

ประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน
กรณีศึกษาตลาดริมยม ชุมชนบ้านกง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย
**Effectiveness of Community-Based Cultural Tourism Management:
A Case Study of Rim Yom Market, Ban Kong Community,
Kong Krailas District, Sukhothai Province**

กฤษณะ เนียมหอม และ กัมปนาท วงษ์วัฒนพงษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Kritsana Niamhom and kampanart wongwatthanaphong

Pibulsongkram Rajabhat University, Thailand

Corresponding Author, E-mail : kritsanaa4@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานกรณีศึกษาตลาดริมยม 2) เปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม 3) แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม ดำเนินการตามระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จากการแจกแบบสอบถามกับประชาชนในเขตชุมชนบ้านกง จำนวน 329 คน ใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่า t-test และ F-test

ผลการวิจัยพบว่า 1. ประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานกรณีศึกษา ตลาดริมยม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2. การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน ไม่แตกต่างกันทุกด้าน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3. แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานพบว่า 1) การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ 2) การสร้างเสน่ห์ให้กับแหล่งท่องเที่ยว 3) การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน 4) การสร้างความร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยว 5) การรวมกลุ่มของประชาชน 6) การอนุรักษ์และพัฒนาบริบทพื้นที่ วิถีชีวิต และ 7) การสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : การบริหารจัดการ; การท่องเที่ยว; วัฒนธรรม; ชุมชนเป็นฐาน

Abstracts

The objectives of this research were to study the 1) level of the Effectiveness of community-based cultural tourism management: A case study of Rim Yom Market, 2) compare the personal factors to the Effectiveness of community-based cultural tourism management: A case study of Rim Yom Market, and 3) guidelines for promoting the community-based cultural tourism management: A case study of Rim Yom Market. This research applied the Quantitative Research with the Survey Research. The sample was 329 people in Ban Kong Community. The statistics used frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test.

Results of the Research 1. Overall, the level of the Effectiveness of community-based cultural tourism management: A case study of Rim Yom Market was at the high 2. The comparison of the personal factors to the found that the people having the different genders, ages, degrees of education, occupations, income and status had no the different opinion to the community-based cultural tourism management. Therefore, the hypothesis was denied. 3. The guidelines for promoting the community-based cultural tourism management were: 1) developing the tourism way to the other, 2) making the tourist attraction charming, 3) providing the activities for the promotion of buying the goods to the public and private organizations, 4) making the collaboration to the tourism association, 5) grouping the people, 6) conserving and developing the context of the area and life way, and 7) making the consciousness to the tourists.

Keywords : Management; Tourism; Culture; Community-based

บทนำ

วิถีการดำรงชีวิตในสังคมไทยได้แสดงออกถึงความเจริญงอกงามตามยุคตามสมัยที่มีมาอย่างยาวนาน แม้ว่าจะมีการวิวัฒนาการการตัวเองเกิดขึ้นในกลุ่มของสังคม แต่ก็ยังมีสิ่งที่ยังคงยึดถือปฏิบัติกันอยู่เรียกว่าการปฏิบัติที่สืบทอดกันมานี้ว่า "วัฒนธรรม" การเพิ่มขึ้นอย่างทวีคูณของจำนวนประชากร หรือแม้แต่การเร่งรัดการพัฒนาประเทศให้เท่าเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้วซึ่งมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ทำให้มีการดำรงชีวิตของผู้คนในสังคมนั้นเปลี่ยนแปลงไป ในปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสาร การคมนาคมได้มีการพัฒนามากขึ้นจะเห็นได้จากความสามารถในการติดต่อสื่อสารกันได้ไม่ว่าจะอยู่ไกลกันเพียงใดก็ตาม รวมทั้งสื่อต่าง ๆ ที่ปัจจุบันนี้มีการเข้าถึงตัวได้ง่ายในการที่จะได้รับข้อมูลสารต่าง ๆ และที่ขาดไม่ได้ก็คือวัฒนธรรมของต่างประเทศที่หลั่งไหลเข้ามาในประเทศ และเป็นที่ยอมรับอย่างมากในหมู่วัยรุ่นซึ่งสามารถซึมซับกับวัฒนธรรมเหล่านี้ได้ง่ายจนทำให้เห็นถึงความหลากหลายของวัฒนธรรมที่ เข้ามาและพร้อมที่จะแทนที่วัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่ดั้งเดิมตามเอกลักษณ์แบบไทยที่บรรพบุรุษยึดถือปฏิบัติสืบทอดกันมาเป็นเวลาช้านานการพัฒนาประเทศในระยะเวลาที่ผ่านมามีได้ก่อให้เกิดการขยายตัวทางการเกษตรอุตสาหกรรม คมนาคม การท่องเที่ยว การค้าและบริการ ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อม อาทิ ความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติที่เกิดจากการใช้อย่างสิ้นเปลืองและขาดการบริหารจัดการที่เป็นระบบ มีความขัดแย้งระหว่างการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่คำนึงถึงผลประโยชน์เชิงเศรษฐกิจมากกว่าสมดุลของระบบนิเวศ ตลอดจนการแพร่กระจายของภาวะมลพิษทางอากาศ มลพิษทางน้ำ ปัญหาเสียงและกลิ่นในชุมชน ปัญหาขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล ปัญหาการกำจัดของเสียอันตราย

