



ศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
ของชุมชนในพื้นที่หาดบางแสน 2 อำเภออูบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

โดย

นางสาววิรุญา ฤดีกมลจิต

วันที่ 30 พ.ศ. 2552
เลขทะเบียน 011717 ๑.3

อพ.

915,9304

๗ 826๗

ม.กร.๕๕กท.

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2552

**A Study of Relationship between Tourism information cognizance and
community participation at Hard Bangsan 2 Amphore ubolrat
Changwat KHON KAEN**

By

Miss Weeraya Ruedeekamonjit

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication
Faculty of Communication Arts
KRIRK UNIVERSITY
2009**

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิเทศศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นางสาววีรญา ฤดีกมลจิต

เรื่อง

ศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

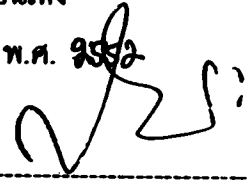
หาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยงและบันเทิง

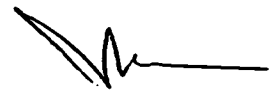
เมื่อวันที่ 10 เดือน เมษายน พ.ศ. ๒๕๖๒

ประธานกรรมการสารนิพนธ์



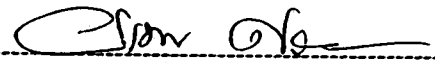
(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



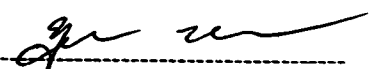
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปรีชา พันธุ์แน่น)

กรรมการสารนิพนธ์



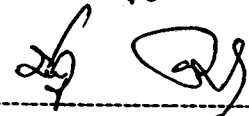
(รองศาสตราจารย์อรทัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์



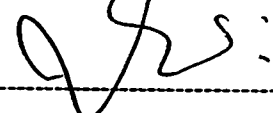
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการสารนิพนธ์



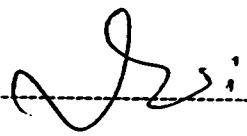
(อาจารย์มุกิตา อริยะเศรษฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์	ศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่หาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น
ชื่อผู้เขียน	นางสาววีรญา ฤดีกมลจิต
สาขาวิชา/คณะ/มหาวิทยาลัย	สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/ คณะนิเทศศาสตร์/ มหาวิทยาลัยเกริก
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น
ปีการศึกษา	2551

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อ

- 1) เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 ได้แก่ ด้านแหล่งพักผ่อน หย่อนใจ, ด้านร้านค้า, ด้านบ้านพัก, ด้านบริการนำเที่ยวและด้านระบบสาธารณูปโภค
- 2) เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่หาดบางแสน 2 ได้แก่ ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว
- 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลและการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ สมาชิกองค์การส่วนบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ ผู้ประกอบการค้า ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2 รวม 166 คน เครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

- 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง มีอายุมากกว่า 45 ปี มีการศึกษาระดับประถมศึกษา มีสถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน และมีสถานภาพในชุมชนเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2
- 2) ชุมชนในพื้นที่มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า การรับรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ ด้านบ้านพัก รองลงมาได้แก่ ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ด้านร้านค้า ส่วนการ

รับรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านระบบสาธารณสุขโลก ขณะที่การรับรู้ข้อมูลข่าวสารระดับน้อย ได้แก่ด้านบริการน้ำดื่ม 3) ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว และด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ตามลำดับ 4) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพบว่าปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลได้แก่ เพศ และสถานภาพในชุมชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอายุ ระดับการศึกษาและสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ การตระหนักข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ขณะที่การตระหนักข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวด้านบริการน้ำดื่ม มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนการตระหนักข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ด้านร้านค้า และด้านสาธารณสุขโลก มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลงได้ด้วยความสามารถของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ปรีชา พันธุ์แน่น อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ซึ่งได้กรุณาใช้เวลาอันมีค่ายิ่งในการให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์และมีคุณค่ายิ่ง อีกทั้งได้กรุณาตรวจสอบ ปรับปรุง และแก้ไขข้อบกพร่องในประเด็นต่าง ๆ เพื่อให้สารนิพนธ์มีความถูกต้องสมบูรณ์มากขึ้น ผู้ศึกษาฯ ขึงในพระคุณเป็นอย่างยิ่งด้วยความเคารพเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทความรู้ และให้ประสบการณ์ต่าง ๆ มากมายแก่ผู้ศึกษาตลอดระยะเวลาการศึกษาในสถาบันแห่งนี้ และขอขอบพระคุณท่านอาจารย์มุทิตา อารยะเศรษฐากร ผู้ซึ่งเปิดหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสาร การท่องเที่ยวและบันเทิง

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททุกท่านที่ให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด รวมทั้งขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และทุกท่านที่มีได้กล่าวนามไว้ ณ ที่นี้ ที่มีส่วนผลักดันทำให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี ขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอขอบพระคุณบิดา มารดา ผู้ให้กำเนิด และครอบครัวที่มอบความปรารถนาดี ความห่วงใย และเป็นกำลังใจให้ด้วยดีเสมอมา

นางสาววีรญา ฤดีกมลจิต

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญ	(4)
สารบัญตาราง	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 สมมติฐานของการวิจัย	6
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	7
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ	10
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	14
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว	19
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม	25
2.5 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	30
2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร	36
2.7 แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก	38
2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	42
2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย	47

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	48
3.1 ประชากร	48
3.2 กลุ่มตัวอย่าง	48
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	49
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	52
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	52
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	56
ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	62
ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลและการตระหนักรู้	65
ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	
ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการ มี	86
ส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2	
บทที่ 5 บทสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	87
5.1 บทสรุปผลการวิจัย	87
5.2 อภิปรายผล	88
5.3 ข้อเสนอแนะ	93
ภาคผนวก	95
แบบสอบถาม	96
บรรณานุกรม	102
ประวัติการศึกษา(และการทำงาน)ของผู้วิจัย	105

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม	54
4.2	แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารภาพรวมการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2	56
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำแนกด้านแหล่งพักผ่อนฯ แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำแนกด้านร้านค้า	57
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำแนกด้านบ้านพัก	58
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำแนกด้านบริการนำเที่ยว	59
4.6	แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำแนกด้านระบบแสดง	60
4.7	สาธารณูปโภค แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ในภาพรวม	61
4.8	แสดงการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	62
4.9	แสดงการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	63
4.10	การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว	64
4.11	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านเพศกับการมี	65
4.12	มีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านอายุกับการมี	66
4.13	มีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านอาชีพกับการมี	67
4.14	มีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านระดับการศึกษา กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	68
4.15	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านสถานภาพการ สมรสกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	69
4.16	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลทางด้านสถานภาพในชุมชนกับการ มีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	70
4.17	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วม ร่วมของชุมชนในพื้นที่ ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	71
4.18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วม ร่วมของชุมชนในพื้นที่ ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	72

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว สามารถสร้างรายได้เป็นอันดับหนึ่งติดต่อกันมาเป็นเวลาหลายปี จากตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วง ที่ผ่านมาจาก 7,221,345 คน ในปี 2540 เพิ่มขึ้นเป็น 11,516,936 คน ในปี 2548 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

จากการคาดการณ์ของ WTO ประเทศไทยจะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 18.54 ล้านคนในปี 2553 ซึ่งคิดเป็นอัตราเพิ่มเฉลี่ยปีละ 6.9% และแผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติได้คาดการณ์ว่าหากมีการพัฒนาในเชิงรุกอย่างเป็นระบบ ประเทศไทยจะมีอัตราเพิ่มเฉลี่ยต่อปีของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศถึงร้อยละ 11.27 ในช่วงปี 2544-2548 และร้อยละ 6.99 ในช่วงปี 2549-2553 และการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยก็จะเพิ่มถึง 72 ล้านคนต่อครั้งในปี 2553

ปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญต่อแนวโน้มการขยายตัวของการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่จะเป็นข้อพิจารณาบริการท่องเที่ยวในอนาคต ได้แก่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545)

1) ประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวและการพัฒนากิจกรรม บริการท่องเที่ยวที่สามารถรองรับรูปแบบการท่องเที่ยวในอนาคต จากการวิเคราะห์ของ WTO ที่กระแสดความสนใจการท่องเที่ยวจะเน้นที่ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งจะมีการท่องเที่ยวรูปแบบการพักผ่อน การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของผู้คน กีฬาและผจญภัย

2) มีการพัฒนากิจกรรมและบริการที่รองรับกลุ่มตลาดศักยภาพของการท่องเที่ยวโลก คือกลุ่มสตรี กลุ่มครอบครัว กลุ่มวัยทอง กลุ่มเยาวชนและกลุ่มกีฬา รวมทั้งกลุ่มที่สนใจท่องเที่ยวเอง

3) การขยายตัวของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีแนวโน้มสูงมาโดยตลอด

4) การพัฒนาภาครัฐและเอกชนที่สอดคล้องกับกระแสโลก โดยมุ่งเน้นการให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อม การรู้จักเรียนรู้แลกเปลี่ยนระหว่างประชาชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว และการพัฒนาที่ยั่งยืน

5) การมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นที่สนใจของกลุ่มตลาด ทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม ชุมชน กีฬา อาหาร สุขภาพ การผจญภัย การพักผ่อน หย่อนใจ เป็นต้น

6) ความมีวัฒนธรรม ประเพณี น้ำใจและอัธยาศัยไมตรีของคนไทยการเป็นเจ้าของบ้าน และผู้ให้บริการซึ่งเป็นที่ประทับใจ และทำให้เกิดการมาท่องเที่ยวซ้ำ

7) การมีฤดูกาลที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายได้ตลอดปี และมีสภาพภูมิอากาศที่ไม่หนาวจัดที่สามารถรองรับกลุ่มตลาดที่เดินทางมาพักเป็นระยะยาว (Long stay destination) ในช่วงที่ตรงกับฤดูหนาวในยุโรป

8) มีการพัฒนาสินค้าที่สอดคล้องกับความต้องการของกระแสโลก เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ กิจกรรมกีฬา การผจญภัย วัฒนธรรมประเพณี การประชุม และจัดการแสดงนิทรรศการต่าง ๆ

9) การส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น ตัวอย่างเช่น การที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดแคมเปญเที่ยวทั่วไทยไปได้ทุกเดือน

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเปรียบเสมือนดาบ 2 คม คือ มีทั้งคุณและโทษ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้เข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเปรียบเสมือนแหล่งผลิตสินค้า ซึ่งตามปกติสินค้ามักจะถูกส่งไปยังผู้บริโภค โดยผู้บริโภคไม่มีโอกาสได้พบเห็นหรือรู้จักกับผู้ผลิตสินค้าได้เลย แต่สินค้าการท่องเที่ยวนี้ไม่ได้ถูกส่งไปยังผู้บริโภค เพราะส่งไม่ได้ เช่น ขายหาต ภูเขา โบราณวัตถุ ฯลฯ แต่ตรงข้ามผู้บริโภคจะต้องเดินทางเข้ามายังแหล่งผลิตสินค้านั้น ๆ ด้วยตนเอง เมื่อเป็นเช่นนี้จึงทำให้ผู้บริโภค คือ “นักท่องเที่ยว” กับผู้ผลิตสินค้าคือ “เจ้าถิ่น” ต้องเผชิญหน้ากัน (Face To Face) มีการพูดคุยสนทนาและรู้จักกัน เป็นผลให้ท้องถิ่นนั้น ๆ เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม การเมืองการปกครอง ตลอดจนสภาพแวดล้อม ศิลปะและประเพณีต่าง ๆ ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวได้นำเงินมาใช้จ่าย นำขนบธรรมเนียมประเพณี การแต่งกาย และการแสดงออกทางพฤติกรรมต่าง ๆ เข้าไปในแหล่งที่ตนไปท่องเที่ยวนั้น ซึ่งย่อมมีผลกระทบอย่างแน่นอน และผู้ที่ได้รับผลกระทบโดยตรง คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ผลกระทบอาจเป็นไปในรูปของการได้รับผลประโยชน์ และการเสียผลประโยชน์

การพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยในอดีตที่ผ่านมาตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4-7 นั้น มุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศให้มากที่สุดเพื่อให้ได้รายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด และถือได้ว่าเราประสบความสำเร็จอย่างงดงามในการพัฒนาการท่องเที่ยว

แต่ผลของการพัฒนาการท่องเที่ยวได้สร้างปัญหาที่สำคัญหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน ในท้องถิ่น ทำให้เกิดกระแสให้อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ ทวีความรุนแรงและต่อเนื่อง มีการโจมตีการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อผลเสียต่อสภาพแวดล้อมทั้งของแหล่งท่องเที่ยวและ วัฒนธรรมชุมชน นอกจากนี้กระแสโลกเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมก็เป็นตัวผลักดันสำคัญที่จะทำ ให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว ทั่วโลกจึงสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยว แบบใหม่ที่เรียกว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ แต่ต้องพัฒนาจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการให้ประชาชน ในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาและจัดการแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นทรัพยากรอันมี คุณค่าควรแก่การอนุรักษ์ฟื้นฟูให้คงอยู่ และสืบทอดไปสู่รุ่นลูก รุ่นหลานต่อไปนั้น จึงเป็นภารกิจ สำคัญยิ่งที่ชุมชนจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะต้องให้มี ผลกระทบน้อยที่สุด ทั้งนี้ เพื่อให้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวนี้สามารถเป็นเครื่องมือสำหรับการ จัดการกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของชุมชนได้ นอกจากนี้ยังจะส่งผลดีในการเสริมสร้างความ เข้มแข็งต่อการพัฒนาชุมชนได้ยั่งยืนตลอดไป การดำเนินการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน จำเป็นต้องหารูปแบบที่เหมาะสม และเมื่อชุมชนจะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับธุรกิจแล้ว จำเป็นต้อง พัฒนารูปแบบการทำธุรกิจชุมชนให้ไปสู่ความยั่งยืนให้ได้ ในกระบวนการพัฒนา

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นพื้นที่ที่สำคัญของประเทศไทยที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มากมาย รวมทั้งมีศิลปวัฒนธรรมที่งดงามที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์ และถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูด นักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากขึ้นทุกปี และจังหวัดขอนแก่น ซึ่งถือเป็น ดินแดนศูนย์กลางและเมืองหลักของภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีศักยภาพและความพร้อมหลาย ๆ ด้าน เช่น ศูนย์กลางคมนาคม ศูนย์กลางหลักทางอุตสาหกรรม ศูนย์กลางธุรกิจการเงิน ศูนย์กลางบริหารราชการและการศึกษา ประกอบกับเป็นดินแดนที่มีความอุดมสมบูรณ์ เป็นจุด บรรจบของแม่น้ำชี แม่น้ำพอง มีที่ราบกว้างใหญ่ และ หนองบึงทะเลสาปธรรมชาติมากแห่ง จึง เป็นที่ตั้งถิ่นฐานของชุมชนมาหลายยุคหลายสมัยต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ทำให้จังหวัดขอนแก่น เป็นดินแดนมรดกทางธรรมชาติ มรดกทางวัฒนธรรมประเพณี โบราณสถาน โบราณวัตถุ มากมาย และมีกิจกรรมการผลิตจากภูมิปัญญาพื้นบ้านหลากหลายรูปแบบเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น แต่มีลักษณะกระจุกกระจายตามอำเภอต่าง ๆ แต่ละอำเภออยู่ห่างไกลกัน การ เดินทางท่องเที่ยวจากแห่งหนึ่งไปอีกแห่งหนึ่งต้องใช้เวลาาน และไม่มีการพัฒนา การ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติเท่าที่ควร การพัฒนาการท่องเที่ยวได้รับการ

พัฒนาในฐานะเมืองหลัก มุ่งเน้นเฉพาะภายในเขตอำเภอเมือง และเน้นเฉพาะงานเทศกาล ประเพณี ลีนค้าพื้นเมือง

สถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ปี 2549 มีผู้มาเยือนเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี 2548 ซึ่งมีสาเหตุ ดังนี้ มีการประชุม / สัมมนา ในโรงแรมเพิ่มขึ้น มีชาวต่างประเทศที่เป็นนักธุรกิจและนักวิชาการเดินทางมาทำธุรกิจและประชุม / สัมมนา พักในโรงแรมเพิ่มขึ้น มีการเดินทางท่องเที่ยว / พักผ่อน โดยรถส่วนตัว และพักโรงแรมเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน สถิติการท่องเที่ยวในปี 2549 จังหวัดขอนแก่นมีผู้เยี่ยมชมเยือนรวมทั้งสิ้น 2,458,854 คน จำแนกเป็นนักท่องเที่ยว 1,684,460 คน และนักทัศนาจร 693,185 คน ในจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนทั้งหมดนี้ จำแนกเป็นชาวไทย 2,377,645 คน และชาวต่างประเทศ 81,209 คน

อำเภออุบลรัตน์เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดขอนแก่น ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจหลายแห่ง และหาดบางแสน 2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในอำเภออุบลรัตน์ ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่นำร่อง ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม หาดบางแสน 2 ตั้งอยู่ที่อำเภอเขื่อนอุบลรัตน์ ตามประวัติความเป็นมาตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ เกิดขึ้นเนื่องจากการสร้างเขื่อนอุบลรัตน์ ประชาชนส่วนใหญ่อพยพมาจากบริเวณที่จัดสร้างเขื่อน โดยการจับจองพื้นที่บนที่ราบที่ทางการจัดสรรให้ ปัจจุบันตั้งอยู่ในเขตการปกครองของอำเภออุบลรัตน์ ลักษณะที่ตั้งตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ ได้ยกฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเมื่อวันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2540 เป็นหนึ่งใน 6 ตำบลของอำเภออุบลรัตน์ มีที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลตั้งอยู่ที่ถนนสุขาภิบาล 5 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น ห่างจากที่ว่าการอำเภอประมาณ 1 กิโลเมตร เนื้อที่องค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ มีเนื้อที่ประมาณ 87.60 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 60,000 ไร่ อาณาเขตติดต่อกับ ทิศเหนือติดกับ ตำบลบ้านดง อำเภออุบลรัตน์ ทิศใต้ติดกับ ตำบลโคกงาม อำเภอฝาง ทิศตะวันออกติดกับ ตำบลทุ่งโป่ง ตำบลโคกสูง อำเภออุบลรัตน์ ทิศตะวันตกติดกับ ตำบลนาหว้า ตำบลหนองกุงไชย อำเภอภูเวียง จำนวนประชากรทั้งสิ้น 3,302 คน แยกเป็นชาย 1,653 คน หญิง 1,649 จำนวนครัวเรือน 715 ครัวเรือน ประชากรมีความหนาแน่น เฉลี่ย 37.69 คน / ตารางกิโลเมตร สภาพภูมิประเทศ ส่วนใหญ่เป็นที่ราบสลับกับที่ดอน พื้นที่ไม่สม่ำเสมอและติดกับ ภูเขายาวตลอดแนว (ภูเก้า ภูพานคำ) แหล่งน้ำมีเพียงพอกแก่การอุปโภค บริโภค เนื่องจากด้านทิศตะวันตกติดกับอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ ซึ่งมีพื้นที่ประมาณกว่า 400 ตารางกิโลเมตร การปกครอง แบ่งออกเป็น 8 หมู่บ้าน ได้แก่ บ้านทาเรือ บ้านหินขาว บ้านโคกน้ำเกลี้ยง บ้านโนนจิก บ้านภูคำเบา เป็นโนนสวรรค์ บ้านแก่งศิลา และบ้านภูเขาวง อาชีพหลักคือ ทำไร่ ทำนา ทำสวนและการประมง อาชีพรอง คือ การเลี้ยงสัตว์ อาชีพเสริม คือ ค้าขาย รับจ้างทั่วไปและเลี้ยงไหม

หาดบางแสน 2 ตั้งอยู่ริมอ่างเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ ห่างจากสันเขื่อนไปทางใต้ประมาณ 7 กิโลเมตร ใกล้กับหมู่บ้านท่าเรือ คุ้มหินพิง มีลักษณะเป็นหาดหินผสมหาดดิน ที่เป็นส่วนหนึ่งของที่ลาดเชิงเขาชายขอบเก็บน้ำเขื่อนอุบลรัตน์ ชายหาดจะอยู่ด้านตะวันตกขณะที่สันเขาอยู่ด้านตะวันออก ขนาดความกว้างยาวของหาดจะแปรผันไปตามระดับการเก็บกักน้ำของเขื่อนอุบลรัตน์ ในฤดูฝนหากเก็บน้ำในระดับสูงหาดจะถูกน้ำท่วม แต่ในฤดูแล้ง น้ำลดหาดจะกว้างยาวลาดเหมาะในการเล่นน้ำ มีอุปกรณ์และเครื่องเล่นบริการ เช่น ห่วงยาง จักรยานน้ำ เรือกล้วย เรือสกีเตอร์ เรือน้ำเทียว จุดเด่นที่สำคัญคือ บริการร้านอาหารพื้นบ้าน อาหารประเภทปลาสดจากเขื่อน และชมพระอาทิตย์อัสดงที่ดงามไม้แพพระอาทิตย์ ตกทะเล การเดินทางจากขอนแก่น - อำเภออุบลรัตน์ ก่อนถึงทางแยกไป อำเภอโนนสัง หรือ หากตรงไปจะเข้าสู่เขื่อนอุบลรัตน์ แต่เลี้ยวซ้ายผ่านที่ว่าการอำเภอสู่นบ้านท่าเรือ คุ้มหินพิง ระยะทางจากขอนแก่นประมาณ 55 กิโลเมตร หรือจะเดินทางถนนขอนแก่น - ชุมแพ ผ่านอำเภอบ้านฝางประมาณ 5 กิโลเมตร เลี้ยวซ้ายตรงบ้านดอนประดู่ - บ้านบะยาว ผ่านอุทยานแห่งชาติอุบลรัตน์ สู่หาดจอมทอง หาดบางแสน 2 ได้เช่นกัน หาดบางแสน 2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้นิยมไปพักผ่อนกันมาก ทำให้แหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น และจำนวนร้านอาหารที่มีเกิดขึ้นอย่างมากก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ได้แก่ คุณภาพน้ำบริเวณอ่าง ขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูล

องค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ เป็นผู้ที่มีบทบาทการส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 ได้มีแนวนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เพื่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราในท้องถิ่น เพิ่มรายได้ให้ประชาชนครองชีพอยู่ได้ในภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ แก้ไขปัญหาการอพยพแรงงาน การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่นให้ประสบความสำเร็จ จะช่วยกระจายรายได้ลงสู่ท้องถิ่น เกิดการจ้างงานขึ้นภายในชุมชน อีกทั้งยังเป็นการสร้างสามัคคีต่อชุมชนเป็นสิ่งใกล้ตัวที่ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการได้อย่างเป็นรูปธรรมเห็นผลได้ในระยะเวลาอันสั้น และยังเป็นการให้ประชาชนในท้องถิ่นเกิดความตระหนักถึงทรัพยากรธรรมชาติของชุมชน ซึ่งประชาชนในท้องถิ่นก็มีการขนานรับนโยบายในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนาปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวภายในบริเวณหาดบางแสน 2 ให้มีเอกลักษณ์โดยมีการนำเสนอจุดขาย คือร้านอาหารพื้นบ้านมีอาหารประเภทปลาสดจากเขื่อนไว้คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และยังมีจุดชมพระอาทิตย์อัสดงที่ดงามไม้แพพระอาทิตย์ตกทะเล ซึ่งหาดบางแสน 2 ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองมากนักและยังมีเส้นทางคมนาคมที่สะดวก หากแต่ว่ายังไม่มีการกำหนดแนวทางปฏิบัติสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวท้องถิ่นให้เป็นธุรกิจได้อย่างชัดเจน เนื่องจากมีข้อจำกัด และตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวมาก

อาทิ อาชีพและความสามัคคีของประชากรในพื้นที่ ความรุนแรงของการเมืองท้องถิ่น ลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ ย่อมส่งผลต่อการพัฒนาให้เกิดความลงตัวในแต่ละพื้นที่หาดบางแสน 2 จึงเป็นจุดเริ่มต้นในการศึกษาเพื่อให้เห็นผลในทางปฏิบัติก่อนที่จะขยายผลไปยังพื้นที่อื่น ๆ ทั้งนี้ ควรให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นควบคู่ไปกับการสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ มีการสร้างจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการที่คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดูแล และได้รับประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติเหล่านั้น ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่จะต้องทำการศึกษาให้ทราบว่า ความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ที่มาน้อยเพียงใด ทั้งนี้ เพื่อจะได้ค้นหาแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวในท้องถิ่นอย่างยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ในการวิจัย

ในการศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1.2.1 เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 ได้แก่ ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ, ด้านร้านค้า, ด้านบ้านพัก, ด้านบริการนำเที่ยว, ด้านระบบสาธารณูปโภค

1.2.2 เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่หาดบางแสน 2 ทางด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

1.2.3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลและการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2

1.3 สมมติฐานการวิจัย

1.3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

1.3.2 การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งเน้นไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอยู่ในความนิยมของประชาชน คือ หาดบางแสน 2 อยู่ในเขตหน้าที่ความรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ ตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

1.4.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วยสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ ผู้ประกอบการค้าภายในบริเวณหาดบางแสน 2 และประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ในด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวในหาดบางแสน 2

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ได้ทราบการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

1.5.2 ได้ทราบปัญหา ความต้องการ และข้อเสนอแนะของชุมชนต่อการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

1.5.3 สามารถนำเสนอให้แก่หน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในจังหวัดขอนแก่น นำไปใช้ในการวิเคราะห์หรือวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่หาดบางแสน 2 ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.6 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.6.1 การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเป็นการชั่วคราวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาหาความรู้ หรือด้วยจุดประสงค์อื่น ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้

1.6.2 ชุมชน (Community) หมายถึง บุคคลที่อาศัย และมีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับพื้นที่หาดบางแสน 2 ประกอบด้วย สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ ผู้ประกอบการค้าภายในบริเวณหาดบางแสน 2 และประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2

1.6.3 ระบบสาธารณูปโภค หมายถึง ระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา ระบบคมนาคมภายในบริเวณหาดบางแสน 2

1.6.4 ความปลอดภัย หมายถึง สภาพการท่องเที่ยว การพักผ่อน ปราศจากอันตรายต่อชีวิตและทรัพย์สิน ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในบริเวณหาดบางแสน 2

1.6.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การบริหารแหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยใช้กลยุทธ์ในการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย ภายในบริเวณหาดบางแสน 2

1.6.6 การโฆษณา หมายถึง การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร เพื่อแนะนำ โน้มน้าว และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ ป้ายโฆษณา

1.6.7 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเผยแพร่ในรูปของข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแหล่งท่องเที่ยว

1.6.8 การส่งเสริมการขาย หมายถึง การกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้า การบริการและการเดินทางท่องเที่ยวที่สะดวกรวดเร็วขึ้น

1.6.9 การมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนในพื้นที่ ในเรื่องการพัฒนาเผยแพร่ การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย

1.6.10 ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพในชุมชน

1.6.11 การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ด้านร้านค้า ด้านบ้านพัก ด้านบริการนำเที่ยว ด้านระบบสาธารณูปโภค ภายในบริเวณหาดบางแสน 2

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ซึ่งผู้วิจัยได้นำสาระสำคัญของแนวคิดทฤษฎี และงานศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นกรอบในการศึกษาวิจัย โดยแยกสาระสำคัญออกเป็น ดังนี้

- 2.1 แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ
- 2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม
- 2.5 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)
- 2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร
- 2.7 แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก
- 2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2.1 แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ

2.1.1 แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พ.ศ.2544-2553) ซึ่งจัดทำโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เสนอแนวนโยบายเชิงรุกในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวม และเสนอแนวทางในการสร้างเอกภาพในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยระดมความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชน รวมถึง กำหนดความรับผิดชอบของภาคเอกชน เพื่อความร่วมมือให้เกิดพื้นฐานที่มั่นคงสำหรับหาพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่จะเพิ่มขึ้น 16.02 ล้านคน ในปี พ.ศ.2548 และ 72 ล้านคนครั้งในปี พ.ศ.2553 นโยบายที่สำคัญของแผนแม่บทนี้ ได้แก่ (ภารณี สวัสดิรักษ์และคณะ, มปป.)

1. พัฒนาให้ประเทศไทยคงความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียอย่างต่อเนื่อง เพื่อก้าวสู่การเป็น World Class Destination
2. พัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นสาขาหลักทางเศรษฐกิจที่มีความสำคัญควบคู่กับสาขาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม

3. เร่งรัดให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ออกสู่ภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากเมืองท่องเที่ยวหลักในปัจจุบัน
4. ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อให้ผู้ประกอบการ ไทยมีความพร้อมในการแข่งขันที่จะตามมาจากการเปิดเสรีทางการค้า
5. สนับสนุนให้องค์กรปกครองท้องถิ่นมีความพร้อม และเข้มแข็งในการบริหารจัดการในบริการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อผลประโยชน์ของท้องถิ่นโดยตรง
6. อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ และสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมไทยที่ชัดเจน

2.1.2 ทิศทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว 2550 - 2554 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดนโยบายในช่วงปี 2550-2554 ไว้เป็นกรอบการดำเนินงานในแต่ละปี นโยบายดังกล่าวได้รับการอนุมัติในภาพรวม โดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดังนี้

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทย และเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ
2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่ม ภายใต้การสร้าง ความเข้มแข็ง ของตราสินค้า(Brand)ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง
3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทยโดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อัน จะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อมรวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย
4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้นเพื่อสร้างสมดุลสมระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค
5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้านโดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค

อันจะนำ ไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบ และช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยและเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน

2.1.3 กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น

การมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น เป็นเป้าหมายสำคัญ ได้รับการเน้นให้ไว้ในกระบวนการท่องเที่ยวแนวใหม่ ถือได้ว่าเป็นพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนในองค์กรของระบบ กลยุทธ์การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น ครอบคลุมการมีส่วนร่วมขององค์กรอื่น ๆ ด้วย แต่ได้เน้นการให้ความสำคัญแก่ประชากรท้องถิ่นในอันที่จะมีบทบาทในการกำกับ ดูแล และควบคุมการท่องเที่ยวได้มากขึ้นและสามารถดำเนินชีวิตอยู่อย่างมีศักดิ์ศรี ชุมชนจะต้องพัฒนาตนเองให้เป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานของรัฐกับชุมชนเอง และระหว่างชุมชนกับเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยในส่วนที่เชื่อมโยงระหว่างชุมชนกับหน่วยงานของรัฐจะอยู่ในฐานะเป็นผู้รับทราบนโยบาย แผนงาน และแผนปฏิบัติการ ส่วนระหว่างชุมชนกับหน่วยงานเอกชน จะอยู่ในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของฐานรองรับการท่องเที่ยว ที่จัดขึ้นโดยเอกชนหรือบริษัทท่องเที่ยว เช่น ร่วมกันพัฒนาจุดขายต่าง ๆ ได้แก่ ที่พักอาศัย ภัตตาคาร การนำเสนอลูกค้า ด้านวัฒนธรรมศิลปะและประเพณีต่าง ๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เป็นต้น

กลยุทธ์การสร้างการมีส่วนร่วม เป็นเรื่องที่ต้องได้รับความร่วมมือและความเข้าใจจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรของรัฐ และเจ้าของหรือผู้มีอำนาจหน้าที่ดูแลพื้นที่ รวมทั้งผู้ประกอบการที่ประกอบกิจการอย่างเป็นธรรมกับประชาชนในพื้นที่ แนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2544)

1. ในชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการกำหนดศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับชุมชน โดยพิจารณาจากที่ตั้ง กิจกรรม ความพร้อม และความต้องการของชุมชน รวมทั้งมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวในรูปของการเป็นคณะกรรมการ การรับผิดชอบดำเนินการ การสนับสนุนภาครัฐ เป็นต้น
2. ส่งเสริมการรวมกลุ่มของประชาชนเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว โดยการจัดตั้งเป็นองค์กร ทั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการขึ้นในชุมชน เช่น ชมรม สมาคม สหกรณ์
3. ให้องค์กรต่าง ๆ ในพื้นที่ เช่น สภาตำบล องค์กรบริหารส่วนตำบล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และผู้นำท้องถิ่น มีส่วนร่วมในการสนับสนุนแผนงาน โครงการ และกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้งสนับสนุนการดำเนินการขององค์กรประชาชนอื่น ๆ
4. จัดตั้งเครือข่ายการท่องเที่ยวระดับพื้นที่ เป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายระดับจังหวัด ภาค และชาติ
5. ให้องค์กรผู้รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวระดับพื้นที่ เช่น กรมป่าไม้ กรมศิลปากร จังหวัด เอกชน และ ททท. เป็นกลไกที่สำคัญในการถ่ายทอดประสานงาน ประสานการปฏิบัติกับผู้เกี่ยวข้องในระดับชุมชน ถ่ายโอนอำนาจการกำกับดูแลและควบคุมการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่ได้กำหนดโดยตกลงร่วมกันอย่างเป็นขั้นตอน
6. กำหนดช่องทางในการจัดหาเงินทุนเพื่อดำเนินการบริหาร การจัดการโครงการ และกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
7. แนะนำและวางระบบให้ผู้ประกอบการนำเที่ยว ประสานงาน และร่วมดำเนินการอย่างมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่นในการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้มากขึ้น
8. จัดอบรมให้ความรู้ความเข้าใจในบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมในกระบวนการท่องเที่ยว
9. จัดฝึกอบรมการเก็บข้อมูล บริหารข้อมูล และใช้ประโยชน์ข้อมูลในการพัฒนาการวางแผน และจัดโครงการ และกิจกรรมเชิงธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
10. จัดให้มีระบบองค์กร กลไก เครื่องมือ และงบประมาณ ในการติดตามตรวจสอบอย่างต่อเนื่อง

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

2.2.1 การท่องเที่ยว

2.2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

Berkarty & Medlik (1985 อ้างถึงในสุภาพร มากแจ้ง , 2539) การท่องเที่ยว เป็นผลรวมของประสบการณ์พิเศษกับสัมพันธภาพซึ่งเกิดจากการเดินทางและการพักผ่อนต่างถิ่น เป็นการชั่วคราว โดยมีได้ประกอบอาชีพ

ฉลอง ทิมลสมพงษ์ (2542) การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

McIntosh and Goeldner (1984 อ้างถึงใน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย , 2540) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่าง ๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่าง ๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพ และประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูด ด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่น เปี่ยมไมตรีจิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง เป็นการชั่วคราวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ศึกษาหาความรู้ หรือด้วยจุดประสงค์อื่น ๆ ที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหารายได้

2.2.1.2 องค์ประกอบในการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2539 : 7) องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่างๆ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึง ทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
2. ที่พัก
3. ร้านอาหารและภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม และโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียู่แล้วในธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้)
6. ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่และโฆษณา

ส่วนในรายงานการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ในอีกทศนะหนึ่ง ว่าการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 หลัก คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน องค์ประกอบย่อย เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคมวัฒนธรรม องค์กรและกฎหมาย เป็นต้น ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โดยความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการเพื่อทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการท่องเที่ยว

บริการรองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักทางนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จะเป็นอื่นๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว

เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่นๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยว มักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

2.2.1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นทั้งวัตถุประสงค์และเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขายให้นักท่องเที่ยว อาจจะกล่าวได้ว่าเป็น "สินค้า" ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดให้ "ลูกค้า" หรือนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา "ซื้อ" -กันถึงที่ตั้งอยู่ของสินค้า

ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เช่น ภูเขา หุบเขา แม่น้ำ ลำธาร ทะเลสาบ น้ำตก ป่า ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน ฯลฯ ตลอดจนปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่างๆ เช่น ฤดูกาลอพยพของสัตว์บางชนิด หรือแหล่งอาศัยของสัตว์ ตลอดจนแหล่งพฤษชาติต่างๆ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man - made Tourism Resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งเป็น

2.1 ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน อาคารบ้านเรือน ฯลฯ

2.2 วัฒนธรรมและประเพณี เช่น เทศกาล นิทรรศการ พิธีกรรม ฯลฯ

2.3 วิถีชีวิต เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย ขนบธรรมเนียม ฯลฯ

2.4 ความเจริญก้าวหน้าและความทันสมัย เช่น ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์วิทยาศาสตร์ โรงงาน อุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา สนามกีฬา ศูนย์สุขภาพ ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแยกตามลักษณะ และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประเภทดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนสถานทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของธรรมชาติ ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน ศาสนสถาน กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สถาปัตยกรรมในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเมื่อได้ไปเยือนที่ใดก็มักจะสนใจอยากถ่ายรูปอยากเห็นในความเป็นอยู่ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนในท้องถิ่นที่เข้าไปเยือน ดังนั้นประชากรในท้องถิ่นจึงถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539 : 18)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวนอกจากแบ่งได้ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังสามารถแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อีกแบบหนึ่ง (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์.2542 : 63) คือ

1. น้ำ หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นน้ำและใกล้น้ำ เช่น ทะเล คลอง แม่น้ำ แหยม น้ำตก อ่าว หิมะ เป็นต้น ทรัพยากรประเภทนี้มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างยิ่งนอกจากประโยชน์โดยตรงแล้วยังก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลายอย่าง เช่น

1.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เขื่อนกั้นน้ำ ท่าเทียบเรือขนาดใหญ่ แนวหินปะการัง ถ้ำหินงอกหินย้อย น้ำพุร้อน เป็นต้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่น พิพิธภัณฑสถานสัตว์น้ำ นาเกลือ กังหันลม ท่าเรือประมง อุโมงค์ลอดใต้ทะเล

1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ

2. พื้นดิน หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นดิน เช่น ป่าไม้ ไร่ นา สวน ป่า สวนสาธารณะ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ พื้นที่สีเขียว และพื้นดินทุกประเภทที่ได้รับการ

เพาะปลูกปรับปรุงตกแต่งเพื่อผลทางเศรษฐกิจ ตลอดจนฝูงสัตว์ นก พันธุ์ไม้ ดอกไม้ เป็นต้น กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นประเภทนี้ให้ทั้งความเพลิดเพลินและเพื่อการศึกษา

3. อารยธรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนดินต่างๆ เช่น ประเทศที่พัฒนาแล้วอารยธรรมเทคโนโลยีและความเป็นอยู่สมัยใหม่ก็จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่พัฒนาแล้วก็มักจะนิยมเดินทางไปดูอะไรใหม่ๆ ในประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนาเช่นกัน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปยังท้องถิ่นหนึ่งย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือส่งผลต่อท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจแบ่งได้เป็น 3 ด้าน คือ

1. ด้านเศรษฐกิจ เช่น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ รายได้ หรือการนำเอาทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้
2. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปในท้องถิ่นอาจมีผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เช่น มีลักษณะของความเป็นเมืองมากขึ้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามมา ถ้าหากไม่ได้มีการเตรียมการล่วงหน้าที่ดี
3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ พื้นฟูศิลปะ และประเพณีเก่าแก่ของท้องถิ่น หรืออาจเป็นตัวการทำลายค่านิยมวัฒนธรรม ประเพณีอันดีงามให้ด้อยค่าลงไปได้ โดยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยว และตัวเจ้าของท้องถิ่น

2.2.2 ความหมายของการบริหารจัดการ

คำว่าการบริหาร (Administration) หรือการจัดการ (Management) มีความหมาย ที่นิยมใช้ควบคู่กัน ได้มีนักวิชาการให้ความหมายไว้หลายท่าน ดังนี้

สมพงษ์ เกษมสิน (2526) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง การใช้ศาสตร์และศิลป์ ในการนำเอาทรัพยากรการบริหารมาตอบสนองกระบวนการบริหาร ให้สามารถดำเนินงานหรือดำเนินการได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สงวน สุทธิเลิศอรุณ (2529) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง การใช้ศาสตร์และศิลปะ เพื่อดำเนินการเกี่ยวกับคน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพทั้งนี้การบริหารเป็นการประสานงาน การอำนวยความสะดวก และการให้บริการแก่ผู้เกี่ยวข้อง

สมคิด บางโม (2540) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง การใช้ศิลปะในการใช้คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ขององค์การและนอกองค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

ศิริอร ชันธหัตถ์ (2541) กล่าวว่า การบริหาร หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลดำเนินการร่วมกับผู้อื่นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนด

ส่วนความแตกต่างของคำว่าการบริหารและการจัดการมีวิธีการนำไปใช้แยกกัน ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2542)

การบริหาร หมายถึง การบริหารงานขององค์การที่ไม่ต้องการสร้างกำไร โดยผู้บริหารจะต้องพยายามทุกวิถีทางที่จะทำให้เป้าหมายขององค์การที่วางไว้บรรลุผลสำเร็จโดยมิได้คำนึงถึงผลตอบแทนที่จะได้รับ คำว่า Administration จึงมักใช้ในองค์การรัฐบาล หรือหน่วยงานสาธารณะที่ไม่หวังผลกำไร

การจัดการ หมายถึง การบริหารงานใด ๆ ขององค์การที่ต้องการหากำไร โดยผู้บริหารจะต้องทำให้องค์การบรรลุเป้าหมายเพื่อให้ตนอยู่รอดในองค์การได้ คำว่า Management จึงมักใช้ในองค์การธุรกิจหรือองค์การที่มุ่งผลกำไรจากการดำเนินงานโดยตรง

สรุปได้ว่า การบริหารจัดการ หมายถึง ความรับผิดชอบต่อการใช้ทรัพยากรการบริหาร ได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และการจัดการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การบริหารจัดการการท่องเที่ยวหมายถึง กระบวนการในการจัดการการท่องเที่ยวที่มีรูปแบบในลักษณะที่มีองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริการการท่องเที่ยวและด้านตลาดการท่องเที่ยว

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว

รานี อิทธิชัยกุล (2548) ได้กล่าวถึงแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหัวใจของความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจะไม่มีคามหมาย หากนักท่องเที่ยวไม่รู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์กรบริหารแหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศให้เดินทางมาเที่ยว

การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์สำคัญ เพื่อ 1) แนะนำนักท่องเที่ยวใหม่ถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่หรือเกิดขึ้นใหม่ 2) เตือนนักท่องเที่ยวเดิมถึงแหล่งท่องเที่ยวเคยประทับใจ เพื่อที่จะได้กลับมาเที่ยวใหม่ และ 3) โน้มน้าวนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่สนใจ แหล่งท่องเที่ยวที่มี

ความพิเศษเฉพาะตัว โดยมีกลยุทธ์สำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) การโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว 2) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 3) การส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

2.3.1 การโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

การโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อแนะนำ โน้มน้าว และกระตุ้นเตือนนักท่องเที่ยวถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการให้มาเยี่ยม การโฆษณาเป็นเทคนิคการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ต้องใช้เงินลงทุนเป็นจำนวนมาก ซึ่งร้อยละ 20 ของงบโฆษณาท่องเที่ยวเป็นค่าพัฒนาหัวข้อที่จะรณรงค์หรือที่ต้องการโฆษณา และที่เหลือร้อยละ 80 เป็นค่าใช้จ่ายในการโฆษณา โดยผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ที่คิดว่าจะไปถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้ การโฆษณาเป็นสิ่งจำเป็นแต่ต้องอยู่บนสมมติฐานของความจริง คือไม่โฆษณาเกินความเป็นจริงที่ปรากฏ การโฆษณาเป็นการลงทุนที่ประเทศหรือท้องถิ่นต้องใช้สื่อโฆษณาที่ดีที่สุดเท่าที่จะสามารถหาได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความลึกซึ้งและมีความต้องการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ โดยจะพิจารณาคุณภาพงานของประสบการณ์ที่จะได้จากการท่องเที่ยวจากคุณภาพของการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพของการท่องเที่ยว เช่น คุณภาพของแผนพับ หรือคุณภาพของภาพยนตร์โฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ เป็นต้น

สื่อโฆษณามีหลายประเภท และมีค่าใช้จ่ายที่แตกต่างกันดังนี้

1. โทรทัศน์ การเผยแพร่โฆษณาทางโทรทัศน์เสียค่าใช้จ่ายเป็นจำนวนมาก ทั้งในการผลิตภาพยนตร์โฆษณาและค่าเผยแพร่โฆษณาทางสถานีโทรทัศน์ช่องต่าง ๆ โดยคิดค่าใช้จ่ายเป็นระยะเวลา (วินาที) แต่การโฆษณาทางโทรทัศน์มีข้อได้เปรียบสื่ออื่น ๆ คือ การที่ลูกค้าได้เห็นภาพเคลื่อนไหวของสิ่งที่ต้องการโฆษณา พร้อมเสียงประกอบและโทรทัศน์เข้าถึงลูกค้าได้ดี แต่ควรโฆษณาตามฤดูกาลท่องเที่ยว รัฐบาลโดยหน่วยที่รับผิดชอบ นิยมโฆษณาการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์โดยออกอากาศทางสถานีโทรทัศน์ผ่านเครือข่ายดาวเทียม สำหรับการเผยแพร่ในตลาดต่างประเทศ เช่น สถานี CNN, Star TV, Discovery Channel ตัวอย่างรายการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดทำภาพยนตร์โฆษณา Amazing Day และ Amazing Shopping สำหรับการเผยแพร่ในตลาดในประเทศ

นอกจากนี้ยังมีการจัดทำรายการโทรทัศน์หลายรูปแบบ ทั้งที่เป็นสารคดีรายการข่าวท่องเที่ยว เกมโชว์ และรายการวาไรตี้ ซึ่งการจัดทำได้เน้นกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ เพื่อให้ทราบข่าวสารความเคลื่อนไหวในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และเรื่องราวเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ โดยสอดแทรกแนวความคิดด้านการอนุรักษ์ และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับหน่วยงาน ตัวอย่างรายการสำคัญได้แก่



- รายการเที่ยวเมืองไทยใน 1 นาที รายการหนึ่งในเมืองไทย รายการ Action Holiday

2. วิทยุ สามารถเผยแพร่ได้อย่างกว้างขวางและทั่วถึง โดยออกอากาศภายในระยะเวลาสั้น ๆ แต่ถ้าจะให้การโฆษณาได้ผลจำเป็นต้องมีการโฆษณาหลายครั้ง จึงทำให้เกิดค่าใช้จ่ายมากขึ้น

การเผยแพร่โฆษณาทางสื่อวิทยุนิยมทำเป็นสปอต (Spot) โฆษณาที่ใช้ระยะเวลาประมาณ 30 หรือ 60 วินาที ค่าใช้จ่ายในการออกอากาศสถานีวิทยุ ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาของการออกอากาศ

3. สิ่งพิมพ์ การโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ ได้แก่ การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์ และนิตยสาร หนังสือพิมพ์จัดได้ว่าเป็นสื่อที่ได้รับความนิยม ผู้ที่ต้องการโฆษณาควรรู้ยอดจำหน่ายของหนังสือพิมพ์ หนังสือพิมพ์ที่มียอดจำหน่ายสูงจะคิดค่าลงโฆษณาสูงตามมา การลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์คิดเป็นจำนวนบรรทัดและคอลัมน์ การโฆษณาในหนังสือพิมพ์มีจุดอ่อนมีอายุสั้น คือวันต่อวัน

การโฆษณาทางหนังสือพิมพ์เหมาะสำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับตลาดในประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยลงโฆษณาในหนังสือพิมพ์ ไทยรัฐ เดลินิวส์ มติชน บ้านเมือง และข่าวสด

การโฆษณาในนิตยสาร เสียค่าใช้จ่ายสูง แต่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยตรงที่สนใจการท่องเที่ยว นิตยสารมีข้อได้เปรียบหนังสือพิมพ์ หรือวิทยุโทรทัศน์ในเรื่องของอายุการโฆษณาที่ยืนยาวกว่าและมีจำนวนผู้อ่านที่สืบต่อกันมา

นอกเหนือจากการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์แล้ว ยังมีสิ่งพิมพ์ที่เป็นเอกสารโฆษณา หรือสนับสนุนการขาย เช่น คู่มือแนะนำแหล่งท่องเที่ยว จัดทำเป็นภาษาต่าง ๆ คู่มือท่องเที่ยวเฉพาะทาง (special interest brochure) เอกสารแนะนำจังหวัด ปฏิทินงานประเพณี โปสเตอร์ เป็นต้น

4. ป้ายโฆษณา การโฆษณาเผยแพร่บนป้ายโฆษณาให้ผลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวน้อยกว่าสื่ออื่น ๆ เนื่องจากข้อจำกัดในเรื่องขนาดและบริเวณที่สามารถติดป้ายได้โดยไม่ทำให้เสียวิวทิวทัศน์ รวมทั้งมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงในการจัดทำและเช่าสถานที่ตั้งป้าย

วันที่	30 พ.ย. 2552
เลขทะเบียน	011717 จ.บ

ภพ.
915.9304
๖ 826 ๗
สม.กร. ๕๕๓ท.

2.3.2 การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

การประชาสัมพันธ์เป็นเทคนิคการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าการโฆษณา การประชาสัมพันธ์มีวัตถุประสงค์เพื่อเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศที่สมควรเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เป็นการเผยแพร่ในรูปของข่าวประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น ประเทศหรือท้องถิ่นจะเชิญชวนสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ทั้งนักข่าวหนังสือพิมพ์ นักจัดรายการวิทยุหรือโทรทัศน์ นักเขียนบทความจากในและต่างประเทศมาทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและประกอบกิจกรรมที่น่าสนใจเพื่อจะนำไปเผยแพร่ในสื่อที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมตลาดท่องเที่ยวทั่วโลก

หน่วยงานที่รับผิดชอบส่งเสริมการท่องเที่ยว มีหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มที่มีความสำคัญต่อผลสำเร็จของการท่องเที่ยวของประเทศหรือท้องถิ่น ได้แก่ สาธารณชน สื่อมวลชน หน่วยงานภาครัฐ ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการ และแรงงานในธุรกิจบริการต่าง ๆ และกลุ่มท่องเที่ยวที่สนใจพิเศษ เช่น สนใจในโบราณสถาน วัฒนธรรม

วิธีการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่หรือดึงดูดสาธารณชน

การประชาสัมพันธ์ไม่เหมือนการโฆษณา นอกเหนือจากการเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าแล้ว คำพูด บทความ ภาพถ่าย ภาพยนตร์เกี่ยวกับกิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวที่สื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ได้มาทัศนศึกษาหรือได้มาพบเห็น จะสามารถเผยแพร่ไปได้ไกลและมีความน่าเชื่อถือสูง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวให้กับประเทศหรือท้องถิ่นเกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรมต่อไปนี้

1.1 การเชิญสื่อมวลชนประเภทต่าง ๆ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมาทัศนศึกษาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

1.2 การสร้างความสัมพันธ์อันดีกับสาธารณชน โดยการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่าง ๆ ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น งานเทศกาลประเพณี การจัดสัมมนาหรือประชุมด้านการท่องเที่ยว ปฏิทินข่าวท่องเที่ยว จัดสื่อมวลชนสัมพันธ์ผู้บริหาร จัดทำจดหมายข่าว (Newsletter) จัดทำบทความสารคดีท่องเที่ยวในหนังสือพิมพ์หรือนิตยสารการเผยแพร่ข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

1.3 การเผยแพร่ข่าวประชาสัมพันธ์ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นความสนใจจับพลัน เช่น การเปิดตัวแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การจัดงานเฉลิมฉลองกรุงเทพมหานคร 200 ปี เป็นต้น

2. การประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม

นอกจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวหรือสาธารณชนเพื่อดึงดูดให้มาเยือนแล้ว องค์กรที่รับผิดชอบการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรพิจารณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวแก่ประชาชนเจ้าของพื้นที่ท่องเที่ยวด้วยเพื่อเป็นการโน้มน้าวให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยวของตนทั้งในเรื่องคุณค่า และผลประโยชน์ที่จะได้รับตลอดจนเพื่อให้ประชาชนเจ้าของท้องถิ่นเกิดความรู้ ความเข้าใจในนักท่องเที่ยว และรู้สึกห่วงแหนในทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และศิลปวัฒนธรรมประเพณีของตนที่เป็นที่ประทับใจต่อนักท่องเที่ยวต่างถิ่น

การจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับประชาชนในท้องถิ่น เป็นการทำให้ประชาชนในท้องถิ่นรับทราบหรือตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว ซึ่งเรียกว่า Community Awareness Program หรือโปรแกรมกระตุ้นชุมชนให้ตระหนักถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้ประชาชนในท้องถิ่นมีทัศนคติไม่ตรีในการต้อนรับและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ตลอดจนมีทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ดีในการท่องเที่ยว ซึ่งเป็น การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแบบปากต่อปากที่ได้ผลดี

3. การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการและแรงงานรับผิดชอบและเป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวแก่สาธารณชน และเพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแล้ว การประชาสัมพันธ์ให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวด้านต่าง ๆ และแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกรับผิดชอบและเป็นตัวแทนแหล่งท่องเที่ยวก็มีความสำคัญต่อการอยู่รอดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย เพราะหากผู้ประกอบการและแรงงานขาดจรรยาบรรณหรือความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวและสังคมแล้ว อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพียงครั้งเดียว และจะไม่กลับมาอีก รวมทั้งนักท่องเที่ยวที่มาแล้วประสบกับความผิดหวังหรือถูกเอาเปรียบก็จะบอกต่อเครือข่ายมิตร ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวลดลงในอนาคต

2.3.3 การส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

การส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวเป็นเทคนิคของการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่จะช่วยให้การโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ได้ผลดีขึ้นหรือเป็นตัวเร่งให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการรวดเร็วขึ้น หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ควรพิจารณาจัดทำกลยุทธ์การส่งเสริมการขายควบคู่ไปกับเทคนิคการส่งเสริมการท่องเที่ยวเด่นอื่น ๆ อันได้แก่

1. การจัดโครงการรณรงค์ท่องเที่ยว

เป็นกลยุทธ์การส่งเสริมการขายที่ต้องมีการวางแผนดำเนินการเพื่อกำหนดหัวข้อ ช่วงเวลา และแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการรณรงค์ เช่น การจัดโครงการ Amazing Thailand 2541-2542 โครงการ Visit Brunei 2001: A Kingdom of Unexpected Treasures โครงการ Visit Malaysia & Feel the Heat of the F1 Fever เป็นต้น

การจัดโครงการรณรงค์ท่องเที่ยวจะต้องวางแผนล่วงหน้าเป็นเวลานาน หน่วยงานที่รับผิดชอบจะต้องจัดสรรงบประมาณเป็นจำนวนมากในการจัดโครงการ แม้ว่ามิวายได้บางส่วนมาจากค่าอุปถัมภ์โครงการ (สปอนเซอร์) ก็ตามยังมีค่าใช้จ่ายด้านการพัฒนาโครงการและการส่งเสริมการขายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์โครงการอีกด้วย ซึ่งในบางครั้งอาจจำเป็นต้องไปจัดงานประชาสัมพันธ์ในต่างประเทศ

2. การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายที่จัดขึ้นในประเทศและต่างประเทศ

2.1 การเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายที่จัดขึ้นในประเทศและต่างประเทศ จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ดีแม้จะมีค่าใช้จ่ายสูงทั้งทางด้านการจัดนิทรรศการและการเดินทางของผู้เข้าไปร่วมงาน เช่น

- งานท่องเที่ยวไทย (Thailand Travel Mart) ในประเทศไทย
- งาน World Travel Mart ณ ประเทศอังกฤษ
- งาน ASEAN Tourism Forum (ATF) ที่หมุนเวียนจัดในประเทศ

ต่าง ๆ ในภูมิภาคอาเซียน

2.2 การเข้าร่วมส่งเสริมการขายเฉพาะด้าน เช่น งานส่งเสริมการขายด้านการประชุมนานาชาติ อาทิ

- งาน IT & ME (Incentive Travel & Meeting Executive) ณ ประเทศสหรัฐอเมริกา
- งาน IT & CMA (Incentive Travel & Corporate Meeting Exhibition & Conference) ณ ประเทศมาเลเซีย

3. การร่วมกับหน่วยงานสมาคมวิชาชีพหรือผู้ประกอบการจัดทำโครงการหรืองานท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่น โครงการท่องเที่ยวไทยที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดขึ้นร่วมกับผู้ประกอบการในจังหวัดต่าง ๆ เช่น เชียงใหม่ อุบลราชธานี นครศรีธรรมราช

4. การจัดโครงการนำเที่ยวประชาชน เพื่อส่งเสริมให้คนในประเทศเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นและเป็นการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

5. การให้การสนับสนุนผู้ประกอบการนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยวในราคาพิเศษ เช่น การจัดนำเที่ยวแบบอนุรักษ์วิถีชีวิตไทย เพลินใจธรรมชาติ การจัดนำเที่ยวแนะนำจังหวัดท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับความนิยม การนำเที่ยวแบบครอบครัว

6. การให้การสนับสนุนภาคเอกชนในการจัดงานท่องเที่ยวตามศูนย์การค้า

7. การส่งเสริมการท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มีความสำคัญ เช่น เยาวชน ผู้สูงอายุ ผู้พิการ โดยการจัดนิทรรศการ/นำเที่ยว/สัมมนา/อบรม/ เป็นต้น

8. การจัดนิทรรศการ เพื่อเผยแพร่แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศในงานสำคัญ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจัดนิทรรศการในงานต่าง ๆ

9. การจัดทำสิ่งพิมพ์และสินค้าส่งเสริมการขายแจกฟรีหรือขายในราคาพิเศษ เช่น แผนที่ท่องเที่ยว เอกสารแผ่นพับ ปฏิทิน ส.ค.ส. ไปสเตอร์ ไปสการ์ด ธง เทปเพลง วีดีโอ ซีดี เสื้อยืด และของที่ระลึก เช่น ปากกา แห็ม ถุงผ้า พวงกุญแจ เป็นต้น

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม

2.4.1 ความหมายของการมีส่วนร่วม

R. Stavenhagen (อ้างถึงใน ดิเรก ฤกษ์สาหร่าย, 2522) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นว่าหมายถึง กระบวนการที่สมาชิกของชุมชนมีการกระทำออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกันในการที่จะแสดงให้ความต้องการร่วม ความสนใจร่วมมีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองหรือการดำเนินงานร่วมกัน เพื่อให้อิทธิพลต่ออำนาจตัดสินใจว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม โดยอาจจะเป็นการดำเนินการร่วมกันในการเพิ่มอำนาจต่อรองทางการเมือง เศรษฐกิจ การปรับปรุงสภาพสังคมในกลุ่มชุมชน

Erwin Williams (อ้างถึงในมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2526) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับความหมายของการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมว่า หมายถึง ตัดสินใจแก้ปัญหาของ

ตนเองเน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาประชาชน ให้ความสำคัญสร้างสรรค์ และ ความชำนาญของประชาชน แก้ปัญหาร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและการสนับสนุน ติดตามผลการปฏิบัติขององค์กร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

Lindgren (อ้างในวิชิตฐิ์ ทองสมบุญ, 2535) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า หมายถึง การที่บุคคลหลาย ๆ คน ทำงานด้วยกัน เพื่อนำไปสู่จุดหมายร่วมกันและทำงาน นั้นให้สำเร็จ และงานที่ต้องพึ่งพาอาศัยกันหลาย ๆ คน จะต้องมีการร่วมมือมากขึ้น การที่จะทำอะไรให้สำเร็จลุล่วงไปได้นั้น ขึ้นอยู่กับแต่ละบุคคลกับกลุ่มว่ามีความสามารถที่จะช่วยกันทำงาน มากน้อยเพียงใด ถ้าหากทุกคนต่างก็ยอมรับจุดหมายต่าง ๆ ของกลุ่มแล้ว การทำงานของกลุ่มก็จะประสบปริมาณความเป็นศูนย์กลางมาก หรือแก้ปัญหาซับซ้อนก็ตาม กล่าวคือ อย่างน้อยที่สุดกลุ่มจะต้องมีความร่วมมือกันบ้างไม่มากก็น้อย ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับการยอมรับจุดหมาย ของสมาชิกต่าง ๆ ว่ามีมากน้อยเพียงใด

กรรณิกา ชมดี (2524) สรุปว่าการมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง ความร่วมมือของประชาชน ไม่ว่าจะของปัจเจกบุคคล หรือกลุ่มคนที่เห็นพ้องต้องกันและเข้าร่วมรับผิดชอบ เพื่อดำเนินการพัฒนาและเปลี่ยนไปในทางที่ต้องการโดยการกระทำผ่านกลุ่ม หรือองค์กรเพื่อให้ บรรลุถึงความเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์

ทวีทอง หงส์วิวัฒน์ (2527) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมคือ การที่ประชาชน หรือ ชุมชนพัฒนาขีดความสามารถของตนในการจัดการควบคุมการใช้ และการกระจายทรัพยากรที่มี อยู่เพื่อประโยชน์ต่อการดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคมตามความจำเป็นอย่างสมศักดิ์ศรีในฐานะ สมาชิกของสังคม ในการมีส่วนร่วมประชาชนได้พัฒนาการรับรู้และภูมิปัญญา ซึ่งแสดงออกมา ในรูปการตัดสินใจในการกำหนดชีวิตของตนเองอย่างเป็นตัวของตัวเอง

นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์ (2527) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมหมายถึง การเกี่ยวข้อง ทางด้านจิตใจและอารมณ์ (mental and emotional involvement) ของบุคคลหนึ่งใน สถานการณ์กลุ่ม (group situation) ซึ่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการ ให้ (contribution) บรรลุจุดหมายของกลุมนั้น กับทั้งทำให้เกิดความรู้สึกรับผิดชอบกับกลุ่ม ดังกล่าวด้วย สรุปได้ว่าเป็นการเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้อง (involvement) มิใช่เป็นเพียงแต่การเป็นส่วนหนึ่ง (belonging) ของชุมชนนั้นเท่านั้น หรือการมีส่วนร่วมอาจหมายถึงการทำงานร่วมกัน กับกลุ่ม เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ด้วยความตั้งใจ (ความร่วมมือร่วมใจ) โดยการกระทำ ดังกล่าวให้ห้วงเวลาและลำดับเหตุการณ์ที่ทรงประสิทธิภาพ คือ ถูกจังหวะและเหมาะสม (การ ประสานงาน) กับทั้งกระทำการงานดังกล่าวด้วยความรู้สึกผูกพัน ให้ประจักษ์ว่าเชื่อถือไว้ใจได้

(ความรับผิดชอบ) ดังนั้น การมีส่วนร่วมเป็นหัวใจของการเสริมสร้างพลังการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มอีกด้วย

ยุวัฒน์ วุฒิเมธี (2534) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้น หมายถึง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมในการคิดริเริ่ม การพิจารณาตัดสินใจ การร่วมปฏิบัติและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ อันมีผลกระทบถึงตัวประชาชนเอง การที่สามารถทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาชนบท เพื่อแก้ไขปัญหาและนำมาซึ่งสภาพความเป็นอยู่ของประชาชนที่ดีขึ้นได้นั้น ผู้นำการเปลี่ยนแปลงต้องยอมรับปรัชญาการพัฒนาชุมชนที่ว่ามนุษย์ทุกคนต่างมีความปรารถนาที่จะอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรมและเป็นที่ยอมรับของผู้อื่นและพร้อมที่จะอุทิศตนเพื่อกิจกรรมของชุมชน ขณะเดียวกันต้องยอมรับด้วยความบริสุทธิ์ใจว่า มนุษย์นั้นสามารถพัฒนาได้ถ้ามีโอกาส และได้รับการชี้แนะอย่างถูกต้อง

สานิตย์ บุญชู (2530) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า เป็นกระบวนการที่ประชาชนในชุมชนสามารถที่จะรวมตัวของเขาเองในการแสวงหาแนวทางในการตอบสนองด้วยการวางแผน การบริหารและหารจัดการในการปรับปรุงฐานะความเป็นอยู่ของตนเอง และท้องถิ่นให้ดีขึ้น

สุจินต์ ดาววีระกุล (2527 อ้างถึงในพิชณวัตร วรรณะกุล, 2538) หมายถึง กระบวนการกระทำที่ประชาชนมีความสมัครใจเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดการเปลี่ยนแปลงเพื่อตัวประชาชนได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจเพื่อตนเอง และมีส่วนร่วมดำเนินการเพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ดังที่ปรารถนาหรือที่ตั้งไว้ ทั้งนี้ต้องมีใช่เป็นการกำหนดกรอบแนวคิดจากบุคคลภายนอก

2.4.2 ความสำคัญของการมีส่วนร่วม

ปรัชญา เวสารัชช (2544) ได้อธิบายของการมีส่วนร่วมของประชาชนมีความสำคัญครอบคลุมประเด็นต่างๆ ที่สำคัญไว้ ดังนี้

1) ความมีส่วนร่วมของประชาชนครอบคลุมการสร้างโอกาสที่เอื้อให้สมาชิกทุกคนของชุมชนและสังคมได้ร่วมกิจกรรมและนำไปสู่และมีอิทธิพลต่อการพัฒนา และเอื้อให้ได้ประโยชน์จากการพัฒนาโดยเท่าเทียมกัน

2) การมีส่วนร่วมสะท้อนการเข้าเกี่ยวข้องโดยสมัครใจ และเป็นประชาธิปไตยในกรณีต่อไปนี้

- (1) การแบ่งสรรผลประโยชน์จากการพัฒนา โดยเท่าเทียมกัน

(2) การตัดสินใจเพื่อกำหนดเป้าหมาย กำหนดนโยบาย การวางแผน และดำเนินการโครงการพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม

(3) การสร้างโอกาสการเอื้อให้ได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนาเท่าเทียมกัน

3) เมื่อพิจารณาในแง่นี้ การมีส่วนร่วมเป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างส่วนที่ประชาชนลงแรง และทรัพยากรเพื่อพัฒนากับประโยชน์ที่ได้รับจากการลงทุนลงแรง ระดับท้องถิ่น ระดับภูมิภาค ระดับชาติ จะช่วยก่อให้เกิดความเชื่อมโยงระหว่างสิ่งที่ประชาชนลงทุนลงแรงกับผลประโยชน์ที่ได้

4) ลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชน อาจผิดแผกแตกต่างกันไปตามสภาพเศรษฐกิจของประเทศ นโยบายและโครงการสร้างและบริหารรวมทั้งลักษณะเศรษฐกิจสังคมของประชาชน การมีส่วนร่วมของประชาชนมิได้เป็นเพียงเทคนิควิธีการแต่เป็นปัจจัยสำคัญในการประกันให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่มุ่งเอื้อประโยชน์ต่อประชาชน

สมนึก ปัญญาสิงห์ (2542) ได้อธิบายความสำคัญของการมีส่วนร่วมว่า มีสาระสำคัญสูงสุดของการทำงานแบบมีส่วนร่วมไม่ใช่อยู่ที่การวิเคราะห์ตีความ แต่อยู่ที่การลงมือปฏิบัติตามปรัชญา และ กระบวนการทำงานแบบมีส่วนร่วมอย่างจริงจัง ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานขององค์ประกอบเหล่านี้ คือความร่วมมือร่วมใจ (Cooperation) การประสานงาน (Coordination) ความรับผิดชอบร่วมกัน (Responsibility) ความพยายามร่วมกัน (Collective Effort) ความสัมพันธ์ที่ราบรื่น และกลมกลืนกัน (Harmonious Relation) การมีจิตใจที่มุ่งมั่น และ ร่วมกันทำงาน (Communal and Cooperative Spirit or Spirit of Partnership) และการลงมือปฏิบัติดำเนินการร่วมกัน (Action or Implementation)

2.4.3 ลักษณะของการมีส่วนร่วม

WHO (1978 อ้างถึงใน เพ็ญศรี รัตนะ, 2536) ได้เสนอว่ารูปแบบของการมีส่วนร่วมที่ถือว่าเป็นรูปแบบที่แท้จริงนั้น จะต้องประกอบด้วยกระบวนการ 4 ขั้นตอน

1) การวางแผน (Planning) ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา จัดลำดับความสำคัญ ตั้งเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธีการติดตามและประเมินผลและประการสำคัญคือการตัดสินใจ

2) การดำเนินกิจกรรม (Implementation) ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการและบริหารการใช้ทรัพยากร มีความรับผิดชอบในการจัดสรร ควบคุมทางการเงิน และการบริหาร

3) การใช้ประโยชน์ (Utilization) ประชาชนจะต้องมีความสามารถในการนำกิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับของการพึ่งตนเองและการควบคุมทางสังคม

4) การได้รับผลประโยชน์ (Utilization) ประชาชนจะต้องได้รับการแจกจ่ายผลประโยชน์จากชุมชนในพื้นที่เท่ากัน ซึ่งอาจเป็นผลประโยชน์ส่วนตัวในสังคม หรือวัตถุก็ได้ Uphoff (1981 อ้างถึงใน อนงค์ พัฒนจักร, 2535) ได้สร้างกรอบพื้นฐานเพื่ออธิบายและวิเคราะห์การมีส่วนร่วมใน 4 ขั้นตอน คือ

1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) โดยอาจเป็นการตัดสินใจตั้งแต่ในระยะเริ่มต้น การตัดสินใจในช่วงของกิจกรรม และการตัดสินใจในการดำเนินกิจกรรม

2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรม ที่เป็นไปทั้งในรูปของการเข้าร่วมโดยมีการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร หรือการเข้าร่วมในการบริหาร และการร่วมมือ รวมถึงการเข้าร่วมในการลงแรงร่วมใจ

3) การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ซึ่งอาจเป็นผลประโยชน์ทางวัตถุ ทางสังคม หรือโดยส่วนตัว อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างควบคู่กันไป

4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล ในรูปแบบนี้นับเป็นการควบคุม ตรวจสอบ การดำเนินกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

จากแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมดังกล่าวข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วม หมายถึง การทำงานร่วมกันในกิจกรรมของชุมชนหมู่บ้านโดยร่วมกันคิดหาแนวทางวิธีการในการดำเนินงาน ตัดสินใจเลือกแนวทางที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน ลงมือปฏิบัติร่วมกัน หรือให้การสนับสนุน และติดตามการดำเนินงานในกิจกรรมที่ตัดสินใจร่วมกันไว้ รวมทั้งรับประโยชน์จากกิจกรรมที่ดำเนินการนั้น ๆ ร่วมกัน

จะเห็นได้ว่าประชาชนต้องเข้ามามีส่วนร่วม ร่วมคิดร่วมตัดสินใจในการส่งเสริมและพัฒนาให้หาดบางแสน 2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชมในแหล่งท่องเที่ยว โดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้มีการสร้างงานสร้างรายได้ โดยที่ประชาชนไม่จำเป็นต้องไปหางานในแหล่งอื่นๆ และยังเป็นการสร้าง ความตระหนักถึงคุณค่าแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นอีกด้วย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งหมายถึง การมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่นในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้นำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย 3 ด้าน ดังนี้

- 1) ด้านการโฆษณาเผยแพร่ทางการท่องเที่ยว
- 2) ด้านการประชาสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยว
- 3) ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

2.5 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เล็กและใกล้ชิดประชาชนมากที่สุด คือ องค์การบริหารส่วนตำบล ตามรูปแบบปัจจุบัน เกิดจากนโยบายของรัฐบาลที่แถลงต่อสภาเมื่อวันที่ 21 ตุลาคม 2535 ตามนโยบายด้านการกระจายอำนาจ คือ “การกระจายอำนาจการปกครองสู่ท้องถิ่น โดยจัดให้มีการเลือกตั้งผู้บริหารท้องถิ่นทุกระดับ ตลอดจนเพิ่มบทบาทและอำนาจในการตัดสินใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้อำนาจในการกำหนดนโยบายการพัฒนา การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และการวางผังเมือง เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการปกครองตนเองในระบบประชาธิปไตย และจะส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในระดับตำบลเป็นนิติบุคคลเพื่อให้มีความคล่องตัว และร่วมแก้ปัญหาของประชาชนในตำบลได้อย่างมีประสิทธิภาพ”

การจัดโครงสร้างการบริหาร และกระบวนการเมืองท้องถิ่นขององค์กรท้องถิ่นซึ่งในปัจจุบันมีบทบาทในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ที่จะกล่าวถึงในส่วนนี้จะเฉพาะขององค์การบริหารส่วนตำบลเท่านั้น เนื่องจากในปัจจุบันสภาตำบลได้ยกฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเกือบครบถ้วนแล้ว จึงจะไม่นำเสนอไว้ ณ ที่นี้

2.5.1 อำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล

มาตรา 66 องค์การบริหารส่วนตำบลมีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

มาตรา 67 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย องค์การบริหารส่วนตำบล มีหน้าที่ต้องทำในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ดังต่อไปนี้

- 1) จัดให้มีการบำรุงรักษาทางน้ำ และทางบก
- 2) รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดิน และที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัดมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล
- 3) ป้องกันโรคและระงับโรคติดต่อ
- 4) ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
- 5) ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม

- 6) ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ
- 7) คุ้มครอง ดูแล และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
- 8) บำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
- 9) การปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ทางราชการมอบหมายโดยจัดสรรงบประมาณหรือบุคลากรให้ตามความจำเป็นและสมควร

มาตรา 68 ภายใต้บังคับแห่งกฎหมาย องค์การบริหารส่วนตำบลอาจจัดทำกิจการในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ดังต่อไปนี้

- 1) ให้มีน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภค และการเกษตร
- 2) ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น
- 3) ให้มีและรักษาทางระบายน้ำ
- 4) ให้มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจ และสวนสาธารณะ
- 5) ให้มีและส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรและกิจการสหกรณ์
- 6) ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมในครอบครัว
- 7) บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพของราษฎร
- 8) การคุ้มครองดูแล และรักษาทรัพย์สินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดิน
- 9) หาผลประโยชน์จากทรัพย์สินขององค์การบริหารส่วนตำบล
- 10) ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือ และท่าข้าม
- 11) กิจการเกี่ยวกับพาณิชย์
- 12) การท่องเที่ยว
- 13) การผังเมือง

2.5.2 การจัดเตรียมความพร้อมของ อบต. ในด้านการจัดการการท่องเที่ยว

เพื่อให้การบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของ อบต. เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่นมากที่สุดในขณะที่เดียวกันก็ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ผู้บริหาร อบต. ควรจะได้มีการเตรียมความพร้อมใน 3 ด้าน ดังต่อไปนี้ (คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.))

1) การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากร

(1) ประเภทของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของ อบต./สต.

อบต./สต. ควรจัดเตรียมบุคลากรด้านต่าง ๆ เหล่านี้ไว้เพื่อรองรับการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของตนเองตามความเหมาะสม

1. เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป เพื่อทำหน้าที่บริหารและจัดการงานด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดของ อบต./สต.

2. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์และการตลาด เพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและติดต่อหาตลาดเพื่อนำหรือชักชวนนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวชมในพื้นที่

3. เจ้าหน้าที่จัดการด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อทำหน้าที่ดูแลด้านความสะอาดภายในแหล่งท่องเที่ยว จัดเก็บขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล

4. เจ้าหน้าที่ดูแลทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อคอยดูแลรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศิลปวัฒนธรรมมิให้มีการถูกทำลาย

5. เจ้าหน้าที่ซ่อมบำรุงและปรับปรุงฟื้นฟู เพื่อปรับปรุงซ่อมแซมทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรม

6. เจ้าหน้าที่บรรเทาสาธารณภัย เพื่อคอยตรวจตราดูแลช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่ประสบภัยในสถานที่ท่องเที่ยว

7. เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย เพื่อให้สวัสดิภาพแก่นักท่องเที่ยวทั้งด้านชีวิต และทรัพย์สิน

8. มัคคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้นำนักท่องเที่ยวในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

(2) แนวทางในการเตรียมความพร้อม

1. สนับสนุนให้มีการเพิ่มพูนความรู้ของบุคลากรที่มีอยู่แล้ว ด้วยการให้โอกาสศึกษาต่อ การฝึกอบรมและ/หรือการเข้าร่วมสัมมนาในเรื่องที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

2. สนับสนุนให้บุคลากรประจำการ หรือแม้แต่สมาชิกของ อบต./สต. ในการเดินทางไปศึกษาดูงาน เพื่อนำประสบการณ์และสิ่งต่าง ๆ ที่ได้พบเห็นมาปรับใช้

3. สนับสนุนให้บุคลากรของ อบต./สต. ได้ทำงานที่เกี่ยวข้อง

เกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้านบุคลากร เช่น จากกรมป่าไม้ กรมการศาสนา และ กรมศิลปากร เป็นต้น

2) การเตรียมความพร้อมด้านงบประมาณ

ในการเตรียมความพร้อม เพื่อรับภาระหน้าที่บริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ อบต./สต. จำเป็นจะต้องทราบถึงแหล่งที่มาของรายได้ และการจัดสรรรายการค่าใช้จ่าย สิ่งที่ต้องทราบมีดังนี้

(1) ด้านรายรับ

โดยปกติแล้ว อบต./สต. มีแหล่งรายได้อยู่ 2 แหล่ง ตามลักษณะของรายรับ คือ

1. รายได้ประจำ ส่วนนี้ประกอบด้วยรายได้ในหมวดต่าง ๆ

ต่อไปนี้ คือ

- ภาษีอากร
- ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ และค่าใบอนุญาต
- รายได้จากทรัพย์สิน
- รายได้จากสาธารณูปโภค
- รายได้จากกิจการเกี่ยวกับการพาณิชย์
- เงินอุดหนุน
- รายได้เบ็ดเตล็ด

2. เงินได้อื่น ๆ ส่วนนี้ประกอบด้วยเงินกู้ เงินบริจาค และเงินช่วยเหลือจากองค์กรภายนอกที่รวมทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน สำหรับทำกิจกรรมตามโครงการที่ อบต./สต. สร้างขึ้นเป็นครั้งคราว รายได้จากแหล่งต่าง ๆ เหล่านี้ อบต./สต. ควรสำรวจดูว่าในพื้นที่ของ อบต./สต. ยังมีแหล่งใดบ้าง หรือ กิจกรรมใดบ้างที่ อบต./สต. สามารถจัดการเพื่อหารายได้และในกรณี อบต./สต. จะจัดทำโครงการสำรวจ ค้นหา ก่อสร้างแหล่งท่องเที่ยว หรือจัดกิจกรรม เทศกาล นิทรรศการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว แหล่งเงินช่วยเหลือที่ควรพิจารณา ก็คือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมป่าไม้ กรมศิลปากร หอการค้าจังหวัด และธนาคารต่างๆ ในจังหวัด อย่างไรก็ตามในการจะหาเงินช่วยเหลือจากแหล่งดังกล่าวได้เป็นผลสำเร็จ อบต./สต. จะต้องสร้างความเชื่อมั่น สร้างศรัทธาให้เกิดขึ้นในชุมชน มีเจตนาดี มีความสามารถ มีความรับผิดชอบ และปราศจากซึ่งการแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตัวของสมาชิก อบต./สต. ตลอดจนการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับธุรกิจภาคเอกชนในพื้นที่

(2) ด้านรายจ่าย

รายจ่ายของ อบต./สต. มีทั้งรายจ่ายประจำและรายจ่ายเพื่อดำเนินงานตามโครงการที่จะเกิดขึ้นเป็นครั้งคราว เช่น โครงการสำรวจ ค้นหา และก่อสร้างแหล่งท่องเที่ยว สำหรับรายจ่ายประจำนั้นได้มีการจัดเป็นหมวดหมู่ไว้ 7 หมวดตามที่ระบุไว้ในข้อบังคับตำบล เรื่องงบประมาณรายจ่ายประจำปี สำหรับรายจ่ายเพื่อการสำรวจ ค้นหา และก่อสร้างแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการประกอบกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวนั้น อบต./สต. จะต้องทำขึ้นเป็น “โครงการ” เสียก่อน แล้วจึงติดต่อหาแหล่งเงินช่วยเหลือ

3) การเตรียมความพร้อมด้านวัสดุ/อุปกรณ์

(1) วัสดุ/อุปกรณ์

วัสดุ/อุปกรณ์ ที่มีความจำเป็นสำหรับการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบที่ผู้บริหาร อบต./สต. ควรจะได้เตรียมไว้ ประกอบด้วย

1. ยานพาหนะเพื่อตรวจการ และเพื่อเคลื่อนย้ายบุคคลและสิ่งของเมื่อเกิดกรณีจำเป็น ยานพาหนะหมายรวมถึง จักรยาน จักรยานยนต์ และรถยนต์ ตามความเหมาะสมของแต่ละสถานที่
2. อาวุธ เพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติหน้าที่ในการลาดตระเวน และรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่
3. เครื่องมือสื่อสาร เพื่อใช้ในการติดต่อทั้งภายในแหล่งท่องเที่ยว และระหว่าง อบต./สต. กับภายนอก อุปกรณ์ส่วนนี้หมายถึงโทรศัพท์ โทรสาร หอกระจายข่าว วิทยุสนาม
4. วัสดุ และอุปกรณ์สำหรับการซ่อมบำรุงตามความจำเป็น และเหมาะสมกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว
5. วัสดุและอุปกรณ์ในการดูแลและรักษา ตามความจำเป็น และเหมาะสมกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

(2) แนวทางการเตรียมความพร้อม

1. ในระยะแรกที่ อบต./สต. ยังไม่สามารถจัดเตรียมได้ทันให้ใช้วิธีขอความช่วยเหลือ สนับสนุนจากหน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวนั้นอยู่ก่อนแล้ว
2. อบต./สต. จัดสรรงบประมาณประจำปี เพื่อจัดซื้อจัดหาวัสดุ/อุปกรณ์แบบค่อยเป็น ค่อยไปตามลำดับ ความสำคัญ และความจำเป็น
3. เชิญชวนให้ภาคเอกชนบริจาค โดย อบต./สต. จัดทำป้ายแสดงความขอบคุณในการสนับสนุนให้สาธารณชนได้ทราบ

4. แสวงหาความช่วยเหลือจากองค์กรเอกชน หรือรัฐบาลของต่างประเทศ

2.5.3 การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบ

เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของ อบต./สต. ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของ อบต./สต. ควรดำเนินการตามแนวทางดังต่อไปนี้

- 1) กำหนดบทบาท ภารกิจ และแนวทางดำเนินงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ให้ชัดเจน โดยมีคณะกรรมการร่วมประสานการปฏิบัติให้เป็นไปตามแผนงาน โครงการที่กำหนดไว้อย่างสอดคล้องกัน
- 2) กำหนดยุทธศาสตร์ในเชิงรุกเพื่อพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่น การรักษาสภาพแวดล้อมและการบริหารจัดการที่ดี เพื่อให้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยั่งยืน
- 3) ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นควบคู่ไปกับการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้วให้คงสภาพสมบูรณ์ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ โบราณสถาน และศิลปวัฒนธรรม
- 4) ฟื้นฟู เผยแพร่ การจัดเทศกาลงานประเพณีต่างๆ ของท้องถิ่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว ตลอดจนเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นให้คงอยู่สืบไป
- 5) กระจายอำนาจหน้าที่และสนับสนุนงบประมาณให้คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด และระดับพื้นที่ สามารถดำเนินการบริหารจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นและแก้ไขปัญหาของแหล่งท่องเที่ยวนั้นได้อย่างคล่องตัวมากขึ้น รวมทั้งการจัดเก็บรายได้ และแบ่งสรรรายได้ให้แก่หน่วยงานเจ้าของพื้นที่/ท้องถิ่น
- 6) มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ตั้งแต่การวางแผนตัดสินใจว่าการท่องเที่ยวในพื้นที่ควรจะเป็นไปในลักษณะใด การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวให้สมดุลกับแหล่งท่องเที่ยวที่จะรองรับได้ รวมทั้งการจัดการผลประโยชน์ที่ประชาชนในท้องถิ่นควรจะได้รับ

2.6 ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสาร

ในการเลือกรับรู้ข่าวสารผู้รับสารมีกระบวนการเลือกสรรข่าวสารที่แตกต่างกันไป ประสบการณ์ ความเชื่อ ทักษะคติ ฯลฯ ซึ่งกระบวนการในการเลือกสรรนี้ เปรียบเสมือนเครื่องกรอง (Filter) ข่าวสารในการรับรู้ของมนุษย์ ประกอบด้วยการกรอง 3 ขั้นตอน ดังนี้ (พีระ จิระโสภณ, 2542 : 636-638)

1. การเลือกรับหรือการเลือกสนใจ (Selective Exposure) กล่าวคือ บุคคลจะเลือกเปิดรับสื่อ และข่าวสารต่าง ๆ ตามความสนใจและความต้องการของตน เพื่อนำมาใช้แก้ปัญหา และเป็นข้อมูล เพื่อสนองความต้องการของตน นอกจากบุคคลเลือกเปิดรับข่าวสารแล้ว บุคคลยังเลือกให้ความสนใจต่อข่าวสารที่สอดคล้องกับทัศนคติ และความเชื่อดั้งเดิมของบุคคลนั้น ๆ ในขณะเดียวกันก็พยายามหลีกเลี่ยงการรับข่าวสารที่ขัดแย้งกับความเชื่อ ทัศนคติ และความสนใจ ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสบายใจ และความพึงพอใจในการเปิดรับสาร

2. การเลือกรับรู้และตีความหมาย (Selective Perception and Selective Interpretation) กล่าวคือ เมื่อบุคคลเปิดรับสารจากแหล่งใดแหล่งหนึ่ง ผู้รับสารจะเลือกรับรู้หรือเลือกตีความสารที่ได้ตามความเข้าใจของตนเอง ทัศนคติ ประสบการณ์ ความเชื่อ ความต้องการ ความคาดหวัง และแรงจูงใจของตน

3. การเลือกจดจำ (Selective Retention) กล่าวคือ หลังจากที่บุคคลเลือกรับ เลือกความสนใจ เลือกรับรู้ และตีความข่าวสารไปในทิศทางที่สอดคล้องกับทัศนคติและความเชื่อของตนแล้ว บุคคลยังเลือกจดจำเนื้อหาสาระของสารในส่วนของที่ต้องการจำเข้าไปไว้เป็นประสบการณ์เพื่อที่จะนำไปใช้ในโอกาสต่อไป ในขณะเดียวกันก็มักจะลืมข่าวสารที่ไม่ตรงกับความสนใจหรือไม่เห็นด้วย

ชาร์ลส แอทกิน (Atkin, 1973, p.208 อ้างใน อัมภินี เกตุชื่อสัตย์ 2545 : 15) ที่ได้กล่าวว่า การเปิดรับข่าวสารเป็นการรับรู้ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันที่ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนข่าวสาร ความรู้ และประสบการณ์ บุคคลที่เปิดรับข่าวสารมาก ย่อมมีหูตากว้างไกล มีความรู้ความเข้าใจ ในสภาพแวดล้อม และเป็นคนที่มีความทันสมัยกว่าบุคคลที่เปิดรับข่าวสารน้อย แต่อย่างไรก็ตาม การที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งเปิดรับข่าวสารมากอาจไม่ทำให้บุคคลนั้นเป็นคนที่มีความรู้มากเสมอไป และการเปิดรับข่าวสารน้อยก็ไม่ได้ทำให้มีความรู้่น้อยเสมอไป

