

**แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก
ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี**

**Guidelines on Sustainable Tourism Development at The Lakha Community on
The Banks of Damnoensaduak Canal in Samutsakhon and Ratchaburi Provinces**

◆ นิตยา งามยิ่งยง

อาจารย์ประจำสาขาธุรกิจระหว่างประเทศ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Nittaya Ngamyinyong

Lecturer of International Business Program Management Sciences Faculty Nakhon Patthom

Rajabhat University, E-mail: jnittaya2109 @ gmail.com

◆ ละเอียด ศิลาน้อย

อาจารย์ ดร. ระดับบัณฑิตศึกษาพิเศษ วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

La-iard Silanoi

Ph.D. Graduate Special Lecturer, College of Management, University of Phayao,

E-mail: Silasirizen@yahoo.com

Abstract

The purposes of this research were 1) to study and compare Thai tourists' behaviors in the community by demographic data 2) to study and compare the marketing mixed factors (7Ps) that tourists in the community focused by the demographic data 3) to study the opinions of the community on cooperation at the tourist destination development 4) to study the opinions of government officials in the community on the sustainable tourist attractions development in the area and 5) to formulate the guidelines on Sustainable Tourism Development that cooperated by the people in the community. The researcher used the mixed method that the questionnaires were collected from 385 Thai tourists in the area at 95% level of confidence. The data analysis based on the descriptive statistics: frequency, percentage, mean and standard deviation and chi-square. The hypothesis testing was done with the Inferential Statistic: t-test, ANOVA and Scheffe method at the 0.05 level of statistical significance. The structured interview was used at 9 key informants in the community.

The result of the research was found that 1) the most visitors travel as the repeaters who received tourism information and advice from their friends. Their trip objectives were relaxing

with their family and their travel time is between 8.00 – 11.00 AM and 14.01 – 17.00 PM. The travel expense per head per trip is less than 1,000 baht and most of the tourists used their private cars. The chi-square tests showed that the tourists with different personal factors of age, education and present residence have different travel behaviors. 2) the tourists focused much on Marketing Mix factors as a whole and on factors of personel, place or distribution, process, physical environment, price and product, but only medium emphasis on promotion factor. The hypothesis tested was found that tourists who had different personal factors of age, education and occupation had emphasis on difference factors on the Marketing Mixed Factors. 3) the community emphasises on planning, meeting, and formulating the regulations for the community in tourism. 4) government agencies in the area emphasis on nature conservation and tourist destination development plan formulation including how to maintain the qualities of the environment and the tourist satisfactions and especially spread the benefits throughout the community and 5) The guidelines on the development of the tourism in the area emphasis on the marketing mixed factors that tourists demand and the participation of the people in the community and most of all the government agencies should provide some regulation to preserve the quality of the attractions and services in the community. Furthermore, the budget for public relations and advertising activities should be supported by both the local authorities in the area and government agencies and also private sectors involved.

Keywords: Tourism Development, Damnoensaduak Canal, Samutsakhon Province, Ratchaburi Province

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ 3) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของชุมชน ในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว 4) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยว และ 5) เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพประกอบกัน ในการวิจัยเชิงปริมาณจะใช้ตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 385 คน ด้วยความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนเป็น 1 ส่วนใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร และเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม โดยเลือกตัวอย่างแบบตามใจสมัครของผู้ตอบแบบสอบถามหรือที่เรียกว่าแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สถิติที่ใช้ในการทดสอบ

ได้แก่ สถิติไคสแควร์ สถิติค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One –way ANOVA or F-test) และวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 9 คนจากผู้มีบทบาทในชุมชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีความรู้ และประสบการณ์การทำงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ได้รับข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนรู้จักแนะนำ วัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางมากับครอบครัว/คู่สมรส ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวคือช่วงเช้า (8.00 – 11.00 น.) และช่วงบ่าย (14.01 – 17.00 น.) ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 บาท และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว การทดสอบไคสแควร์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา และถิ่นที่อยู่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน 2) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.50) พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านราคา และด้านสินค้าและบริการ ด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการส่งเสริมตลาด การทดสอบค่าที (t-test) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ไม่แตกต่างกัน การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One –way ANOVA) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นที่อยู่ แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน 3) ชุมชนมีความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการประชุมประชาคมเพื่อหาแนวทางการพัฒนา การปรึกษาหารือและผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สร้างภูมิตกิดา ให้คนภายในพื้นที่ขายของ ประเมินผลจากการดำเนินกิจกรรมทุกครั้ง 4) ภาครัฐมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกสาธารณะกับคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว มีการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการประชุมร่วมกันของภาครัฐและชุมชน ร่วมรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของทุกภาคส่วน ให้ตระหนักรักษาคุณภาพของคลองดำเนินสะดวก รักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยการบริการอย่างยุติธรรม และมีการจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวร่วมกัน 5) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะเน้นการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติการไปจนถึงร่วมประเมินผล และคำนึงถึงระเบียบและข้อกำหนดจากภาครัฐทั้งในด้านการวางแผน การจัดการ การอนุรักษ์และคงอัตลักษณ์รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำไว้ รวมถึงการรักษาความพอใจของนักท่องเที่ยวไว้ได้และการกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกภาคส่วนของชุมชน และได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากองค์กรบริหารในท้องถิ่น ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ Social Media ต่าง ๆ

