมินผลหลังการมีการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี ($\bar{X}=4.07, S.D=0.89$) รองลงมา อันดับ 3 คือ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ควรมีการบันทึกและรายงานจำนวนสถิตินักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาปรับปรุงด้านการผลิตและการให้บริการ ($\bar{X}=4.02, S.D=0.87$) รองลงมา อันดับ 4 คือ กลุ่มชาวบ้านผู้ประกอบการ สามารถตรวจสอบแผนการท่องเที่ยวของเทศบาลต้นเปาได้ เพื่อได้เตรียมตัวรับมือกับ ($\bar{X}=4.02, S.D=0.87$)

พบว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง ต้องการมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป เพื่อตัดงบในสิ่งที่ไม่จำเป็น หรือเพิ่มงบ ในส่วนของในสิ่งที่จำเป็น และควรมีการประเมินผลหลังการมีการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี เพื่อดูอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ในแต่ละปี

ตารางที่ 17 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจากผู้ประกอบการร้านค้า

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	33	33
หญิง	67	67
อายุ		
น้อยกว่า 30 ปี	8	8
31-40 ปี	32	32
41-50 ปี	47	47
51-60 ปี	9	9
มากกว่า 60 ปี	4	4
อาชีพ		
รับจ้าง	13	13
ค้าขาย/ทำธุรกิจ	87	87
การศึกษา		
ประถมศึกษา	14	14
มัธยมศึกษาตอนต้น	37	37
มัธยมศึกษาตอนปลาย	21	21
อนุปริญญา/เทียบเท่า	15	15
ปริญญาตรี	13	13
รายได้/เดือน		
น้อยกว่า 5000 บาท	1	1
5,000-10,000 บาท	26	26
10,001-15,000 บาท	42	42
15,001-20,000 บาท	25	25
มากกว่า 20,000 บาท	6	6

จากตารางที่ 17 พบว่า เพศสภาพของผู้ประกอบการร้านค้า เป็นเพศหญิง จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 67 ส่วนเพศชาย มีจำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 โดยกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า ส่วนใหญ่มีอายุในอยู่ช่วง 41-50 ปี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 รองลงมาคือ ช่วง 31-40 ปี จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือช่วง 51-60 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 รองลงมาคือน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และรองลงมาคือช่วงอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ ด้านอาชีพ ผู้ประกอบการร้านค้า จะประกอบไปด้วยอาชีพ ทำธุรกิจ/ค้าขาย 87 คน คิดเป็นร้อยละ 87 และรองลงมาคือ รับจ้าง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับด้านการศึกษา ส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้นและ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 รองลงมาคือ อนุปริญญาจำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 รองลงมาคือ ประถมศึกษา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 และรองลงมา คือ ปริญญาตรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

ด้านรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ของกลุ่มผู้ประกอบการร้านค้า มีรายได้ 10,001-15,000 บาท จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมา 5,001-10,000 บาท จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รองลงมา 15,001-20,000 บาท จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 รองลงมา มากกว่า 20,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 และรองลงมาน้อยกว่า 5,000-บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

จะเห็นได้ว่า ผู้ประกอบการร้านค้า เพศสภาพของผู้ประกอบการร้านค้า เป็นเพศหญิง และมีอายุอยู่ในช่วง 41-50 ปี อีกทั้งผู้ประกอบการร้านค้า ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนต้น มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จากรายได้ของผู้ประกอบการร้านค้า แสดงถึงความคึกคักของการท่องเที่ยว ณ ช่วงเวลานั้น

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของผู้ประกอบการร้านค้าในด้านการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทาง ของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านการวางแผน				
1. ควรมีการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพื่อกำหนดทิศทางในการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยว	4.50	0.77	มากที่สุด	3

ตารางที่ 18 (ต่อ)

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านการวางแผน					
2.	ผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีส่วนร่วมในการวางแผน	4.59	0.66	มากที่สุด	2
3.	ควรมีการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน	4.62	0.58	มากที่สุด	1
4.	ควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในกลุ่ม (SWOT)เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผน	4.46	0.74	มาก	4
รวม		4.54	0.68	มากที่สุด	

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อการปรับปรุงการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทางของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.54, S.D=0.68$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน ($\bar{x}=4.62, S.D=0.58$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีส่วนร่วมในการวางแผน ($\bar{x}=4.59, S.D=0.66$) รองลงมา อันดับ 3 คือ ควรมีการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพื่อกำหนดทิศทางในการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.50, S.D=0.77$) อันดับ 4 ควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในกลุ่ม (SWOT) เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผน ($\bar{x}=4.46, S.D=0.74$)

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการร้านค้าต้องการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน และยังเห็นว่าควรให้ผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีส่วนร่วมในการวางแผน

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของผู้ประกอบการร้านค้าในด้านการจัดการของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการจัดการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ผู้ประกอบการร้านค้าควรนำเสนอขายสินค้าที่อันมีความเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นบ้านบ่อสร้าง ให้แก่นักท่องเที่ยว	4.46	0.74	มาก	3
2. ชาวบ้านควรมีส่วนร่วมในการสร้างทักษะคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ ในการท่องเที่ยวภายในชุมชน	4.36	0.81	มาก	2
3. ควรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน	4.56	0.67	มากที่สุด	1
รวม	4.46	0.76	มาก	

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นในด้านการจัดการของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.46, S.D=0.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ($\bar{X}=4.56, S.D=0.76$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ชาวบ้านควรมีส่วนร่วมในการสร้างทักษะคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ ในการท่องเที่ยวภายในชุมชน ($\bar{X}=4.46, S.D=0.74$) รองลงมา อันดับ 3 คือ ผู้ประกอบการร้านค้าควรนำเสนอขายสินค้าที่อันมีความเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นบ้านบ่อสร้าง ให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.36, S.D=0.81$)

จากตารางที่ 19 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการร้านค้ามีความต้องการในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้จัดมีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และยังต้องการเป็นส่วนร่วมในการสร้างทักษะคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ กลับมาเที่ยวใหม่ภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดของผู้ประกอบการร้านค้าในด้านการ
บังคับบัญชาสั่งการ ของสมาชิกหรือตัวแทนของ บ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการบังคับบัญชาสั่งการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรม การท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง	4.62	0.69	มากที่สุด	1
2. เทศบาลมีการประกาศกำหนดการ เพื่อจัดกิจกรรมกระตุ้น การท่องเที่ยวอย่างชัดเจน	4.61	0.63	มากที่สุด	2
3. โดยภาพรวมแล้วชาวบ้าน และ ผู้ประกอบการ ร้านค้า ให้ ความร่วมมือกับทางเทศบาล เมื่อเทศบาลได้จัดกิจกรรม ทางการท่องเที่ยว	4.52	0.71	มากที่สุด	3
รวม	4.58	0.67	มากที่สุด	

จากตารางที่ 20 ผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดของผู้ประกอบการ
ร้านค้าในด้านการบังคับบัญชาสั่งการ บ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$
=4.58,S.D=0.67) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มี
ระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิด
กิจกรรมการท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง ($\bar{X}$ =4.62,S.D=0.69) รองลงมา อันดับ 2 คือ เทศบาลมี
การประกาศกำหนดการ เพื่อจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ($\bar{X}$ =4.61,S.D=0.63)
รองลงมา อันดับ 3 ผู้ประกอบการ ร้านค้าโดยภาพรวมแล้วชาวบ้าน และ ผู้ประกอบการ ร้านค้า ให้
ความร่วมมือกับทางเทศบาล เมื่อเทศบาลได้จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ($\bar{X}$ =4.52,S.D=0.71)