ทฤษฎีที่สำคัญของเดอเฟลอร์ (De Fleur, 1966) เกี่ยวกับเรื่องนี้มีด้วยกัน 3 ทฤษฎี คือ (อ้างใน พีระ จิระโสภณ, 2542 : 645)

1. ทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคล (Individual Differences Theory) เป็นทฤษฎีที่ชี้ให้เห็นว่า ผู้รับสารแต่ละคนนั้นมีความแตกต่างกันในทางจิตวิทยา เช่น ทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ทำให้ความสนใจในการเปิดรับข่าวสารหรือการตีความข่าวสารจากสื่อมวลชนแตกต่างกัน ไม่มีความสอดคล้องกัน หลักการพื้นฐานเกี่ยวกับทฤษฎีความแตกต่างของแต่ละบุคคล มีดังนี้

- มนุษย์เรามีความแตกต่างกันมากในองค์ประกอบทางจิตวิทยาส่วนบุคคล
- ความแตกต่างบางส่วนมาจากลักษณะแตกต่างทางชีวภาพ หรือทางร่างกายของแต่ละบุคคล แต่ส่วนใหญ่แล้วจะมาจากความแตกต่างที่เกิดจากการเรียนรู้
- มนุษย์ซึ่งถูกชูปเลี้ยงภายใต้สภาพการณ์ต่าง ๆ จะเปิดรับความคิดเห็นแตกต่างกันไปอย่างกว้างขวาง
- จากการเรียนรู้สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดทศนคติ ค่านิยม และความเชื่อ ที่รวมเป็นลักษณะทางจิตวิทยาส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไป

ความแตกต่างดังกล่าวนี้ ได้กลายเป็นสภาวะเงื่อนไข (Conditioning) ที่กำหนดการรับรู้ข่าวสารจากสื่อมวลชน กล่าวคือ ลักษณะบุคลิกภาพของปัจเจกบุคคลจะมีอิทธิพลต่อผลการรับรู้ข่าวสาร

2. ทฤษฎีกลุ่มทางสังคม (Social Categories Theory) ทฤษฎีนี้กล่าวไว้ว่า ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมคล้ายกัน จะแสดงพฤติกรรมการสื่อสารคล้ายคลึงกัน พฤติกรรมการสื่อสารนี้ ได้แก่ การเปิดรับสื่อมวลชน ความชอบแต่สื่อประเภทต่าง ๆ และผลของการสื่อสาร เป็นต้น สำหรับลักษณะทางสังคมนั้น ได้แก่ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ชาติพันธุ์ ศาสนา อายุ เพศ และภูมิฐานะ เป็นต้น จึงทำให้ประชาชนที่มีลักษณะทางสังคมอยู่ในกลุ่มเดียวกัน มักจะมีความสนใจหรือมีพฤติกรรมในทางเดียวกัน

ความใกล้ชิดน้อยกว่า ข่าวสารต่าง ๆ ที่ได้รับจากสื่อมวลชน มักจะถูกรับรู้หรือตีความโดยมีอิทธิพลของกลุ่มหรือบุคคลในกลุ่มเข้ามาเกี่ยวข้องเสมอ เช่น การที่ปัจเจกบุคคลจะเชื่อข่าวสารจากโฆษณาใดหรือไม่นั้น มักจะได้รับอิทธิพลจากการปรึกษาหารือหรือไต่ถามเพื่อนฝูงหรือผู้ใกล้ชิดอิทธิพลที่มีผลต่อการรับรู้ข่าวสารในลักษณะนี้เรียกว่า "อิทธิพลของบุคคล" (Personal Influence)

2.7 แนวคิดเกี่ยวกับความตระหนัก

ความหมายของความตระหนัก

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526) กล่าวว่าความตระหนักหมายถึง การที่บุคคลถูกคิดได้ซึ่งเกิดขึ้นในความรู้สึกว่ามีสิ่งหนึ่ง เหตุการณ์หนึ่ง หรือสถานการณ์หนึ่ง ซึ่งความรู้สึกมีการได้ถูกคิดสิ่งใดสิ่งหนึ่งเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นในสภาวะของจิตใจ

ยงยุทธ ธนิกกุล (2546) ได้ให้ความหมายว่า ความตระหนักเป็นความรู้สึก ความคิดเห็น การรับรู้ ความสำนึกได้เห็นความสำคัญ มีความรู้สึกต้องรับผิดชอบต่อนั้นเป็นภาวะที่บุคคลเข้าใจ และประเมินสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับตนเองได้โดยอาศัยระยะเวลาเหตุการณ์ประสบการณ์ หรือสิ่งแวดล้อม

ภัทรา นิคมานนท์ (2538) ได้ให้ความหมายของความตระหนักไว้ว่าความตระหนักเป็นพฤติกรรมด้านจิตพิสัย ซึ่งเกี่ยวกับความรู้สึกนึกคิดทางจิตใจ อารมณ์ และคุณธรรมของบุคคลเป็นขั้นทำความเข้าใจกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยยอมให้สิ่งเหล่านี้เข้ามาอยู่ในความสนใจของตน

วินัย วีระวัฒนานนท์ (2540) ได้ให้ความหมายของความตระหนักไว้ว่า หมายถึงความรู้สึกเห็นคุณค่าหรือเห็นความสำคัญ ได้แก่ การรับรู้ การตอบสนอง การเห็นคุณค่าหรือเห็นความสำคัญ การจัดระบบคุณค่า และการนำเอาคุณค่ามาสร้างเป็นลักษณะเป็นความรู้ที่ประจักษ์จาก ความหมายข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า “ความตระหนัก” เป็นการรับรู้ถูกคิดหรือมีความรู้สึกต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งหรือสำนึกถึงบางสิ่งบางอย่างของประสบการณ์ หรือวัตถุเป็นพฤติกรรมขั้นต่ำสุดทางด้านความรู้ ความตระหนักจะเกิดขึ้นเมื่อมีเหตุการณ์สภาพแวดล้อมในสังคม หรือสิ่งเร้าภายนอกมากกระตุ้นให้เกิดความตระหนัก

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ได้ให้ความหมายของการตระหนักไว้ว่าหมายถึง การรับรู้บางสิ่งบางอย่างโดยผ่านความรู้สึก การตระหนักทำให้บุคคลสัมพันธ์โดยตรงกับสภาวะแวดล้อมภายนอก การตระหนักจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนที่สำคัญ คือ

* การรับรู้ มีความหมายถึงการตีความหมายในวัตถุที่เห็นหรือเป็นเรื่องราวความคิด ซึ่งการรับรู้จะเกิดจากการที่บุคคลถูกกระตุ้นให้ตัดสินใจปฏิบัติ บุคคลจะมีการรับรู้แตกต่างกัน ถึงแม้ว่าจะถูกกระตุ้นอย่างเดียวกันและสถานการณ์อย่างเดียวกันลักษณะของการรับรู้จะขึ้นอยู่กับ

- 1.1 ลักษณะของสิ่งมากระตุ้น
- 1.2 ความสัมพันธ์ของสิ่งกระตุ้นกับสิ่งรอบตัวบุคคล
- 1.3 สภาพภายในบุคคล

* **ทัศนคติ** เป็นการประเมินผลการรับรู้ที่พอใจหรือไม่พอใจของบุคคลที่เป็นความรู้สึกด้านอารมณ์และจะมีแนวโน้มการปฏิบัติที่มีต่อความคิดหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ทัศนคติจะมีผลต่อความคิดเห็นและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค เพราะทัศนคติจะมีผลกระทบต่อกระบวนการเลือกซื้อ การเรียนรู้และการตัดสินใจ

ความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจหรือไม่พึงพอใจที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด

ทัศนคติหมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่จะสะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่ง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลของกระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไร หรือทำอะไร

ดังนั้นทัศนคติที่ประชาชนมีเมื่อรู้ว่าสินค้ามือสองที่จำหน่ายอยู่นั้นมาจากไหนมีความสามารถที่จะใช้ประโยชน์ ตรายี่ห้อ แบบ ลักษณะของสินค้าเมื่อเกิดความรู้ เกิดความรู้สึกก็จะส่งผลให้เกิดมีทัศนคติที่ดีพร้อมที่จะกระทำต่อสินค้าเกิดการกระทำก็คือการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อในที่สุด

ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่าสิ่งหนึ่ง ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งผู้บริโภคสามารถตีความได้อย่างกว้างขวาง ประกอบด้วย แนวคิดการบริโภคเฉพาะอย่างหรือแนวคิดที่สัมพันธ์กับตลาด

ทัศนคติมีความโน้มเอียงจากการเรียนรู้ มีการตกลงกันว่า ทัศนคติมีการเรียนรู้ได้ ซึ่งหมายความว่า ทัศนคติเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลมาจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นหรือสื่อมวลชน

ทัศนคติไม่เปลี่ยนแปลง ลักษณะของทัศนคติก็คือความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออกแม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่แต่ทัศนคติไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้

ทัศนคติเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ ทัศนคติเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะด้านเวลา มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอย่างอาจเป็นสาเหตุให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทัศนคติก็ได้

* **การเรียนรู้** จะเกิดขึ้นเมื่อบุคคลนั้นได้แสดงพฤติกรรมแล้ว และเกิดขึ้นโดยผ่านสิ่งต่างๆ คือ แรงขับภายใน สิ่งเร้า ตัวเร่งให้เกิดพฤติกรรม การตอบสนองและแรงขับเสริมอื่นๆ การเรียนรู้จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และประสบการณ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ได้ การเรียนรู้จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมใน 3 ลักษณะ คือ

ด้านความรู้ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากการไม่รู้ข้อมูลมาเป็นการรับรู้ข้อมูลหรือ จากรับรู้ น้อยมา เป็นรับรู้ มาก

ด้านความรู้สึก เป็นการเปลี่ยนแปลงความรู้สึกจากการไม่ชอบเป็นชอบ หรือจากชอบมาก มาเป็นการชอบน้อย

ด้านทักษะ เป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เกี่ยวกับความชำนาญ คือจากสิ่งที่ทำไม่ เป็นมาทำเป็น หรือจากที่ทำเป็นน้อยมาเป็นที่ทำเป็นมาก

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2546) ได้นำแนวคิดเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เข้ามา เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ หลักการโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นควบคู่ไปกับการสร้างความตระหนักในการ อนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งชุมชนที่ตนอาศัยอยู่ มีการสร้างจิตสำนึกในการรับผิดชอบต่อ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงการที่คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดูแล และได้รับประโยชน์จากทรัพยากร ท่องเที่ยวเหล่านั้น สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางที่จะนำไปสู่เป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวแห่ง ประเทศไทย นั่นคือ การพัฒนาให้เป็น "การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน" ซึ่งมีหลักการ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนาด้านการท่องเที่ยว ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ที่เกิดจากการท่องเที่ยว อย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องชี้ นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

จากหลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนทั้ง 4 ประการนั้น จะเห็นได้ว่า ต้องการที่จะประสานความต้องการทางเศรษฐกิจ การคงอยู่ของสังคม และการสงวนรักษา สิ่งแวดล้อมให้ยาวนานที่สุด

การใช้สื่อเพื่อเผยแพร่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ที่จัดขึ้นโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่เดิมจะเน้นเรื่องของการตลาดและการขายเป็นหลัก สื่อที่ผลิตออกมาส่วนใหญ่เป็นการเชิญชวนให้เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่สำคัญ หรือชี้ให้เห็นถึงจุดเด่นของจังหวัดนั้นๆ มากกว่าการ ชักชวนให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี หรือรณรงค์ให้มีการช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว

ศาสตราจารย์ดร.มนัส สุวรรณ (มนัส, 2548 : 336-337) กล่าวถึงความจำเป็นและแนวทางในการสร้างจิตสำนึกไว้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างความตระหนักและจิตสำนึก เป็นของคู่กัน การกระทำใดๆ ก็ตามถ้าต้องการให้ประสบผลสำเร็จ ผู้กระทำต้องอาศัยทั้งปัญญาและสติคือความตระหนักและจิตสำนึก การอาศัยเพียงอย่างใดอย่างหนึ่ง เช่นปัญญาแต่ขาดสติการณใดๆย่อมไม่อาจประสบผลได้ ถ้าผู้ใช้ปัญญาใช้ความรู้ไปในทางที่ผิด กรณีของสติซึ่งหมายความถึง ความรับผิดชอบก็เช่นกัน ถ้าพึ่งสติอย่างเดียวการณนั้นก็ไม่อาจสำเร็จลุล่วงไปได้ จากการกระทำจำเป็นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจในสิ่งที่จะกระทำเป็นพื้นฐานเบื้องต้นก่อน แล้วกระทำด้วยความรู้สึกรับผิดชอบ ประสิทธิภาพของการกระทำจึงเกิดขึ้นได้

2. ประโยชน์จากการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก การใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก ซึ่งหมายถึง การใช้ประโยชน์อย่างมีความรู้สึกรับผิดชอบต่อยอมส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมั่นคง ซึ่งการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีจิตสำนึก สามารถก่อให้เกิดประโยชน์ดังนี้

2.1 ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน สภาพแวดล้อมไม่เสื่อมโทรมในคุณภาพ ทรัพยากรการท่องเที่ยวไม่ถูกทำลาย สามารถคงศักยภาพและคุณค่าเชิงการท่องเที่ยวได้อย่างยาวนาน

2.2 ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับประโยชน์ทั้งทางสังคมและเศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยว ครอบคลุมที่ทรัพยากรไม่ถูกทำลาย เขายังมีโอกาสทำงานและแสวงหาโอกาสทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นตามมาจากการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

2.3 ทำให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจด้วยการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างต่อเนื่อง

2.4 ทำให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมกับธรรมชาติ ความสวยงาม และคุณค่าเชิงการท่องเที่ยว จากแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ยังคงสภาพที่ดี

2.5 สร้างประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศ ครอบคลุมที่แหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวยังมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว การกระจายรายได้ไปยังพื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยว ย่อมเกิดขึ้น อย่างน้อยที่สุดก็เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ทางหนึ่ง

3. จิตสำนึกของนักท่องเที่ยวที่พึงประสงค์ นักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกรับผิดชอบต่อ นักท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึก ดังนี้

3.1 มีความรู้ความเข้าใจในแหล่งหรือทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ตนเองประสงค์จะไปท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ความรู้ความเข้าใจในที่นี้หมายถึง ตำแหน่งที่ตั้ง ประเภท รวมไปถึงคุณค่าเชิงการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวด้วย

3.2 มีการเตรียมตัวเป็นอย่างดีก่อนการเดินทาง นอกเหนือจากการศึกษาความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแล้วนักท่องเที่ยวต้องเตรียมตัวทั้งในส่วนของความพร้อมของร่างกาย และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการเดินทางและการประกอบกิจกรรมตามความเหมาะสม

3.3 ปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ หรือข้อบังคับที่กำหนดไว้ในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด

3.4 ไม่ประกอบกิจกรรมหรือการกระทำใดๆ อันจะส่งผลเสียหายให้เกิดแก่ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งในประเภทธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ สิ่งก่อสร้างทางประวัติศาสตร์ และศิลปวัฒนธรรม

3.5 ช่วยปกป้องและดูแลมิให้นักท่องเที่ยวหรือผู้ใดก็ตามกระทำการใดๆ อันจะก่อให้เกิดความเสียหายหรือเสื่อมโทรมขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยว

3.6 เสนอแนะหรือแนะนำองค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ เมื่อพบว่ามีความเสียหายมีผลกระทบ หรือมีการกระทำที่ไม่ถูกต้องเหมาะสมเกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว

จากแนวคิดดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วมและให้ความร่วมมือในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ควรมีลักษณะของการมีจิตสำนึกและตระหนักถึงประโยชน์ส่วนรวม เพื่อช่วยกันรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้คงอยู่คู่คนไทยสืบต่อไป

2.8 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ปรางกุญไม่มากนัก จึงจะขอนำเสนอผลการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือมีความใกล้เคียงไว้ เพื่อให้ประกอบสำหรับเป็นแนวทางในการศึกษา ดังนี้

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540) ได้รายงานโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นรูปแบบหนึ่งของการประสานผลประโยชน์ระหว่างการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ปัจจุบันมีการนำแนวคิด

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาใช้ปฏิบัติในประเทศกำลังพัฒนามากขึ้น รวมทั้งประเทศไทยด้วย ที่กำลังมีการส่งเสริมกันอยู่ ดังนั้น การศึกษาถึงประสบการณ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของประเทศในต่างประเทศ จะเป็นประโยชน์กับการวางแผนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของประเทศไทย ประเด็นสำคัญๆ ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

ประการหนึ่ง ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนมาก มักจะเน้นการหาผลกำไรจากกิจการการท่องเที่ยวมากกว่าที่จะสนใจอนุรักษ์สภาพแวดล้อม จึงเป็นเหตุให้สภาพแวดล้อมมักถูกทำลายลง ตัวอย่างเช่น อุทยานนกเพนกวิน หรือสิงโตทะเลที่ประเทศออสเตรเลีย เปิดรับนักท่องเที่ยวให้เข้าชมในปริมาณที่สูง และทำให้เกิดผลทางลบต่อการดำรงชีวิตของสัตว์ดังกล่าว จนในที่สุดทางการของประเทศออสเตรเลีย ต้องเข้ามาควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยว เพื่อมิให้มีปริมาณมากจนเป็นอันตรายต่อการดำรงชีวิตของสัตว์สงวน ดังนั้น จึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ภาครัฐต้องมีการสอดส่องดูแลมิให้การเที่ยวชมธรรมชาติในระดับที่เกินกว่าสภาพธรรมชาติจะรองรับได้

ส่วนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมพบว่า บริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่มักจะมีการดำเนินการที่ไม่เป็นภัย หรือเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนบริษัทท่องเที่ยวขนาดเล็กจะมีแนวโน้มที่จะทำลายสิ่งแวดล้อมมากกว่า ทั้งนี้ เพราะบริษัทขนาดใหญ่จะสามารถ จ้างเจ้าหน้าที่ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านระบบนิเวศเพื่อบริการนักท่องเที่ยวได้เป็นพิเศษ และยังคงพยายามรักษาชื่อเสียงของบริษัทไว้โดยไม่ไปทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสร้างปัญหาให้กับบริษัท ส่วนบริษัทเล็กอาจมีข้อจำกัดด้านการจ้างงานผู้เชี่ยวชาญด้านนิเวศวิทยา และต้องใช้บุคคลากรที่ขาดความเหมาะสมในการให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่ระมัดระวังส่งผลให้เกิดความเสียหายกับทรัพยากรธรรมชาติด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์

ในหลายประเทศได้มีการใช้ระบบ "Ecotourism Label" หรือเครื่องหมายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อใช้เป็นมาตรฐานให้นักท่องเที่ยวทราบว่า บริษัทท่องเที่ยวได้มีการรับรองมาตรฐาน จึงจะสามารถดำเนินการท่องเที่ยวโดยให้ความรู้ที่ถูกต้องกับนักท่องเที่ยว และไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ถึงแม้ระบบเครื่องหมายรับรองมาตรฐานจะเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว แต่บริษัทบางแห่งที่อาจได้รับการรับรองมาตรฐานก็ไม่ได้ปฏิบัติตามกฎ เช่น ไม่มีบุคลากรที่มีความรู้ความเข้าใจในระบบนิเวศอย่างแท้จริง หรือการจัดการท่องเที่ยวมิได้คำนึงถึงผลเสียที่มีต่อสิ่งแวดล้อม ในกรณีนี้จำเป็นต้องมีการตรวจสอบบริษัทท่องเที่ยว และมีการเพิกถอนสิทธิการใช้เครื่องหมายการรับรองมาตรฐานเมื่อพบว่ามีการละเมิดเกิดขึ้น มิฉะนั้นแล้วจะเป็นการทำลายภาพพจน์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยรวม

ประการที่สอง ความขัดแย้งระหว่างธุรกิจการท่องเที่ยวธรรมชาติกับการประกอบกิจการอื่นๆ เช่น การทำไม้ หรือการถลุงแร่ หรือการอุตสาหกรรม เพราะกิจกรรมทั้งหลายต่างต้องอาศัยพื้นที่เดียวกัน ในกรณีนี้จึงจำเป็นต้องมีการจัดหากลไกป้องกัน เช่น ต้องเขตกันชนและกลไกในการหาข้อยุติ ซึ่งฝ่ายรัฐคงต้องเข้ามามีบทบาทในการลดความขัดแย้งที่เกิดขึ้นได้

ประการที่สาม โดยส่วนมากสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติหลาย ๆ แห่ง มิได้มีการเก็บค่าเข้าชมหรือถ้ามีการเก็บก็เก็บในอัตราต่ำ การอนุญาตให้นักท่องเที่ยวเข้าชมธรรมชาติได้โดยไม่มีการเก็บค่าเข้าชมอาจเป็นเหตุผลหนึ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเข้าชมธรรมชาติจนเกิดความเสียหาย เช่น การเดินป่า และเที่ยวหมู่บ้านชาวไทยภูเขา ที่ส่งผลให้เกิดความเสื่อมเสียประเพณีวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวไทยภูเขา หรือการล่องแพที่ทำให้ปริมาณดินโคลนตลกลงอย่างรวดเร็ว การกำหนดค่าเข้าชมสถานที่ธรรมชาติในอัตราที่เหมาะสม จะช่วยลดจำนวนนักท่องเที่ยวลง และยังทำให้เกิดรายได้ซึ่งส่วนหนึ่งจะสามารถนำไปใช้ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติได้

นอกจากนี้รัฐควรจัดให้มีระเบียบข้อปฏิบัติในการดำเนินกิจการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อให้เป็นบรรทัดฐานแก่บริษัทท่องเที่ยว และช่วยป้องกันมิให้การท่องเที่ยวธรรมชาติส่งผลกระทบต่อธรรมชาติ นอกจากภาครัฐควรมีนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่จะให้ประโยชน์กับนักท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่น และไม่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรธรรมชาติ ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมกิจการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนให้ตกทอดไปสู่คนรุ่นหลังสืบไป

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถาบันดำรงราชานุภาพ (2541) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.) ผลการศึกษาพบว่า ทั้ง อบต. และ สต. มีปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวหลายประการ และที่สำคัญได้แก่ ข้อจำกัดด้านงบประมาณด้านบุคลากร ด้านการประสานงาน ขอบเขตอำนาจหน้าที่ การออกกฎหมายและข้อบังคับ ตลอดจนปัญหาการขัดแย้ง ทั้งภายในและภายนอกองค์กรทั้งสอง แนวทางการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในอนาคตนั้นได้เสนอไว้ว่าควรผนึกการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยอาศัยองค์กรท้องถิ่นเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนา ทั้งนี้ จะต้องมีการผสมผสานเข้าด้วยกันระหว่างพื้นที่กับการปฏิบัติงานของหน่วยงานในระดับต่างๆ ทั้งภาคเอกชน โดยภาครัฐจะต้องกระจายอำนาจและบทบาทการบริหารจัดการให้แก่องค์กรระดับท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ให้มากยิ่งขึ้นด้วย

พจนานงศวรศรี (2541) ได้ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชนพบว่า องค์กรชาวบ้านและองค์กรพัฒนาเอกชนในพื้นที่ได้เผยแพร่การพัฒนาได้มากมีการกระจายรายได้สู่ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกในการจัดการอาหาร ที่พัก และผู้นำทาง รวมทั้งรายได้เข้ากองทุนหมู่บ้านจากการบริจาคของผู้เข้าร่วมโครงการ สื่อมวลชนให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง

ยศ สันตสมบัติ และคณะ (2544) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากรพบว่า การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและสังคมชุมชนท้องถิ่นยุคใหม่ที่ลื่นไหลไปตามกระแสการพัฒนาแบบโลกาภิวัตน์ที่ไม่ยั่งยืน และผิดธรรมชาติ มีผลกระทบอย่างรวดเร็วและรุนแรงต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสิ่งแวดล้อมและการสูญเสียทรัพยากรชีวภาพ จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะนำไปสู่ความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการพัฒนาที่สามารถนำพาชุมชนให้รอดพ้นจากผลกระทบดังกล่าว หันกลับไปสู่วิถีชีวิตแบบเดิมแต่ในมิติใหม่ที่จะทำให้ครอบครัวอบอุ่น ชุมชนเข้มแข็ง และร่วมแรงกันพัฒนาให้สังคมท้องถิ่นมีความก้าวหน้า ผาสุกและสันติภาพยั่งยืนยาวนาน

บริบทของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความด้อยพัฒนาและความเป็นคนชายขอบของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งถูกกระทำให้กลายเป็น "ผู้ถูกเที่ยว" มีปัญหาพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงอยู่ที่การสร้างเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชน การเสริมองค์กรชุมชนในการจัดการทรัพยากร พื้นที่พหุจิตสำนึกในธรรมชาติแวดล้อมและศักดิ์ศรีทางชาติพันธุ์และวัฒนธรรม อีกทั้งการสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชาวบ้าน และระบบการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ มีการกระจายรายได้อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะมีศักยภาพสำคัญในการสร้างแรงจูงใจเพื่อให้ชุมชนหันมาอนุรักษ์และพัฒนาธรรมชาติแวดล้อมอย่างยั่งยืน

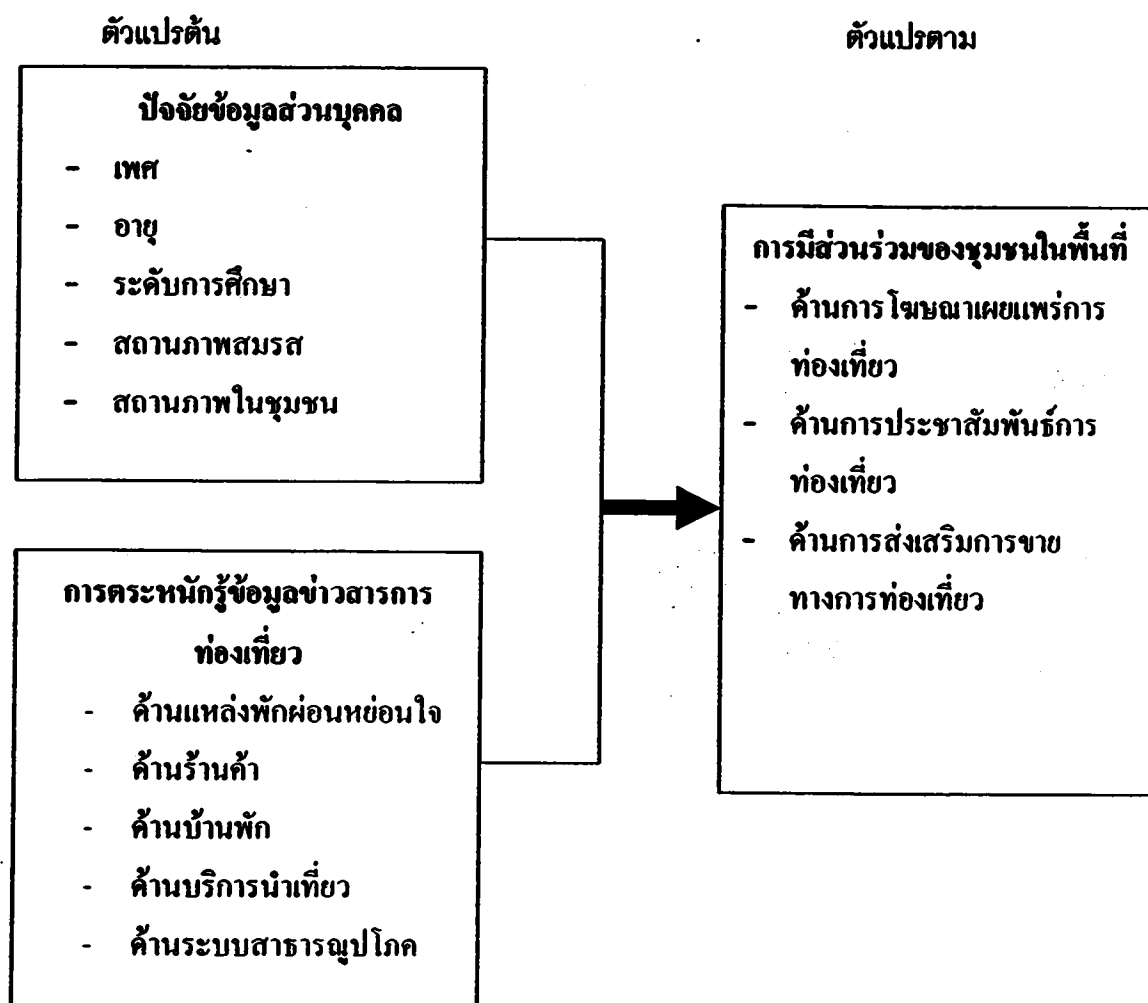
สุพรชัย มั่งมีสิทธิ์ (2535) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชนในโครงการขององค์กรพัฒนาเอกชน ศึกษากรณีโครงการป่าชุมชนที่ริเริ่มโดยศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสานอำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ ตำแหน่งในหมู่บ้าน ความรู้ความเข้าใจในปัญหา การเชื่อมโยงของป่าไม้ ส่วนตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ในการจัดการป่าชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อปี ความคาดหวังประโยชน์ ลักษณะการถือครองที่ดิน และขนาดการถือครองที่ดิน

เพ็ญศรี รัตนะ (2536) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาสิ่งแวดล้อมของกรมการพัฒนาชุมชน ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ประชาชนส่วนมากมีการรับรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมมาก แต่มีส่วนร่วมน้อย สำหรับปัจจัยที่สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมพบว่า การถือครองที่ดิน การเป็นสมาชิกกลุ่ม การเป็นอาสาสมัคร และการรับรู้เกี่ยวกับงานพัฒนาสิ่งแวดล้อมของประชาชน ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในงานพัฒนาสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันทุกกิจกรรม ส่วนการเป็นหนี้สิน และการเป็นกรรมการหมู่บ้าน และการได้รับข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกือบทุกกิจกรรม นอกจากนี้พบว่าปัจจัยในเรื่องอายุ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน

2.9 กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น ดังนี้



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2 อำเภอชลบุรี จังหวัดชลบุรี โดยใช้เครื่องมือ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) มีรายละเอียดของประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งมีวิธีการศึกษา ดังนี้

- 3.1 ประชากร
- 3.2 กลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วย

- 3.1.1 สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์
- 3.1.2 ผู้ประกอบการค้าภายในบริเวณหาดบางแสน 2
- 3.1.3 ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2

3.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ ประกอบไปด้วย

- 3.2.1 สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบโดยตรงในการส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน 16 คน
- 3.2.2 ผู้ประกอบการค้าภายในบริเวณหาดบางแสน 2 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกตัวแทนของแต่ละร้านค้า ร้านค้าละ 1 คน จำนวน 50 คน

3.2.3 ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2 เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเลือกประชาชนที่ไม่ได้เป็นสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประกอบการค้าภายในหาด โดยกลุ่มตัวอย่างนี้จะอาศัยอยู่โดยรอบหาดบางแสน 2 กระจายอยู่ใน 3 หมู่บ้าน คือ บ้านท่าเรือ บ้านหินเพิง บ้านภูคำเบา จำนวน 100 คน สาเหตุที่เลือกใช้วิธีการสุ่มแบบนี้ เพราะไม่ทราบจำนวนประชากรกลุ่มนี้ และผู้วิจัยเข้าไปเก็บข้อมูล กับประชาชนที่ผู้วิจัยพบเห็นตามสถานที่ต่าง ๆ ในหมู่บ้านและยินดีให้ข้อมูล

ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 166 คน

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย คำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งผู้ศึกษาได้เลือกศึกษาเฉพาะข้อมูลที่เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้อง ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- สถานภาพสมรส
- สถานภาพในชุมชน

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 จำนวน 5 ด้าน ได้แก่

- ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ
- ด้านร้านค้า
- ด้านบ้านพัก
- ด้านบริการนำเที่ยว
- ด้านระบบสาธารณูปโภค

โดยได้กำหนดมาตรวัดเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามดังนี้

ข้อมูลข่าวสาร	การให้คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ในการวัดตัวแปร การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำนวน 5 ด้าน เป็นคำถามด้านบวกทั้งหมด ดังนั้นผู้ตอบได้คะแนนแต่ละข้อสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน และผู้ที่ตอบได้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 คะแนน สามารถจัดแบ่งกลุ่มคะแนนได้ 5 ระดับ จากการหาอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{พิสัยของข้อมูลดิบ} = \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}$$

$$5 - 1 = 4$$

กำหนดให้จำนวนชั้นของข้อมูล มี 5 ชั้น และให้แต่ละชั้นอันตรภาคชั้นมีช่วงห่างเท่ากัน

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น}$$

$$4 / 5$$

$$= 0.80$$

เกณฑ์การแปลความหมาย

ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง มีระดับการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง มีระดับการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง มีระดับการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง มีระดับการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารมาก
ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง มีระดับการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารมากที่สุด

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2 จำนวน 3 ด้าน ได้แก่

- ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว
- ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

- ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

โดยได้กำหนดมาตรวัดเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้เกณฑ์การ ให้คะแนนในแบบสอบถามดังนี้

ข้อมูลข่าวสาร	การให้คะแนน
มากที่สุด	5
มาก	4
ปานกลาง	3
น้อย	2
น้อยที่สุด	1

ในการวัดตัวแปร การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ จำนวน 3 ด้าน เป็นคำถามด้านบวกทั้งหมด ดังนั้นผู้ตอบได้คะแนนแต่ละข้อสูงสุดเท่ากับ 5 คะแนน และผู้ที่ตอบได้คะแนนต่ำสุดเท่ากับ 1 คะแนน สามารถจัดแบ่งกลุ่มคะแนนได้ 5 ระดับ จากการหาอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\text{พิสัยของข้อมูลดิบ} = \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}$$

$$5 - 1 = 4$$

กำหนดให้จำนวนชั้นของข้อมูล มี 5 ชั้น และให้แต่ละชั้นอันตรภาคชั้นมีช่วงห่างเท่ากัน

$$\text{อันตรภาคชั้น} = \text{พิสัย} / \text{จำนวนชั้น}$$

$$4 / 5$$

$$= 0.80$$

เกณฑ์การแปลความหมาย

ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.80	หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย	1.81 - 2.60	หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมน้อย
ค่าเฉลี่ย	2.61 - 3.40	หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	3.41 - 4.20	หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมมาก
ค่าเฉลี่ย	4.21 - 5.00	หมายถึง มีระดับการมีส่วนร่วมมากที่สุด

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 เป็นคำถามแบบปลายเปิด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอน ดังนี้

- 1) ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) สร้างแบบสอบถามได้จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสร้างเป็นคำถาม
- 3) นำแบบสอบถามที่ได้เสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และให้ข้อเสนอแนะในการนำไปปรับปรุงและแก้ไข
- 4) นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขให้มีความสมบูรณ์
- 5) นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดไว้ล่วงหน้า สำหรับแบบสอบถามที่เป็นปลายปิด (Close-ended) ส่วนแบบสอบถามที่เป็นปลายเปิด (Open-ended) ผู้วิจัยได้จัดกลุ่มคำตอบแล้วจึงนับคะแนนใส่รหัส
3. การประมวลผลข้อมูล ข้อมูลที่ลงรหัสแล้ว ได้นำมาบันทึกเข้า file โดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล มีวิธีการดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างใช้สถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐาน โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ด้วยค่า ไคสแควร์ (Chi-square) และสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
5. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามปลายเปิดนำมาสรุปเป็นความเรียง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งเป็น 5 ตอนดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลและการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและร้อยละเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 166)

ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	82	49.4
หญิง	84	50.6
อายุ		
น้อยกว่า 25 ปี	22	13.3
25 – 35 ปี	35	21.1
36 – 45 ปี	54	32.5
มากกว่า 45 ปี	55	33.1
ระดับการศึกษา		
ไม่เคยได้รับการศึกษา	12	7.2
ประถมศึกษา	42	25.3
มัธยมศึกษาตอนต้น	39	23.5
มัธยมศึกษาปลาย/ปวช.	31	18.7
อนุปริญญา/ปวส.	22	13.3
ปริญญาตรีและสูงกว่า	20	12.0
สถานภาพสมรส		
โสด	20	12.6
สมรสและอยู่ด้วยกัน	111	66.9
สมรสและแยกกันอยู่	20	12.0
หย่า/หม้าย	15	9.0
สถานภาพในชุมชน		
สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์	16	9.6
ผู้ประกอบการค้าภายในบริเวณหาดบางแสน 2	50	30.1
ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2	100	60.2
รวม	166	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.6) มีอายุมากกว่า 45 ปี (ร้อยละ 33.1) มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 25.3) มีสถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 66.9) และมีสถานภาพในชุมชนเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2 (ร้อยละ 60.2)

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2 แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารภาพรวมการท่องเที่ยวภาคบางแสน 2

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูล ข่าวสาร	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ	3.65	0.55	มาก
ด้านร้านค้า	3.63	0.70	มาก
ด้านบ้านพัก	4.17	0.47	มาก
ด้านบริการนำเที่ยว	2.44	0.80	น้อย
ด้านระบบสาธารณูปโภค	3.14	0.57	ปานกลาง
รวม	3.41	.051	มาก

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวภาคบางแสน 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.41$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ ด้านบ้านพัก ($\bar{x}=4.17$) รองลงมาได้แก่ ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{x}=3.65$) ด้านร้านค้า ($\bar{x}=3.63$) ส่วนการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านระบบสาธารณูปโภค ($\bar{x}=3.14$) ขณะที่การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับน้อย ได้แก่ด้านบริการนำเที่ยว ($\bar{x}=2.44$)

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำแนกด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ			
1. อำเภออุบลรัตน์มีหาดบางแสน 2 เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยว	4.27	0.60	มากที่สุด
2. หาดบางแสน 2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชีวิตและทรัพย์สิน	3.86	0.59	มาก
3. หาดบางแสน 2 ได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ป้องกันมลภาวะที่อาจจะเกิดทั้งด้านน้ำเสีย ชยะทัศนียภาพ ภูมิทัศน์	2.93	1.09	ปานกลาง
รวมเฉลี่ย	3.69	0.55	มาก

จากตารางที่ 4.3 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.69$) เมื่อจำแนกเป็นระดับพบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับมากที่สุด ได้แก่อำเภออุบลรัตน์มีหาดบางแสน 2 เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.27$) การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับมาก ได้แก่ หาดบางแสน 2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ($\bar{x}=3.86$) ส่วนการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลางได้แก่หาดบางแสน 2 ได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ป้องกันมลภาวะที่อาจจะเกิดทั้งด้านน้ำเสีย ชยะทัศนียภาพ ภูมิทัศน์ ($\bar{x}=2.93$)

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจำแนกด้านร้านค้า

(n = 166)

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านร้านค้า			
4. ร้านค้าขายอาหารบริเวณหาดบางแสน 2 มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาดตามสุขอนามัย	3.03	1.14	ปานกลาง
5. คุณภาพอาหารมีความสดและสะอาดถูกใจนักท่องเที่ยว	3.78	0.75	มาก
6. ร้านขายของให้บริการเช่าห่วงยางและชุดอาบน้ำมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว	4.08	0.71	มาก
รวมเฉลี่ย	3.63	0.70	มาก

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านร้านค้า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.63$) เมื่อจำแนกเป็นระดับพบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวระดับมาก ได้แก่ร้านขายของให้บริการเช่าห่วงยางและชุดอาบน้ำมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.08$) รองลงมาได้แก่ คุณภาพอาหารมีความสดและสะอาดถูกใจนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.78$) การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสาร ระดับปานกลาง ได้แก่ ร้านค้าขายอาหารบริเวณหาดบางแสน 2 มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาดตามสุขอนามัย ($\bar{x}=3.03$)

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำแนกด้านบ้านพัก

(n = 166)

การตระหนักข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านบ้านพัก			
7. บ้านพักประเภทบังกะโลมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว	4.02	0.64	มาก
8. บ้านพักประเภทโฮมสเตย์มีส่วนช่วยสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว	4.07	0.60	มาก
9. บ้านพักควรมีสภาพแวดล้อมของความเป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่นมากกว่าการมีเครื่องอำนวยความสะดวกแบบในเมือง	4.42	0.64	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.17	0.47	มาก

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบ้านพัก ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.17$) เมื่อจำแนกเป็นระดับพบว่า ชุมชนในพื้นที่มีการตระหนักข้อมูลข่าวสารระดับมากที่สุด ได้แก่ บ้านพักควรมีสภาพแวดล้อมของความเป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่นมากกว่าการมีเครื่องอำนวยความสะดวกแบบในเมือง ($\bar{x}=4.42$) การตระหนักข้อมูลข่าวสาร ระดับมากได้แก่ บ้านพักประเภทโฮมสเตย์ มีส่วนช่วยสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.07$) รองลงมา ได้แก่ บ้านพักประเภทบังกะโลมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.02$)

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจำแนกด้านบริการนำเที่ยว
(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านบริการนำเที่ยว			
10. การนำนักท่องเที่ยวขึ้นเรือชมบริเวณหาดมีการจัดระบบความปลอดภัยด้วยความเรียบร้อย	2.45	0.87	น้อย
11. คุณภาพของเรือนำเที่ยวได้มีการตรวจสอบสภาพเครื่องตามมาตรฐานความปลอดภัยและมีใบอนุญาตขับขี่ของนายท้ายเรือถูกต้องตามกฎหมาย	2.31	0.89	น้อย
12. การนำเที่ยวทางเรือได้มีการประกันภัยและประกันชีวิตของผู้โดยสารครบถ้วนเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว	2.57	0.89	น้อย
รวมเฉลี่ย	2.44	0.80	น้อย

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวด้านบริการนำเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{x}=2.44$) เมื่อจำแนกเป็นระดับพบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับน้อย ได้แก่ การนำเที่ยวทางเรือได้มีการประกันภัยและประกันชีวิตของผู้โดยสารครบถ้วนเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{x}=2.57$) รองลงมาได้แก่ การนำนักท่องเที่ยวขึ้นเรือชมบริเวณหาดมีการจัดระบบความปลอดภัยด้วยความเรียบร้อย ($\bar{x}=2.45$) และ คุณภาพของเรือนำเที่ยวได้มีการตรวจสอบสภาพเครื่องตามมาตรฐานความปลอดภัยและมีใบอนุญาตขับขี่ของนายท้ายเรือถูกต้องตามกฎหมาย ($\bar{x}=2.31$)

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ยการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จำแนกด้านระบบ สาธารณูปโภค

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านระบบสาธารณูปโภค			
13. หาดบางแสน 2 มีไฟฟ้าส่องสว่างอย่างทั่วถึงพร้อมระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ	2.71	0.83	ปานกลาง
14. หาดบางแสน 2 ได้มีการพัฒนาแหล่งน้ำให้มีความสะอาดสามารถอุปโภคบริโภคได้อย่างมั่นใจ	3.11	0.69	ปานกลาง
15. เส้นทางเดินทางมาหาดบางแสน 2 มีการพัฒนาปรับปรุงให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยต่อพาหนะนักท่องเที่ยว	3.59	0.62	มาก
รวมเฉลี่ย	3.14	0.57	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านระบบสาธารณูปโภค ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.14$) เมื่อจำแนกเป็นระดับพบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับมากได้แก่ เส้นทางเดินทางมาหาดบางแสน 2 มีการพัฒนาปรับปรุงให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยต่อพาหนะนักท่องเที่ยว ($\bar{x}=3.59$) การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสาร ระดับปานกลาง ได้แก่ หาดบางแสน 2 ได้มีการพัฒนาแหล่งน้ำให้มีความสะอาดสามารถอุปโภคบริโภคได้อย่างมั่นใจ ($\bar{x}=3.11$) รองลงมาได้แก่ หาดบางแสน 2 มีไฟฟ้าส่องสว่างอย่างทั่วถึงพร้อมระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ($\bar{x}=2.71$)

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่
 ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ในภาพรวม

(n = 166)

การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	4.42	0.32	มากที่สุด
ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	4.52	0.33	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว	4.48	0.35	มากที่สุด
รวม	4.47	0.24	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.47$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.52$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.48$) และด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.42$) ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 แสดงการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

(n = 166)

การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว			
1. ได้มีการพูดคุยเพื่อให้ธุรกิจบ้านพัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยวได้มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์	4.12	0.51	มาก
2. ธุรกิจบ้านพัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยว ได้มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุไปแล้ว	4.61	0.52	มากที่สุด
3. ได้มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบปลิว แผ่นพับ เพื่อแจกนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการพัฒนาของหาดบางแสน 2	4.58	0.55	มากที่สุด
4. ป้ายโฆษณาแหล่งที่พักและธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ของหาดบางแสน 2 ได้มีการควบคุม การติดตั้งเพื่อทำให้แลดูสวยงามและไม่เสียวิิวทัศน์	4.30	0.64	มากที่สุด
5. มีการจัดทำภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หาดบางแสน 2 ทำให้มีนักท่องเที่ยวเห็นสื่อโฆษณานี้เพิ่มขึ้น	4.49	0.57	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.42	0.32	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วม ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.42$) เมื่อจำแนกเป็นระดับพบว่า เรื่องที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ธุรกิจบ้านพัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยว ได้มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุไปแล้ว ($\bar{x}=4.61$) รองลงมาได้แก่ ได้มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบปลิว แผ่นพับ เพื่อแจกนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการพัฒนาของหาดบางแสน 2 ($\bar{x}=4.58$)

ตารางที่ 4.10 แสดงการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

(n = 166)

การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว			
1. การจัดประเพณีสงกรานต์ของหาดบางแสน 2 เพื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ได้เชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวและสัมภาษณ์ผู้บริหารในท้องถิ่น	4.48	0.60	มากที่สุด
2. การที่นักท่องเที่ยวมาเยือนถึงหาดบางแสน 2 ชุมชนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว จึงดูแลและให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี	4.71	0.51	มากที่สุด
3. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวมีการสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบริเวณหาดบางแสน 2 โดยการให้เด็กนักเรียนในชุมชนเป็นมัคคุเทศก์	4.52	0.61	มากที่สุด
4. มีการยกย่องเชิดชูธุรกิจท่องเที่ยวดีเด่นจากการประกวดแข่งขัน เช่น บ้านพัก ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวดีเด่น	4.28	0.54	มากที่สุด
5. มีการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดนิทรรศการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทุกคนได้ช่วยกันทำ	4.62	0.61	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.52	0.33	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วม ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.52$) เมื่อจำแนกเป็นระดับพบว่า เรื่องที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ การที่นักท่องเที่ยวมาเยือนถึงหาดบางแสน 2 ชุมชนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว จึงดูแลและให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี ($\bar{x}=4.71$) รองลงมาได้แก่ มีการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดนิทรรศการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทุกคนได้ช่วยกันทำ ($\bar{x}=4.62$)

ตารางที่ 4.11 แสดงการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

(n = 166)

การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่	\bar{x}	S.D	ความหมาย
ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว			
1. ได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 โดยการวางแผนรณรงค์การท่องเที่ยวตลอดทั้งปี	4.71	0.55	มากที่สุด
2. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 มีการนำเสนอการเข้าร่วมงานนิทรรศการต่างๆ เช่น งาน OTOP งานกาชาด งานใหม่ประจำปี	4.42	0.54	มากที่สุด
3. มีการให้รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ท้องถิ่นแนะนำหาดบางแสน 2 บรรจุไว้ในโปรแกรมการนำเสนอ	4.40	0.52	มากที่สุด
4. ประเพณีท้องถิ่นได้มีการนำมาจัดที่หาดบางแสน 2 เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสความแปลกใหม่	4.39	0.52	มากที่สุด
5. ได้นำภาพมุมสวยงามของหาดบางแสน 2 มีการไปลงไว้กับสื่อต่าง ๆ เช่น ปฏิทิน ไปสเตอร์ ไปสการ์ด เสื้อยืดและของที่ระลึกเป็นต้น	4.46	0.52	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.48	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วม ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.48$) เมื่อจำแนกเป็นระดับพบว่า เรื่องที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 โดยการวางแผนรณรงค์การท่องเที่ยวตลอดทั้งปี ($\bar{x}=4.71$) รองลงมาได้แก่ ได้นำภาพมุมสวยงามของหาดบางแสน 2 มีการไปลงไว้กับสื่อต่าง ๆ เช่น ปฏิทิน ไปสเตอร์ ไปสการ์ด เสื้อยืดและของที่ระลึกเป็นต้น ($\bar{x}=4.46$)

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลและการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

ตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านเพศกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

(n = 166)

ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล		การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่		รวม (%)
		มาก (%)	มากที่สุด (%)	
เพศ	ชาย	17 (20.7)	65 (79.3)	82 (100.0)
	หญิง	5 (6.0)	79 (94.0)	84 (100.0)
รวม		22 (13.3)	144 (86.7)	166 (100.0)

$$\chi^2 = 7.884^* \quad P\text{-value} = 0.005$$

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ระดับมากที่สุด (ร้อยละ 94.0) รองลงมาได้แก่เพศชาย (ร้อยละ 79.3)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกทางด้านเพศมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านอายุกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

(n = 166)

ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล		การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่		รวม (%)
		มาก (%)	มากที่สุด (%)	
อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	1 (4.5)	21 (95.5)	22 (100.0)
	25 - 35 ปี	3 (8.6)	32 (91.4)	35 (100.0)
	36 - 45 ปี	9 (16.7)	45 (83.3)	54 (100.0)
	มากกว่า 45 ปี	9 (16.4)	46 (83.6)	55 (100.0)
รวม		22 (13.3)	144 (86.7)	166 (100.0)

$$\chi^2 = 3.128 \quad P\text{-value} = 0.372$$

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุน้อยกว่า 25 ปี มีระดับการมีส่วนร่วมในพื้นที่ มากที่สุด (ร้อยละ 95.5) รองลงมาได้แก่ อายุระหว่าง 25 - 35 ปี (ร้อยละ 91.4)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

ตารางที่ 4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านระดับการศึกษา
กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

(n = 166)

ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล		การมีส่วนร่วมในพื้นที่		รวม (%)
		มาก (%)	มากที่สุด (%)	
ระดับ การศึกษา	ไม่เคยได้รับการศึกษา	2 (16.7)	10 (83.3)	12 (100.0)
	ประถมศึกษา	4 (9.5)	38 (90.5)	42 (100.0)
	มัธยมศึกษาตอนต้น	7 (17.9)	32 (82.1)	39 (100.0)
	มัธยมศึกษาปลาย/ ปวช.	5 (16.1)	26 (83.9)	31 (100.0)
	อนุปริญญา/ปวส.	1 (4.5)	21 (95.5)	22 (100.0)
	ปริญญาตรีและสูงกว่า	3 (15.0)	17 (85.0)	20 (100.0)
รวม		22 (13.3)	144 (86.7)	166 (100.0)

$$\chi^2 = 3.105 \quad P\text{-value} = 0.684$$

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่มีระดับการศึกษานุปริญญา/
ปวส. มีระดับการมีส่วนร่วมในพื้นที่ มากที่สุด (ร้อยละ 95.5) รองลงมาได้แก่ ประถมศึกษา
(ร้อยละ 90.5)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาไม่มี
ความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

ตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกทางด้านสถานภาพการสมรสกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

(n = 166)

ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล		การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่		รวม (%)
		มาก (%)	มากที่สุด (%)	
สถานภาพการสมรส	โสด		20 (100.0)	20 (100.0)
	สมรสและอยู่ด้วยกัน	20 (18.0)	91 (82.0)	111 (100.0)
	สมรสและแยกกันอยู่	1 (5.0)	19 (95.0)	20 (100.0)
	หย่า/หม้าย	1 (6.7)	14 (93.3)	15 (100.0)
รวม		22 (13.3)	144 (86.7)	166 (100.0)

$\chi^2 = 6.999$ P-value = 0.072

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพโสด ทุกคนมีระดับการมีส่วนร่วมในพื้นที่ มากที่สุด (ร้อยละ 100.0) รองลงมาได้แก่สมรสและแยกกันอยู่ (ร้อยละ 95.0)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ พบว่า ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลด้านสถานภาพการสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลทางด้านสถานภาพในชุมชนกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

(n = 166)

ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล		การมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่		รวม (%)
		มาก (%)	มากที่สุด (%)	
สถานภาพ ในชุมชน	สมาชิกองค์การบริหาร ส่วนตำบล	14 (87.5)	2 (12.5)	16 (100.0)
	ผู้ประกอบการค้า ภายในบริเวณหาด บางแสน 2	19 (38.0)	31 (62.0)	50 (100.0)
	ประชาชนที่อาศัยอยู่ บริเวณรอบพื้นที่หาด บางแสน 2	60 (60.0)	40 (40.0)	100 (100.0)
รวม		93 (56.0)	73 (44.0)	166 (100.0)

$$\chi^2 = 13.669^* \quad P\text{-value} = 0.001$$

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่มีสถานภาพในชุมชนเป็นผู้ประกอบการค้าส่วนใหญ่มีระดับการมีส่วนร่วมในพื้นที่ มากที่สุด (ร้อยละ 62.0) (ร้อยละ) ส่วนสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลและประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2 มีระดับการมีส่วนร่วมในพื้นที่ มาก (ร้อยละ 87.5 และ ร้อยละ 60.0)

เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์พบว่า สถานภาพในชุมชนมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	r	p
ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ	0.112	0.149

*p<.05

จากตารางที่ 4.17 พบว่าปัจจัยด้านการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	r	p
ด้านร้านค้า	0.114	0.142

*p<.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่าปัจจัยด้านการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านร้านค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	r	p
ด้านบ้านพัก	0.112	0.150

*p<.05

จากตารางที่ 4.19 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบ้านพัก ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	r	p
ด้านบริการนำเที่ยว	-0.092	0.241

*p<.05

จากตารางที่ 4.20 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบริการนำเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว	r	p
ด้านระบบสาธารณูปโภค	-0.126	0.107

*p<.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านระบบสาธารณูปโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	r	p
ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ	-0.070	0.372

*p<.05

จากตารางที่ 4.22 พบว่าปัจจัยด้านการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	r	p
ด้านร้านค้า	0.033	0.668

*p<.05

จากตารางที่ 4.23 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านร้านค้า ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	r	p
ด้านบ้านพัก	-0.030	0.706

*p<.05

จากตารางที่ 4.24 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบ้านพัก ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	r	p
ด้านบริการนำเที่ยว	-0.269*	0.000

*p<.05

จากตารางที่ 4.25 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบริการนำเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	r	p
ด้านระบบสาธารณูปโภค	0.044	0.570

*p<.05

จากตารางที่ 4.26 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านระบบสาธารณูปโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว	r	p
ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ	0.153*	0.050

*p<.05

จากตารางที่ 4.27 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ มีสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว	r	p
ด้านร้านค้า	0.300*	0.000

*p<.05

จากตารางที่ 4.28 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านร้านค้า มีสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว ในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.29 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว	r	p
ด้านบ้านพัก	0.035	0.650

* $p < .05$

จากตารางที่ 4.29 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบ้านพัก ไม่มีสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.30 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว	r	p
ด้านบริการนำเที่ยว	0.029	0.707

*p<.05

จากตารางที่ 4.30 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านบริการนำเที่ยว ไม่มีสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.31 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว

(n = 166)

การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว	r	p
ด้านระบบสาธารณูปโภค	0.259*	0.001

*p<.05

จากตารางที่ 4.31 พบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านระบบสาธารณูปโภค มีสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว ในระดับน้อยและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2

ตารางที่ 4.32 แสดงข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2

(n = 166)

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ	จำนวน	ร้อยละ
1. ต้องการให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวหาดบางแสน 2 มากขึ้น	60	36.1
2. ควรให้มีการแบ่งโซนต่างๆ เช่น ร้านอาหารให้เป็นระเบียบและชัดเจน	35	21.1
3. ควรให้มีวิธีการกำจัด ขยะมูลฝอย ระบบน้ำเสียอย่างจริงจัง	33	19.9
4. มีระบบสาธารณูปโภคอำนวยความสะดวก และไฟฟ้า แสงสว่างเพิ่มขึ้น	28	16.9
5. อยากให้มีงบประมาณลงมาในพื้นที่มากขึ้น	25	15.1
6. อยากให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2	23	13.9
7. เชิญชวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเที่ยวมากขึ้น	20	12.0
8. มีร้านค้าและสินค้าวางขายหลากหลายมากขึ้น	15	9.0
9. มีป้ายแนะนำนักท่องเที่ยว	10	6.0
10. มีเครื่องเล่นดึงดูดนักท่องเที่ยว	5	3.0
11. มีมาตรฐานตรวจสภาพเครื่องยนต์เรือ	3	1.8
12. พัฒนาระบบน้ำประปาให้ดียิ่งขึ้น	2	1.2

จากตารางที่ 4.32 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งผู้วิจัยได้รวบรวมเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ ต้องการให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์และให้มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวหาดบางแสน 2 มากขึ้น (ร้อยละ 36.1) รองลงมาได้แก่ ควรให้มีการแบ่งโซนต่างๆ เช่น ร้านอาหารให้เป็นระเบียบและชัดเจน (ร้อยละ 21.1) และควรให้มีวิธีการกำจัด ขยะมูลฝอย ระบบน้ำเสียอย่างจริงจัง (ร้อยละ 19.9) ตามลำดับ

บทที่ 5

บทสรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่
หาดบางแสน 2 อำเภออูบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 ได้แก่ ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ, ด้านร้านค้า, ด้านบ้านพัก, ด้านบริการนำเที่ยว, ด้านระบบสาธารณูปโภค
2. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่หาดบางแสน 2 ทางด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคลและการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2

กลุ่มตัวอย่างได้แก่ สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ ผู้ประกอบการค้าประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2 รวม 166 คน เครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบไคสแควร์ สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและการวิเคราะห์เนื้อหา

5.1 บทสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 50.6) มีอายุมากกว่า 45 ปี (ร้อยละ 33.1) มีการศึกษาระดับประถมศึกษา (ร้อยละ 25.3) มีสถานภาพสมรสและอยู่ด้วยกัน (ร้อยละ 66.9) และมีสถานภาพในชุมชนเป็นประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2 (ร้อยละ 60.2)
2. ชุมชนในพื้นที่มีการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.41$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารในระดับมาก ได้แก่ ด้านบ้านพัก ($\bar{x}=4.17$) รองลงมาได้แก่ ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{x}=3.65$) ด้านร้านค้า ($\bar{x}=3.63$) ส่วนการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านระบบสาธารณูปโภค ($\bar{x}=3.14$) ขณะที่การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารระดับน้อย ได้แก่ด้านบริการนำเที่ยว ($\bar{x}=2.44$)

3. ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.47$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับมากที่สุด ได้แก่ ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.52$) รองลงมา ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.48$) และด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ($\bar{x}=4.42$) ตามลำดับ

4. ปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพในชุมชน มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนอายุ ระดับการศึกษา และสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

5. การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ด้านร้านค้า ด้านบ้านพัก ด้านบริการนำเที่ยว และด้านระบบสาธารณูปโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว

6. การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านบริการนำเที่ยว มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ด้านร้านค้า และ ด้านบ้านพัก และด้านระบบสาธารณูปโภค ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

7. การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ด้านร้านค้า ด้านระบบสาธารณูปโภคมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านบ้านพัก และ ด้านบริการนำเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

5.2 อภิปรายผล

ผลการวิจัย สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างระบุว่า การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาพบว่า ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารระดับปานกลาง ได้แก่ หาดบางแสน 2 ได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมป้องกันมลภาวะที่อาจจะเกิดทั้งทางด้านน้ำเสีย ขยะทัศนียภาพ ภูมิทัศน์ ทั้งนี้ เพราะหาดบางแสน 2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในอำเภออุบลรัตน์ ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นพื้นที่นำร่องในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วม หาดบางแสน 2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้นิยมไปกันมากทำให้แหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น และจำนวนร้านอาหารที่เกิดขึ้นอย่างมากก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม ได้แก่ คุณภาพน้ำในบริเวณอ่าง ขยะมูล

ผอย และสิ่งปฏิบูล ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540) ได้รายงานโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งมีสาระสำคัญดังนี้ ธุรกิจการท่องเที่ยวส่วนมาก มักจะเน้นการหาผลกำไรจากกิจกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าที่จะสนใจอนุรักษ์สภาพแวดล้อม จึงเป็นสาเหตุให้สภาพแวดล้อมมักถูกทำลายลง ดังนั้นจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ภาครัฐต้องมีการสอดส่องดูแลมิให้การเที่ยวชมธรรมชาติในระดับที่เกินกว่าสภาพแวดล้อมจะรองรับได้

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ แนวคิดด้านการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบล ในการจัดเตรียมความพร้อมของ อบต. ในด้านการจัดการการท่องเที่ยว อบต. ควรจัดเตรียมเจ้าหน้าที่ด้านสิ่งแวดล้อม เพื่อทำหน้าที่ดูแลด้านความสะอาดภายในแหล่งท่องเที่ยว จัดเก็บขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิบูล จัดเตรียมมัดคุเทศก์ท้องถิ่น เพื่อทำหน้าที่เป็นผู้นำนักท่องเที่ยวในการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่

ผลการวิจัยยังพบว่าปัจจัยด้านการตระหนักข้อมูลข่าวสารด้านร้านค้า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.63$) เรื่องที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ ร้านขายของให้บริการเช่าห่วงยางและชุดอาบนํ้ามีจำนวนเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะในการเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวใด ๆ นั้น นักท่องเที่ยวก็ได้มีการศึกษาเส้นทางในการเดินทาง และตัดสินใจในการเลือกท่องเที่ยวในสถานที่ที่น่าสนใจมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวชมได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2539 : 7) องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่างๆ 8 ประการ ดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึง ทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
2. ที่พัก
3. ร้านอาหารและภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่นํ้า รวมทั้งประเพณีวัฒนธรรม และโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียู่แล้วในธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้)

6. ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่และโฆษณา

ผลการวิจัยยังพบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารด้านบ้านพัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.17$) เรื่องที่อยู่ในระดับมากที่สุดได้แก่ บ้านพักควรมีสภาพแวดล้อมของความเป็นเอกลักษณ์ ในท้องถิ่นมากกว่าการมีเครื่องอำนวยความสะดวกแบบในเมือง ทั้งนี้เพราะการที่นักท่องเที่ยว เลือกที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติแล้ว ย่อมต้องการที่จะเข้ามา สัมผัสกับวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ยศ สันตสมบัติ และคณะ (2544) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและการ จัดการทรัพยากรพบว่า การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและสังคมชุมชนท้องถิ่นยุคใหม่ที่สิ้นไหลไปตาม กระแสการพัฒนาแบบโลกาภิวัตน์ที่ไม่ยั่งยืน และผืนธรรมชาติ มีผลกระทบอย่างรวดเร็วและ รุนแรงต่อการเปลี่ยนแปลงต่อสิ่งแวดล้อมและการสูญเสียทรัพยากรชีวภาพ จึงมีความสำคัญอย่าง ยิ่งที่จะนำไปสู่ความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการพัฒนาที่จะสามารถนำพาชุมชนให้รอดพ้นจาก ผลกระทบดังกล่าว หันกลับไปสู่วิถีชีวิตแบบเดิมแต่ในมิติใหม่ที่จะทำให้ครอบครัวอบอุ่น ชุมชน เข้มแข็ง และร่วมแรงกันพัฒนาให้สังคมท้องถิ่นมีความก้าวหน้าผาสุกและสันติภาพยั่งยืนยาวนาน

ซึ่งผลการวิจัยยังพบว่าการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารด้านบริการนำเที่ยว โดยรวมอยู่ใน ระดับน้อยทุกเรื่อง ได้แก่ การนำนักท่องเที่ยวขึ้นเรือชมบริเวณหาดมีการจัดระบบความปลอดภัย น้อย มีการตรวจสอบคุณภาพของเรือน้อย และการทำประกันภัยประกันชีวิตของผู้โดยสาร ทั้งนี้ เพราะ เกิดจากการที่การให้บริการส่วนใหญ่เป็นเรือของชาวบ้านซึ่งขาดความรู้ความเข้าใจในการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ส่งผลให้ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวไม่ปลอดภัยเท่าที่ควร ซึ่ง สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540) ได้รายงานโครงการ ศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ พบว่า บริษัทท่องเที่ยวขนาดใหญ่ มักจะมีการดำเนินการที่ไม่เป็นภัย หรือเป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ส่วนบริษัทท่องเที่ยว ขนาดเล็กจะมีแนวโน้มที่จะทำลายสิ่งแวดล้อมมากกว่าบริษัทขนาดใหญ่ ทั้งนี้เพราะว่าบริษัท ขนาดใหญ่จะสามารถ จ้างเจ้าหน้าที่ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านระบบนิเวศเพื่อบริการนักท่องเที่ยวได้ เป็นพิเศษ ส่วนบริษัทขนาดเล็กอาจมีข้อจำกัดด้านการจ้างงานผู้เชี่ยวชาญด้านนิเวศวิทยา และ ต้องใช้บุคคลากรที่ขาดความเหมาะสมในการให้บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจทำให้เกิดความไม่ ระมัดระวังส่งผลให้เกิดความเสียหายกับทรัพยากรธรรมชาติด้วยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์

ผลการวิจัยยังพบว่า การตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารด้านสาธารณสุขปโลก โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ หาดบางแสน 2 มีไฟฟ้าส่องสว่างอย่างทั่วถึงพร้อมระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เพราะ การที่จะมีการพัฒนาเส้นทางคมนาคมหรือเกี่ยวกับงานสาธารณสุขปโลกในด้านใด ๆ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีความพร้อมของหน่วยงานเข้ามาดูแล มีการจัดสรรงบประมาณในการพัฒนาปรับปรุง ให้แหล่งท่องเที่ยวมีมาตรฐานมีความปลอดภัยยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถาบันดำรงราชานุภาพ (2541) ได้ศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.) ผลการศึกษาพบว่า ทั้ง อบต. และ สต. มีปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวหลายประการ และที่สำคัญได้แก่ ข้อจำกัดด้านงบประมาณด้านบุคลากร ด้านการประสานงาน ขอบเขตอำนาจหน้าที่ การออกกฎหมายและข้อบังคับ ตลอดจนปัญหาการขัดแย้ง ทั้งภายในและภายนอกองค์กรทั้งสอง แนวทางการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวในอนาคตนั้นได้เสนอไว้ว่าควรผนึกการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยอาศัยองค์กรท้องถิ่นเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนา ทั้งนี้ จะต้องมีการผสมผสานเข้าด้วยกันระหว่างพื้นที่กับการปฏิบัติงานของหน่วยงานในระดับต่างๆ ทั้งภาคเอกชน โดยภาครัฐจะต้องกระจายอำนาจและบทบาทการบริหารจัดการให้แก่องค์กรระดับท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ให้มากยิ่งขึ้นด้วย

2. ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างระบุว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.47$) เมื่อพิจารณาพบว่า ด้านการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้เป็นเพราะหาดบางแสน 2 ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ที่คิดว่าจะไปถึงกลุ่มลูกค้าที่ต้องการได้ไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ แผ่นป้ายโฆษณาต่าง ๆ และยังมีการจัดกิจกรรมเพื่อเป็นการส่งเสริมการขาย ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดเกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ธานี อธิธิชัยกุล (2548) ได้กล่าวถึงแนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวว่าเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จของการพัฒนาการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นการติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การบริหารแหล่งท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศให้เดินทางมาเที่ยว โดยมีกลยุทธ์ในการโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และการส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว โดยมีการประชาสัมพันธ์ให้คนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วม และสอดคล้องกับ ผลการวิจัยของ พงณา สงวนศรี (2541) ได้

ศึกษาการจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน พบว่าองค์กรชาวบ้านและองค์กรพัฒนาเอกชนในพื้นที่ได้เผยแพร่การพัฒนาได้มากมีการกระจายรายได้สู่ชาวบ้านที่เป็นสมาชิกในการจัดการอาหารที่พัก และผู้นำทางรวมทั้งรายได้เข้ากองทุนหมู่บ้านจากการบริจาคของผู้เข้าร่วมโครงการ สื่อมวลชนให้ความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ทุกครั้ง

3. ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุพรชัย มั่งมีสิทธิ์ (2535) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชนในโครงการขององค์การพัฒนาเอกชน ศึกษากรณีโครงการป่าชุมชนที่ริเริ่มโดยศูนย์พัฒนาชนบทผสมผสาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น พบว่า ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ ตำแหน่งในหมู่บ้าน ความรู้ความเข้าใจในปัญหา การเชื่อมโยงของป่าไม้ ส่วนตัวแปรที่ไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของชาวบ้าน ในการจัดการป่าชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา ระดับรายได้ต่อปี ความคาดหวังประโยชน์ ลักษณะการถือครองที่ดิน และขนาดการถือครองที่ดิน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพ็ญศรี รัตนะ (2536) ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาสิ่งแวดล้อมของกรมการพัฒนาชุมชน ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ประชาชนส่วนมากมีการรับรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งแวดล้อมมาก แต่มีส่วนร่วมน้อย สำหรับปัจจัยที่สัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมพบว่า การถือครองที่ดิน การเป็นสมาชิกกลุ่ม การเป็นอาสาสมัคร และการรับรู้เกี่ยวกับงานพัฒนาสิ่งแวดล้อมของประชาชน ทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในงานพัฒนาสิ่งแวดล้อมแตกต่างกันทุกกิจกรรม ส่วนการเป็นหนี้สิน และการเป็นกรรมการหมู่บ้าน และการได้รับข้อมูลข่าวสาร มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนเกือบทุกกิจกรรม นอกจากนี้พบว่าปัจจัยในเรื่องอายุ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครอบครัวไม่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชน

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่า การตระหนักถึงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ด้านบริการนำเที่ยวยังอยู่ในระดับน้อย ได้แก่

1.1 การจัดระบบความปลอดภัยในการขึ้นเรือชมบริเวณหาด จึงควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ หรือบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับการจัดระบบความปลอดภัยในการจราจรทางน้ำ การจัดเจ้าหน้าที่ส่งนักท่องเที่ยว ขึ้น-ลง เรือนำเที่ยว หรือการอนุญาตให้ออกเรือหรือไม่ขณะมีลมแรงในบางครั้ง

1.2 การตรวจสอบคุณภาพของเรือนำเที่ยว มีการตรวจสอบคุณภาพของเรือนำเที่ยวยังอยู่ในระดับน้อย จึงควรจัดให้มีหน่วยงานที่ตรวจสอบด้านคุณภาพของเรือนำเที่ยวมาเป็นผู้ตรวจสอบ เพื่อให้มีมาตรฐานในการปฏิบัติงานและเป็นระบบมากขึ้นในเรื่องของอุปกรณ์ต่างๆ ที่สร้างความมั่นใจในการใช้เป็นพาหนะนำเที่ยว เช่นคุณภาพของเครื่องยนต์ที่ไม่สร้างมลภาวะคุณภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว โครงเหล็ก หลังกา ที่นั่งบนเรือ ห่วงชูชีพ และเสื้อชูชีพ เป็นต้น

1.3 การสร้างความมั่นใจต่อนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการนั่งเรือชมหาด จึงควรให้หน่วยงานที่รับทำประกันภัยชนิดกลุ่มให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

2. จากผลการวิจัย พบว่า การตระหนักถึงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวด้านร้านค้าขายอาหาร อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการมีภาระหน้าที่ในการค้าขาย บริการอาหารให้แก่นักท่องเที่ยวซึ่งมีร้านค้าอยู่เป็นจำนวนมาก จึงมีการแข่งขันกันเพื่อเรียกลูกค้าให้เข้าร้านของตนเอง ดังนั้นจึงอาจมีความใส่ใจในการตระหนักถึงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในระดับปานกลางดังกล่าว ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรมีการเรียกประชุมผู้ประกอบการร้านค้าให้มีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เช่น ให้บริการขายอาหารควบคู่กับถามความประสงค์ของลูกค้าเรื่องการท่องเที่ยวทางเรือหรือบ้านพัก และของที่ระลึก เป็นต้น โดยเป็นผู้แนะนำหรือเสนอบริการที่เป็นส่วนเพิ่มเติมของตนเอง เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้นและมีการตระหนักถึงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

3. จากผลการวิจัย พบว่า การตระหนักถึงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ด้านสาธารณูปโภคทั้งระบบไฟฟ้าส่องสว่าง และระบบน้ำ อยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะ ระบบสาธารณูปโภคเกี่ยวกับไฟฟ้า ประปา เป็นการดูแลรับผิดชอบของหน่วยงานกลาง ได้แก่ การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค และการประปาส่วนภูมิภาค ดังนั้น ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสามกลุ่มจึงไม่ได้ให้ความตระหนักใน

เรื่องดังกล่าวมากนัก แต่อย่างไรก็ดี หากระบบดังกล่าวเกิดมีปัญหาขึ้นมา อาจทำให้ส่งผลกระทบต่อ การท่องเที่ยวของหาดบางแสน 2 เพื่อป้องกันปัญหานั้นจึงควรมีการสร้างระบบต่าง ๆ ให้มี คุณภาพและรองรับการบริการให้แก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น อย่างน้อย เดือนละ 1 ครั้ง

4. ผลการวิจัย พบว่า ชุมชนในพื้นที่ที่มีการมีส่วนร่วมของชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด ได้แก่ ด้านการโฆษณาการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และด้านการ ส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้ควรมีการต่อยอดอย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ชุมชนในพื้นที่มี ส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเมื่อมีกิจกรรมต่างๆ ในพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นการจัด กิจกรรมประเพณีสงกรานต์ หรือประเพณีท้องถิ่น ควรมีการเชิญสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวเพื่อเป็น การประชาสัมพันธ์เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวรู้เกี่ยวกับการจัดกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวหาดบาง แสน 2 มีการจัดแสดงสินค้า OTOP ซึ่งเป็นสินค้าพื้นบ้านที่ชุมชนมีการรวมกลุ่มกันคิดประดิษฐ์ สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และยังสามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้กับประชาชนใน พื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์ควรมีการจัดประกวดตกแต่งร้านค้า ร้านอาหาร และบ้านพักโฮมสเตย์ เพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดความครึกครื้น น่าสนใจ ทำให้หาดบางแสน 2 เป็น อีกทางเลือกหนึ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจและเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นใน ทุกปี

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาส่วนผสมการตลาดทางการท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวหาดบาง แสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น
2. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มีต่อการท่องเที่ยวทางเรือ ในแหล่ง ท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น
3. ควรมีการศึกษาค้นคว้าความพึงพอใจของประชาชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด ขอนแก่น

ภาคผนวก

แบบสอบถามการวิจัย

เรื่อง

ศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น

แบบสอบถามนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการศึกษาวิจัย เรื่อง ศึกษาความสัมพันธ์ของการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่ หาดบางแสน 2 อำเภออุบลรัตน์ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก

ข้อมูลที่ท่านให้ผู้วิจัย จะถือเป็นความลับ และจะใช้ประโยชน์ในการศึกษาวิจัย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการเท่านั้น

นางสาววีรญา ฤดีกมลจิต
นักศึกษาปริญญาโท สาขาการสื่อสาร
การท่องเที่ยวและบันเทิง
หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเกริก

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงใน หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

น้อยกว่า 25 ปี

25-35 ปี

36-45 ปี

มากกว่า 45 ปี

3. ระดับการศึกษา

ไม่เคยได้รับการศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษาตอนต้น

มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.

อนุปริญญา/ปวส

ปริญญาตรีและสูงกว่า

4. สถานภาพสมรส

โสด

สมรสและอยู่ด้วยกัน

สมรส และแยกกันอยู่

หย่า/หม้าย

5. สถานภาพในชุมชน

สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเขื่อนอุบลรัตน์

ผู้ประกอบการค้าขายภายในบริเวณหาดบางแสน 2

ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณรอบพื้นที่หาดบางแสน 2

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการตระหนักรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียง
ช่องเดียว

ข้อความ	ระดับการตระหนักรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ					
1. อำเภออุบลรัตน์มีหาดบางแสน 2 เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจที่สำคัญของนักท่องเที่ยว					
2. หาดบางแสน 2 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวทั้งชีวิตและทรัพย์สิน					
3. หาดบางแสน 2 ได้มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมป้องกันมลภาวะที่อาจจะเกิดทั้งด้านน้ำเสีย ชยะทัศนียภาพ ภูมิทัศน์					
ด้านร้านค้า					
4. ร้านค้าขายอาหารบริเวณหาดบางแสน 2 มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาดตามสุขอนามัย					
5. คุณภาพอาหารมีความสดและสะอาดถูกใจนักท่องเที่ยว					
6. ร้านขายของให้บริการเช่าห่วงยางและชุดอาบน้ำมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว					
ด้านบ้านพัก					
7. บ้านพักประเภทบังกะโลมีจำนวนเพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว					
8. บ้านพักประเภทโฮมสเตย์มีส่วนช่วยสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว					
9. บ้านพักควรมีสภาพแวดล้อมของความเป็นเอกลักษณ์ในท้องถิ่นมากกว่าการมีเครื่องอำนวยความสะดวกแบบในเมือง					

ข้อความ	ระดับการตระหนักรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านบริการนำเที่ยว					
10. การนำนักท่องเที่ยวขึ้นเรือชมบริเวณหาดมีการจัดระบบความปลอดภัยด้วยความเรียบร้อย					
11. คุณภาพของเรือนำเที่ยวได้มีการตรวจสอบสภาพเครื่องตามมาตรฐานความปลอดภัยและมีใบอนุญาตขับซึ่งของนายท้ายเรือถูกต้องตามกฎหมาย					
12. การนำเที่ยวทางเรือได้มีการประกันภัยและประกันชีวิตของผู้โดยสารครบถ้วนเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว					
ด้านระบบสาธารณูปโภค					
13. หาดบางแสน 2 มีไฟฟ้าส่องสว่างอย่างทั่วถึงพร้อมระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ					
14. หาดบางแสน 2 ได้มีการพัฒนาแหล่งน้ำให้มีความสะอาดสามารถอุปโภคบริโภคได้อย่างมั่นใจ					
15. เส้นทางเดินทางมาหาดบางแสน 2 มีการพัฒนาปรับปรุงให้ได้มาตรฐานและมีความปลอดภัยต่อพาหนะนักท่องเที่ยว					

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่เห็นว่าตรงกับท่านมากที่สุดเพียงช่องเดียว

ข้อความ	ระดับการมีส่วนร่วม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<p>การโฆษณาเผยแพร่การท่องเที่ยว</p> <p>1. ได้มีการพูดคุยเพื่อให้ธุรกิจบ้านพัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยวได้มีการโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์</p>					
<p>2. ธุรกิจบ้านพัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยว ได้มีการโฆษณาผ่านสื่อวิทยุไปแล้ว</p>					
<p>3. ได้มีการโฆษณาผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น โบปลิว แผ่นพับเพื่อแจกนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับการพัฒนาของหาดบางแสน 2</p>					
<p>4. ป้ายโฆษณาแหล่งที่พักและธุรกิจท่องเที่ยวอื่น ๆ ของหาดบางแสน 2 ได้มีการควบคุม การติดตั้งเพื่อให้แลดูสวยงามและไม่เสียวิิวทัศน์</p>					
<p>5. มีการจัดทำภาพยนตร์โฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หาดบางแสน 2 ทำให้มีนักท่องเที่ยวเห็นสื่อโฆษณานี้เพิ่มขึ้น</p>					
<p>การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว</p> <p>1. การจัดประเพณีสงกรานต์ของหาดบางแสน 2 เพื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ได้เชิญสื่อมวลชนมาทำข่าวและสัมภาษณ์ผู้บริหารในท้องถิ่น</p>					
<p>2. การที่นักท่องเที่ยวมาเยือนถึงหาดบางแสน 2 ชุมชนในท้องถิ่นได้ตระหนักถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยว จึงดูแลและให้การต้อนรับด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดี</p>					

ข้อความ	ระดับการมีส่วนร่วม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวมีการสนับสนุนกิจกรรมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบริเวณหาดบางแสน 2 โดยการให้เด็กนักเรียนในชุมชนเป็นมัคคุเทศก์					
4. มีการยกย่องเชิดชูธุรกิจท่องเที่ยวดีเด่นจากการประกวดแข่งขัน เช่น บ้านพัก ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยวดีเด่น					
5. มีการจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการจัดนิทรรศการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทุกคนได้ช่วยกันทำ					
การส่งเสริมการขายทางการท่องเที่ยว					
1. ได้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 โดยมีการวางแผนรณรงค์การท่องเที่ยวตลอดทั้งปี					
2. การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหาดบางแสน 2 มีการนำเสนอการเข้าร่วมงานนิทรรศการต่างๆ เช่น งานOTOP งานกาชาด งานใหม่ประจำปี					
3. มีการส่งเสริมให้รายการท่องเที่ยวทางโทรทัศน์ท้องถิ่นแนะนำหาดบางแสน 2 บรรจุไว้ในโปรแกรมการนำเสนอ					
4. ประเพณีท้องถิ่นได้มีการนำมาจัดที่หาดบางแสน 2 เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสความแปลกใหม่					
5. ได้นำภาพมุมสวยงามของหาดบางแสน 2 มีการไปลงไว้กับสื่อต่างๆ เช่น ปฏิทิน โปสเตอร์ โปสการ์ด เสื้อยืดและของที่ระลึกเป็นต้น					

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในพื้นที่
ต่อการท่องเที่ยวหาดบางแสน 2

คำชี้แจง กรุณากรอกข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ข้อคิดเห็น และข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). องค์ประกอบของการท่องเที่ยว. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). แผนปฏิบัติการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ: อัสชา จำกัด.
- ฉลอง พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ภาควิชาศิลปาชีพ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เชียงใหม่,มหาวิทยาลัย & สถาบันดำรงราชานุภาพ กระทรวงมหาดไทย. (2541). โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ดิรก ฤกษ์สาทร่าย. (2522). การพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ : พิมณศ.
- ทวีทอง หงส์วิวัฒน์. (2527). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ : ศักดิ์โสภะ การพิมพ์.
- นิรันดร์ จงวุฒิเวศย์. (2527). กลวิธี แนวคิด วิธีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนาชนบท ในการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานพัฒนา. กรุงเทพฯ : ศักดิ์โสภะ การพิมพ์.
- ปรัชญา เวสารัชช. (2544). การนำเสนองานที่มีประสิทธิภาพ. กรุงเทพฯ. สวัสดิการ สำนักงาน ก.พ.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2526). ทัศนคติ การจัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช, 2526
- พจนา สงวนศรี. (2541). โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ. จุลสารการท่องเที่ยว, 17(1), 33-39.
- ภากรนี้ สวัสดิรักษ์ และคณะ. (มปป.). แผนปฏิบัติการการพัฒนานาบริการท่องเที่ยว รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: มปป.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี. (2534). การพัฒนาชุมชนจากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: บางกอกบล๊อค.

- ธานี อธิติชัยกุล. (2548). การส่งเสริมการท่องเที่ยว. เอกสารสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับ
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2542). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- ศิริอร ชันธน์ตติ. (2541). องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: อักษรภาพิพัฒน์.
- สมคิด บางโม. (2540). องค์การและการจัดการ. กรุงเทพฯ: วิทย์พัฒน์.
- สมพงษ์ เกษมสิน. (2526). การบริหารงานบุคคลแผนใหม่. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ยศ สันตสมบัติ และคณะ. (2544). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความหลากหลายทางวัฒนธรรมและ
การจัดการทรัพยากร. เชียงใหม่: นนทบุรีการพิมพ์.
- สมนึก ปัญญาสิงห์. (2542). การทำงานแบบมีส่วนร่วม. เอกสารประกอบการสอนวิชาการ
พัฒนาทรัพยากรมนุษย์. ขอนแก่น: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2540). โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการ
พัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ.
- สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2526). การปกครองท้องถิ่นไทย. พิมพ์ครั้งที่ 5. นนทบุรี :
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุภาพร มากแจ้ง. (2539). หลักมัคคุเทศก์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.

เอกสารอื่นๆ

- กรรณิกา ชมดี. (2524). "การมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ศึกษาเฉพาะ
กรณีโครงการสารภี ตำบลท่าช้าง อำเภอวารินชำราบ จังหวัดอุบลราชธานี." วิทยานิพนธ์
ปริญญาสังคมสงเคราะห์มหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เพ็ญศรี รัตนะ. (2536). "การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมของกรมการ
พัฒนาชุมชน ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดอุบลราชธานี." วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษา
ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พิชญ์วัตร วรรณะกุล. (2538). "การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารองค์การบริหารส่วน
ตำบล ศึกษาเฉพาะกรณีตำบลทรายมูล อำเภอองครักษ์ จังหวัดนครนายก." กรมการ
ปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- ยงยุทธ ธนิกกุล (2546). "การมีส่วนร่วมในระบบสุขภาพภาคประชาชนของสมาชิกสภาองค์การ
บริหารส่วนตำบล จังหวัดสมุทรสงคราม." มหาวิทยาลัยศิลปากร

- วิศิษฐ์ ทองสมบุญ. (2535). "ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของกรรมการกลางหมู่บ้าน
อาสาพัฒนาและป้องกันตนเอง (อพป.) ในการพัฒนาหมู่บ้าน ตามระบบ กชช. :
ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดขอนแก่น." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมวิทยาการพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สถานิตย์ บุญชู. (2530). "การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชน." วารสารคณะศึกษา
ศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 3(1),65-73,
- สุพรชัย มั่งมีสิทธิ์. (2535). "การศึกษาการมีส่วนร่วมของชาวบ้านในการจัดการป่าชุมชนในโครง
การขององค์กรพัฒนาเอกชน ศึกษากรณีโครงการป่าชุมชนที่ริเริ่มโดยศูนย์พัฒนาชนบท
ผสมผสาน อำเภอบ้านไผ่ จังหวัดขอนแก่น." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาสังคมวิทยาการพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุรเกียรติ รุจิธรรมานะ. (2538). "ความรู้ของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลเกี่ยวกับโครงสร้าง
และอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล : ศึกษาเฉพาะกรณีจังหวัดขอนแก่น."
วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสังคมวิทยาการพัฒนาศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- อนงค์ พัฒนจักร. (2535). "การมีส่วนร่วมของสตรีในงานพัฒนาป่าไม้ กรณีศึกษาหมู่บ้านห้วยม่วง
จังหวัดขอนแก่น." วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา สังคม
วิทยาการพัฒนาศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น

แหล่งข้อมูลทางเว็บไซต์

www.learners.in.th

www.thapra.lib.su.ac.th

ประวัติการศึกษา(และการทำงาน)ของผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล นางสาววีรญา ฤติกมลจิต
วัน เดือน ปีเกิด วันศุกร์ที่ 23 พฤศจิกายน 2527
สถานที่เกิด ขอนแก่น

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2549 มนุษยศาสตร์ สาขาสื่อสารมวลชน
มหาวิทยาลัยรามคำแหง

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2545 พนักงานต้อนรับห้างหุ้นส่วน พี.อาร์.คอสเมต

พ.ศ. 2549 ประกอบธุรกิจส่วนตัว