คำสำคัญ : การพัฒนาการท่องเที่ยว คลองดำเนินสะดวก จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดราชบุรี

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น โดยก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศ จากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน ซึ่งจำนวนของนักท่องเที่ยวค่าประมาณเดือนมกราคม – ธันวาคม 2557 มีจำนวนทั้งสิ้น 24,779,768 คน และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวมีจำนวน 1,147,653.49 ล้านบาท (Department of Tourism, 2014) การท่องเที่ยวสามารถสร้างผลประโยชน์ในหลายด้าน ทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และส่งผลต่อแรงงานทั้งระบบ ช่วยกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ชนบท ตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยรายได้ของเงินตราต่างประเทศก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพทางการค้าภายในประเทศ

ปัจจุบันกระแสนิยมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมากขึ้น ทั้งนี้อาจเกิดจากความต้องการสัมผัสกับธรรมชาติและเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำ เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวตลาดน้ำ ที่มีรูปแบบการค้าขายในพื้นที่ที่มีการสัญจรทางน้ำ หรือตลาดที่ใช้พื้นที่ดำเนินกิจกรรมเป็นแหล่งน้ำธรรมชาติ ซึ่งตลาดน้ำในประเทศไทยส่วนใหญ่อยู่ในบริเวณที่มีแม่น้ำลำคลองมาบรรจบกัน เป็นวิถีชีวิตของผู้คนที่อาศัยอยู่ริมน้ำและเปรียบเสมือนสายใย ให้ผู้คนในพื้นที่ และชุมชนที่อยู่ห่างไกลได้มาแลกเปลี่ยน ผลิตผลการเกษตรตามฤดูกาล โดยใช้เรือเป็นพาหนะ (Suwankas, 2010) ตลาดน้ำเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์ วิถีชีวิต และเสน่ห์ความเป็นไทย โดยจะสามารถสื่อภาพการใช้ชีวิตในอดีต และกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (Mongkonvanich, 2013)

การท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำ บริเวณพื้นที่หลักห้า เขตติดต่ออำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี ชุมชนชาวหลักห้าได้เข้ามามีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว ในการขับเคลื่อนระบบการท่องเที่ยวของท้องถิ่น เพื่อเป็นการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้คนรุ่นหลังได้เห็นวิถีชีวิตริมน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบของการท่องเที่ยวชุมชน (Community-based Tourism) ซึ่งเป็นแนวทางที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ในการนำมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มุ่งเน้นสร้างความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม รวมไปถึงการอนุรักษ์ ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยปัจจุบันรูปแบบของการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนถูกคาดหวังให้เป็นเครื่องมือในการสร้างความเข้มแข็งให้กับท้องถิ่น ทั้งกระตุ้นการมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม การสร้างงาน การ

กระจายรายได้สู่ชุมชน ไปจนถึงการแก้ไขปัญหาความยากจน (Payakvichian, 2007) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาความ ได้เปรียบด้านทรัพยากรพื้นฐาน และความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยว บริเวณพื้นที่หลักห้า เขต ติดต่ออำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี พบว่า มีความสมบูรณ์ของ ทรัพยากรการท่องเที่ยว เส้นท่อและความโดดเด่นของบ้านเรือนริมน้ำ เป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามา ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากความสำคัญข้างต้น ผู้ศึกษาได้ตระหนักและเห็นถึงความสำคัญ จึงจำเป็นต้องศึกษา เรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัด สมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี” โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ประโยชน์จาก การศึกษา ไม่เพียงจะเกิดแก่ตัวผู้ศึกษาเองเท่านั้นยังเป็นประโยชน์ต่อการผลักดันการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน ชุมชน บริเวณพื้นที่หลักห้า ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตริมน้ำ อย่างยั่งยืนได้ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ในการท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำ คลองดำเนินสะดวก
2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญใน การท่องเที่ยว โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของชุมชนในการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี
4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลอง ดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี
5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ใน จังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี

ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและตัวอย่าง การวิจัยครั้งนี้ เป็นระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) คือ การวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณใช้ตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำหลักห้า คลองดำเนินสะดวก โดยการกำหนดขนาดของตัวอย่าง การศึกษาวิจัยครั้งนี้ โดยวิธีการประมาณค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ขึ้นมาใช้ตามคำแนะนำ ของไวเออร์ส (Weiers, 2005: 350) และกำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน (E) เป็น 1 ใน 10 ส่วนของส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (Kitpradaborisuth, 2008: 116 in Silanoi, 2015: 14-15) ซึ่งกำหนดความ เชื่อมั่นที่ 95% จะได้ตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 385 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ได้แก่ ผู้มีบทบาทในชุมชนที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ ภาครัฐที่มีประสบการณ์ในการทำงานในชุมชนรวมทั้งสิ้น 9 คน

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่บริเวณพื้นที่หลักห้า จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี

ขอบเขตด้านเวลา คือ ระยะเวลาดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2558 – เดือนกุมภาพันธ์ 2559

นิยามศัพท์

ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก หมายถึง ชุมชนหลักห้า ที่อาศัยอยู่บริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวกบริเวณพื้นที่หลักห้า เขตติดต่ออำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และอำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี

ตลาดน้ำหลักห้า หมายถึง ตลาดของชุมชนหลักห้า ที่เป็นรูปแบบการดำเนินวิถีชีวิตริมน้ำ ของคนในชุมชน โดยมีการขายสินค้าทางบก และทางน้ำ (การค้าขายทางเรือ) ที่ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่หลักห้า จังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี

การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนหลักห้า จังหวัดสมุทรสาคร และ จังหวัดราชบุรี ด้วยการเปิดโอกาสให้ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในประเมินผลในการท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความอย่างยั่งยืนได้

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว โดยเน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อให้สามารถรักษาความมั่นคงของระบบนิเวศ ตลอดจนวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชนเพื่อประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต (WTO, 1998) โดยมีหลัก 5 ประการคือ การอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว การรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และการจัดการผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวมีกระจายในทุกภาคส่วน ของชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี

ประโยชน์ที่จะได้รับการวิจัย

1. นำผลการวิจัยไปเสนอแก่ผู้นำชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) และจังหวัด ในทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. นำผลการวิจัยไปเสนอแก่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสมุทรสาคร และสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี เพื่อนำไปบรรจุในแผนการพัฒนาตลาดและแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่อไป
3. นำผลการวิจัยไปเป็นตัวอย่างการศึกษาในพื้นที่วิจัยที่มีความคล้ายคลึงต่อไป

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

การมีส่วนร่วมของชุมชน ได้แก่ การมีส่วนร่วมตามแนวคิดของโคเฮน และอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff, 1997) ได้อธิบายและวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วม ใน 4 ขั้นตอน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) ส่วนการทอ้งเกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน หมายถึง การทอ้งเกี่ยวข้องอย่างยั่งยืนตามแนวคิดขององค์กรการทอ้งเกี่ยวโลกที่มีหลัก 5 ประการคือ การอนุรักษ์ทรัพยากร การทอ้งเกี่ยว การวางแผนและจัดการในการพัฒนาการทอ้งเกี่ยว การเปลี่ยนแปลงสิ่งต่าง ๆ ได้เท่าที่จำเป็นในแหล่งทอ้งเกี่ยว การรักษาระดับความพึงพอใจของนักทอ้งเกี่ยวและสามารถทำการตลาดได้ และการจัดการผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการทอ้งเกี่ยวให้กระจายไปทั่วทุกภาคส่วนของสังคม (WTO, 1998) และแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) นั้นทฤษฎีการตลาดบริการของ Kotler (2003: 16) และ Sereerat, (1998) ระบุว่าส่วนประสมการตลาดการบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ (Product and Service) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และด้านกระบวนการ (Process)

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น Uthayan (2008) ได้กล่าวว่า พฤติกรรมนักทอ้งเกี่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักทอ้งเกี่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักทอ้งเกี่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตามก็เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องกับ Jittangwattana (2005: 142-148) ได้อธิบายความสำคัญของการศึกษาถึงพฤติกรรมนักทอ้งเกี่ยวในการตัดสินใจทอ้งเกี่ยว ก็เพื่อให้อุตสาหกรรมการทอ้งเกี่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักทอ้งเกี่ยวให้ได้รับความพอใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kangkra and Meepleum (2012) ที่ศึกษาพฤติกรรมของนักทอ้งเกี่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ทอ้งเกี่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักทอ้งเกี่ยวชาวไทยให้ความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด ในเรื่องสถานที่ทอ้งเกี่ยวของจังหวัดเพชรบุรี ด้านการประชาสัมพันธ์ของสถานที่ทอ้งเกี่ยวต่าง ๆ ยังน้อยไป แรงจูงใจที่ทำให้นักทอ้งเกี่ยวมาทอ้งเกี่ยว คือ การเดินทางมายังสถานที่ทอ้งเกี่ยว สะดวกสบายและยังมีระยะทางใกล้กับจังหวัดกรุงเทพมหานคร ด้านแหล่งข้อมูลข่าวสาร ส่วนใหญ่นักทอ้งเกี่ยวได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ด้านการเดินทางของนักทอ้งเกี่ยวส่วนใหญ่พาหนะที่นักทอ้งเกี่ยวใช้เดินทางมาทอ้งเกี่ยวคือ รถยนต์ส่วนบุคคล ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการทอ้งเกี่ยวในจังหวัดเพชรบุรี จะอยู่ที่ 850 – 1,000 บาท Saenyot (2015) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาด ตลาดเกาะกลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เพื่อการทอ้งเกี่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า 1) นักทอ้งเกี่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี การศึกษาระดับมัธยมศึกษา/อาชีวศึกษา มีสถานภาพสมรส อาชีพพนักงานลูกจ้างบริษัท รายได้ระหว่าง 10,000-19,000 บาท ชอบทอ้งเกี่ยวในวันหยุดและมีที่พักอาศัยปัจจุบันอยู่ในจังหวัดระยอง และ Mongkhonnavakun (2012) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักทอ้งเกี่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน ผล