ซึ่งมีแนวโน้มของการเกิดมลพิษในสิ่งแวดล้อมสูงขึ้น นอกจากนี้สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม โบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตของคนไทยเราก่อนได้ทำมาและผูกพันกับท้องถิ่นได้ถูกบั่นทอนลงทุกขณะ สถานการณ์เหล่านี้ได้ปรากฏขึ้นแล้วในทุกภูมิภาค (อนุชาติ พางสำลี, 2540 : 77)

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เนื่องมาจากจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้นยังทำให้ความต้องการในเดินทางมีมากขึ้นเช่นกัน ประกอบกับเศรษฐกิจของประเทศต่าง ๆ มีการพัฒนาที่ดีขึ้นหลังสงครามโลก ทำให้ประชาชนมีรายได้และเวลาว่างมากขึ้น จึงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศที่ขยายเพิ่มขึ้นตามลำดับ การพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่มีความทันสมัยทำให้เกิดความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ทั้งการเดินทาง การติดต่อสื่อสาร การให้ความปลอดภัยต่อการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้เพิ่มความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวเพราะแหล่งท่องเที่ยวใดที่ไม่มีความปลอดภัย ย่อมไม่เป็นที่นิยมหรือไม่สามารถพัฒนาให้เติบโตได้ต่อการท่องเที่ยวโลก (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550 : 64)

เนื่องจากอำเภอโกสุมพิสัย มีทำเลดี เป็นที่ราบลุ่ม ต่อมาจึงมีคนเชื้อสายจีนและลาวโง้งเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่ด้วย ชุมชนเดิมจะอาศัยอยู่บริเวณบ้านทางตลาด และตำบลป่าแฝก ส่วนบริเวณบ้านน้ำเรือ ตำบลท่าฉนวน บ้านเนินหัวและตำบลกง ส่วนใหญ่จะเป็นพวกลาวโง้ง ที่อพยพมาจากจังหวัดลพบุรี โดยทางเรือ และประมาณ 40 ปีที่ผ่านมาบางส่วนที่อพยพ มาจากจังหวัดสิงห์บุรี สุพรรณบุรี โดยทางบก นอกจากนี้ยังมีชาวจีนมาประกอบอาชีพค้าขายและต่อมาอพยพมาตั้งถิ่นฐานในอำเภอโกสุมพิสัยเป็นการถาวรอีกด้วย ทำให้คนในตลาดส่วนใหญ่เป็นพวกที่มีเชื้อสายจีนจนถึงในยุคปัจจุบัน บ้านกง แต่เดิมเป็นท่าเรือที่ใช้ขนส่งสินค้าจากกรุงเทพฯ มาขึ้นที่ท่านี้โดยมีการใช้เรือลากจูง มาครั้งละประมาณ 10 ลำ อาจจะใช้ เรือกลไฟไปลากเรือเอี่ยมจุนอีกทีหนึ่งนอกจากนี้บริเวณบ้านกงยังเป็นจุดลงเรือของชาวบ้านเพื่อเดินทางไปยังอำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลกอีกด้วย คนในอดีตจึงได้อาศัยลำนํ้ายมเป็นหลักสัญจรไปมาผู้ที่เดินทางสัญจรไปมาจะต้องเป็นผู้ที่มีความชำนาญในการเดินเรือและแข็งแรงเพราะไม่เช่นนั้นอาจเกิดอุบัติเหตุและอันตรายได้ง่ายเนื่องจากกระแสน้ำแรงและสภาพเกาะแก่งมีให้เห็นโดยทั่วไปประกอบกับมีกระแสน้ำวนด้วย สมัยก่อนจะเป็นเรือแจว ส่วนเรือรับจ้างจะมี “เรือเครื่องปัก” ที่รับจ้างทั้งขนคนและขนสินค้า อัตราค่าโดยสารในสมัยนั้น 3 บาทต่อคน หากรวมสินค้าด้วยก็เป็น 5 บาท เรือรับจ้างจะมากขึ้นที่ “ท่าเรือบ้านกง” ซึ่งในสมัยนั้นท่าเรือดังกล่าวจัดเป็นศูนย์กลางของการขนส่งและเป็นแหล่งที่ตั้งของชุมชน และที่ท่าเรือจะมีกรรมกร (จับกัง) คอยรับจ้างขนสินค้าระหว่างท่าเรือกับตลาดเป็นจำนวนมากต่อมามี “เรือทูน” (เป็นเรือรับจ้างที่มีหลังคาเป็นสังกะสีค้ำกลางลำเรือเพื่อกันแดดและกันฝนซึ่งอัตราค่าโดยสารจะถูกกว่าเรือเครื่อง แต่แล่นช้ากว่า) ดังนั้นผู้วิจัยจะศึกษางานวิจัยเรื่อง “การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษา ตลาดริมยม ชุมชนบ้านกง อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดสุโขทัย” ทั้งเพื่อศึกษาว่าการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน อยู่ในระดับใด และควรมีแนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน มีแนวทางอย่างไร