จะเห็นว่าผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว
ภายในบ้านบ่อสร้าง ผู้แทน หรือตัวแทนในที่นี้หมายถึงทั้งหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน หากเกิดมี
กิจกรรมท่องเที่ยวนั้นพ่อค้าหรือผู้ประกอบการจะให้ความร่วมมือเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็น
อย่างดี

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการจัดการบุคคลของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
ด้านการจัดการบุคคล					
1.	ควรสร้างทักษะคติเชิงบวกด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่เยาวชน เพื่อที่จะได้สืบทอดภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน	3.89	0.75	มาก	3
2.	ชาวบ้านควรได้รับการฝึกอบรมทักษะความรู้ ความชำนาญในด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น โดยให้วิทยากรมาอบรมให้ความรู้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์	4.45	0.61	มาก	2
3.	ควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ ด้วยการพัฒนาให้ชาวบ้านทุกคนเป็นผู้มีความรู้ สามารถเผยแพร่ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษา	4.53	0.72	มากที่สุด	1
รวม		4.29	0.69	มาก	

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการจัดการบุคคลของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.29, S.D=0.69$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ ด้วยการพัฒนาให้ชาวบ้านทุกคนเป็นผู้มีความรู้ สามารถเผยแพร่ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษา ($\bar{X}=4.53, S.D=0.72$) รองลงมา อันดับ 2 ชาวบ้านควรได้รับการฝึกอบรมทักษะความรู้ ความชำนาญในด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น โดยให้วิทยากรมาอบรมให้ความรู้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ($\bar{X}=4.45, S.D=0.61$) รองลงมา อันดับ 3 คือ ควรสร้างทักษะคติเชิงบวกด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่เยาวชน เพื่อที่จะได้สืบทอดภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน ($\bar{X}=3.89, S.D=0.75$)

จะเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าได้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการบุคคลในท้องถิ่นเพื่อก่อให้เกิดงานฝีมือ งานหัตถกรรม ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับที่สูงในด้านการจัดการบุคคล

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อต้าน
การอำนวยความสะดวกของบ้านป่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการอำนวยความสะดวก	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ควรมีส่วนร่วมใน การอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว	4.41	0.84	มาก	3
2. หน่วยงานภาครัฐควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยว ได้ทราบข่าวสารการท่องเที่ยวภายใน ชุมชนอย่างทั่วถึง	4.59	0.69	มากที่สุด	1
3. ควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ	4.47	0.77	มาก	2
รวม	4.17	0.87	มาก	

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านป่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อต้านการอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17, S.D=0.87$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านป่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ หน่วยงานภาครัฐควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข่าวสารการท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างทั่วถึง ($\bar{X}=4.59, S.D=0.69$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ($\bar{X}=4.47, S.D=0.77$) รองลงมา อันดับ 3 คือ ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐควรมีส่วนร่วมในการอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.41, S.D=0.84$)

จะเห็นว่าผู้ประกอบการร้านค้าต้องการให้หน่วยงานภาครัฐควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ได้ทราบข่าวสารการท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในชุมชน และยังเห็นว่าควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้มีแต่นักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงเท่านั้น ยังมีนักท่องเที่ยวอีกหลากหลายชาติที่เข้ามาชมวิถีชีวิตและหัตถกรรมของบ้านป่อสร้าง

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการ
ประสานงานของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม ด้านการประสานงาน	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. หน่วยงานท้องถิ่นต้องประสานความร่วมมือและสร้าง ความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและ เอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์ เป็นต้น	4.58	0.71	มาก	1
2. ต้องมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้าน ผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น	4.49	0.74	มาก	2
รวม	4.53	0.72	มากที่สุด	

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการประสานงานของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.53, S.D=0.72$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ หน่วยงานท้องถิ่นต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์ เป็นต้น ($\bar{X}=4.58, S.D=0.71$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ต้องมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ($\bar{X}=4.49, S.D=0.74$)

พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง หน่วยงานท้องถิ่นต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์ เพื่อเพิ่มประชากรของนักท่องเที่ยว เพื่อให้บ้านบ่อสร้างมีความคึกคัก และยังคงมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

ตารางที่ 24 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการ
บันทึกและสถิติของบ้านบ่อสร้าง

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม				
ด้านการบันทึกและสถิติ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. ควรมีการบันทึกและรายงานจำนวนสถิตินักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาปรับปรุงด้านการผลิตและการให้บริการ	3.80	0.95	มาก	4
2. กลุ่มชาวบ้าน ผู้ประกอบการ สามารถตรวจสอบแผนการท่องเที่ยวของเทศบาลต้นเปาได้ เพื่อได้เตรียมตัวรับมือกับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยว	3.96	0.88	มาก	3
3. ควรมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป	4.11	0.94	มาก	1
4. ควรมีการประเมินผลหลังการมีการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี	4.09	0.93	มาก	2
รวม	4.12	0.69	มาก	

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการบันทึกและสถิติของบ้านบ่อสร้างโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.12, S.D=0.69$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป ($\bar{X}=4.11, S.D=0.94$) รองลงมา อันดับ 2 คือ ควรมีการประเมินผลหลังการมีการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี ($\bar{X}=4.09, S.D=0.93$) รองลงมา อันดับ 3 คือ กลุ่มชาวบ้าน ผู้ประกอบการ สามารถตรวจสอบแผนการท่องเที่ยวของเทศบาลต้นเปาได้ เพื่อได้เตรียมตัวรับมือกับ ($\bar{X}=3.96, S.D=0.88$) รองลงมา อันดับ 4 คือ เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ควรมีการบันทึกและรายงานจำนวนสถิตินักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาปรับปรุงด้านการผลิตและการให้บริการ ($\bar{X}=3.80, S.D=0.95$)

พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง ต้องการมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป

เพื่อตัดงบนสิ่งที่ไม่จำเป็น หรือเพิ่มงบ ในส่วนของในสิ่งที่จำเป็น และควรมีการประเมินผลหลังการมี การจัด
นิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี เพื่อดูอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ในแต่ละปี



บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ 2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้สรุปบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในสองมิติคือมิติแรกคือบริบทของตัวสถานที่ท่องเที่ยว และมิติของมุมมองนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน การศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยได้ทำการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ เริ่มต้นด้วยการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารต่างๆ รวมไปถึงเข้าพื้นที่เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยว และยังใช้แบบสอบถามเพื่อทราบถึงแนวความคิดของนักท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยแบ่งผลการสรุปออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 สรุปผลการศึกษาจากบริบทของสภาพโดยทั่วไปของพื้นที่ ณ ปัจจุบัน

1. ด้านสภาพแวดล้อมทั่วไปของชุมชน

สภาพแวดล้อมในช่วงกลางวัน ร้านค้าที่ขายสินค้าด้านหัตถกรรมส่วนมาก จะเปิดให้บริการจัดจำหน่ายสินค้า ตั้งแต่เวลา 9.00-10.00 น เป็นต้นไปแต่เนื่องจากสถานการณ์ปัจจุบันนักท่องเที่ยวได้ลดน้อยลงไปจากอดีต ทำให้ผู้ประกอบการร้านค้าที่จัดจำหน่ายสินค้าด้านหัตถกรรมจำนวนไม่น้อยต้องปิดตัวลง บางร้านต้องผันตัวเองเปิดเป็นร้านกาแฟ ร้านขนม ร้านขายของชำ ร้านวดแผนไทย เป็นต้น เนื่องจากขาดรายได้จากนักท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมในช่วงเย็น ถึงช่วงกลางคืน ร้านค้าที่ขายสินค้าด้านหัตถกรรมส่วนมากเริ่มปิดตัวลงตั้งแต่เวลา 16.30-17.00 น. ช่วงเวลา หลัง 17.00น.จะมีพ่อค้า แม่ค้ามาจำหน่ายอาหารบริเวณปากทางเข้าหมู่บ้าน บ้านบ่อสร้าง บริเวณดังกล่าวก็จะยังคงอยู่ในช่วงขณะหนึ่ง แต่จากสังเกตการณ์

แล้วผู้ที่มาจับจ่ายใช้สอยบริเวณนั้นก็กลับกลายเป็นชาวบ้านหรือผู้อยู่อาศัยใกล้เคียงเท่านั้น หลังเวลา 20.00น.หมู่บ้านเริ่มเงียบสงัด ไม่สามารถพบเห็นนักท่องเที่ยวได้ตั้งแต่เวลานี้เป็นต้นไป

2. ด้านแผนที่แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง

ภายในบ้านบ่อสร้างมีสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดแสดงและจำหน่ายค้าอยู่มากมายและกระจายตัวอยู่ภายในหมู่บ้าน จึงมีการรวบรวมสถานที่ต่างๆรวมเป็นแผนผังเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบกันว่าภายในหมู่บ้านมีสถานที่ใดควรได้ไปท่องเที่ยวและรับชมสินค้าจากชุมชน

แต่ป้ายบอกสถานที่ดังกล่าวนั้นได้ถูกวางในที่สังเกตเห็นได้ยาก จึงเป็นอุปสรรคต่อนักท่องเที่ยวต้องคอยมองหาป้ายบอกสถานที่อยู่ตลอดเวลา ประกอบกับประกอบสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมีเพียงแต่ภาษาไทยเพียงอย่างเดียว นักท่องเที่ยวต่างชาติจึงไม่สามารถใช้ประโยชน์จากแผนที่แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง ดังกล่าว



ภาพที่ 22 แสดงถึงแผนที่แหล่งท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง

ที่มา: ป้ายบอกสถานที่จัดทำโดยเทศบาลเมืองต้นเปา

3. ด้านสถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้าง

สถานที่จัดแสดงร่มบ่อสร้างอยู่ใจกลางถนนบ่อสร้างโดยใช้ชื่อสถานที่จัดแสดงสินค้าและหัตถกรรมของท้องถิ่นชื่อว่า “ศูนย์หัตถกรรมบ่อสร้าง” และศูนย์จัดแสดงสินค้านี้ดังกล่าวยังคงเปิดบริการแก่นักท่องเที่ยวตามปกติ แม้ว่านักท่องเที่ยวที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้านั้นค่อนข้างน้อยก็ตาม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในสถานที่ศูนย์หัตถกรรมบ่อสร้างส่วนใหญ่มักเป็นชาวจีน รองลงมาคือชาวตะวันตก และไทยตามลำดับ

4. ด้านบรรยากาศการท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง

การท่องเที่ยวภายในชุมชนบ้านบ่อสร้างเป็นไปอย่างชบเซาเป็นอย่างมาก นักท่องเที่ยวยังคงบางตา ร้านค้าบางร้านไม่มีลูกค้าเข้าเลือกชมเลือกซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นชาวต่างชาติหรือชาวไทยก็ตาม

5. ด้านสินค้าที่จำหน่ายในชุมชน

สินค้าในบ้านบ่อสร้าง มีความหลากหลาย มีสินค้าปะปนกันไประหว่างสินค้าท้องถิ่นและสินค้าที่นำเข้ามาจากต่างถิ่น

สินค้าหัตถกรรมท้องถิ่นเช่น พัด ร่ม งานแกะสลัก เครื่องเงิน กระเป๋าสานมือ สิ่งถักจากต่างถิ่นเช่น แว่นตากันแดด เสื้อที่ปักอักษรว่า “ไปปายมา” หรือ ปักอักษรว่า “แม่ฮ่องสอน” เป็นต้น

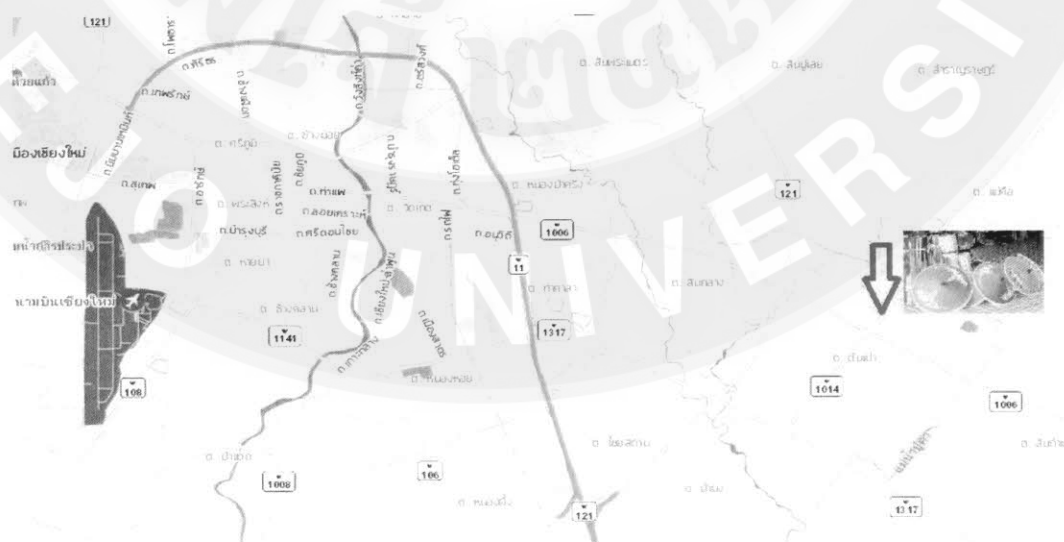
6. ด้านการเดินทางโดยรถประจำทางสายเชียงใหม่ – สันกำแพง และการเดินทางโดยรถส่วนตัว

การเดินทางโดยรถประจำทางสายเชียงใหม่ – สันกำแพง ใช้รถสีลือสีขาว ขึ้นท่ารถกาตหลวง (ตลาดวโรรส) เวลาบริการ 07.00-21.00 น. ไปบ้านบ่อสร้าง รถจะผ่านถนนสายบ้านบ่อสร้างทุกครั้ง ชั่วโมง ทั้งขาไปและขากลับ แต่ยังคงขาดความแน่นอนในด้านค่าบริการในการรับส่ง

กรณีเดินทางด้วยรถโดยสารส่วนตัวจะสามารถเดินทางได้ 2 เส้นทางหลักๆ คือ

1. ออกจากประตูท่าแพถนนเจริญเมืองเดินทางทางหลวงหมายเลข 1006 มุมหน้าไปทางสันกำแพง

2. ออกจากสี่แยกสนามบินเดินทางทางหลวงหมายเลข 1317 มุมหน้าไปทางสันกำแพง ถึงถนนหมายเลข 1014 เลี้ยวซ้ายเพื่อเข้าหมู่บ้าน บ้านบ่อสร้าง



ภาพที่ 23 แสดงถึงแผนที่มุ่งหน้าไปสู่บ้านบ่อสร้าง

ตอนที่ 2 สรุปผลการศึกษาจากมุมมองนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชน

จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้สร้างโมเดลแบบ P.P.I.C ประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) ด้านความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ (Price) ด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร (Information Service) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Conveniently) เพื่อให้ทราบถึงบริบทการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในปัจจุบัน จึงสรุปได้ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)

พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์คือ ชาวบ่อสร้างมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ความเป็นมิตรของชาวบ้านถือว่าเป็นทรัพย์สินที่ไร้ซึ่งมูลค่าเป็นสินค้าที่ทรงคุณค่าที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในอันดับต้นๆในการมาเที่ยวแต่ละครั้ง และความเป็นมิตรของชาวบ้านสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

ในด้านของเหตุการณ์ของบ้านบ่อสร้างในปัจจุบันก็ยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกันแต่ยังอยู่ในอันดับที่เป็นรองของความเป็นมิตรอยู่ของชาวบ้านอยู่เช่นกัน ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าที่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ด้านเหตุการณ์ยังเป็นรองอยู่นั้นเนื่องจากเหตุการณ์ไม่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุค ตามสมัยยังคงเป็นแบบเช่นสิบปีที่แล้วในขณะที่ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไป จึงทำให้สินค้านั้นไม่สามารถจำหน่ายได้ดีเท่าช่วง 10 ปีที่แล้ว

2. ด้านความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ (Price)

พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อค่าท่องเที่ยวความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า งานเหตุการณ์ที่มาจากฝีมือของชาวบ่อสร้างมีประณีตและวัสดุที่นำมาทำมีความคงทนแข็งแรง เนื่องจากสินค้าที่ด้านเหตุการณ์บ้านบ่อสร้างนั้นเป็นสินค้าที่ประกอบ บรรจงวาดสลวยที่สืบทอดกันมาเป็นเวลาหลายร้อยปี และที่นักท่องเที่ยวประทับใจต่อสินค้าอีกประการหนึ่งคือราคาของสินค้าเหตุการณ์มีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันหากซื้อต่างถิ่น

3. ด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร (Information Service)

ในด้านข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง หากขาดการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร หรือ การประชาสัมพันธ์ที่ดี อัตรานักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวอาจลดลงเกินครึ่งจากการสำรวจพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐบาลนั้นมีการประชาสัมพันธ์ที่มากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารในการจัดนิทรรศการ ประเพณี ได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทางสื่ออินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียง แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์งาน เป็นต้น

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Conveniently)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกหรือการส่งเสริมการขาย นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อกาท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการเดินทางมายังบ้านบ่อสร้างมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจนและร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / อาหารมีคุณภาพ แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยมีความประทับใจคือด้านสถานที่จอดรถในขณะที่บ้านบ่อสร้างมีกิจกรรมการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม ใช้หลักแนวคิด POCCCและPOSDCoRB ในแบบสอบถาม และข้อมูลจากโมเดล P.P.I.C เพื่อก่อให้เกิดแนวทางการพัฒนาและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบเอกสารแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

กลุ่มชาวบ้านผู้อยู่อาศัยในพื้นที่

1. ด้านการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทาง พบว่าชาวบ้านผู้อยู่อาศัยต้องการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน และต้องการให้มีการกำหนดแผนการท่องเที่ยวที่ชัดเจนเพื่อกำหนดทิศทางในการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ชัดเจน
2. ด้านการจัดการ พบว่าชาวบ้านว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างมีความต้องการในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้จัดมีทีมงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และยังต้องการเป็นส่วนร่วมในการสร้างทักษะคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ กลับมาเที่ยวใหม่ภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง
3. ด้านการบังคับบัญชาสั่งการ พบว่าชาวบ้านผู้อยู่อาศัยในพื้นที่ต้องการผู้นำหรือตัวแทน ที่มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง ผู้แทน หรือตัวแทนในที่นี้หมายถึงทั้งหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน หากเกิดมีกิจกรรมท่องเที่ยวนั้นชาวบ้านบ้านบ่อสร้างจะให้ความร่วมมือเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี
4. ด้านการจัดการบุคคลพบว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างได้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการบุคคลในท้องถิ่นเพื่อก่อให้เกิดงานฝีมือ งานหัตถกรรม ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว
5. ด้านการอำนวยความสะดวกพบว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างยังขาดทักษะในภาษาต่างประเทศจึงควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่อบริการความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ ชาวบ้าน ควรมีส่วนร่วมในการอำนวยความสะดวก

ความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลในหลากหลายมิติของความ เป็นบ้านบ่อสร้าง

6. ด้านการประสานงาน พบว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างใน ต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการทำแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น เพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อนของบ้านบ่อสร้าง และพัฒนาสินค้าและบริการให้ดีขึ้น

7. การบันทึกและสถิติ พบว่าประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง ต้องการมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป เพื่อตัดงบในสิ่งที่ไม่จำเป็น หรือเพิ่มงบ ในส่วนของในสิ่งที่จำเป็น และควรมีการประเมินผลหลังการจัดการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี เพื่อดูอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ในแต่ละปี

กลุ่ม ผู้ประกอบการร้านค้า

1. ด้านการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทาง พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าต้องการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน และยังเห็นว่าควรให้ผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีส่วนร่วมในการวางแผน

2. ด้านการจัดการ พบว่าผู้ประกอบการร้านค้ามีความต้องการในการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ ให้จัดมีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และยังต้องการเป็นส่วนร่วมในการสร้างทักษะคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจกลับมาเที่ยวใหม่ภายในชุมชนบ้านบ่อสร้าง

3. ด้านการบังคับบัญชาสั่งการ พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่ต้องการผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง ผู้แทน หรือตัวแทนในที่นี้หมายถึงทั้งหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน หากเกิดมีกิจกรรมท่องเที่ยวนั้นพ่อค้าหรือผู้ประกอบการ จะให้ความร่วมมือเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

4. ด้านการจัดการบุคคลกร พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าได้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการบุคคลในท้องถิ่นเพื่อก่อให้เกิดงานฝีมือ งานหัตถกรรม ที่เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว

5. ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าต้องการให้หน่วยงานภาครัฐควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ได้ทราบข่าวสารการท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างทั่วถึง เพื่อเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในชุมชน และยังเห็นว่าควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่ได้มี

แต่นักท่องเที่ยวชาวไทยเพียงเท่านั้น ยังมีนักท่องเที่ยวอีกหลากหลายชาติที่เข้ามาชมวิถีชีวิตและหัตถกรรมของบ้านบ่อสร้าง

6. ด้านการประสานงานพบว่าผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง ต้องการให้หน่วยงานท้องถิ่นมีการประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์ เพื่อเพิ่มประชากรของนักท่องเที่ยว เพื่อให้บ้านบ่อสร้างมีความคึกคัก และยังควรมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น

7. ด้านการบันทึกและสถิติ พบว่าผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง ต้องการให้มีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป เพื่อตัดงบในสิ่งที่ไม่จำเป็น หรือเพิ่มงบ ในส่วนของในสิ่งที่จำเป็น และควรมีการประเมินผลหลังการมีการจัดนิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี เพื่อดูอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว ในแต่ละปี

อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาเรื่อง แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

จากบริบทบริบทการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ในปัจจุบันของบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง สรุปตาม ทฤษฎี swot ได้ดังนี้

จุดแข็ง

ด้านหัตถกรรม: สินค้าด้านหัตถกรรมบ้านบ่อสร้างได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาเป็นเวลาช้านาน เนื่องจากหัตถกรรมบ้านบ่อสร้างมีความประณีต แข็งแรง คงทน ประกอบทั้งชาวบ้านภายในบ้านบ่อสร้าง

ด้านบุคคล: ชาวบ้าน บ้านบ่อสร้างมีความเป็นมิตรมีมนุษยสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจทุกครั้งที่ได้เข้ามาท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง

ด้านสถานที่ : บ้านเรือนภายในบ้านบ่อสร้างยังคงสะท้อนถึงอัตลักษณ์ตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน

ด้านความเป็นอยู่ของประชาชน : ประชาชนสามารถพึ่งพาตนเองในการประกอบอาชีพได้ ส่วนมากประชาชนในพื้นที่ประกอบอาชีพค้าขาย

จุดอ่อน

ด้านการรับทราบข้อมูลข่าวสาร : พ่อค้าแม่ค้าบางรายยังไม่ทราบถึงข้อมูล ประวัติความเป็นมาของบ้านบ่อสร้างทำให้ไม่สามารถอธิบายถึงข้อมูลดังกล่าวได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

ด้านการติดต่อสื่อสาร: พื้นที่ พ่อค้าแม่ค้าบางราย ไม่สามารถสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติได้ ทำให้เป็นจุดอ่อนในการนำเสนอข้อมูลของบ้านบ่อสร้าง

ด้านผลิตภัณฑ์ : ตัวแบบของผลิตภัณฑ์ มีรูปแบบที่ซ้ำซากจำเจ ไม่มีการประยุกต์ให้ร่วมสมัย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกซ้ำซากจำเจต่อสินค้าของบ้านบ่อสร้าง

โอกาส

พบว่าบ้านบ่อสร้าง ถึงแม้ว่าการท่องเที่ยวจะซบเซาไปบ้าง แต่ทางหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นก็ได้รับงบประมาณเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวทุกปี โดยออกมาในรูปแบบกิจกรรมต่างๆเพื่อให้เศรษฐกิจภายในชุมชนกับมาคึกคัก

ในตัวแบบของผลิตภัณฑ์สินค้าบ้านบ่อสร้างได้รับความยอมรับทั้งทางด้านคุณภาพ และความสวยงามอ่อนช้อย ทำให้มีหน่วยงานของรัฐ หรือไม่กี่เอกชนสั่งซื้อหรือผลิตเป็นจำนวนมากเพื่อเป็นของขวัญตอบแทนและแสดงความยินดีในสาระต่างๆ

อุปสรรค

พบว่า ในช่วงที่ผ่านมาสภาพการทางเมืองของประเทศไทยที่ทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขาดความเชื่อมั่นที่มีต่อประเทศไทยทำให้นักท่องเที่ยวลดลงไปเป็นจำนวนมาก เนื่องจากไม่มั่นใจในความปลอดภัยในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ผู้วิจัยได้สรุปโมเดลแบบ P.P.I.C เพื่อแสดงถึงบริบทการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งโมเดล P.P.I.C ประกอบไปด้วย (ผลิตภัณฑ์และบริการProduct) ด้านความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ (Price) ด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร (Information Service) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (Conveniently) เป็นเครื่องมือประกอบไปด้วยทำให้สรุปได้ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

พบว่านักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์คือ ชาวบ่อสร้างมีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ($\bar{X}=4.55$) ความเป็นมิตรของชาวบ้านถือว่าเป็นทรัพย์สินที่ไร้ซึ่งมูลค่าเป็นสินค้าที่ทรงคุณค่าที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจในอันดับต้นๆในการมาเที่ยวแต่ละครั้ง และความเป็นมิตรของชาวบ้านสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ดร. อภิชาติ อินทรวชิษฐ์ (2555:บทคัดย่อ)การท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ในด้านของผลกระทบของบ้านบ่อสร้างในปัจจุบันก็ยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน แต่ยังอยู่ในอันดับที่เป็นรองของความเป็นมิตรอยู่ของชาวบ้านอยู่เช่นกัน ทั้งนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าสาเหตุที่นักท่องเที่ยวในปัจจุบันให้ด้านผลกระทบยังเป็นรองอยู่นั้นเนื่องจากผลกระทบไม่มีการเปลี่ยนแปลงตามยุค ตามสมัยยังคงเป็นแบบเช่นสิบปีที่แล้วในขณะที่ความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไป จึงทำให้สินค้านั้นไม่สามารถจำหน่ายได้ดีเท่าช่วง 10 ปีที่แล้ว

ด้านความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ

พบว่า นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อกาท่องเที่ยวความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความเห็นว่า งานกิจกรรมที่มาจากฝีมือของชาวบ้านบ่อสร้างมีประณีตและวัสดุที่นำมาทำมีความคงทนแข็งแรง เนื่องจากสินค้าที่ด้านผลกระทบบ้านบ่อสร้างนั้นเป็นสินค้าที่ประกอบ บรรจงวาดลวดลายที่สืบทอดกันมาเป็นเวลาหลายร้อยปี และที่นักท่องเที่ยวประทับใจต่อสินค้าอีกประการหนึ่งคือราคาของสินค้าที่ผลกระทบมีราคาถูกกว่าเมื่อเทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันหากซื้อต่างถิ่น

ด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร

ในด้านข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกประการหนึ่ง หากขาดการบริการด้านข้อมูลข่าวสาร หรือ การประชาสัมพันธ์ที่ดี อัตรานักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวอาจลดลงเกินครึ่งจากการสำรวจพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐบาลที่มีการประชาสัมพันธ์ที่มากนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารในการจัดนิทรรศการ ประเพณี ได้หลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นทางสื่ออินเทอร์เน็ต วิทยุกระจายเสียง แผ่นป้ายประชาสัมพันธ์งานเป็นต้นสอดคล้องกับ ศิริพันธุ์ รักเรียนรบ (2547:บทคัดย่อ) “แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยกล่าวว่าด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการเดินทาง ด้านการบริการ เป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกหรือการส่งเสริมการขาย นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยว บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อกาท่องเที่ยวด้านสิ่งอำนวยความสะดวก โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการเดินทางมายังบ้านบ่อสร้างมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจนและร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / อาหารมีคุณภาพ แต่สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยมีความประทับใจคือด้านสถานที่จอดรถในขณะที่บ้านบ่อสร้างมี

กิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ พรพิมล ยุทธยงค์ (2554:บทคัดย่อ) “แนวทางการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว กรณีศึกษาสวนสัตว์ดุสิต กรุงเทพมหานคร”

ในส่วนของนักท่องเที่ยวพบว่าสาเหตุที่นักท่องเที่ยวมีความชอบเข้านั้นอยู่ในด้านหลายๆด้านเช่น ในตัวผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม ไม่มีความร่วมสมัยสินค้ายังเป็นสินค้าในแบบเดิมๆไม่ต่างจาก 5 หรือ 10 ปีที่แล้ว สินค้ามีความหลากหลายไม่คงถึงสินค้าประจำหมู่บ้าน เช่นร่ม หรือพัด แต่กลับมีสินค้าที่ไม่เกี่ยวข้องกับความเป็นบ่อสร้างมาจัดจำหน่ายบางร้านเช่นกระเป๋าผ้า เสื้อยืด แว่นตา เป็นต้น ด้านความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ที่ดีนักท่องเที่ยวยังให้ความเชื่อมั่นต่อสินค้าด้านหัตถกรรมของบ้านบ่อสร้างอยู่ ในส่วนของบริการข่าวสารยังคงอยู่ในระดับที่ดี หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการประชาสัมพันธ์ถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวในลำดับที่ดีด้านสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยว พบว่าอยู่ในระดับที่ดี มีสิ่งของว่าจำหน่ายไม่ขาดสาย แต่ยังพอข้อบกพร่องในด้านสถานที่จอดรถโดยเฉพาะหากภายในหมู่บ้านมีการกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวสถานที่จอดรถจะมีไม่เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและหัตถกรรม แบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

จากแบบสอบถามผู้วิจัยได้ใช้หลักแนวคิด SWOTและ POSDCoRBในแบบสอบถามซึ่งมีเนื้อหาในแบบสอบถามมีคล้ายคลึงกัน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 ชุด ชุดละ 100คน เพื่อให้เห็นมิติมุมมองความคิดเห็นที่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า และ กลุ่มชาวบ้าน ทั้งนี้เพื่อไปสู่แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมที่ ซึ่งผลการสรุปเป็นไปดังนี้

ด้านการวางแผน

ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทางของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน

ซึ่งด้านการวางแผนผู้ประกอบการค้าก็มีความเห็นเช่นเดียวกันคือโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดพบว่า ผู้ประกอบการผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นด้วยมากที่สุด อันดับ 1 คือ ควรมีการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน

ฉะนั้น ด้านการวางแผนการท่องเที่ยวควรคำนึงถึงการนำความรู้และภูมิปัญญาจากท้องถิ่นมาเกี่ยวข้องในการวางแผนการท่องเที่ยวแต่ละครั้งเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาภายใต้กรอบภูมิปัญญาท้องถิ่น

ซึ่งสอดคล้องกันกับ งานวิจัยของ เจมส์ แลนแคสเตอร์(2550:บทคัดย่อ) การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ โดยกล่าวว่าการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น จะสามารถพัฒนาท้องถิ่นให้เข้มแข็งได้หากท้องถิ่นตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาของตน

ด้านการจัดการ

ประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อการจัดการโดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่า ควรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียว กันส่วนผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นในด้านการจัดการของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ ควรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ฉะนั้นในด้านการจัดการในแต่ละส่วนไม่ว่าจะเป็นในส่วนของผู้ประกอบการร้านค้าหรือประชาชนที่อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างควรมีการพูดคุยวางแผนและมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียว มีเป้าหมายร่วมกันที่ชัดเจน

ด้านการบังคับบัญชาสั่งการ

ระดับความคิดของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างในด้านการบังคับบัญชาสั่งการ ของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากพบว่า ผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง ส่วนผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดของผู้ประกอบการร้านค้าในด้านการบังคับบัญชาสั่งการ บ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด($\bar{X}=4.58$)คือ ผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง

ฉะนั้นในด้านการบังคับบัญชาสั่งการ ควรมีอาสาสมัครหรือตัวแทนในแต่ละส่วนเพื่อเป็นแกนนำในการชักจูงประชาชนผู้อยู่อาศัยและผู้ประกอบการร้านค้าเข้ามามีส่วนร่วมในการก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาในแต่ละส่วนสืบต่อไป

ด้านการจัดการบุคคล

ระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการจัดการบุคคลของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุดพบว่าชาวบ้านควรได้รับการฝึกอบรมทักษะความรู้ ความชำนาญในด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น โดยให้วิทยากรมาอบรมให้ความรู้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ส่วนผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการจัดการ

บุคคลของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก พบว่าควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ ด้วยการพัฒนาให้ชาวบ้านทุกคนเป็นผู้มีความรู้ สามารถเผยแพร่ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษา

ฉะนั้นด้านการจัดการบุคคล หน่วยงานของภาครัฐควรส่งเสริมด้านการฝึกอบรมทักษะความรู้ ความชำนาญในด้านการผลิตและการให้บริการเพิ่มขึ้น โดยให้วิทยากรมาอบรมให้ความรู้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ หรือในวันเวลาที่สะดวกเพื่อให้ประชาชนผู้อยู่อาศัยมีทักษะ ความชำนาญเพิ่มขึ้น และนำบุคคลที่มีความรู้ความสามารถมาเป็นต้นแบบหรือวิทยากรที่มอบความรู้ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างแหล่งท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ตามวิถีภูมิปัญญาบ้านบ่อสร้าง

ด้านอำนวยการ

พบว่า ระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการอำนวยการ โดยรวมอยู่ในระดับมากพบว่า ควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการอำนวยการ โดยรวมอยู่ในระดับมากพบว่าหน่วยงานภาครัฐควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว ได้ทราบข่าวสารการท่องเที่ยว ภายในชุมชนอย่างทั่วถึง

จากการที่ผู้วิจัยสำรวจหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องมีสื่อประชาสัมพันธ์อยู่หลายช่องทางแต่สื่อประชาสัมพันธ์นั้นส่วนมากเน้นนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลัก ยังขาดสื่อประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารถึงแหล่งท่องเที่ยวเท่าที่ควร ฉะนั้นภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรคำนึงถึงการออกสื่อประชาสัมพันธ์ที่ครอบคลุมและชัดเจนแก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม

ด้านการประสานงาน

ระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการประสานงานของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยประชาชนผู้อยู่อาศัยต้องการให้ มีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น ส่วนผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นต่อการประสานงานของบ้านบ่อสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มองว่าหน่วยงานท้องถิ่นควรมีการประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์ เป็นต้น

ฉะนั้นด้านการประสานงานควรมีการประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์เพื่อก่อให้เกิดภาคีที่สามารถกระตุ้นการท่องเที่ยว

ด้านการบันทึกและสถิติ

ระดับความคิดเห็นของประชาชนผู้อยู่อาศัยในบ้านบ่อสร้างต่อการบันทึกและสถิติของบ้านบ่อสร้างโดยรวมอยู่ในระดับมากคือ ควรมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป ส่วนผู้ประกอบการร้านค้าใน บ้านบ่อสร้าง มีระดับความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าต่อการบันทึกและสถิติของบ้านบ่อสร้างโดยรวมอยู่ในระดับมากคือควรมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไปเช่นกัน

ฉะนั้นด้านการบันทึกและสถิติควรมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อดูความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป เพื่อทราบถึงจุดแข็งจุดอ่อนและเพื่อที่จะสามารถนำงบประมาณมากระตุ้นการวางแผนได้อย่างถูกต้องและแม่นยำ

ด้านงบประมาณ

ในส่วนของงบประมาณในการพัฒนาบ้านบ่อสร้างนั้นเทศบาลเมืองต้นเปาได้จัดสรรงบประมาณบางส่วนมาอุดหนุน ทำนุบำรุง และร่วมกันกับ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) เพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวในทุกปี เช่น กิจกรรมงานร่วมบ่อสร้าง งานสงกรานต์ งานโครมลอย และงานกระดาศา เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

เชิงการบริหาร

1. หน่วยงานภาครัฐควรมีการกำหนด ยุทธศาสตร์ แผน นโยบาย ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน
2. การกำหนดยุทธศาสตร์ แผน นโยบาย ด้านการท่องเที่ยว ควรให้ ผู้ประกอบการร้านค้าชาวบ้านที่อยู่อาศัยในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อเป็นมาตรการจูงใจให้เกิดการมีส่วนร่วมและความร่วมมือ
3. หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการสร้างองค์ความรู้ท้องถิ่น ภูมิปัญญาให้แก่มุขมนตรีเพิ่มเติม เนื่องจากประชาชนหรือผู้ประกอบการ ส่วนมากยังขาดความรู้ด้านวัฒนธรรมของตนเอง จึงเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบถึงความเป็นมาของบ้านบ่อสร้างอย่างแท้จริง
4. หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการบูรณาการด้านศิลปะแบบผสมผสานเข้ากับศิลปะภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและเพิ่มยอดขายให้แก่คนในชุมชน เนื่องจากหัตถกรรมบ้านบ่อสร้างไม่มีการเปลี่ยนแปลงตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันเป็นสาเหตุที่ทำให้หัตถกรรมบ้าน

บ่อสร้างได้รับความนิยมน้อยลง จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้บ้านบ่อสร้างไม่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

5. หลังจากที่หน่วยงานต่างๆเข้าไปมีส่วนร่วมในกระตุนการท่องเที่ยวภายในชุมชนแล้วควรมีการติดตามประเมินผลว่า กระตุนการท่องเที่ยวภายในชุมชนมีการปรับตัวไปในทิศทางใด ควรปรับปรุงแก้ไขอย่างไร โดยวิเคราะห์หาสาเหตุร่วมกันและนำผลที่ได้จากการประเมินมาเป็นแนวทางในแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีงานวิจัยด้านแนวทางการพัฒนางานหัตถกรรมบ้านบ่อสร้างเพื่อเป็นการยกระดับสินค้าภายในชุมชนและเพื่อให้ชุมชนกลับมาคึกคักเช่นอดีตที่ผ่านมา
2. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อแนวทางการบริหารพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม
3. ควรมีการศึกษาวิจัยประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ สองสัโย. 2550. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- กรกอร รัตนอุดมสวัสดิ์. 2545. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวสามเหลี่ยมทองคำ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโท. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เจมส์ แลนแคสเตอร์. 2556. การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. 2527. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภารการพิมพ์.
- โชคดี อมรวัฒน์. 2537. การมีส่วนร่วมของประชาชนกับความสำเร็จของโครงการอาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง: ศึกษากรณีหมู่บ้าน อพป.อำเภอพรานกระต่าย จังหวัดกำแพงเพชร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ชนิกา จิงวิสิฐธน. 2550. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาและปรับปรุงลำน้ำแม่ข้า เขตเทศบาลนครเชียงใหม่จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2546. การวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เทศบาลเมืองต้นเปา. 2558. แผนพัฒนาเทศบาลเมืองต้นเปาสสามปี (2558-2560). เชียงใหม่: เทศบาลเมืองต้นเปา อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่.
- นิสารัตน์ วรประดิษฐ์. 2551. การจัดการการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนบนพื้นที่สี่เหลี่ยมบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ราณี อีสัยกุล. 2546. ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. 2547. หลักการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0007.pdf> (30 สิงหาคม 2559).
- สิริโสภา สมศิริ. 2546. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวชาวไทย. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุธี เสริฐศรี. 2557. แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชนคลองโคน อำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสงคราม. วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศรัณญา เลิศมนไพโรจน์. 2550. การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบธุรกิจนำเข้าเที่ยว.

วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อดิน ระพีพัฒน์. 2527. การมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการพัฒนาชนบทในสภาพสังคมและวัฒนธรรมไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์ศึกษานโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล.

อัปสรศรี ม่วงคง. 2552. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการและความพึงพอใจโดยรวมของลูกค้าที่มาใช้บริการภัตตาคารลอยน้ำ เรือริเวอร์ไซด์. วารสารสุทธิปริทัศน์, 23(69), 83-9.







ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

แบบสอบถาม

แนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม บ้านบ่อสร้าง

อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของรายงานการค้นคว้าอิสระ ตามหลักสูตรปริญญา รัฐศาสตรศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายและการบริหารสาธารณะ วิทยาลัยบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านในการตอบแบบสอบถามด้วยข้อมูลที่เป็นจริงทุกประการ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยข้อมูลที่ได้จะไม่ส่งผลกระทบต่อท่านแต่อย่างใดซึ่งแบบสัมภาษณ์นี้

สอบถามจากกลุ่มประชากรตัวอย่างทั้งหมด 370 คน ประกอบไปด้วย

นักท่องเที่ยว 170 คน

ผู้ประกอบการร้านค้าจำนวน 100 คน

ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ 100 คน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ตามความเป็นจริงทุกประการ

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1.เพศสภาพ () ชาย () หญิง () อื่นๆ

2.อายุ () น้อยกว่า 30 ปี () 31-40 ปี

() 41-50 ปี () 51-60 ปี () มากกว่า 60 ปี

3.อาชีพ () เกษตรกร () รับจ้าง () ค้าขาย/ทำธุรกิจ () อาชีพอื่นๆ โปรดระบุ

.....

4.การศึกษา () ประถมศึกษา () มัธยมศึกษาตอนต้น

() มัธยมศึกษาตอนปลาย () อนุปริญญา/เทียบเท่า

() ปริญญาตรี () สูงกว่าปริญญาตรี

5.รายได้/เดือน () น้อยกว่า 5,000 บาท () 5,000 – 10,000 บาท

() 10,001-15,000 บาท () 15,001-20,000 บาท

() มากกว่า 20,000 บาท

6.ขณะนี้ท่านเป็นกลุ่มตัวอย่างประเภทใด

() นักท่องเที่ยว () ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่

() ผู้ประกอบการร้านค้า (ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากการท่องเที่ยว)

แบบสอบถามสำหรับ นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาท่องเที่ยว บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ประเด็นสำหรับการเลือกสถานที่ของ นักท่องเที่ยว บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อย มาก (1)
ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ					
1 วิธีชีวิตของชาวบ้าน บ้านบ่อสร้างสามารถ ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้					
2 บ้านบ่อสร้างยังคงความเป็นอยู่ของวิถีชีวิต แบบดั้งเดิม					
3 ชาวบ่อสร้างมีความเป็นมิตรกับ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ					
4 หัตถกรรมของบ้านบ่อสร้างสามารถดึงดูด นักท่องเที่ยวได้					
5 ผลิตภัณฑ์ของชาวบ่อสร้างมีความทันสมัย เป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว					
6 ผลิตภัณฑ์และบริการของชาวบ่อสร้างเป็น ปัจจัยสำคัญที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวเลือกมา เที่ยวบ้านบ่อสร้าง					
ด้านความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ					
7 ราคาสินค้าและบริการมีความเหมาะสมกับ สินค้าและบริการที่ท่านได้รับ					
8 ราคาสินค้าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่นักท่องเที่ยว เลือกมาท่องเที่ยวบ้านบ่อสร้าง					
9 ราคาของสินค้าหัตถกรรมมีราคาถูกกว่าเมื่อ เทียบกับสินค้าชนิดเดียวกันหากซื้อต่างถิ่น					
10 งานหัตถกรรมที่มาจากฝีมือของชาวบ่อ สร้างมี ประณีต และวัสดุที่นำมาทำมีความ					

ประเด็นสำหรับการเลือกสถานที่ของ นักท่องเที่ยว บ้านบ่อสร้าง อำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่	ระดับความพึงพอใจ				
	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย มาก (1)
คงทนแข็งแรง					
ด้านการบริการข้อมูลข่าวสาร สื่อโฆษณา					
11 นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลข่าวสารในการจัด นิทรรศการ ประเพณี ได้หลายช่องทาง					
12 การโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เป็นหนึ่ง ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยว บ้านบ่อสร้าง					
13 ควรมีมัคคุเทศก์ท้องถิ่นเพื่อให้ความรู้ใน ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ หัตถกรรม					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
14 ด้านการเดินทางมายังบ้านบ่อสร้างมีความ สะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอก ทางชัดเจน					
15 มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย					
16 มีที่พักผ่อน ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก ต่อนักท่องเที่ยว					
17 มีห้องน้ำเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยว					
18 ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมี จำนวน เพียงพอ /ราคาเหมาะสม /ความ สะอาด / คุณภาพอาหาร					
19 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า,น้ำดื่ม/น้ำ ใช้ โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การ ได้ดี					

สิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและรู้สึกประทับใจ หรือ คิดว่าเป็นจุดเด่นของบ้านบ่อสร้าง คือ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

สิ่งที่นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ประทับใจและต้องการให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมมือแก้ไขคือ

.....

.....

.....

.....

.....

แบบสอบถามสำหรับ ประชาชน และ ผู้ประกอบการร้านค้า บ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ภายในบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยมาก (1)
ด้านการวางแผนเพื่อกำหนดทิศทาง					
1. ควรมีการจัดทำแผนด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อกำหนดทิศทางในการสร้างรูปแบบการท่องเที่ยว					
2. ผู้ประกอบการ ร้านค้า ประชาชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีส่วนร่วมในการวางแผน					
3. ควรมีการนำความรู้ ภูมิปัญญา ภายในหมู่บ้าน มาเป็นตัวกำหนดแผนด้านการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน					
4. ควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกและภายในกลุ่ม (SWOT) เพื่อใช้ประกอบการจัดทำแผน					
ด้านการจัดการ					
5. ผู้ประกอบการร้านค้าควรนำเสนอขายสินค้าที่อันมีความเป็นอัตลักษณ์ของความเป็นบ้านบ่อสร้าง ให้แก่นักท่องเที่ยว					
6. ชาวบ้านควรมีส่วนร่วมในการสร้างทัศนคติเชิงบวกให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความประทับใจ ในการท่องเที่ยวภายในชุมชน					
7. ควรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ มีการทำงานเป็นทีม เพื่อให้รูปแบบการจัดการเป็นไปในทิศทางเดียวกัน					

แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ภายในบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยมาก (1)
การบังคับบัญชาสั่งการ					
8. ผู้นำหรือตัวแทน มีความสามารถชักจูงเพื่อก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในบ้านบ่อสร้าง					
9. เทศบาลมีการประกาศกำหนดการ เพื่อจัดกิจกรรมกระตุ้นการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน					
10. โดยภาพรวมแล้วชาวบ้าน และผู้ประกอบการ ร้านค้า ให้ความร่วมมือกับทางเทศบาล เมื่อเทศบาลได้จัดกิจกรรมทางการท่องเที่ยว					
การจัดการบุคคล					
11. ควรสร้างทัศนคติเชิงบวกด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่เยาวชน เพื่อที่จะได้สืบทอดภูมิปัญญาอย่างยั่งยืน					
12. ชาวบ้านควรได้รับการฝึกอบรมทักษะความรู้ ความชำนาญในด้านการผลิตและการให้บริการที่ดีเพิ่มขึ้น โดยให้วิทยากรมาอบรมให้ความรู้ในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์					
13. ควรมีการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งการเรียนรู้ ด้วยการพัฒนาให้ชาวบ้านทุกคนเป็นผู้มีความรู้ สามารถเผยแพร่ความรู้ให้กับนักท่องเที่ยวที่สนใจศึกษา					
การอำนวยความสะดวก					
14. ชาวบ้าน ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐควรมีส่วนร่วมในการอำนวยความสะดวกในด้านข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว					

แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ภายในบ้านบ่อสร้างอำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยมาก (1)
15. หน่วยงานภาครัฐควรมีสื่อประชาสัมพันธ์ในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข่าวสารการท่องเที่ยวภายในชุมชนอย่างทั่วถึง					
16. ควรมีการรวมกลุ่มผู้ที่มีทักษะภาษาต่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ					
การประสานงาน					
17. หน่วยงานท้องถิ่นต้องประสานความร่วมมือและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น กลุ่มตำรวจท่องเที่ยว กรู๊ปบริษัททัวร์ เป็นต้น					
18. ต้องมีการสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น					
การบันทึกและสถิติ					
19. ควรมีการบันทึกและรายงานจำนวนสถิตินักท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาปรับปรุงด้านการผลิตและการให้บริการ					
20. กลุ่มชาวบ้าน ผู้ประกอบการ สามารถตรวจสอบแผนการท่องเที่ยวของเทศบาลต้นเปาได้ เพื่อได้เตรียมตัวรับมือกับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาท่องเที่ยว					

แนวทางการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และหัตถกรรม ภายในบ้านบ่อสร้างอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยมาก (1)
21. ควรมีการบันทึกงบประมาณของเทศบาลในการจัดการท่องเที่ยว เพื่อความเหมาะสมและเพื่อเป็นการวางแผนสำหรับการจัดการในปีต่อไป					
22. ควรมีการประเมินผลหลังการมีกิจกรรมนิทรรศการการท่องเที่ยวในแต่ละปี					

จุดแข็งของบ้านบ่อสร้างที่นักท่องเที่ยวควรมาสัมผัสคืออะไร

จุดอ่อนที่นักท่องเที่ยวเข้ามา แล้วไม่ประทับใจคืออะไร

ข้อเสนอแนะที่อยากให้องค์กรผู้หรือผู้มีส่วนร่วมเข้ามาให้ความสำคัญและร่วมมือกันพัฒนา



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล

นายอดิเทพ ไชยวงศ์

เกิดเมื่อ

29 เมษายน 2535

ที่อยู่ปัจจุบัน

58/2 หมู่ที่ 5 ตำบลป่าบง อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2553

ปริญญาตรี วิทยาลัยบริหารศาสตร์

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

พ.ศ. 2550

มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนกาวีละวิทยาลัย

จังหวัดเชียงใหม่

อีเมล

aditep.ou@gmail.com