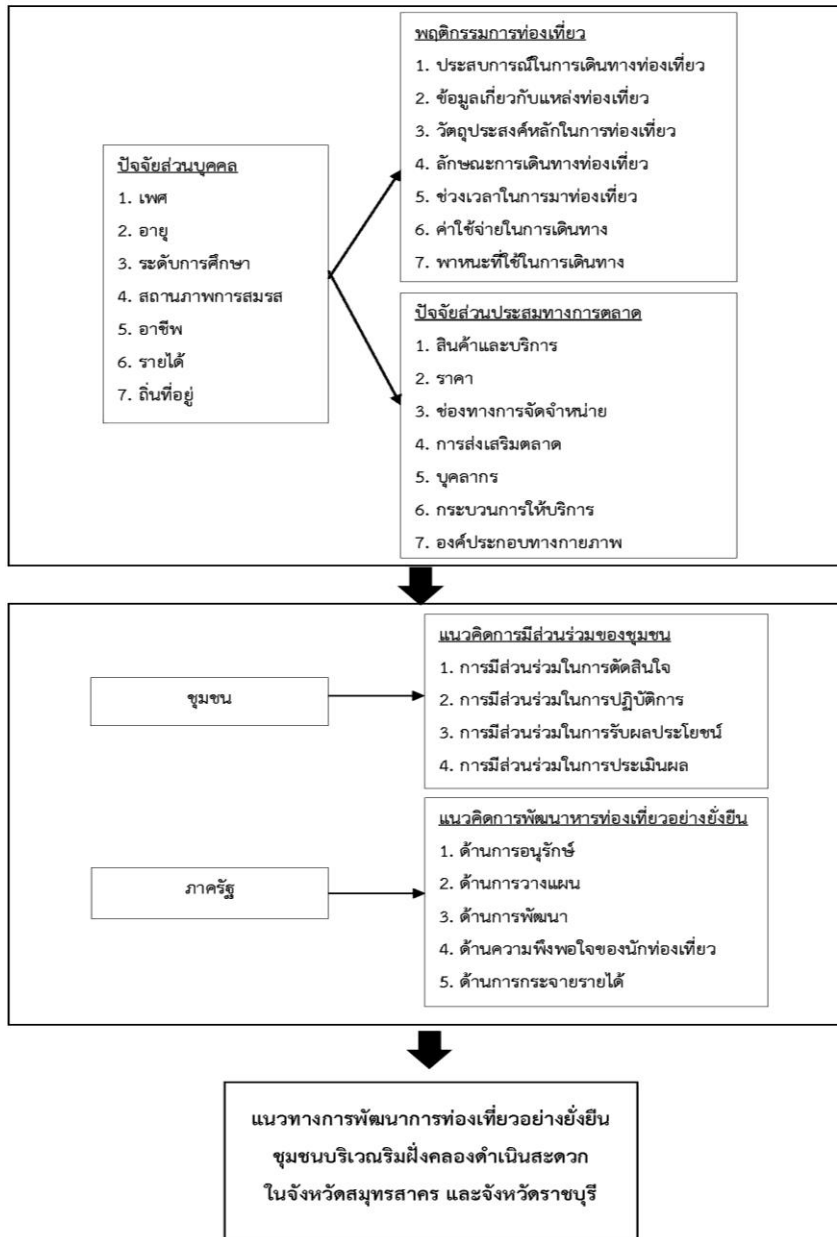
การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพ และอาชีพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อตลาดน้ำตลิ่งชันแตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงได้นำเอาลักษณะของพฤติกรรมการท่องเที่ยวนำมาออกแบบเป็นการวิจัยเชิงปริมาณในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

ส่วน Untachai (2012) ได้ศึกษาการพัฒนาจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า พัฒนากลยุทธ์ของการจัดการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ ซึ่งโครงการการลงทุนในด้านพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ มีความเป็นไปได้ทั้งด้านวัตถุประสงค์กิจกรรม และตัวชี้วัดความสำเร็จ Kumpet (2012) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะพยาม จังหวัดระนอง โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคา การจัดจำหน่าย และลักษณะทางกายภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีความต้องการตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดไม่แตกต่างกัน ผู้วิจัยได้นำส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มาออกแบบเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ เพราะเป็นแนวทางและเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเลือกใช้บริการทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้

อย่างไรก็ตามงานวิจัยของ Pathomkanyana (2014) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า ควรมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรสนับสนุนงบประมาณในจำนวนที่มากพอ ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่าย ซึ่งผู้วิจัยได้นำทฤษฎีของ (Cohen and Uphoff, 1997) มาเป็นข้อมูลพื้นฐานด้วย

นอกจากนี้งานวิจัยของ Pongsakornrungrasit (2014) ที่ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้านโคกโคไคร จังหวัดพังงา พบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว กระบวนการคิดแบบยั่งยืนในด้านมีจิตสำนึกที่ดีในการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่าการมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมและขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนของชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ World Tourism Organization (1998: 21-22) มาเป็นข้อมูลพื้นฐานหลักในการออกแบบการวิจัยเชิงคุณภาพด้วย

กรอบแนวคิด



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นระเบียบวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากรในงานวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำหลักห้า คลองดำเนินสะดวก ซึ่งกำหนดขนาดของตัวอย่างการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้การหากลุ่มตัวอย่าง กรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยวิธีการประมาณค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของประชากร ขึ้นมาใช้ตามคำแนะนำของไวเออร์ส (Weiers, 2005: 350) กำหนดให้ค่าความคลาดเคลื่อน (E) เป็น 1 ใน 10 ส่วนของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (Kitpradabornisuth, 2008: 116 in Silanoi, 2015: 14-15) และกำหนดขนาดของตัวอย่างโดยใช้ตาราง

สำเร็จรูปของ ละเอียต ศิลาโน่ย (Silanoi, 2015: 76-77) ซึ่งกำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ตัวอย่าง จำนวนนักท่องเที่ยว 385 คน และเก็บตัวอย่างโดยใช้วิธีให้ผู้ตอบสามารถตอบได้ตามใจสมัครหรือที่เรียกว่า การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) นั้นเองและวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม ด้วย โปรแกรมสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่ สถิติไคสแควร์ สถิติค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความ แปรปรวนแบบทางเดียว (One –way ANOVA or F-test) และการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็น รายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe Method) กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) โดยเลือกจากผู้มีบทบาทใน ชุมชนที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีประสบการณ์ในการทำงานในชุมชน รวม ทั้งสิ้น 9 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ทำการเก็บข้อมูล จนภาวะข้อมูลอิมตัวจึงยุติการจัดเก็บข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การจัดระเบียบข้อมูล (Data Organizing) การแสดงข้อมูล (Data Display) และสรุปผล

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเชิงปริมาณ จากแบบสอบถาม ได้ดังนี้คือ

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป สรุปได้ว่า ตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 385 คน พบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิงร้อยละ 58.70 มีอายุระหว่าง 30 ปี แต่ไม่ถึง 40 ปี ร้อยละ 35.58 สถานภาพการสมรสแล้ว ร้อยละ 48.05 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 44.16 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ร้อยละ 34.02 รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน 30,000 บาท ขึ้นไป ร้อยละ 38.70 และมีถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพฯ ร้อยละ 38.44

พฤติกรรมการมาท่องเที่ยวของตัวอย่างส่วนใหญ่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 68.05 ได้รับข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนรู้จักแนะนำ ร้อยละ 60.00 มีวัตถุประสงค์ในการ เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ร้อยละ 57.66 เดินทางมากับครอบครัว/คู่สมรส ร้อยละ 52.47 ช่วงเวลาในการ ท่องเที่ยวคือช่วงเช้า (8.00 – 11.00 น.) และช่วงบ่าย (14.01 – 17.00 น.) โดยมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 36.62 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 52.73 และใช้รถยนต์ส่วนตัวใน การเดินทางมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 89.35

ตารางที่ 1 แสดงผลการเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยว

พฤติกรรมในการท่องเที่ยว	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถานภาพการสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย	ถิ่นที่อยู่
	χ^2						
ประสบการณ์ในการเดินทาง	10.790*	41.678*	25.440*	48.029*	46.078*	4.967	36.094*
การได้รับข้อมูลข่าวสาร	38.705*	105.247*	26.516*	85.494*	95.337*	57.424*	43.398*
วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว	1.964	75.554*	84.881*	175.898*	134.306*	46.225*	100.031*
ลักษณะการเดินทาง	24.517*	113.869*	270.99*	128.153*	72.506*	145.064*	127.779*
ช่วงเวลาในการมาท่องเที่ยว	16.547*	105.557*	31.737*	92.061*	96.026*	61.436*	41.437*
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	5.240	76.760*	30.925*	41.787*	82.313*	143.873*	102.338*
ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง	5.206	52.883*	22.009	57.937*	40.683	46.447*	46.810*

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 ผลการทดสอบไคสแควร์ ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยว ไม่แตกต่างกันในบางด้าน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา และถิ่นที่อยู่ แตกต่างกัน มีพฤติกรรมในการท่องเที่ยว แตกต่างกันในทุกด้าน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยภาพรวม พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.76$, S.D. = 0.50) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านบุคลากร ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.57) รองลงมาได้แก่ ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 0.67) และด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 1.19) ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$, S.D. = 0.67) ด้านราคา ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$, S.D. = 0.71) ด้านสินค้าและบริการ ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D. = 0.61) และด้านการส่งเสริมตลาด ค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.93) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบค่าที (t-test) และผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA/F-test)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ	ปัจจัยส่วนบุคคล						
	เพศ	อายุ	สถานภาพการสมรส	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้เฉลี่ย	ถิ่นที่อยู่
	t-test	F-test	F-test	F-test	F-test	F-test	F-test
ด้านสินค้าและบริการ	0.743	8.90*	0.58	16.31*	13.32*	15.65*	2.26
ด้านราคา	1.987*	4.30*	10.68*	9.10*	14.24*	18.56*	2.02
ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย	0.706	4.22*	2.89	4.85*	6.66*	3.56*	5.65*
ด้านการส่งเสริมตลาด	0.572	11.52*	0.10	31.57*	12.56*	17.22*	10.58*
ด้านบุคลากร	0.522	10.30*	14.65*	11.02*	10.46*	2.73*	0.52
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.216*	2.76*	8.01*	9.10*	13.70*	2.54	16.97*
ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ	1.791	8.12*	11.17*	14.00*	5.08*	7.91*	5.56*
รวม	1.279	9.11*	0.70	21.77*	10.72*	9.14*	7.42*

หมายเหตุ: * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบค่าที (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One – way ANOVA/F-test) ในภาพรวมพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ และสถานภาพการสมรสที่แตกต่างกัน ให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ไม่แตกต่างกัน จึงไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และถิ่นที่อยู่ แตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อยุทธศาสตร์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สรุปผลการวิจัยเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ชุมชนและภาครัฐได้ดังนี้คือ

1. ชุมชนมีความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ โดยการปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนรักชุมชน มีการประชุมประชาสมาคมเพื่อเสนอแนะ และรับฟังแนวทางต่าง ๆ ในการพัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ โดยในการดำเนินกิจกรรมในชุมชนมีการประชุมปรึกษาหารือเรื่องต่าง ๆ ในการผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ โดยคณะกรรมการในชุมชน สร้างกฎ กติกา เพื่อให้คนในพื้นที่จริงมาขายของ การมีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยการสังเกตจากการดำเนินกิจกรรม และประเมินความรู้สึกของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมในการจัดงาน เช่น กิจกรรมจุดเทียนชัยเฉลิมพระเกียรติในวันพ่อ

2. ภาครัฐมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ควรสร้างความร่วมมือ สร้างจิตสำนึกสาธารณะ ให้แก่คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ด้านการวางแผนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการประชุมร่วมกันทั้งภาครัฐและชุมชน ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างความรู้และความเข้าใจ ให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต้องมีส่วนร่วมในความรับผิดชอบ และรับผลประโยชน์ร่วมกัน ด้านการรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ควรปลูกจิตสำนึกของทุกภาคส่วน ได้แก่ นักท่องเที่ยว ชุมชน เกษตรกร ผู้ประกอบการในพื้นที่ ให้มีการตระหนักถึงการรักษาคุณภาพของคลองดำเนินสะดวก ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ ด้านการรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ควรมีการเผยแพร่ และการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับหน่วยงานของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำไว้ และการให้บริการต้องมีความยุติธรรม ไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ด้านจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เพื่อให้กระจายรายได้ไปสู่ทุกภาคส่วนของสังคม โดยทุกฝ่ายต้องร่วมรับผิดชอบ และรับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องร่วมกัน

3. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ในที่นี้สามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยพิจารณาจากลำดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกจนถึงอันดับสุดท้าย ดังนี้คือ

3.1 ด้านบุคลากร นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากเป็นอันดับแรก ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับบุคลากร ในการให้บริการทางการท่องเที่ยว ด้วยการฝึกอบรมหรือเพิ่มจำนวนบุคลากรให้มากขึ้น เพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการ การสร้างความพึงพอใจและสร้างความประทับใจ ให้กับนักท่องเที่ยวได้ทุกครั้งเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวนี้

3.2 ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย นักท่องเที่ยวที่มีเข้ามาเที่ยวในพื้นที่มีอาชีพอันดับหนึ่งคือ ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญในด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่ายมากเป็นอันดับหนึ่งเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงควรพัฒนาเส้นทาง ถนน และป้ายบอกเส้นทางในการมายังแหล่งท่องเที่ยวหลักห้า รวมทั้งการพัฒนาระบบ GPS บอกเส้นทางหรือนำทางมายังหลักห้า ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกและความรวดเร็วให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด

3.3 ด้านกระบวนการให้บริการ นักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญมากเป็นลำดับแรก และให้ความสำคัญมากที่สุด ดังนั้นควรพัฒนาหรือมีการอบรมการให้บริการ โดยสามารถตอบสนองอย่างรวดเร็ว และสร้างระบบความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น

3.4 ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านลักษณะทางกายภาพ เช่น บ้านริมน้ำ มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำ มากที่สุด ดังนั้นควรพัฒนาและร่วมอนุรักษ์และดูแลรักษาบ้านเรือนริมน้ำ ให้สะอาด และคงอัตลักษณ์ของบ้านเรือนริมน้ำไว้ โดยไม่เปลี่ยนแปลงบ้านไปจากลักษณะเดิม ซึ่งจะทำให้เกิดความแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ที่มีเสน่ห์ ดึงดูดใจ และสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวเมื่อมาเยือนได้ทุกครั้ง

3.5 ด้านราคา โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านราคาอาหารและเครื่องดื่มมีความเหมาะสมมากที่สุด ดังนั้นควรรักษาระดับราคาสินค้า อันได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มแบบปัจจุบันไว้ ไม่ให้แตกต่างจากที่อื่น ที่มีแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน ทั้งนี้หากในอนาคตแหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มขึ้น ราคาสินค้าอาจขยับเพิ่มขึ้น กลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์มากเกินไป จนสูญเสียความเป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำไปได้

3.6 ด้านสินค้าและบริการ โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบเฉพาะตัว คือ เป็นวิถีชีวิตริมน้ำ ดังนั้นจึงควรอนุรักษ์และคงอัตลักษณ์รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำ ควบคู่กับวิถีชีวิตของคนในชุมชน ที่ถือว่าเป็นสินค้าและบริการที่โดดเด่น ที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น

3.7 ด้านการส่งเสริมตลาด โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านมีเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวสืบค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกมากที่สุด ดังนั้นจึงควรมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและอนุรักษ์การท่องเที่ยววิถีชีวิตริมน้ำไว้ ผ่านช่องทางสื่อสาร Social Media ต่าง ๆ หรือการสร้างเว็บไซต์ของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ให้คำนึงถึงชุมชนมีความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมากและต้องการมีส่วนร่วมในทุก ๆ ขั้นตอนและภาครัฐมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยทุกฝ่ายต้องร่วมรับผลประโยชน์ และรับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องร่วมกัน โดยให้ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมด้วยเช่นกัน

การสรุปผลและอภิปรายผล

จากการศึกษา “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี” สามารถนำมาสรุปผลและอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาพบว่า ตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงเคยเดินทางมาในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 36.10 มีอายุ 30 ปีแต่ไม่ถึง 40 ปี ร้อยละ 27.27 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้าง ร้อยละ 26.49 สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mongkhonnavakun (2012) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน โดยผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Saenyot (2015) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาด ตลาดเกาะกลอย อำเภอเมือง จังหวัดระยอง เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-39 ปี มีอาชีพพนักงานรับจ้างบริษัท และผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของตัวอย่างส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่ำกว่า 1,000 บาท และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมาท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kangkra and Meepleum (2012) ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในเขตจังหวัดเพชรบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้พาหนะในการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ รถยนต์ส่วนบุคคล ในด้านค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในการเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี จะอยู่ที่ 850 – 1,000 บาท เช่นเดียวกัน

2. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ได้นำเอาส่วนประสมการตลาดบริการของ (7Ps) มาใช้ในการศึกษาปัจจัยสำคัญทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler (2003: 16) และ Sereerat (1998) ที่ใช้ 7Ps ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งผลการศึกษาส่วนประสมการตลาด (Service Marketing Mix) หรือ 7Ps ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงตามลำดับ ได้แก่ ด้านบุคลากร ด้านสถานที่/ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ ด้านราคา ด้านสินค้าและบริการ อยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumpet (2012) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเกาะพยาม จังหวัดระนอง โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ที่พบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ราคา การจัดจำหน่าย และลักษณะทางกายภาพ และด้านการส่งเสริมตลาดต้องมีการประชาสัมพันธ์เกาะพยามให้นักท่องเที่ยวทราบมากขึ้นเช่นเดียวกัน และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน จะให้ความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Mongkhonnavakun (2012) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำตลิ่งชัน พบว่า อาชีพต่างกันมีความพึงพอใจในตลาดน้ำแตกต่างกันเช่นเดียวกัน

3. ผลการศึกษาชุมชน มีความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมของชุมชน ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว คือ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยสอดคล้องกับทฤษฎีของโคเฮน และอัฟฮอฟ (Cohen and Uphoff, 1997) ที่ได้อธิบายและวิเคราะห์รูปแบบการมีส่วนร่วม ทั้ง 4 ขั้นตอน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pathomkanyana (2014) ศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัย พบว่า ควรมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณในจำนวนที่มากพอ ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่าย

4. ผลการศึกษาชุมชนความคิดเห็นของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว ด้านการวางแผนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ด้านการรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ด้านจัดการผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยว โดยสอดคล้องกับแนวคิดของ World Tourism Organization (1998: 21-22) ที่เน้นการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ รักษาความมั่นคงของระบบนิเวศ วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อประโยชน์ทั้งปัจจุบันและอนาคต และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pongsakornrungsilp (2014) ที่ได้ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษาบ้านโคกไคร จังหวัดพังงา พบว่า ศักยภาพด้านการท่องเที่ยว กระบวนการคิดแบบยั่งยืนในด้านมีจิตสำนึกที่ดีในการให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและความยั่งยืนของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากกว่าการมุ่งเน้นที่ผลประโยชน์ ใช้การ

ท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อส่งเสริมและขับเคลื่อนการเติบโตอย่างยั่งยืนของชุมชนที่ดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว

5. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งกำหนดแนวทางการพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยพิจารณาจากลำดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกได้แก่ ด้านบุคลากร โดยการฝึกอบรมหรือเพิ่มจำนวนบุคลากรในการให้บริการทางการท่องเที่ยวที่มากขึ้น โดยสอดคล้องกับ Untachai (2012) ได้ศึกษาการพัฒนาจัดการตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แบบบูรณาการเพื่อความยั่งยืน ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ประเทศไทย พบว่า การพัฒนากลยุทธ์ของการจัดการทางด้านตลาด โครงการการลงทุนในด้านพัฒนาบุคลากรให้มีความชำนาญในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จและบรรลุวัตถุประสงค์ของกิจกรรมได้และควรคำนึงถึงชุมชนที่มีความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างมากและต้องการมีส่วนร่วมในทุก ๆ ขั้นตอน และภาครัฐมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโดยทุกฝ่ายต้องร่วมรับผลประโยชน์ และรับผิดชอบในส่วนที่เกี่ยวข้องร่วมกันโดยให้ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผู้วิจัยได้มีข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ปรับปรุงและพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว ดังนี้

1. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นควรจะพัฒนาการท่องเที่ยวในหลักห้าโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมด้วยในทุกขั้นตอนและโดยการสนับสนุนของภาครัฐได้แก่ กระทรวงการท่องเที่ยวและและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตลอดจนองค์การบริหารจัดการพัฒนาพื้นที่พิเศษทางการท่องเที่ยว (อพท.) และภาคเอกชนที่นำนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวชมหลักห้านี้ด้วย
2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาควรสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร พัฒนาบริการและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักห้าและบรรจุไว้ในแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรีต่อไป
3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรบรรจุแหล่งท่องเที่ยวหลักห้าไว้ในปฏิทินการท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรีและช่วยส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่อง
4. ชุมชนหลักห้าควรเร่งพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสินค้า พัฒนาบริการ และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักห้า ตลอดจนพัฒนาการตลาดให้กว้างขวางต่อไป
5. ควรมีการศึกษาในพื้นที่อื่นเพื่อเปรียบเทียบกับกรท่องเที่ยวในชุมชนหลักห้าและนำข้อมูลมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาและบูรณาการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี
2. ควรมีการศึกษาด้านการวางแผนการตลาด (Marketing Plan) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ชุมชนลัทธิห่าบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี ผนวกกับแผนการ
พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสาคร และจังหวัดราชบุรี

Reference

- Cohen. J. M., and Uphoff, N. T. (1997). *Rural Development Participation: Concept and Measure for Project Design Implementation and Evaluation* Cornell: Rural Development Committee Center for international Studies. Cornell University Dissertation Abstracts international. 9(7), 11.
- Department of Tourism. (2014). *Summary of Tourism Situation in December 2014*. (Online). Available from: <http://www.m-society.go.th>. Cited 30 November 2015.
- Jittangwattana, Bunlert. (2005). *Sustainable tourism development*. 1st Ed.. TAT Academy, Bangkok.
- Kangkra, Chanin and Meepleum, Thiti. (2012). *Behavior of Visitors in Thailand to Attractions in Petchaburi Province*. Degree Bachelor of Business Administration, General Business Management. Silapakorn University.
- Kitpradaborisuth, Buntam. (2008). *Social Sciences Research Methodology*. 10th Ed. Chamchuriproduct Publishing, Bangkok.
- Kotler, Philip. (2003). *Marketing Management*. 11th Ed. Pearson Education.
- Kumpet, Kemika. (2012). *Guidelines on Sustainable Tourism Development with the Cooperation of Community at Khophayam, Ranong Provinces*. Independent study (Tourism and Hotel Management), Naresuan University.
- Mongkhonnavakun, Pakcharada. (2012). *Satisfaction of Thai tourist toward taling chang floating market*. Independent study (Marketing Management), Siam University, Bangkok.
- Mongkonvanich, Chonlada. (2013). *Youth opinions of the Image of Floating Marketing in Thailand*. Journal of Cultural Approach. 14(25), 44-57.
- Pathomkanjana, Chaichan. (2014). *Guidelines for the Promotion of Cultural Tourism Participation of Community Bangluang, Banglen District, Nakhon Pathom Province*. Academic Services Journal Prince of Songkla University. 26(1), 118-129.
- Payakvichian, Paradech. (2007). *Culture tourism of the community in Thailand*. TAT Tourism journal. 4(1), 1-7.
- Pongsakornrunsilp, Pimlapas. (2014). *The Management of Sustainable Community-Based Tourism: The Case of Ban Kokekrai, Plang Nga Province*. Veridianian E-Journal. 7(3), 650-665.

- Saenyot, Atinat. (2015). *Guideline on the Marketing Development for the Sustainable Tourism at TALAD KO KLOI (KO KLOI MARKET) Amaphoe Muang, Changwat Rayong, Thailand*. Independent Study (Hotel and Tourism Management). University of Phayao.
- Sereerat, Siriwan. (1998). *Marketing Management*. Diamond in Business World Publishing, Bangkok.
- Silanoi, La-iard, (2015). *Sample Size Determination for Survey and Experimental Quantitative Research Design*. 1st Ed. Bangkok blueprint Publishing, Bangkok.
- Suwankas, Meuanpim. (2010). *Floating Market: Requirement of people*. (Online). Available from: <http://www.lek-prapai.org/watch.php?id=183>. Cited 20 October 2015.
- Untachai, Subchat. (2012). *The Development of Integrated Ecotourism Marketing Management to be Sustainable in Upper Northeastern, Thailand*. Udon Thani Rajabhat University.
- Uthayan, Chawannuch. (2008). *Tourist behavior*. (Online). Available from: <http://touristbehavior.wordpress.com>. Cited 20 October 2015.
- Weiers, Ronald M. (2005). *Introduction to Business Statistics*. International Student Edition, Fifth Edition, Duxbury Press, Thomson – Brooks/cole, Pennsylvania, USA.
- World Tourism Organization. (1998). *Guide for Local Authorities on DEVELOPMENT SUSTAINABLE TOURISM*. Madrid: Author.



Nittaya Ngamyinyong holds her Master of Arts Program in Hotel and Tourism Management, University of Phayao, and Currently is a Lecture of International Business Program Management Sciences Faculty Nakhon Patthom Rajabhat University.



La-iard Silanoi, Ph.D., holds his Doctor of Philosophy Degree (Ph.D.) in Business Administration, California Coast University, USA., and Currently is a Graduate Special Lecturer, College of Management, University of Phayao.