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม ชุมชนบ้านกง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม ชุมชนบ้านกง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม ชุมชนบ้านกง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย

ระเบียบวิธีวิจัย

การดำเนินการวิจัยเรื่องนี้ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ จากการแจกแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังต่อไปนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

- 1.1 ประชากร คือ ประชาชนในเขตชุมชนบ้านกงอำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย จำนวน 1,846 คน
- 1.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ประชาชนในเขตชุมชนบ้านกงอำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย จำนวน 329 คน โดยการสุ่มตัวอย่างตามสูตรของยามาเน (Yamane)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

- 2.1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน มีลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)
- 2.2 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ คือ ศึกษาเอกสาร แนวคิด หลักการ และทฤษฎี กำหนดวัตถุประสงค์ในการสร้างเครื่องมือการวิจัย ดำเนินการสร้างและปรับแบบสอบถาม นำแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาคุณภาพความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และหาความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ 0.865

3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

- 3.1 ขอนหนังสือจากคณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยต่อนายกเทศมนตรีตำบลกงไกรลาศ

3.2 นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลโดยกระจายกลุ่มตัวอย่างสุ่มเลือกจากประชาชน ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 329 ชุด ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามด้วยตนเองและนำแบบสอบถามมาตรวจสอบหาความสมบูรณ์ของข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.3 นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อการวิจัยต่อไป

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

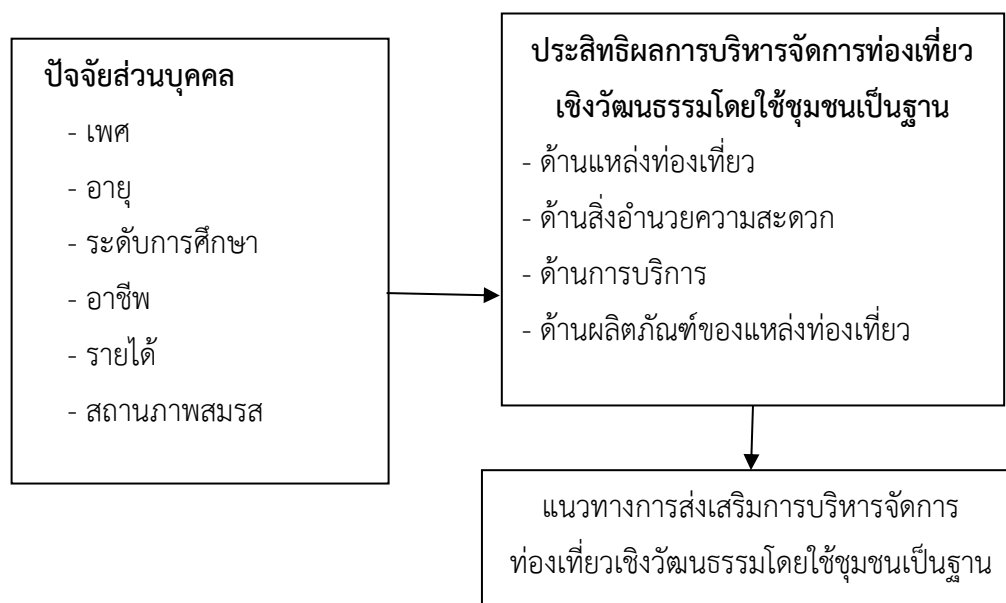
4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inference Statistics) ได้แก่ โดยใช้สถิติการทดสอบค่า t-test (Two-Independent Sample Test) และสถิติทดสอบค่า F-test (One-Way ANOVA) และจากการทดสอบรายคู่ (Least Significant Difference : LSD.)

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิด วิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา ประกอบบริบท นำเสนอเป็นความเรียงประกอบตาราง โดยการแจกแจงความถี่ของผู้ตอบคำถามปลายเปิด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยทบทวนแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน
กรณีศึกษาตลาดริมยม

ที่	การบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับความคิดเห็น		
		$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1.	ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.87	0.725	มาก
2.	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	3.86	0.664	มาก
3.	ด้านการบริการ	3.93	0.665	มาก
4.	ด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.85	0.677	มาก
ภาพรวม		3.88	0.569	มาก

(n=329)

จากตาราง 1 พบว่า ประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน
กรณีศึกษาตลาดริมยม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$, S.D. = 0.569) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน
พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบริการ รองลงมา คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก
และด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดย ใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม

ตาราง 2 ผลสรุปการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชน
เป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยมชุมชนบ้านกง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย

ตัวแปรต้น	ตัวแปรตาม	ค่า t	ค่า F	Sig	ผลการศึกษา	
					ยอมรับ	ปฏิเสธ
เพศ	การบริหารจัดการ ท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	0.692	-	0.489	-	✓

อายุ	การบริหารจัดการ					
	ท่องเที่ยว	-	1.007	0.390	-	✓
	เชิงวัฒนธรรม					
การศึกษา	การบริหารจัดการ					
	ท่องเที่ยว	-	0.950	0.435	-	✓
	เชิงวัฒนธรรม					
อาชีพ	การบริหารจัดการ					
	ท่องเที่ยว	-	1.129	0.338	-	✓
	เชิงวัฒนธรรม					
รายได้ต่อเดือน	การบริหารจัดการ					
	ท่องเที่ยว	-	0.441	0.724	-	✓
	เชิงวัฒนธรรม					
สถานภาพ	การบริหารจัดการ					
	ท่องเที่ยว	-	0.068	0.934	-	✓
	เชิงวัฒนธรรม					

จากตาราง 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานกรณีศึกษาตลาดริมนม ไม่แตกต่างกันทุกด้าน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานกรณีศึกษาตลาดริมนม

ตาราง 3 แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมนม

ที่	แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยว	ความถี่ (f)
1	การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ และนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความสะดวก เช่น การจัดทัวร์ที่มีการเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นต้น	87
2	การจัดสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกที่เป็นสินค้าชุมชนให้มีพื้นที่ในการจำหน่ายสินค้าและให้พ่อค้าแม่ค้า แต่งกายแบบย้อนยุค เพื่อเป็นการสร้างเสน่ห์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยว	65

3	การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ตามสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ	49
4	การสร้างความร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจโรงแรมที่พัก ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้มีมากขึ้น เช่น การให้ส่วนลดค่าที่พัก ส่วนลดค่าอาหาร เป็นต้น	41

จากตาราง 3 แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม จังหวัดสุโขทัย พบว่า การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความสะดวก รวมทั้งจัดสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกที่เป็นสินค้าชุมชน โดยให้พ่อค้าแม่ค้าแต่งกายแบบย้อนยุค เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ตามสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และสร้างความร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจโรงแรมที่พัก ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีมากขึ้น เช่น การให้ส่วนลด ค่าที่พัก ส่วนลดค่าอาหาร เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม ชุมชนบ้านกง อำเภอกงไกรลาศ จังหวัดสุโขทัย ผู้วิจัยนำประเด็นที่สำคัญมาอภิปรายผลดังนี้

ประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบริการ รองลงมา คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านผลิตภัณฑ์ของแหล่งท่องเที่ยว ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าประชาชนให้ความร่วมมือกัน มีความรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนา สนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (วิไลพร เสถียรอุดร, 2561 : 74) ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัย พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (4.14) ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่ของสังคม และวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (4.29) รองลงมา คือ ด้านการสร้าง ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว (4.27) และลำดับที่ 3 คือ ด้านการให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน

ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการคำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่และความสะอาดของพื้นที่ (4.14)

การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม พบว่า ประชาชนที่มี เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และสถานภาพ ที่แตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อประสิทธิผลการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน กรณีศึกษาตลาดริมยม ไม่แตกต่างกันทุกด้าน จึงปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปพน (บุษยมาลย์ และคณะ, 2562 : 57) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม : กรณีศึกษาตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม : กรณีศึกษาตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือประชาชน จำนวน 357 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการวิเคราะห์ การทดสอบแบบ One-Way ANOVA ผลการศึกษาพบว่า การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม พบว่า ปัจจัยด้านอายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษาสูงสุด มีผลการมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม ซึ่งความแตกต่าง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แนวทางการส่งเสริมการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานกรณีศึกษาตลาดริมยม พบว่า การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชื่อมต่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามความสะดวก รวมทั้งจัดสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกที่เป็นสินค้าชุมชน โดยให้พ่อค้าแม่ค้าแต่งกายแบบย้อนยุค เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับชุมชน และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายสินค้ากับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ตามสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ และสร้างความร่วมมือกับสมาคมการท่องเที่ยว ภาคธุรกิจโรงแรมที่พักในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีมากขึ้น เช่น การให้ส่วนลด ค่าที่พัก ส่วนลดค่าอาหาร เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศิวัพร พยัคฆนันท์ และคณะ, 2564 : 35) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือตำบลสวาย อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพและความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือ 2) ศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนกับความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยว

ชุมชนผ้าไหมทอมือ และ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือ พื้นที่วิจัย คือ ตำบลสวาย อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน โดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามและการประชุมกลุ่มย่อย ผลการวิจัย พบว่า ศักยภาพและความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยว ด้านการสร้างการรับรู้คุณค่าของผ้าไหมทอมือ ด้านการจัดการข้อมูลเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว และด้านบุคลากรมีสัมพันธระดับมากกับความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชน ส่วนด้านการดึงดูดทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และพบว่า ศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือ ด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวและด้านการสร้างการรับรู้คุณค่าของผ้าไหมทอมือส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือ ตำบลสวาย อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือ ตำบลสวาย อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ควรให้ความสำคัญกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นและมีทักษะในการถ่ายทอดความรู้และคุณค่าเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรจัดให้มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และจัดการบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และควรพัฒนาให้คนในชุมชนมีทักษะการใช้เทคโนโลยีเพื่อการประชาสัมพันธ์และทำการตลาดการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย และควรส่งเสริมให้ชุมชนควรมีส่วนร่วมในอนุรักษ์วิถีชีวิตช่างทอและภูมิปัญญาผ้าไหมทอมือ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานในพื้นที่ควรจัดสรรงบประมาณในการปรับปรุงภูมิทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น การจัดสวนหย่อมและปลูกต้นไม้รอบๆ บริเวณแหล่งท่องเที่ยว และจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะภายในแหล่งท่องเที่ยว ให้มีอย่างเพียงพอและเหมาะสม
2. หน่วยงานในพื้นที่ควรมีการส่งเสริมและสนับสนุนให้ประชาชนในพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้มากขึ้นและพัฒนาไปสู่การพึ่งตนเองอย่างยั่งยืน โดยการสนับสนุนให้มีการอบรมและพัฒนาศักยภาพของยุวมัคคุเทศก์ในท้องถิ่นให้มีความสามารถในการดูแลและต้อนรับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี
3. หน่วยงานในพื้นที่ควรมีการบูรณาการการทำงานในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ การภาคเอกชน และภาคประชาชนเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในรูปแบบต่างๆ ให้ประสบผลสำเร็จ

4. หน่วยงานในพื้นที่ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและหลากหลายรูปแบบ รวมถึงมีการติดตามผลการประชาสัมพันธ์เพื่อทราบถึงปัญหาและปรับปรุงแนวทางในการประชาสัมพันธ์ให้ประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในพื้นที่ต่าง ๆ
2. ควรศึกษาการบริหารแบบมีส่วนร่วมต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในพื้นที่ต่าง ๆ
3. ควรศึกษารูปแบบการมีส่วนร่วมของเครือข่ายภาคประชาชนในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยใช้ชุมชนเป็นฐานในพื้นที่ต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปพน บุญยมาลย์ และคณะ. (2562). *การมีส่วนร่วมขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรม : กรณีศึกษาตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา*. รายงานการวิจัย. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- วิไลพร เสถียรอุดร. (2561). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี*. การค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิวาพร พยัคฆนันท์ และคณะ. (2564). *การพัฒนาศักยภาพการจัดการท่องเที่ยวชุมชนผ้าไหมทอมือตำบลสวาย อำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์*. *วารสารธรรมศาสตร์*. 40 (2), 130-156.
- อนุชาติ พวงสำลี. (2540). *ประชาสัมพันธ์ : คำ ความคิดและความหมาย*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา.