

**รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์**

กนก กุณาง

**วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขายุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์**

พ.ศ. 2549

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

**A MODEL OF PARTICIPATORY ADMINISTRATION AND MANAGEMENT
OF ECOTOURISM MARKETING AT KHAO PRA – KHAO SOONG
MOUNTAIN RANGE IN NONGBUA DISTRICT,
NAKHON SAWAN PROVINCE**

Kanok Kunang

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Master
Degree of Arts Program in Development Strategy
Nakhon Sawan Rajabhat University**

2006

Copyrighted by Nakhon Sawan Rajabhat University

หัวข้อวิทยานิพนธ์ รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศเทือกเขาพระ - เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
ผู้วิจัย นายกนก กุณาง
สาขา ยุทธศาสตร์การพัฒนา
ปีการศึกษา 2548

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

คณะกรรมการที่ปรึกษา

..... ประธานกรรมการสอบ ประธานกรรมการที่ปรึกษา
(รองศาสตราจารย์ ดร.ธานี เกสทอง) (ดร.สมภพ เจริญนทศ)
..... กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ กรรมการที่ปรึกษา
(อาจารย์บังอาจ บำรุงศรี) (อาจารย์วิมลรัตน์ คล้ายเนียม)
..... กรรมการสอบ
(ดร.สมภพ เจริญนทศ)
..... กรรมการสอบ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนัส มีศรีสวัสดิ์)
..... กรรมการสอบ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์อวยชัย วัชรธรรม)

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขา ยุทธศาสตร์การพัฒนา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ เกษม ศรีเดิมา)

รองอธิการบดี ฝ่ายวิชาการ

วันที่ 18 เดือน มีนาคม พ.ศ 2549

บทคัดย่อ

หัวข้อวิทยานิพนธ์	รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
ผู้วิจัย	นายกนก กุมาง
คณะกรรมการที่ปรึกษา	ดร.สมภพ เจริญนุท, นางวิมลรัตน์ คล้ายเนียม
สาขา	ยุทธศาสตร์การพัฒนา
ปีการศึกษา	2548

การวิจัยครั้งนี้ มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด และสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

วิธีการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง คือ

ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศฯ

ช่วงที่ 2 สร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศฯ

ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศฯ

ประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครู นักเรียน-นักศึกษา ผู้นำท้องถิ่น และประชาชนในพื้นที่ 3 ตำบล ได้แก่ ตำบล หุ้งทอง หนองบัว และหนองกล้วย รวม 367 คน

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป และแบบสอบถามเกี่ยวกับ ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศฯ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และวิธีการสุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย พบว่า ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่ อยู่ในระดับมาก อันคืบสูงสุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมาคือ ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.51$) และอันคืบต่ำสุดได้แก่ ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.44$)

สำหรับรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มี 6 ขั้นตอนประกอบด้วย 1. ศึกษา
วิเคราะห์ / สำรวจปัญหา 2. แยกปัญหา เป็นปัญหาระดับมาก และปัญหาระดับน้อย 3. ดำเนิน
กิจกรรมตามวิธีมาตรฐาน 4. สังเคราะห์รูปแบบ 5. ประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ 6. จัดทำรายงาน

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
Nakhon Sawan Rajabhat University

Abstract

Thesis Title	A Model of Participatory Administration and Management of Ecotourism Marketing at Khao Pra-Khao Soong Mountain Range in NongBua District, Nakhon Sawan Province
Researcher	Mr.Kanok Kunang
Advisory Committee	Dr.Sompop Chermkhuntod, Mrs.Vimolrat Klainium
Program	Development Strategy
Academic Year	2005

This research was conducted with the objectives of studying problems and constructing a model of the participatory administration and management of ecotourism marketing at Khao Pra-Khao Soong, Nong Bua District, Nakhon Sawan Province.

The method in conducting this research was broken up into 3 phases : phase 1, studied the problems of administration and management of ecotourism marketing ; phase 2, constructed the model of the participatory ecotourism marketing and administration and management ; and phase 3, assessed and reviewed the model of participatory administration and management of ecotourism marketing

The population and sample groups used for this research were people living in the countryside, and local leaders living in the 3 districts : Thungtong, Nong Bua, and Nong Klup, 367 persons altogether. Tools used in the research was a questionnaire asking about general information and problems in the administration and management of ecotourism marketing with a 5 level rating scale as the measurement . Focus Group Discussion (F.G.D.) method was also used to obtain the results.

Results of the research showed that there were high level problems in the participatory administration and management of ecotourism marketing in Khao Pra - Khao Soong area ($\bar{X} = 3.01$) . The promotion of tourist marketing was at the highest level of $\bar{X} = 3.52$ and followed by the problem of product, price, and tourist service ($\bar{X} = 3.51$) , and finally the problem of tourist attractions and tourist resource ($\bar{X} = 2.44$) .

The model of the participatory administration and management of ecotourism marketing in Khao Pra-Khao Soong area Nong Bua district, Nakhon Sawan Province, systematically obtained 6 steps as follow : studing, analysing, and surveying the problems ; sorting out of problems in accordance with the level of severity ; operating in accordance with standard operation ; synthesizing the model ; meeting for exchange of knowledge ; and making report.

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
Nakhon Sawan Rajabhat University

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจาก คร.สมภพ เจริญทศ ประธาน คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ อาจารย์วิมลรัตน์ คล้ายเนียม กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความเอาใจใส่ ให้คำปรึกษา ตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เป็นอย่างดี

ขอขอบคุณ คร.จุฑาภรณ์ เจริญทศ ที่กรุณาให้คำปรึกษา ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ ตลอดระยะเวลาของการทำงานวิจัย

ขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธานี เกสทอง ผู้ช่วยศาสตราจารย์อวยชัย วิษุวรรณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนศ มีศรีสวัสดิ์ คณะกรรมการสอบที่ได้แนะนำแก้ไขให้วิทยานิพนธ์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัส นวลนัม ที่ได้ตรวจสอบความถูกต้องด้านภาษา เนื้อหา ระเบียบวิธี และเครื่องมือวิจัย ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่เสียสละเวลามาประชุมกลุ่ม ให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์อย่างมากต่องานวิจัย

ขอขอบคุณ ผู้อำนวยการสถานศึกษา โรงเรียนอนุบาลหนองบัว อาจารย์เงิน ทรสุรินทร์ และ คณะครู โรงเรียนอนุบาลหนองบัว ที่อำนวยความสะดวกทำให้งานวิจัยในครั้งนี้ดำเนินไปได้ อย่างราบรื่นตลอดจนช่วยเก็บข้อมูล และร่วมประเมินบททวน

ขอขอบคุณเพื่อนนักศึกษาปริญญาโท สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนา รุ่นที่ 1 ที่เป็นที่ปรึกษา ให้คำแนะนำเป็นอย่างดี ตลอดจนครอบครัวของผู้วิจัยที่ได้ให้ความช่วยเหลือ เป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัย ทำนุนี้ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้ให้ชีวิต และภรรยาพร้อมด้วยบุตรชายที่ให้กำลังใจ สนับสนุนด้านการเรียนรู้มาโดยตลอดจนทำให้วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จด้วยดี

กนก กุณาง

สารบัญ

บทที่		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย	ม
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
	กิตติกรรมประกาศ	จ
	สารบัญ	ฉ
	สารบัญตาราง	ช
	สารบัญภาพ	ฅ
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย	3
	ขอบเขตของการวิจัย	3
	นิยามศัพท์เฉพาะ	4
	ประโยชน์ที่ได้รับ	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
	บริบทของชุมชน	6
	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	10
	ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	10
	องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	11
	นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	15
	วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	19
	กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	19
	มาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	20
	การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยว	22
	การตลาดการท่องเที่ยว	34
	การสนทนากลุ่ม	38
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	39
	งานวิจัยในประเทศ	39

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
งานวิจัยต่างประเทศ	42
กรอบความคิดในการวิจัย	46
3 วิธีดำเนินการวิจัย	47
ขั้นตอนการวิจัย	47
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	48
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล	50
การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	51
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	53
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	53
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	54
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	69
สรุปผลการวิจัย	71
อภิปรายผลการวิจัย	73
ข้อเสนอแนะ	75
รายการอ้างอิง	76
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบหาค่า I.O.C.	82
ภาคผนวก ข แบบสอบถามการวิจัย	87
ภาคผนวก ค การประชุมสนทนากลุ่ม	92
ภาคผนวก ง แบบประเมินรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด	101
ประวัติผู้วิจัย	103

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
4.1	แสดงจำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ	54
4.2	แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ	54
4.3	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ที่เป็นปัญหาในภาพรวม	55
4.4	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	56
4.5	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว	58
4.6	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว	59
4.7	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว	61
4.8	แสดงผลการประเมินทบทวนการทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์	68

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	แสดงการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว	23
2.2	แสดงระบบการท่องเที่ยว	24
2.3	แสดงการสร้างรายได้ของชุมชนส่งผลต่อการอนุรักษ์	25
2.4	แสดงคัวแบบ (Paradigm) ของการท่องเที่ยวในชุมชนโดยพลังต้นทุนของชุมชน	26
2.5	แสดงภาพรวมขององค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	29
2.6	กรอบความคิดในการวิจัย	46
4.1	รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์	62

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในกระแสการพัฒนาที่ยั่งยืนของโลกไร้พรมแดนนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้นำรูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ มาไว้ในการส่งเสริมการขายการท่องเที่ยวร่วมกันมาก รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยด้วย การท่องเที่ยวมีความสำคัญ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมการเมือง และความร่วมมือระหว่างประเทศ จึงจำเป็นต้องสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

ข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ซึ่งได้คาดการณ์ทิศทาง การเติบโตของการท่องเที่ยวโลกในระยะยาวในตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 – 2563 ว่า จะมีการเติบโตของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 4.1 ต่อปี โดยในปี พ.ศ. 2553 จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลกจำนวน 1 พันล้านคน และในปีพ.ศ. 2563 จะมีจำนวน 1.6 พันล้านคน นอกจากนี้ ในส่วนของสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกในระดับภูมิภาค มีการคาดการณ์อีกด้วยว่า การท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก จะเลื่อนจากอันดับ 3 ในปัจจุบัน (ซึ่งรองจากยุโรป และสหรัฐอเมริกา) มาอยู่ในอันดับ 2 ของโลกในปี พ.ศ.2563 โดยอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้เฉลี่ยร้อยละ 6.5 ต่อปี และจะมีนักท่องเที่ยว 388 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 โดยทั้งนี้ สภาการท่องเที่ยวโลก World Travel & Tourism Council (WTTC) คาดการณ์ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยจะเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. 2540 : 39, 63)

จากการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนถึงการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวของประเทศไทย และแนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกที่นับวันแต่จะดีขึ้นเป็นลำดับในอนาคต เพื่อให้การดำเนินการต่อเนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 – 2544) ที่เน้นให้ “คน” เป็นจุดมุ่งหมายหลักในการพัฒนาประเทศ โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวในทุกๆระดับ ทั้งด้านการวางแผนและการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและเกิดความสมดุลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง

และสิ่งแวดล้อมโดยตรง (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544 : 3 – 4) เพื่อให้สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545 – 2549) จึงเป็นนโยบายที่ชัดเจนของรัฐบาลปัจจุบันที่มี พ.ศ.ท.ดร.ทักษิณ ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี ซึ่งให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวในระดับพื้นฐานของแหล่งท่องเที่ยวและบริการเป็นอย่างยิ่ง เห็นได้จาก การแถลงนโยบายของรัฐบาลต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2544 ว่า “การท่องเที่ยว คือหนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้นรัฐบาลจึงมีนโยบายในการส่งเสริมคุณภาพ และมาตรฐานของการบริการเพิ่มความหลากหลายของรูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยวและการยกระดับความสามารถในการแข่งขันของการบริการและการท่องเที่ยว” โดยด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะเน้นการเร่งพัฒนาบูรณะฟื้นฟูมรดก และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้งในเขตเมือง และนอกเมือง เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่างๆ ทั้งเชิงอนุรักษ์ เชิงคุณภาพและการท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวให้มากขึ้น (ทักษิณ ชินวัตร, 2544 : 42-45)

ในทศวรรษที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ทั่วทุกภูมิภาคของโลก และคาดว่าจะเจริญเติบโตต่อไปในอนาคต องค์การสหประชาชาติ (United Nations) โดยคณะกรรมการการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Commission of Sustainable Development) ได้ตระหนักถึงความสำคัญดังกล่าว จึงประกาศให้ปี 2545 เป็นปีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนานาชาติ (The International Year of Ecotourism 2002) และขอความร่วมมือประเทศสมาชิกจัดกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งมีคำขวัญว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน” โดยมีแนวคิดในภาพรวมว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ เป็นการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น ในการจัดผลประโยชน์และเศรษฐกิจ ช่วยชะลอผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมซึ่งจะได้ประโยชน์อย่างแท้จริงในการชื่นชม เข้าใจธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่น

ในประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพ และเอกลักษณ์ / อัตลักษณ์ ทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสูงมากประเทศหนึ่งของโลก เนื่องจากมีระบบนิเวศทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นทรัพยากรในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอันทรงคุณค่ามหาศาลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้เป็นอย่างดี ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดเป็นนโยบายระดับชาติ เพื่อให้มีนโยบายดังกล่าวมีการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม มีความสำคัญกับองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน คือ องค์ประกอบด้านพื้นที่ การจัดการ กิจกรรม และกระบวนการ รวมทั้งการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546 : 3-4)

พื้นที่เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นพื้นที่ป่าที่อุดมสมบูรณ์ เป็นพื้นที่ต้นน้ำลำธารของอำเภอหนองบัว มีทรัพยากรที่สำคัญ อาทิเช่น แร่ยิปซัม เป็นแหล่งที่ใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีหินแกรนิต สีชมพู สีดำ และสีมรกต ที่มารวมกันในพื้นที่เดียวกันที่หา

ได้ยากยิ่งแห่งหนึ่งในโลก จึงเป็นที่หมายปองของผู้ประกอบการเหมืองแร่ ที่จะเข้ามาขอประทานบัตร หลวงพ่อไกร (พระนิกร โสภณ ในปัจจุบัน) เจ้าคณะอำเภอหนองบัว และชาวอำเภอหนองบัว ได้ขุมนุมคัดค้านมิให้ทางราชการออกประทานบัตร ให้ผู้ประกอบการเหมืองแร่ หลวงพ่อไกร จึงทูลเกล้าถวายฎีกาแด่สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ให้ทรงรับพื้นที่เขาพระ-เขาสูง เป็นโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริสมเด็จพระนางเจ้าฯ พระบรมราชินีนาถ ทรงรับไว้เป็นโครงการพระราชดำริตั้งแต่ วันที่ 25 มกราคม 2539 (จันทกร รื่นรมย์, 2547 : 2)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยซึ่งมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่องการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยให้ชุมชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรมเป็นหลัก และให้มองการท่องเที่ยวเป็นรายได้เสริม ที่จะสร้างประโยชน์ให้แก่ตนเอง ครอบครัว และชุมชน เพื่อให้ทราบถึง รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ และเพื่อเสนอแนะรูปแบบการบริหารจัดการการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสมซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ในการนำไปพัฒนา และจัดการด้านการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีความพร้อม มีศักยภาพเพียงพอ ต่อการขยายตัวของ การท่องเที่ยวในระยะยาว อันจะเอื้อประโยชน์ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศไทยได้ ในอนาคต

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดจุดมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัญหาการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ขอบเขตของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยและพัฒนา ดังนี้

ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา ประกอบด้วย การสำรวจหาปัญหาด้านการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านสถานที่ ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง เพื่อนำมาสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 1 ประชากร ได้แก่ ประชาชนในชุมชน และผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่ 3 ตำบล คือ ตำบลทุ่งทอง ตำบลหนองบัว และตำบลหนองกลับ จำนวน 7,732 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 40) จำนวน 367 คน

ช่วงที่ 2 ประชากรที่ใช้ ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญ 7 คน

ช่วงที่ 3 ในการประเมินทบทวนรูปแบบประชากรคือ ทีมบริหารจัดการการตลาด 15 คน

ขอบเขตด้านตัวแปร

ช่วงที่ 1 ตัวแปรที่ศึกษาคือ ปัญหา ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ช่วงที่ 2 ตัวแปร คือ ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ช่วงที่ 3 ตัวแปร คือ รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

นิยามศัพท์เฉพาะ

รูปแบบ หมายถึง กระบวนการ ขั้นตอน หรือวิธีการในการออกแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยละเอียดทุกขั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ

การบริหารจัดการด้านการตลาด หมายถึง กระบวนการจัดการในการพัฒนา และปรับปรุงให้เกิดความสอดคล้องกันของภารกิจ วัตถุประสงค์ ทักษะ ทรัพยากร และโอกาสทางการตลาด รวมถึงการดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และสถานที่ ของอำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด หมายถึง กระบวนการ ขั้นตอน หรือ วิธีการในการบริหารจัดการ ในการพัฒนา และปรับปรุงให้เกิดความสอดคล้องกันของภารกิจ วัตถุประสงค์ ทักษะ ทรัพยากร และโอกาสทางการตลาด รวมถึงการดำเนินกิจกรรมทางด้านการตลาด ได้แก่

ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และสถานที่ ของอำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยละเอียดทุกชั้นตอนตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ

การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่ประชาชนใน อำเภอหนองบัวเข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวตั้งแต่การร่วมกันคิดค้นปัญหา ร่วมคิด ร่วมทำ ร่วมกันแก้ไข

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางไปยังเทือก เขาพระ- เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้วยความสมัครใจโดยมุ่งเน้นการศึกษาเรียนรู้ และชื่นชมกับแหล่งธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศอย่างมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตลอดจนคำนึงถึงการมีส่วนร่วมในการบริหารและจัดการของท้องถิ่น ทั้งนี้รวมถึงการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศของพื้นที่

เทือกเขาพระ – เขาสูง หมายถึง พื้นที่ป่าสงวนแห่งชาติป่าเขาสูง และป่าเขาพระ ตามกฎกระทรวง ฉบับที่ 1,239 (พ.ศ. 2538) ที่ตั้งอำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยกลุ่มภูเขา 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเขาพระ มีภูเขา 5 ลูก และกลุ่มเขาสูงมีภูเขา 10 ลูก

ประโยชน์ที่ได้รับ

ในการวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

1. ได้ทราบปัญหาด้านการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อให้ชุมชนได้รับรู้ รับทราบปัญหา รวมถึงสภาพที่แท้จริงและนำไปใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป
2. ได้รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งสามารถนำไปเผยแพร่เพื่อกระตุ้นการพัฒนาท้องถิ่นให้กว้างขวาง อีกทั้งยังเป็นตัวอย่างของความเจริญ ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสำหรับผู้เยี่ยมชม ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ในการพัฒนาประเทศของแผนพัฒนาระยะที่ 9 และโดยเฉพาะอย่างยิ่งสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยจะนำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. บริบทชุมชน
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 2.2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 2.3 นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 2.4 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 2.5 กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
 - 2.6 มาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยว
 1. การตลาดการท่องเที่ยว
 2. การสนทนากลุ่ม
 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.1 งานวิจัยในประเทศ
 - 3.2 งานวิจัยต่างประเทศ
4. กรอบความคิดในการวิจัย

บริบทชุมชน

สภาพทางภูมิศาสตร์

อำเภอหนองบัว ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัดนครสวรรค์ มีเนื้อที่ประมาณ 819 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 512,193 ไร่ มีประชากรประมาณ 72,160 คน 2,105 ครอบครัว การบริหารงานส่วนภูมิภาคแบ่งออกเป็น 9 ตำบล 109 หมู่บ้าน มีอาณาเขตติดต่อกับ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ อำเภอบางมูลนาก จังหวัดพิจิตร , อำเภอชนแดน จังหวัดเพชรบูรณ์
ทิศใต้	ติดต่อกับ อำเภอไพศาลี , อำเภอท่าตะโก จังหวัดนครสวรรค์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ อำเภอบึงสามพัน จังหวัดพิจิตร
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ อำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์

บริเวณเทือก เขาพระ – เขาสูง อยู่ห่างจากจังหวัดไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นระยะทาง 100 กิโลเมตร บนเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 225 (นครสวรรค์ – ชัยภูมิ) มีเนื้อที่ประมาณ 110,456 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 69,035 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 13.48 ของพื้นที่ อำเภอหนองบัว มีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ ตำบลหนองกลับ และตำบลทุ่งทอง อำเภอหนองบัว
ทิศใต้	ติดต่อกับ ตำบลหนองบัว อำเภอหนองบัว
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ ตำบลหนองบัว และตำบลทุ่งทอง อำเภอหนองบัว
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ ตำบลหนองบัว และตำบลหนองกลับ อำเภอหนองบัว

เขตการปกครอง

เทือกเขาพระ – เขาสูง มีพื้นที่ครอบคลุมบางส่วนทั้ง 3 ตำบล 13 หมู่บ้าน

ตำบลหนองบัว จำนวน 5 หมู่บ้าน ได้แก่

- หมู่ 10 บ้านหนองไผ่
- หมู่ 13 บ้านล่องคู
- หมู่ 15 บ้านศรีสมบูรณ์
- หมู่ 17 บ้านโคกเจริญ
- หมู่ 18 บ้านคลองลานใต้

ตำบลหนองกลับ จำนวน 4 หมู่บ้าน ได้แก่

- หมู่ 3 บ้านเนินจีเหล็ก
- หมู่ 4 บ้านเนินพลวง
- หมู่ 10 บ้านเขามะเกลือ (บ้านวังโพธิ์)
- หมู่ 12 บ้านเนินจีเหล็ก

ตำบลทุ่งทอง จำนวน 4 หมู่บ้าน ได้แก่

- หมู่ 5 บ้านหนองคู
- หมู่ 6 บ้านหนองกระเป่า
- หมู่ 8 บ้านทรัพย์ชัย
- หมู่ 10 บ้านปากคง

ประชากร

ประชากรทั้งหมดมี 5,564 คน

ลักษณะภูมิประเทศ

เทือกเขาพระ – เขาสูง เป็นภูเขาแกรนิตสีชมพู สีเขียวมรกต และสีดำ วางในแนวเหนือใต้ ประกอบด้วยเทือกเขา 2 กลุ่ม คือ กลุ่มเทือกเขาพระ ประกอบด้วยภูเขา 5 ยอด คือ เขาพระ เขาลานัว เขาลูกจันทร์ เขาปากแครง และเขาปากไร่ ซึ่งมีความสูงประมาณ 226, 222, 221, 208, 106 จากระดับน้ำทะเลปานกลางตามลำดับ มีเนื้อที่โดยประมาณ 7 – 8 ตารางกิโลเมตร กลุ่มเทือกเขาสูง ประกอบด้วยภูเขา 10 ยอด คือเขาสูง เขาแม่แก่ เขาตาลัด เขาแอนดู เขาหินลาด เขาบ่อฝักไ้ เขาหวาย เขาเกาะเกาะ เขามรกต เขาปีกกระโดน ซึ่งมีความสูงประมาณ 389, 301, 238, 226, 219, 193, 148, 145, 134, 130 จากน้ำทะเลปานกลางตามลำดับ และโดยรอบเขาพระ – เขาสูงเป็นที่ราบและที่ราบเชิงเขาสลับเรียงรายกัน

ลักษณะภูมิอากาศ

มีอุณหภูมิโดยเฉลี่ยสูง ประมาณ 28 – 30 องศาเซลเซียส สภาพอากาศร้อนและแห้งแล้งตลอดปี เนื่องจากป่าไม้บริเวณต้นน้ำถูกทำลาย พื้นที่ป่าไม้มีเหลือน้อย

สภาพแวดล้อมทางชีวภาพและป่าไม้

สภาพป่าเทือกเขาพระ – เขาสูง เป็นป่าไม้เบญจพรรณ ลักษณะเป็นป่าโปร่ง มีพันธุ์ไม้ประกอบด้วย มะขามป้อม แดง พลวง มะหาด ประคู้ อ้อยช้าง สะเดาช้าง ชิงชัน เต็ง รัง สักป่า (สักจ๊กวาย) โพธิ์ ไทร เป็นต้น ส่วนสัตว์ป่าที่พบเห็นเป็นสัตว์จำพวก ลิง ไก่ป่า ค่างขาว หมาจิ้งจอก หมูป่า สัตว์เลื้อยคลาน งู แอ้ และนก

สภาพทางเศรษฐกิจ

เนื่องจากสภาพพื้นที่ และชุมชนยังเป็นชุมชนชนบท โครงสร้างเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับอาชีพเกษตรกรรม เช่น ข้าว ข้าวโพด มันสำปะหลัง และไม้ผล การผลิต และผลผลิต ขึ้นอยู่กับการผันแปรทางทางธรรมชาติ ซึ่งโดยปกติมีความแห้งแล้งมาก และคุณภาพของดินส่วนใหญ่ขาดความอุดมสมบูรณ์ ผลผลิตทางการเกษตรต่ำมาก ส่งผลให้เกษตรกรมีฐานะยากจน จึงมีการอพยพแรงงานในวัยหนุ่มสาว และวัยทำงานไปทำงานในกรุงเทพฯเป็นจำนวนมาก ปล่อยให้คนแก่ และเด็กอยู่ในหมู่บ้านดูแลกันเอง มีคนจำนวนน้อยที่มีอาชีพรับจ้าง ทำงานในเหมืองแร่ และรับจ้างทั่วไป นอกจากนี้เกษตรกรส่วนใหญ่ไม่มีกรรมสิทธิ์ในที่ดินเป็นของตนเอง

การคมนาคม

อำเภอหนองบัวตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ของจังหวัดนครสวรรค์ การคมนาคมไปสู่อำเภอหนองบัวมีทางสายหลัก 4 เส้นทาง คือ

ถนนหนองบัว – ชุมแสง – จังหวัดนครสวรรค์	ระยะทาง 72 กิโลเมตร
ถนนหนองบัว – ท่าตะโก	ระยะทาง 41 กิโลเมตร
ถนนหนองบัว – ชัยภูมิ	ระยะทาง 145 กิโลเมตร
ถนนหนองบัว – อินทร์บุรี	ผ่านทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของอำเภอ

ตำนาน

จากการบอกเล่าของนายแหวน บุญบาง อดีตกำนันหนองบัว ซึ่งได้รับฟังการเล่าสืบทอดกันมานานว่า มีนายพรานคนหนึ่งชื่อว่าเรวัต ออกเที่ยวล่าเนื้อตามป่าเขา พอดตกคึกได้นอนพักค้างแรมตามในป่า จนกระทั่งก่อนฟ้าสว่างจึงออกล่าเนื้อ ต่อมาได้ยินเสียง นางเกษร (นางเกษรผู้นี้เกิดจากคอกบัว และฤษีนำนางมาเลี้ยงไว้เป็นบุตรบุญธรรม ถึงยาม ตรุขสงกรานต์ ฤษีนาราชณ์จะนำนางมาผูกชิงช้าไว้ที่ต้นมะขามหย่อง พอถึงต้นมะขามหย่อง เสียงเพลงก็เจิบหายไป ครั้นไม่ได้ยินเสียง จึงเดินทางกลับไปที่พักในป่าอีกครั้งพอไปถึงที่พักก็ได้ยินเสียงเพลงของนางเกษรอีก จึงออกเดินทางไปที่พักที่ต้นมะขามหย่องอีก เดินทางกลับไปกลับมาอยู่หลายสิบรอบ จึงเป็นตำนานที่มาของตำบลหนองกลับ อำเภอหนองบัวในปัจจุบัน

คำขวัญของอำเภอ

หลวงพ่อดิมสร้างเมือง	ถือเลื่องความสามัคคี
ประเพณีบวชนาคหมู่	หินสี่ชมพู่เจ้าพระ
เมืองพันสระนามกล่าวขาน	พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านมากมี
ข้าวสารคิมี่ชื่อ	นามระบือคือหนองบัว

ชุมชนดั้งเดิม

ชุมชนดั้งเดิมของอำเภอหนองบัว คือ ชุมชนในเขตพื้นที่อำเภอหนองบัวทั้งหมดที่อยู่อาศัยมาก่อนประกาศตั้งเป็นอำเภอ ตามหลักฐานที่ปรากฏบางหมู่บ้านมีชุมชนอาศัยอยู่ตั้งแต่ สมัยก่อนประวัติศาสตร์สันนิษฐานว่าชุมชนดั้งเดิมจำนวนหนึ่งย้ายมาจากสุโขทัย ทั้งยังมีชาวไทยพวน และคนลาว มีทั้ง ลาวโซ่ง หรือ ที่เรียกว่า “ไทยทรงดำ” หรือ “ไทยดำ” ลาวใต้หรือลาวเวียง ซึ่งย้ายมาจากเวียงจันทน์ มีจำนวนประมาณ 900 คน ชนกลุ่มนี้อาศัยอยู่ในเขต ตำบลหนองบัว ตำบลหนองกลับ ตำบลหัวขรรค์ ตำบลหัวขลุ่ย ตำบลหัวขลุ่ยเหนือ ตำบลหัวขลุ่ยใต้ คนไทย ชงคำ หรือ โซ่ง หรือไทยดำ ชนกลุ่มนี้อาศัยอยู่ในเขตตำบลธารทหารและกระจายอยู่ทั่วไป คนไทยจากถิ่นอื่น ๆ ซึ่งอพยพย้ายถิ่นมาจากทางจังหวัดภาคกลางรวมถึง คนไทยเชื้อสายจีน ซึ่งอาศัยอยู่

กระจายไปในส่วนต่าง ๆ ของอำเภอใกล้เคียงบริเวณหนองน้ำ ชาวบ้านต่างก็ยึดพื้นที่ใกล้หนองน้ำแห่งนี้เป็นที่พักอาศัย ทำมาหากินต่อกันมา

ต่อมามีผู้คนอพยพมาจากถิ่นอื่น ๆ อาทิเช่น สุโขทัย ชัยภูมิ โคราซ เพชรบูรณ์ และจำนวนหนึ่งย้ายมาจากตำบลเนินมะกอก – เขาทอง

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2538 : 12) ได้ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพสภาพธรรมชาติ สังคมวัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ

ศุภย์วิจิษฐ์ป่าไม้ (2541 : 18) ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ที่ปรากฏในพื้นที่ด้วยความระมัดระวัง ไม่ให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือทำลายคุณค่าของระบบนิเวศ ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น

นภวรรณ ฐานะกาญจน (2545 : 6) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษา ระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ภราเดช พัทธวิเชียร (2539 : 22) กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่าเป็น กระบวนการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด โดยเฉพาะชุมชนต้องได้รับผลประโยชน์ร่วมในการตัดสินใจ ต้องเป็นการศึกษาในขณะที่เดียวกันต้องเน้นในพื้นที่ที่เป็นธรรมชาติ หรือมีระบบนิเวศเป็นหลัก หรือกล่าวโดยสรุปคือเป็นกิจกรรมประเภทหนึ่งซึ่งมุ่งเน้นความรู้และความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้ต้องไม่ละเลยองค์ประกอบในเชิงวัฒนธรรม ชุมชน และสังคม

สถาบันฝึกอบรมวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว (อ้างถึงใน สมภพ เจริญทศ และคณะ. 2547 : 33) ได้อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการเรียนรู้ และทำความเข้าใจในธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยอยู่ในความเคารพในระบบนิเวศวิทยา รวมทั้งต่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจชุมชน ท้องถิ่น เป็นประการสำคัญ

โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2545 : 5) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ และการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

สมภพ เจริญทศ และคณะ (2547 : 7) ให้ความหมายคำว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายธรรมชาติ และวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวสร้างประสบการณ์ด้วยความทรงจำไม่น่าสิ่งต่าง ๆ จากสถานที่ท่องเที่ยวที่คิดตัวไปหลังการท่องเที่ยวแล้วสถานที่ท่องเที่ยวยังมีสภาพดั้งเดิม

จากการมีนักวิชาการได้ให้ความหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แตกต่างกันออกไป พอสรุปความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ ชื่นชม และหาความเพลิดเพลิน โดยไม่ก่อให้เกิดการทำลายสภาพดั้งเดิม หลังการท่องเที่ยวแล้วสถานที่ท่องเที่ยวยังมีสภาพดั้งเดิม

2. องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจะจัดว่าสถานที่ใดเป็นจุดที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวจะจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่าง ผสมผสานกัน ดังมีผู้กล่าวถึงองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้หลายท่านด้วยกัน เช่น

มิลล์ (Mill. 1990 : 22-24) สรุปว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ในด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หรือ บริการอื่น ๆ ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสาร และสาธารณูปโภค การขนส่ง (Transportation) และการต้อนรับอย่างมิตรไมตรี (Hospitality)

แม็คอินทอช และ โกลเดอร์ (McIntosh and Goeldner. 1986 : 200) ได้ให้ความเห็นตรงกันว่าแหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยทรัพยากรท่องเที่ยว ธรรมชาติ ปัจจัยพื้นฐาน ระบบการ

ขนส่ง สิ่งอำนวยความสะดวก การต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี และทรัพยากรท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม

คอลเลอร์ และฮราเวย์ (Collier and Hittaway. 1997 : 18) มีความเห็นสอดคล้องกันว่า การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์นั้น แหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ หรือ “3As” คือ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เกิดจากการสถานที่ (Site) หรือ เหตุการณ์ (Events) สถานที่อาจเกิดจากธรรมชาติ หรือนมนุษย์สร้างขึ้น แต่เหตุการณ์ที่น่าประทับใจเกิดจากมนุษย์สร้างเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) ความสะดวกสบาย ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัย และสะดวกสบายยิ่งขึ้น ดังนั้น การก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) เช่นระบบการขนส่ง ระบบสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีระบบการขนส่ง (Transportation) ซึ่งประกอบด้วยเส้นทาง ขานพาหนะ สถานี และผู้ประกอบการขนส่ง มีวัตถุประสงค์เพื่อลำเลียงคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง

สุรเชษฐ์ เชนฐมาส (2538 : 25-28) กล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่ามีองค์ประกอบหรือปรัชญา 4 ประการ คือ

1. จิตสำนึก หรือความรับผิดชอบต่อที่มีต่อระบบนิเวศ (Ecological Sensitive) ผู้รับผิดชอบ ได้แก่ ผู้ประกอบการ หน่วยงานที่รับผิดชอบเกี่ยวกับพื้นที่ นักท่องเที่ยว และผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในส่วนต่าง ๆ เพราะฉะนั้นการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึง ต้องนำส่วนประกอบ (Component) ในเรื่องความรับผิดชอบต่อ หรือ จิตสำนึกเข้ามาผูกมัดกับแนวทางการจัดการที่จะจัดทำขึ้น

2. ผลกระทบน้อยหรือต่ำ (Low Impact) ตรงกันข้ามกับ การท่องเที่ยวแบบ Mass tourism ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งมีโอกาสที่จะเกิดผลกระทบค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นทำอย่างไรให้การบริหารจัดการมีผลกระทบน้อยที่สุด ทั้งนี้หมายรวมไปถึง ไม่ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดใหญ่ ถาวร หรือมีปริมาณค่อนข้างมาก แต่จะเน้นสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็ก มีความสะดวกสบายพอสมควร สอดคล้องผสมกลมกลืนไปกับธรรมชาติสิ่งแวดล้อม

3. มีบริการข้อมูลข่าวสาร (Education) เพื่อให้การศึกษา ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้เข้าไปใช้ประโยชน์ เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติ แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้นต้องมีมากกว่าศูนย์บริการ คือต้องมีศูนย์ปฏิบัติการจริง อาทิ เช่น ควรจะมีทางเดินเท้า หรือเส้นทาง

เดินป่า ที่เปิดโอกาสให้คนได้ออกไปเรียนรู้ธรรมชาติ มีเอกสารข้อมูลพกติดตัวไปเป็นคู่มือในการเดินทางศึกษาหาความรู้ เช่น คู่มือคู่มือสัตว์ คุณก คุณพืชพรรณเป็นต้น ที่เกี่ยวข้องกับลักษณะของธรรมชาติที่ปรากฏอยู่ในพื้นที่นั้น ซึ่งเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่รับผิดชอบ ได้แก่ กรมป่าไม้ หรืออุทยานแห่งชาติ จะต้องเป็นผู้ดำเนินการให้ความรู้ การศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประเด็นที่สำคัญของระบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องมียกเทศก์ที่มีคุณภาพ โดยจะต้องมีการฝึกอบรมยกเทศก์เฉพาะทางที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับนิเวศวิทยาหรือธรรมชาติให้มากขึ้น

4. การกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่น (Local Benefit) กล่าวคือเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ ให้บริการการท่องเที่ยวตั้งแต่ระบบ ที่พัก อาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ จนกระทั่งการเป็นยกเทศก์ในท้องถิ่น ผู้นำทาง หรือ ผู้ให้บริการระหว่างที่นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ นอกจากนี้ คนท้องถิ่นจะต้องได้รับผลประโยชน์ในทางที่ถูกทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการท่องเที่ยวด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ศูนย์วิจัยป่าไม้, 2541 : 3-5) ได้กำหนดองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ดังนี้

1. การสร้างจิตสำนึก เกี่ยวกับการอนุรักษ์ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การให้ความรู้ความเข้าใจ และ/หรือ การสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว หรือ ผู้มาเยือน เกี่ยวกับ ความจำเป็นในการปกป้องรักษาธรรมชาติแวดล้อม ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้คงอยู่ สนองความต้องการของคนทั่วไป เป็นสิ่งที่ต้องกระทำ ซึ่งการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์นี้ ยังรวมไปถึงกลุ่มบุคคลอื่น ๆ ด้วย เช่น ราษฎรในท้องถิ่น ยกเทศก์ และเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ดูแลรับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยว นั้น วิธีการสร้างจิตสำนึกเกี่ยวกับการอนุรักษ์ มีหลายรูปแบบ แต่สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น มักจะเน้นวิธีการจัดทำโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติ เช่น การจัดให้มีศูนย์สื่อความหมายธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว จัดให้มีเอกสารสิ่งพิมพ์ที่จำเป็น ต่อการเรียนรู้ จัดให้มีนิทรรศการ/แผ่นป้ายบรรยายตามบริเวณหรือจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ จัดให้มีเส้นทางเดินเท้า หรือ เส้นทางเดินป่าที่ให้ประสบการณ์ในการเรียนรู้ธรรมชาติหลากหลายแก่ผู้มาเยือน รวมไปถึงการฝึกอบรมยกเทศก์ หรือเจ้าหน้าที่ของรัฐที่รับผิดชอบแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถชี้แนะ และอธิบายเกี่ยวกับธรรมชาติ และนิเวศวิทยาของสิ่งต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวพบเห็น

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบนี้ มีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบแรกโดยตรง กล่าวคือ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มักเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนาหรือสนใจที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ ในลักษณะต่าง ๆ และสภาพภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ตลอดจนแหล่งธรรมชาติที่ยากลำบากต่อการเดินทาง และทำทาบ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จึงต้องการการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติ

ในแง่มุมต่าง ๆ ทั้งในระดับไกล และระดับลึกซึ่ง ซึ่งเท่ากับเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์ให้แก่ นักท่องเที่ยวและได้รับความพึงพอใจกลับไป

3. การมีส่วนร่วมของชุมชน สภาพทางเศรษฐกิจ และชุมชนท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ ภายในและรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ ควรได้รับการพิจารณาให้เป็น วัตถุประสงค์หรือองค์ประกอบที่สำคัญของการส่งเสริม และจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะการ ท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของชุมชนท้องถิ่น ในระยะยาว มากกว่ากิจกรรมอื่นๆ ซึ่งมีผลกระทบต่อความอยู่รอดของธรรมชาติแวดล้อม ดังนั้น การเปิด โอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รูปแบบต่างๆ จะช่วยให้ชุมชนได้รับ ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางอ้อม รูปแบบของการมีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การลงทุนเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกขนาดเล็ก ที่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมต่ำ การเป็น มัคคุเทศก์ท้องถิ่น การนำสินค้าที่เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านมาขายแก่นักท่องเที่ยว และการจ้างงาน ในส่วนบริการอื่นๆ เป็นต้น

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(อ้างถึงในสมภพ เจริญนุท และคณะ, 2547 : 36-37) กล่าวถึงขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า ครอบคลุมลักษณะพื้นฐาน ขององค์ประกอบหลัก (Key Element) 4 ด้าน ที่ประกอบด้วย การพิจารณาด้านพื้นที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้องและการจัดการดังนี้คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเป็น หลักที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึงแหล่ง วัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่ของแหล่งนั้นจึง เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature-based Tourism)

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการ อย่างยั่งยืน (Sustainably Management Tourism) เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยว ที่มีความรับผิดชอบ (Responsibly Travel) ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม (No or Low impact) การจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมถึงการ อนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรม และ กระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อ กระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมี การให้การศึกษา (Education) เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ (Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) ความประทับใจ (Appreciation) เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmentally Education Tourism)

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีส่วนร่วมเกือบตลอดกระบวนการ เพื่อก่อประโยชน์ต่อท้องถิ่นโดยประโยชน์ต่อท้องถิ่นที่ได้ หมายความว่ารวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย และในที่สุดแล้วท้องถิ่นสามารถควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้เริ่มต้นจากรากหญ้า (Grass Root Level) จนถึงการปกครองท้องถิ่นและอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง

สรุปได้ว่า แหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในปัจจุบัน ควรจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ องค์ประกอบด้านจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรของแหล่งท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านความพึงพอใจ และด้านการมีส่วนร่วม รวมไปถึงความมีมิตรไมตรีด้วยสำนึกของความเป็นเจ้าของบ้านที่ดี ตามประเพณีการต้อนรับของแต่ละท้องถิ่นหรือแต่ละกลุ่มชาติพันธุ์ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ความสะดวก สุขอนามัยที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และเพื่อสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้เที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วยความสบายใจและเป็นสุข รวมทั้งความรู้สึกประทับใจที่นักท่องเที่ยวจะมีต่อสถานที่ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวและการบริการที่ได้รับ

3. นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง ได้มีการกำหนดนโยบายหลัก ในการปฏิบัติงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเองไว้ อย่างชัดเจนและประกาศอย่างเป็นทางการ โดยนโยบายหลักทั้ง 8 ประการ ของ ททท. มีดังนี้คือ

1. ส่งเสริม ชักจูงให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทย เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เงินตราต่างประเทศ เข้าเพิ่มทุนเศรษฐกิจส่วนรวมโดยริบคว่น
2. ขยายแหล่งท่องเที่ยวให้กระจายไปในท้องถิ่นเพื่อเป็นการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ถึงประชากรในทุกภูมิภาค
3. อนุรักษ์และฟื้นฟูสมบัติวัฒนธรรมทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเพื่อคงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยไว้ด้วยดีที่สุด
4. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและด้านบริการด้านการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดีเพื่อสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือนให้มากขึ้น
5. เพิ่มความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศให้สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศ ด้วยความมั่นใจในความปลอดภัยของร่างกายและทรัพย์สินของตนและหมู่คณะ

6. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวของคนภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และเยาวชน เพื่อเป็นการเพิ่มสวัสดิการด้านการท่องเที่ยวแก่คนไทย

7. เสริมกำลังคนที่เป็นคนไทยเข้าทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากที่สุด

8. ส่งเสริมให้ประชาชนเข้ามา มีส่วนร่วม ในกิจกรรมเกี่ยวกับการพัฒนาท่องเที่ยว อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

จากนโยบายหลักทั้ง 8 ประการดังกล่าว จะพบว่า เป็นนโยบายที่มุ่งเน้นให้การท่องเที่ยวมีพัฒนาการอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่งนโยบายข้อ 2, 3 และ 8 คือ นโยบายที่มุ่งเน้นให้มีการประสานความเจริญทางเศรษฐกิจ กับการสงวนรักษา และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไว้ โดยยินยอมให้ใช้ประโยชน์แต่พอควร เพื่อรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และทรัพยากรเพื่อคนรุ่นต่อไป นั่น ก็แสดงว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเน้นเรื่องการท่องเที่ยว ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และประชากรท้องถิ่นมานานแล้ว และต่อมาในช่วงปี พ.ศ. 2538 - 2539 จึงมีการกำหนดนโยบายเพื่อใช้กับทิศทางและวางรูปแบบการปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งเป็นนโยบายเฉพาะกิจ ดังนี้ คือ

1. ส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งด้านธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นให้เกิดคุณภาพ มีระบบการสื่อความหมายที่ดี และคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

2. ประสานงาน ให้เกิดความร่วมมือระหว่างทุกฝ่าย ที่เกี่ยวข้องมุ่งเน้นที่ความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศโดยต้องเป็นการท่องเที่ยวไม่ทำลายหรือก่อให้เกิดความเสื่อมโทรม

3. สร้างสำนึกด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดวิถีแห่งการอนุรักษ์ การคืนประโยชน์สู่ระบบนิเวศ

4. ดำเนินการให้มีการวางแผน และปรับปรุงพัฒนากฎระเบียบขององค์การจกการด้านการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ เกิดการประสานงานเกื้อหนุนซึ่งกันและกัน ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น

5. ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่น มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ทั้งทางตรงและทางอ้อม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : 8 - 9, 19)

สถาบันวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540 : 21 - 23) ได้ทำการศึกษา และจัดทำนโยบายด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

1. ตอบสนองวัตถุประสงค์ในการเสริมสร้างศักยภาพของคน โดยเฉพาะด้านการเสริมสร้าง และพัฒนาสุนทรียภาพทางจิตใจ รวมทั้งการมีกระบวนการเรียนรู้ตลอดชีวิต

2. ตอบสนองต่อการพัฒนาสภาพแวดล้อมทางสังคมให้ส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาคน การท่องเที่ยวสามารถเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ของคนในชุมชน พัฒนาเสริมสร้างสมรรถภาพของชุมชนให้เข้มแข็งสามารถพึ่งตนเองได้

3. ตอบสนองต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศที่มีเสถียรภาพมั่นคงและสมดุลระหว่าง คน เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพิ่มขีดความสามารถในสาขาบริการที่มีคุณภาพ กองเอกลักษณ์ รวมทั้งให้มีนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น

4. มีส่วนในการช่วยปรับบทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการพัฒนาและปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การให้หน่วยงานท้องถิ่นสร้างกลไกพัฒนา และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ เพื่อระดมความร่วมมือจากประชาชน และชุมชนในท้องถิ่นในการพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว

5. จะช่วยจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้มีความสมบูรณ์เกิดความสมดุลทั้งในด้านระบบนิเวศ และสภาพแวดล้อม โดยให้ประชาชนชุมชนและองค์กรท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการมากขึ้น ควบคู่ไปกับ การนำเอาเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ มาใช้ในการควบคุมดูแลการใช้ ตลอดจนการสร้างวินัย ในการจัดการซึ่งสามารถสนับสนุนการพัฒนาทางเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต ได้อย่างยั่งยืน

6. มีบทบาทแสดงออกถึงการพัฒนาประชารัฐ ซึ่งเป็นการพัฒนาให้รัฐบาล และประชาชนมีความเข้าใจที่ดีมีความรับผิดชอบและมีความเอื้ออาทรต่อกัน โดยมีการใช้หลักนิติธรรมในการบริการ และการจัดการประชาชน ให้มีหลักประกันในการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของรัฐ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544 : 7 - 13) กล่าวว่่านนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศประกอบด้วย

1. นโยบายหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังนี้

1.1 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องมีการควบคุมดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมแท้ไว้ให้มากที่สุด หลีกเลี่ยง หรือ งดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกรบกวน และฟื้นตัวได้ยาก

1.2 การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึง ศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ การจัดกิจกรรมที่เหมาะสม และการปรับให้เกิดความสมดุลกับรูปแบบและกิจกรรมเดิมที่มีอยู่พึงหลีกเลี่ยงความรุนแรง ต่อการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ หากเน้นในการแปรประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสู่การจัดการท่องเที่ยวโดยรวม

1.3 การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึง การพัฒนาด้าน การให้การศึกษา สร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้น ความเจริญทางเศรษฐกิจ และการมีรายได้เพียงอย่างเดียว

1.4 การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องให้ความสำคัญ การมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์กรท้องถิ่นในการจัดการทรัพยากร การบริการ การแลกเปลี่ยนความรู้ และวัฒนธรรมชุมชน ในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้ง การมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือให้ประชาชนมีตัวแทน เป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

1.5 ให้ความสำคัญของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นความจำเป็นอันดับต้น ในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ทั้งนี้องค์กรต่างๆ กำหนดบทบาทที่ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยมีการจัดสรรงบประมาณ บุคลากร และวิธีการที่เหมาะสม

1.6 นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเข้าสู่แผนพัฒนาระดับต่าง ๆ อย่างมีความสำคัญได้แก่ แผนพัฒนาท้องถิ่น แผนพัฒนาจังหวัด และแผนพัฒนาภาค พร้อมทั้งให้มีการ จัดสรร และกระจายงบประมาณอย่างทั่วถึงพอเพียง

1.7 สนับสนุนการศึกษาวิจัยและประเมินผลการพัฒนาอย่างรอบด้านเพื่อกำหนด แนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

1.8 มีการใช้กฎหมายในการควบคุมดูแลรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว อย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำ ดักเตือน และสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย

1.9 จัดทำแนวทางปฏิบัติหรือคู่มือการจัดการ (Code of Conduct) แก่ผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้การมีส่วนร่วม ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง

1.10 จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งในแนวตั้งและแนวนอน โดยให้มีการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสาร และจัดการร่วมกันทุกระดับ

2. นโยบายด้านต่างๆ ในการจัดการเชิงนิเวศดังนี้

2.1 นโยบายด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

2.2 นโยบายด้านการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึก

2.3 นโยบายด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น

2.4 นโยบายด้านการส่งเสริมตลาดและการนำเที่ยว

2.5 นโยบายด้านการจัดการ โครงสร้างพื้นฐานและบริการการท่องเที่ยว

2.6 นโยบายด้านการส่งเสริมการลงทุน

4. วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วรรณภา วงษ์วานิช (2539 : 74 – 75) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีความหมายลึกซึ้งมากกว่าการเสนอขายสินค้าทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว หากแต่เป็นแนวคิดที่มุ่งประสานผลประโยชน์และความต้องการในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรม) เข้ากับการพัฒนาท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่ ช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม อีกทั้งเป็นเครื่องมือที่สำคัญอย่างหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

ยุวดี นิรัตน์ตระกูล (2538 : 36) กล่าวว่า วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ

1. พัฒนาจิตสำนึก (Awareness) และความเข้าใจ (Understanding) ของนักท่องเที่ยว ในการทำคุณประโยชน์แก่สิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ
2. เพื่อเพิ่มพูนประสบการณ์ที่มีคุณภาพหรือคุณค่าสูงให้แก่นักท่องเที่ยว หรือผู้มาเยือน
3. เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชน ที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่
4. เพื่อดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

5. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (อ้างถึงใน วิระ ระบอบ. 2549 : 33) กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ในระบบนิเวศ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ควบคู่ไปกับการได้รับความสนุกเพลิดเพลิน ทั้งนี้ ต้องเป็นกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อด้านลบน้อยที่สุด หรือ เป็นผลกระทบที่อยู่ในวิสัยที่สามารถป้องกันหรือแก้ไขได้ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องจัดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 9 กิจกรรม ประกอบด้วย

1. กิจกรรมเชิงนิเวศในแหล่งธรรมชาติ มี 9 กิจกรรม ได้แก่ เดินป่า (Hiking, Trekking, Walking) ศึกษาธรรมชาติ (Nature Education) ส่องสัตว์หรือดูนก (Animal / Bird Watching) เที่ยวถ้ำน้ำตก (Cave/Waterfall Exploring) พายเรือแคนู (Canoeing) หรือคายัค (Kayak) หรือเรือใบ (Sail Boating) กระดานโต้ลม (Wind Surfing) ดำน้ำดูปะการังน้ำตื้น (Snorkeling) และดูปะการังน้ำลึก (Scuba Diving) ตั้งแคมป์ (Tent Camping) ถ่องแพ (Rafting) และขี่ม้าหรือนั่งช้าง (Horse / Elephant Riding)

2. กิจกรรมกึ่งนิเวศ มี 5 กิจกรรม ได้แก่ การถ่ายภาพบันทึกภาพ / เสียง (Photograph) ศึกษาท้องฟ้า (Sky interpretation) ขี่จักรยานท่องเที่ยว (เสือภูเขา) (Terrain / Mountain biking) ปีน / ไต่เขา (Rock / Mountain climbing) ตกปลา (Fishing)

3. กิจกรรมทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ มี 5 กิจกรรมได้แก่

- 3.1 ชมความงามความเก่าแก่ ลักษณะเฉพาะตัวของแหล่งประวัติศาสตร์
- 3.2 ศึกษาเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของแหล่งโบราณคดี และประวัติศาสตร์
- 3.3 ศึกษาชื่นชมงานศิลปกรรมและวัฒนธรรม
- 3.4 ร่วมกิจกรรมเรียนรู้พฤติกรรมของผู้คน
- 3.5 ศึกษาเรียนรู้การผลิตของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง

6. มาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

รายงานการวิจัยและพัฒนา รูปแบบมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ (สมภพ เจริญนุท และคณะ. 2547 : 158-159) มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอหนองบัวโดยคัดแปลงรูปแบบมาจาก “Ecotourism Potential Spectrum” และจากองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization – WTO) และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ท.ท.ท.) ประกอบด้วย มาตรฐาน 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านศักยภาพด้านพื้นที่เชิงนิเวศ

- 1.1 ความมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความดึงดูดใจ
- 1.2 ความอุดมสมบูรณ์ของชีวภาพและพันธุ์พืช
- 1.3 ความหลากหลายทางชีวภาพของสัตว์ป่า
- 1.4 ความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ
- 1.5 สภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการท่องเที่ยว
- 1.6 สภาพของพื้นดินพืชคลุมดินและบริเวณโดยรอบ
- 1.7 สภาพทัศนียภาพและความสวยงามของทรัพยากรการท่องเที่ยว
- 1.8 สภาพพื้นที่ที่มีความสัมพันธ์เหมาะสมกับกิจกรรม
- 1.9 ศักยภาพในการเข้าถึงพื้นที่
- 1.10 ศักยภาพของพื้นที่ในการพัฒนาในอนาคต
- 1.11 ทรัพยากรที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

2. ด้านการจัดการ
- 2.1 ความกลมกลืนและความเหมาะสมของสิ่งอำนวยความสะดวกกับสภาพแวดล้อม
- 2.2 การจัดการขยะ
- 2.3 การจัดการคุณภาพเสียง
- 2.4 การจัดการคุณภาพน้ำ
- 2.5 การจัดการด้านความปลอดภัย
- 2.6 การจัดการแบ่งเขตพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.7 การคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับได้ของพื้นที่
- 2.8 มาตรการเฝ้าระวังและป้องกันผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม
- 2.9 การดำเนินงานตามแผนแม่บท/แผนการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
- 2.10 คุณภาพในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
- 2.11 มาตรฐานด้านการตลาด
- 2.12 มาตรฐานด้านการประชาสัมพันธ์
- 2.13 มาตรฐานด้านการสร้างเครือข่าย
3. ด้านกิจกรรมและการเรียนรู้
- 3.1 ประโยชน์และความคุ้มค่าในการเรียนรู้
- 3.2 รูปแบบ เนื้อหา ความรู้และวิธีการสื่อความหมายที่เหมาะสม
- 3.3 ความหลากหลายของกิจกรรมเชิงนิเวศในพื้นที่
- 3.4 กิจกรรมมีความเหมาะสมหรือเอื้ออำนวยต่อกระบวนการสร้างจิตสำนึกแก่นักท่องเที่ยว
- 3.5 กิจกรรมเอื้ออำนวยหรือเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
4. ด้านการมีส่วนร่วม
- 4.1 ประโยชน์ต่อชุมชนด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม
- 4.2 ประโยชน์ต่อชุมชนด้านเศรษฐกิจและการกระจายรายได้
- 4.3 โอกาสในการสนับสนุนด้านการพัฒนาและการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ
- 4.4 ชุมชนเข้มแข็งมีศักยภาพและมีส่วนร่วมในการพัฒนา
- 4.5 ความตระหนักต่อผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมของชุมชน/องค์กรพื้นที่ / นักท่องเที่ยว

การมีส่วนร่วมของชุมชนกับการจัดการการท่องเที่ยว

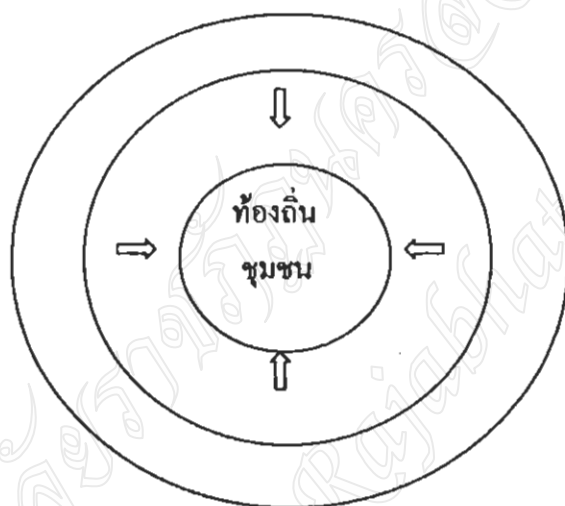
ในปัจจุบันนี้ เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปในทุกวงการว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน หรือชุมชนมีส่วนร่วม เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ และจะขาดเสียไปไม่ได้ในการดำเนินงาน และพัฒนากิจกรรมและโครงการต่าง ๆ โดยเฉพาะสำหรับประชาชน และชุมชนในชนบท ไม่เว้นแต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เจมส์ คี บีนทอน (2528 : 22) ได้แยกแยะขั้นตอนที่ประชาชนควรมีส่วนร่วมไว้เป็น 4 ขั้นตอนคือ 1) การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหา และสาเหตุของปัญหาของชาวชนบท 2) การมีส่วนร่วมในการวางแผนดำเนินกิจกรรม เป็นขั้นตอนต่อไปที่ขาดไม่ได้ 3) การมีส่วนร่วมในการลงทุนและปฏิบัติ 4) การมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่สำคัญอย่างยิ่งเช่นกัน เพราะถ้าหากการติดตามงานและการประเมินผลงานขาดการมีส่วนร่วมของชาวชนบท แต่การดำเนินงานของบุคคลภายนอก ชาวชนบทย่อมจะไม่ได้ประเมินตนเองว่างานที่ทำไปนั้น ได้รับผลดี ได้รับประโยชน์หรือไม่อย่างใด การดำเนินกิจกรรมอย่างเดียวกันในโอกาสต่อไปจึงอาจเกิดปัญหาได้ .

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2544 : 209) กล่าวว่า การวางแผน การพัฒนา และการบริหารที่จะให้เกิดความยั่งยืน จะต้องเริ่มต้น และมีรากฐานบนความพร้อมของชุมชนท้องถิ่น โดยการกระตุ้นให้ชุมชน และผู้บริหารการท่องเที่ยวในท้องถิ่นค้นหาประวัติศาสตร์ ค่านาม ภูมิปัญญา และวัฒนธรรมท้องถิ่นเสียก่อน จึงเกิดความเข้าใจอันถ่องแท้เกี่ยวกับความเป็นมาของท้องถิ่น ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับท้องถิ่นนี้เป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และความรู้ที่เกิดขึ้นยังเป็นแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว หรือเป็นที่มาของคำโฆษณา (Advertising cliché) ตลอดจนสัญลักษณ์ประจำถิ่น (Mascot) คอกไม้ต้นไม้ประจำเมือง ดังนั้น ชุมชนและผู้บริหารท้องถิ่นที่มีความพร้อมและมีความเข้าใจในคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นของตนเองเท่านั้น จึงจะสามารถรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้ยั่งยืน ได้ความรู้เกี่ยวกับท้องถิ่นที่แน่นแฟ้น ยังสามารถตอบสนองความต้องการ ทางปัญญาและจิตวิญญาณ ซึ่งเป็นความต้องการที่ละเอียดอ่อน และมีคุณค่า (และอาจจะรวมมูลค่าสูง) ด้วยแหล่งความรู้เท่านั้น ยังเป็นที่มาของการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการการท่องเที่ยวได้อีกด้วย หากความคิดนี้เป็นที่ยอมรับ วิธีการวางแผนและจัดการท่องเที่ยว ต้องเริ่มที่การเตรียมความพร้อมของชุมชน และความพร้อมด้านความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยว ก่อนที่จะมาเปิดตลาดการท่องเที่ยว

ภักดี รัตนผล (2544 : 4-6) กล่าวถึงแผนปฏิบัติการ 21 (Agenda 21) ที่เกี่ยวข้องกับกระแสการท่องเที่ยวของโลกในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยเฉพาะกระแสการพัฒนาคน

โดยการมีส่วนร่วมของประชาชนและท้องถิ่น เป็นการผลักดันต่อการปรับเปลี่ยนแนวความคิดและวิธีการจัดการการท่องเที่ยวไปสู่การดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น ชุมชน และภาคเอกชนให้เกิดความเหมาะสมเป็นไปในแนวทางเดียวกัน ทั้งขอบเขต ภารกิจและวิธีการดำเนินการเริ่มจากต้องให้ชุมชน และท้องถิ่นเข้าไปมีส่วนร่วม นับตั้งแต่การร่วมคิด ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผิดชอบ ร่วมดูแลรักษา และร่วมรับประโยชน์ ในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวในท้องถิ่น และชุมชนของตนเอง (ดังภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 แสดงการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว
ที่มา : ภักดี รัตนผล. (2544 : 4)

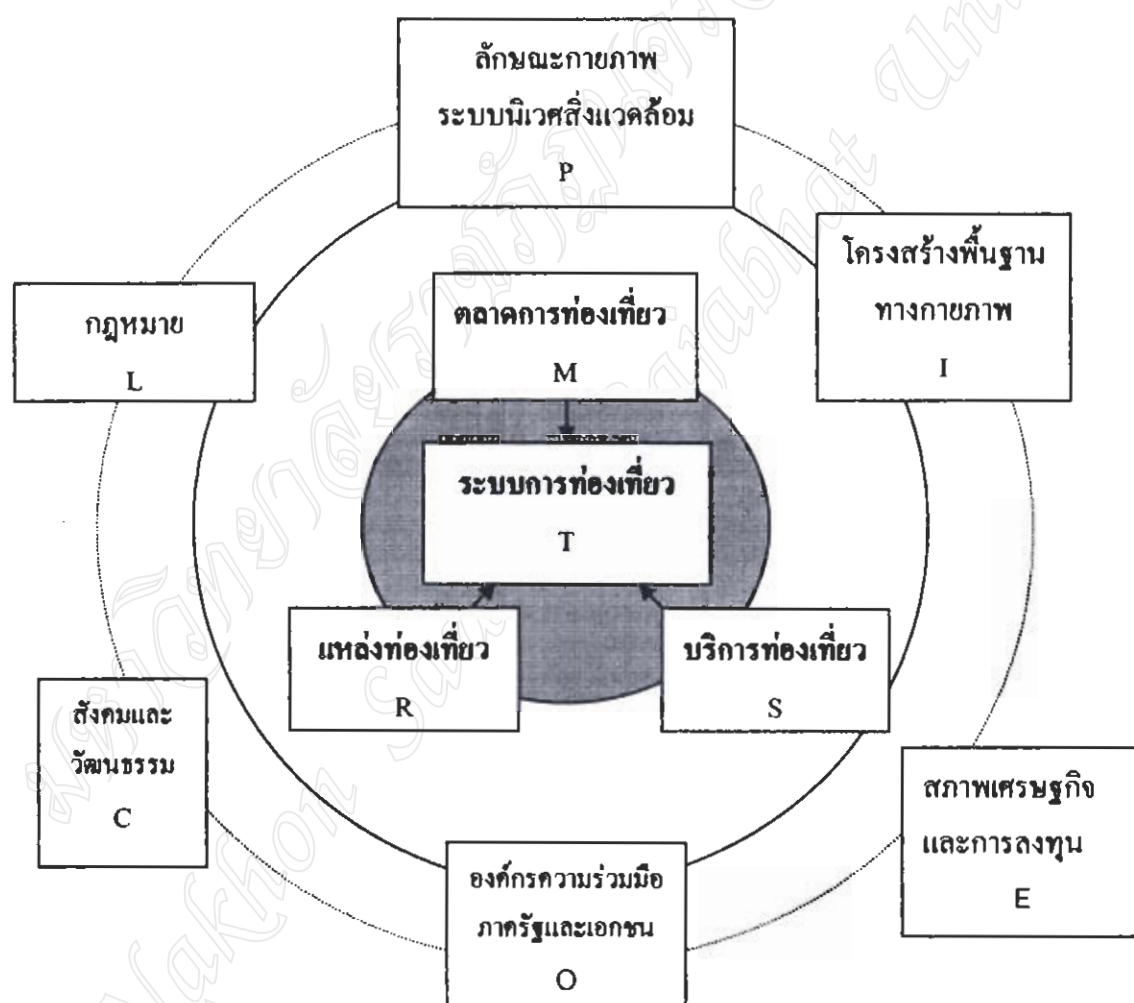
นอกจากนี้ ภักดี รัตนผล กล่าวเสริมถึง บทบาทการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐกับท้องถิ่น และชุมชนต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในระบบการท่องเที่ยว (Tourism System) (ดังภาพที่ 2.2) กล่าวว่า มีปัจจัยสำคัญที่เป็นข้อพิจารณา คือ 1) แหล่งสถานที่ท่องเที่ยว 2) ตลาดการท่องเที่ยว และ 3) บริการการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจัยทั้ง 3 ส่วนนี้ ยังจะต้องสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องและพิจารณาร่วมกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม สภาพเศรษฐกิจและสังคม องค์กรและการมีส่วนร่วมของรัฐและเอกชน และระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในทิศทางปัจจุบัน และอนาคต ควรเป็นไปในลักษณะที่ภาครัฐเป็นหน่วยงานสนับสนุน โดยท้องถิ่น ชุมชนและภาคเอกชน เป็นหน่วยดำเนินการบริหารจัดการภายใต้วัตถุประสงค์ร่วม คือ การพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีเหตุผลสนับสนุนใน 4 ประการ คือ

1. ตามข้อบัญญัติรัฐธรรมนูญในเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

2. เพื่อสร้างการมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ และความรู้สึกในความเป็นเจ้าของ ต่อ ทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชน

3. จากข้อกำหนดและแนวทางในการกระจายอำนาจในการจัดการงบประมาณ และการ คลังจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาคลงสู่ท้องถิ่น อันจะส่งผลให้ท้องถิ่นมีรายได้เพียงพอที่จะดึงดูด และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นและชุมชนของตนเอง

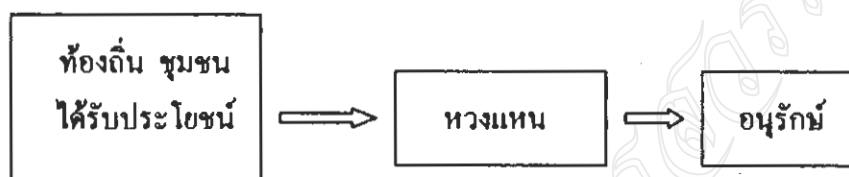
4. จากข้อเท็จจริงที่ปรากฏว่า คนในท้องถิ่นจะมีความรู้สึก รัก และหวงแหนทรัพยากร แหล่งท่องเที่ยวของเขาเองมากกว่าคนอื่น



ภาพที่ 2.2 แสดงระบบการท่องเที่ยว (และการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐกับท้องถิ่นและชุมชน ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน)

ที่มา : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) (2540 : 15)

ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ท้องถิ่น และชุมชน ต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะสามารถสร้างรายได้ให้แก่ ประชาชนและท้องถิ่น ตลอดจนพัฒนา และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น และประการสำคัญทำให้ชุมชนและท้องถิ่นมีความรับผิดชอบและมีความรักหวงแหนในทรัพยากรธรรมชาติที่เขามีอยู่ (ดูภาพที่ 2.3)



ภาพที่ 2.3 แสดงการสร้างรายได้ของชุมชนส่งผลต่อการอนุรักษ์
ที่มา : ภักดี รัตนผล. (2544 : 8)

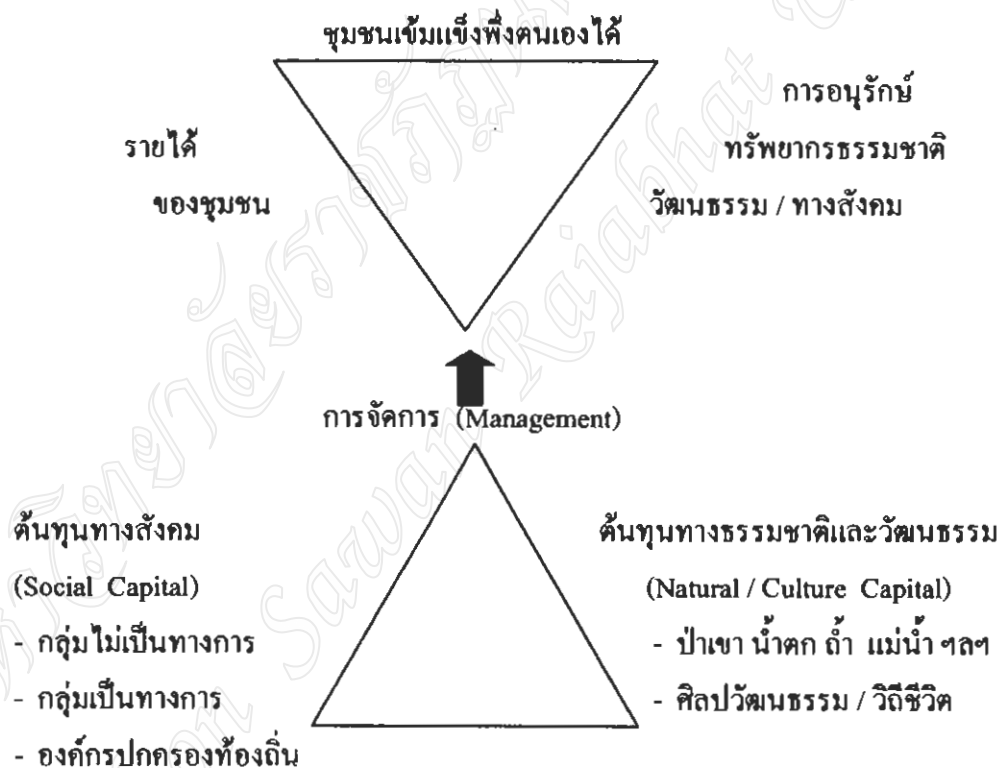
ภักดี รัตนผล (2544 : 11) กล่าวเสริมว่า จากกระแสการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม องค์กรที่เหมาะสมที่สุดจะเป็นผู้บริหารจัดการเอง คือ ชุมชน และองค์กรปกครองท้องถิ่นระดับล่างสุดคือ องค์กรการบริหารส่วนตำบล เนื่องจากเป็นเจ้าของพื้นที่เจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยว มีความผูกพันแนบแน่นกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมของคน มาตั้งแต่เกิดจนตาย กล่าวอีกนัยหนึ่ง ในแต่ละชุมชนมีพลังสังคมเป็นพลังต้นทุน และมีพลังทางธรรมชาติอยู่เป็นพื้นฐาน หรือต้นทุนสำหรับการพัฒนาท่องเที่ยวของตนเองอยู่ในตัว ซึ่งอาจสรุปเป็นคัมภีร์ (Paradigm) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน แสดงพลังต้นทุนของชุมชน (ดังภาพที่ 2.4) พร้อมการอธิบายได้ดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนทางสังคม (Social Capital) ซึ่งได้แก่กลุ่มต่าง ๆ 3 ลักษณะ
 - 1.1 กลุ่มซึ่งรวมตัวกันตามธรรมชาติ เช่น กลุ่มผู้นำทางธรรมชาติ กลุ่มอาวุโส เป็นต้น
 - 1.2 กลุ่มที่รวมตัวกันเพื่อร่วมทำกิจกรรมร่วมกันมีระเบียบกฎเกณฑ์ของกลุ่ม เช่น กลุ่มออททริพย์ กลุ่มทอผ้า กลุ่มผลิตสินค้าหัตถกรรม กลิ่นแพทย์แผนไทย เป็นต้น
 - 1.3 กลุ่มองค์กรปกครองท้องถิ่น (Local authority) คือ องค์กรที่มาจากการเลือกตั้ง มีงบประมาณของตนเอง ส่วนหนึ่งถือว่าเป็นองค์กรประชาธิปไตยพื้นฐานของประเทศ
2. ต้นทุนทางธรรมชาติและต้นทุนทางวัฒนธรรม

ป่าเขาลำเนาไพร น้ำตก แม่น้ำ ถ้ำ น้ำพุร้อน โขหิน ภูเขา ปะการัง ทะเล ล้วนแล้วแต่เป็นต้นทุนทางธรรมชาติของการท่องเที่ยว หรือ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นรากฐาน

สำคัญของเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นเองโดยไม่ต้องสร้างขึ้นใหม่เพียงแต่รู้จักการใช้ให้ถูกวิธี ไม่ทำลาย
รู้จักบูรณะฟื้นฟูเมื่อสึกหรอหรือเสื่อมโทรมลงเท่านั้น

ดังนั้น จะเห็นได้ว่าในแต่ละชุมชนชนบท มีต้นทุนที่สำคัญ 2 ประการดังกล่าว
เป็น “ทุนเดิม” แต่สิ่งที่จะเชื่อมพลัง หรือต้นทุนทั้งสองนี้ คือ การจัดการ (Management) ที่มี
ประสิทธิภาพจะทำให้ พลังทางสังคม พลังทางธรรมชาติถูกใช้อย่างเหมาะสม เพื่อการท่องเที่ยว
และจะส่งผลให้ชุมชนมีรายได้ของตนเองเพียงพอที่จะไม่ต้องพึ่งพาสังคมภายนอก กล่าวคือ เป็น
ชุมชนเข้มแข็งพึ่งตนเอง และที่สำคัญยิ่งคือผลพลอยได้ที่จะทำให้ทรัพยากรธรรมชาติ และ
สิ่งแวดล้อม ตลอดจนวัฒนธรรมประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิมมีความยั่งยืนตลอดไป



ภาพที่ 2.4 แสดงตัวแบบ (Paradigm) ของการท่องเที่ยวโดยชุมชน

โดยพลังต้นทุนของชุมชน

ที่มา : ภัทศิ รัตนผล. (2544 : 11)

ไตรรักษ์ สุนทรประภัสสร (2543 : 6) ได้เสนอแนะจากการได้ไปร่วมงาน “ทุ่งทานตะวันบาน”
ที่จังหวัดลพบุรี ว่า “การท่องเที่ยววันนี้ไปถึงเวลาแล้วที่ต้องประสานความร่วมมือด้านชุมชน

เอกชนกับภาครัฐ ในการมีส่วนร่วมในการ จัดการท่องเที่ยวแบบมีความสนใจพิเศษ และสามารถกระทำได้ใน 4 แนวทาง คือ

1. “ชุมชน – รัฐ” เป็นการดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน และรัฐให้การสนับสนุน ข้อดีของแนวทางนี้ คือ ก่อให้เกิดการกระจายผลตอบแทนอย่างเป็นธรรมต่อชุมชน เพราะเป็นการประกอบการของชุมชนโดยตรง

2. “เอกชน – ชุมชน” การสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมระหว่างธุรกิจเอกชน และชุมชน จุดเด่นของแนวทางนี้ คือ การพยายามประสานประโยชน์ที่เหมาะสม ของทั้งสองฝ่าย นั่นคือ ผู้ประกอบการ ได้ผลตอบแทนในการประกอบการที่สามารถสร้างจุดเด่นให้แตกต่างจากผู้ประกอบการอื่น ในขณะที่ชุมชนซึ่งมีบทบาทในการช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ก็ได้มีส่วนแบ่งในผลตอบแทนนั้นด้วย

3. “เอกชน – รัฐ” เป็นแนวทางที่เกิดขึ้นในระดับประเทศหรือระดับเมือง โดยรัฐบาลกลางหรือรัฐบาลท้องถิ่นร่วมมือกับผู้ประกอบการในการพัฒนาการท่องเที่ยว

4. “รัฐ – ชุมชน – เอกชน” เป็นแนวทางที่ให้ทั้งภาครัฐ ชุมชน และเอกชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว และสิ่งสำคัญในการพัฒนาของแนวทางนี้ก็คือ การสร้างความเห็นพ้องต้องกัน ของทั้ง 3 ส่วน โดยชุมชนควรมีโอกาสในการกำหนดการพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตนเอง เพื่อให้เกิดการกระจายผลตอบแทนที่เป็นธรรมและเกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพขณะที่รัฐและเอกชนให้การสนับสนุนการบริการที่ชุมชนไม่สามารถให้บริการเองได้

นำชัย ทนุผล (2545 : 48) กล่าวว่า ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศซึ่งอยู่บนฐานคติของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนนั้น การจะพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการ เพื่อให้สามารถจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นฐานเศรษฐกิจของชุมชนในระยะยาวได้ จำต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชาวบ้านเป็นหลัก รูปแบบของการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ต้องเป็นรูปแบบของความร่วมมือกัน (Cooperation) ของคนในชุมชนหรือการสร้างพลังอำนาจ (Empowerment)

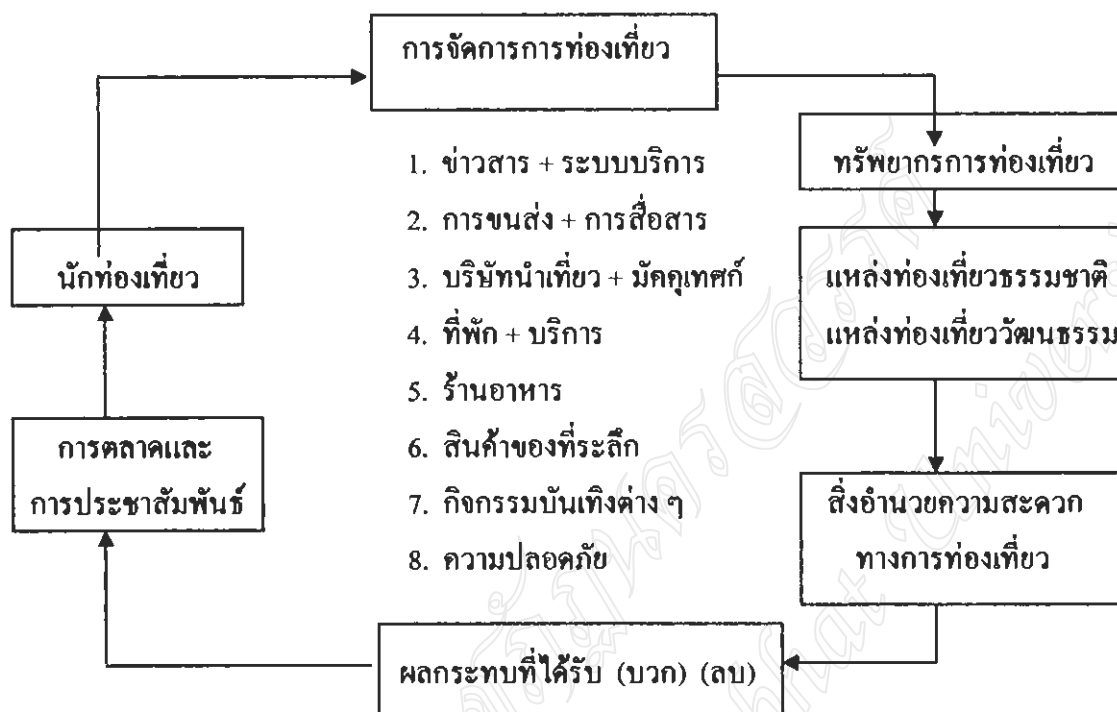
ซิฟเฟอร์ (Ziffer, 1999 : 30-31) ได้ให้ข้อเสนอแนะว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องดำเนินบนพื้นฐานของแนวทาง 5 ประการ คือ

1. ต้องเกิดจากการบูรณาการบนความร่วมมือของบุคคลทุกฝ่าย
2. การวางแผนโครงการต้องมีความระมัดระวัง และเป็นการดำเนินการพัฒนาแบบค่อยเป็น ค่อยไป
3. ต้องมีการให้การศึกษาและฝึกอบรมแก่บุคคลทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
4. แผนงานและโครงการต้องได้รับความเห็นชอบจากชุมชนท้องถิ่น
5. ควรมีการติดตามและประเมินผลดำเนินงานทุกระยะ

ภิญโญ แสงแก้ว(2545 : 33) สรุปข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และการพัฒนาการท่องเที่ยวขององค์การการท่องเที่ยวโลก ซึ่งได้เข้ามาศึกษา และให้คำปรึกษากับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยว่า

1. เปลี่ยนวิธีการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนจากการพักในชุมชน (Homestay) มาเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนโดยทั่วไป โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วม
2. ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักแรมใหม่ แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์ให้มากที่สุด
3. ควรมีมัคคุเทศก์นำอธิบาย เมื่อนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมหมู่บ้านหรือสวนเกษตรของชุมชน
4. ส่งเสริมให้มีการใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นในการเดินป่าให้มากที่สุด
5. พัฒนาโครงการพัฒนาการทำธุรกิจท่องเที่ยวของหมู่บ้านให้เกิดขึ้น โดยการริเริ่มของท้องถิ่น

ราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2543 : 4-6) กล่าวถึง การจัดการการท่องเที่ยวชม วิถีชีวิตชนบท ว่าต้องมองในภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบของการจัดการการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์เป็นวงจร แต่ละส่วนมีผลกระทบต่อกันและกัน องค์ประกอบของการจัดการ การบริการการท่องเที่ยว ซึ่งมีความสำคัญและสัมพันธ์กันเป็นวงจรของแต่ละส่วน ซึ่งต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ เพราะแต่ละส่วนมีผลกระทบต่อกัน โดยอธิบายสรุปได้ดังนี้



ภาพที่ 2.5 แสดงภาพรวมขององค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ที่มา : ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2544 : 5)

1. ข่าวสารและการบริการข้อมูลต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวควรรู้ก่อนเดินทาง ควรมีการจัดการให้พร้อม แข็งราคาค่าบริการชัดเจน อาจทำเป็นแผ่นปลิว เอกสารแผ่นพับ แคตตาล็อก (ตามแต่งบประมาณดำเนินการ) เผยแพร่ให้กว้างขวาง ตลอดจนการตอบข้อมูลทางโทรศัพท์ ที่สอบถามต้องชัดเจน

2. การขนส่งและการสื่อสาร การบริการเดินทางสู่หมู่บ้าน ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเข้าถึงของยานพาหนะ ควรแจ้งกำหนดการเดินทาง และค่าบริการเป็นราคาเดียวกัน ชัดเจน มีป้ายแจ้งข่าวการบริการไว้ที่สถานที่ออกรถ หรือท่าเรือ หากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงที่จอดรถสะดวก ค่าบริการจอดมีหรือไม่ต้องชัดเจน ส่วนการสื่อสาร หมายถึง ระบบการโทรศัพท์ ระบบส่งของควรทันสมัยตามกระแสโลก (E-mall, E-Commerce, E-Tourist) รวมถึงการบริการจัดส่งทางพัสดุในระบบต่าง ๆ ด้วย

3. การนำชมสถานที่ และการจัดการบริการอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่ การจัดเส้นทางเดินชมในหมู่บ้าน เส้นทางนั้นอาจเป็นเส้นทางที่จับรถชม ชี้อกรยานชม หรือพายเรือตามคลองเล็ก ๆ ตามแต่ลักษณะการเดินทางและเวลาของนักท่องเที่ยว เส้นทางชมอาจจัดการเดินทางแบบเป็นวงรอบหรือวงกลมก็ได้

ควรมีมัคคุเทศก์ที่รอบรู้ นำชม อาจเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ต้องสามารถใช้ภาษา การสื่อสารได้ชัดเจน รอบรู้

ดูแลรักษาหมู่บ้านให้สะอาดและคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์ดั้งเดิม หากมีการ จัดกิจกรรมเพิ่มเติมในหมู่บ้าน เพื่อสร้างงานบริการเพิ่มขึ้น ต้องแจ้งรายการ และราคาค่าบริการ ให้ชัดเจน

เพื่อความสะดวกในการเดินทาง ควรทำป้ายชี้ทาง (ถ้ามีความพร้อม บางแห่งอาจทำ ป้ายสื่อความหมาย อธิบายถึงสิ่งนั้น ๆ อย่างสั้น ๆ) บางแห่งทำหนังสือคู่มือแนะนำชมหมู่บ้าน จำหน่ายไว้ด้วย

สถานที่ท่องเที่ยวร้านอาหาร และที่จำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ควรจัดบริการ ห้องสุขา (สะอาด) ไว้ด้วย

กรณีที่มีนักท่องเที่ยวต่างประเทศไปเที่ยวกันมาก ควรจัดให้มีระบบการแลกเปลี่ยนตรา หรือบริการใช้บัตรเครดิตได้

4. ท้องถิ่นใดมีบริการที่พักอาจเป็นโรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์หรือโฮมสเตย์ ต้องสะอาด ได้ระดับมาตรฐานการบริการสากลของการบริการในที่พักดี

5. การจัดทำอาหาร ต้องสะอาด คำนึงถึงสุขอนามัย และคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว ราคาชัดเจนควรมีจัดระบบรักษาสิ่งแวดล้อม มีระบบการดักไขมัน การจัดการขยะ การบำบัด น้ำเสีย เป็นต้น

6. การจัดทำสินค้าของที่ระลึก ต้องคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น อาจปรับปรุง รูปแบบ สี สัน ตามรสนิยมของตลาด ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะอาด (Green and Clean Product) ผลิตภัณฑ์ที่มีระบบการจัดการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมพื้นบ้าน มีการแจ้งราคาชัดเจน ควร สร้างมาตรฐานสินค้าให้ได้ระดับสากล ทั้งควรมีการกำหนดราคาสินค้าไว้ชัดเจน การบรรจุหีบห่อ เพื่อความสะดวกในการถือ การหอบหิ้ว

7. กิจกรรมบันเทิงต่าง ๆ หากเป็นกิจกรรมในหมู่บ้าน ควรคงเอกลักษณ์และวัฒนธรรม ดั้งเดิม ทั้งควรมีการจัดการให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมนั้น ๆ เพื่อความบันเทิงและการ เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น อันเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมท้องถิ่นซึ่งกันและกัน

8. การรักษาความปลอดภัย จะต้องมีการจัดการอย่างมีระบบ คำนึงถึงหลักการเป็น เจ้าของบ้านที่ดี ดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ทั้งนี้ ยังกล่าวแนะนำถึงการที่จะทำให้นักท่องเที่ยว ไปเที่ยวในหมู่บ้านอย่างสม่ำเสมอ ตลอดทั้งปี และใช้เวลาเที่ยวในพื้นที่นาน ๆ เพื่อการใช้จ่ายเงินมากขึ้นว่า คณะกรรมการหมู่บ้าน

และชุมชนในหมู่บ้านที่รับผิดชอบเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกันคิด ร่วมวางแผนและ ร่วมกันจัดการในทุก ๆ อย่าง ซึ่งควรจะต้องมีวิธีการดังนี้

1. หมั่นประชุม เพื่อประเมินผลการจัดการ ค้นหาสาเหตุของปัญหา จุดอ่อนต่าง ๆ เพื่อ ร่วมกันปรับปรุงให้มีเอกลักษณ์อย่างดั้งเดิม เพิ่มคุณภาพบริการ อำนวยความสะดวกให้มากขึ้น ในระดับสากล บางครั้งต้องติดต่อกขอให้ที่ปรึกษาจากสถาบันการศึกษา รับผิดชอบการให้ความรู้ ด้านการพัฒนาท้องถิ่น เป็นคณะทำงานร่วมอีกคณะหนึ่ง

2. พิจารณาศักยภาพในหมู่บ้านว่า มีความสามารถในการให้บริการ ในระดับใด หากยังมี จุดอ่อนเช่น ควรมีความรู้ความสามารถในการอธิบายในการจัดทำงาน จำเป็นต้องให้ความรู้เพิ่มเติม อาจเป็นการจัดอบรมให้ความรู้ในหมู่บ้าน หรือให้ทุนการศึกษาไปดูงานเพื่อนำตัวอย่าง แบบอย่าง มาจัดการ หรือพิจารณาให้ทุนการศึกษาเจ้าหน้าที่ในหมู่บ้านเข้ารับการศึกษ ในบางหลักสูตร เพิ่มเติมที่สถาบันการศึกษาในพื้นที่

3. พิจารณาจัดทำแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนการตลาด การโฆษณา ให้ข้อมูลข่าวสารกระจายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ โดยผ่านสื่อมวลชน ทั้งในระดับท้องถิ่น ภูมิภาค นานาชาติ ทุกระดับ อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาด เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ นั้น ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถ ในการรองรับของพื้นที่และการบริการด้วย

ราโพพรรณ แก้วสุริยะ (2545 : 118) กล่าวถึงบทบาทและพันธกิจของชุมชน (ประชาคม) ต่องานพัฒนาการท่องเที่ยว ปี 2545 ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการ หรือการพัฒนาต้องรวมพลัง จากประชาชนทุกคน จัดตั้งกลุ่มชุมชน หรือองค์กรชุมชน หรือประชาคมให้ได้ คือ ทุกครัวเรือน ในหมู่บ้านอาจรวมกันสองสามหมู่บ้าน ประชุมปรึกษาหารือ ตั้งผู้แทนกลุ่มของตนเพื่อรับผิดชอบ พันธกิจ (กิจการงานที่ผูกพันอยู่กับตัวเรา) กิจกรรมใด ๆ ทั้งการท่องเที่ยว หรือการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ในพื้นที่ที่ประชาชนทุกคนร่วมเป็นเจ้าของที่เป็นมรดกทางธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม ทุกคนเป็นผู้มีส่วนได้ประโยชน์และส่วนเสียผลประโยชน์ (Stakeholder) จึงควรร่วมกันจัดตั้งผู้แทน กลุ่มของท่าน โดยลงมติแต่งตั้ง คณะทำงานหนึ่งชุดประกอบด้วย

ประธานกลุ่ม

รองประธาน กับผู้ร่วมคณะอีก 3 หรือ 5 คน เพื่อให้เป็นเลขที่สำหรับลงมติ ในที่ ประชุม จะได้ไม่มีเสียงข้างมากที่ไม่เสมอกัน

เลขานุการ ทำหน้าที่บันทึกการประชุมและงานจัดทำเอกสารทั้งหมด

ปฏิคม หรือผู้ประสานงาน หรือประชาสัมพันธ์ ทำหน้าที่ติดต่อกับเครือข่าย หรือ หน่วยงานอื่น ๆ และหน้าที่ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่กลุ่มรับผิดชอบเป็นเจ้าของด้วย

เหรียญก หรือสมุหบัญชี หรือเจ้าหน้าที่การเงิน รับผิดชอบด้านการทำบัญชี และระบบการเงินทั้งหมด

ผู้ร่วมคณะทำงานให้กับประธานและรองประธานทั้ง 3 หน้าที่นี้อาจตั้งผู้ช่วยร่วมกันทำงานอีกได้ โดยคณะงานชุดนี้มีอายุการทำงานอยู่ 2 ปี จึงเลือกตั้งกันใหม่ หากได้รับเลือกตั้งเข้าใหม่ซ้ำอีกครั้ง ทำงานอีก 2 ปี ในครั้งต่อไป คณะทำงานนี้จะต้องหมดสิทธิ์ทำหน้าที่คล้ายกับการตั้งชมรมหรือสมาคม ควรมีการกระจายหน้าที่ แบ่งงานรับผิดชอบกันด้วย เมื่อจัดตั้งผู้แทนกลุ่มได้แล้วอาจตั้งชื่อกลุ่มให้จำได้ง่าย ซึ่งคณะทำงานกลุ่มนี้ทางราชการ เรียกว่า กลุ่มชุมชนหรือองค์กรชุมชน มีพันธกิจดูแลส่วนที่ได้ผลประโยชน์ของชุมชน

ราไพพรรณ แก้วสุริยะ กล่าวต่อด้วยว่า เพื่อให้การจัดการ หรือพัฒนาเป็นไปอย่างสอดคล้องกัน ชุมชนสามารถจัดการได้ดังต่อไปนี้

1. ร่วมพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ขึ้นอยู่กับการยอมรับของประชาชนในพื้นที่ ต้องไม่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ไม่เกิดมลพิษ ไม่เกิดผลเสียต่อวัฒนธรรม รักษาความเป็นอัตลักษณ์ (ความเป็นเผ่าพันธุ์ดั้งเดิม) ไว้ได้ แม้วิถีชีวิตจะเปลี่ยนแปลงไปบ้าง แต่คุณภาพชีวิตของคนในหมู่บ้านต้องดีขึ้น
2. ร่วมกำหนดแผนงานและกฎระเบียบ ผู้เป็นประธานกลุ่มแต่ละองค์กร จะต้องร่วมกันเข้าประชุมกับคณะกรรมการองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อร่วมจัดทำแผนพัฒนา
3. ร่วมบริหารจัดการ องค์กรชุมชน อยู่ในฐานะเป็นเจ้าของพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนได้รับผลประโยชน์ทั้งในทางตรงและทางอ้อม
4. ร่วมประเมินผลการแก้ปัญหา ต้องร่วมกันประเมินผลร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา ร่วมกันแก้ไขปัญหา เพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น

วรรณพร วณิชชานุกร และสถาบันราชภัฏสวนดุสิต (2542 : 20) ได้กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นในนิเวศท่องเที่ยว: การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่าการกำหนดให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการพัฒนานั้น นับว่าเป็นโอกาสในการคืนอำนาจการจัดการทรัพยากร ให้กับผู้เป็นเจ้าของ ดังนั้นคนในท้องถิ่นจึงควรได้เข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผน ตัดสินใจ นับตั้งแต่การท่องเที่ยวควรจะเป็นในลักษณะใด ชนิดใด และปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ชุมชนต้องการ การกำหนดอัตราค่าธรรมเนียมที่สม่าเสมอตลอดจนมีหน้าที่ควบคุมดูแลคุณภาพของสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรให้อยู่ในสภาพที่ดีอยู่เสมอ ผลตอบแทนของชุมชนในท้องถิ่น เกิดจากการตกลงร่วมมือกันของแต่ละแห่งว่าควรเป็นรูปใด และสิ่งที่สำคัญคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นี้ ควรเป็นขนาดเล็กที่คนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของธุรกิจ และมีสิ่งทีควรคำนึงถึงคือ

1. สิ่งอำนวยความสะดวก ควรเป็นแบบธรรมชาติที่ ไม่มีราคาแพง อย่างที่นักท่องเที่ยวแบบเก่า ๆ ต้องการ จึงไม่ต้องใช้เงินทุนสูงมาก

2. ธุรกิจที่คนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของและดำเนินการ ไม่จำเป็นต้องทำตามลักษณะของตะวันตกหรือนานาชาติ ควรใช้ผลผลิตที่ได้ในท้องถิ่น ไม่เพียงจะเป็นผลผลิตทางเศรษฐกิจที่เพิ่มมากขึ้นจากการท่องเที่ยว แต่ยังช่วยลดการไหลออกของรายได้ อันเกิดจากการใช้แรงงานจากต่างประเทศที่มาดำเนินงานธุรกิจขนาดใหญ่ และเป็นของต่างประเทศอีกด้วย

3. ผลกำไรไม่ต้องส่งคืนกับประเทศแม่

จากเอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการของ วาย.เอ็ม.ซี.เอ. เชียงราย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยภาคเหนือ (2543 : 33-35) ได้ยืนยันความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์เรื่องการท่องเที่ยวเกี่ยวกับชุมชนอย่างเอกฉันท์ว่า ชุมชนแต่ละแห่งพึ่งพาตัวเองได้แม้ไม่มีการท่องเที่ยว เพราะ ชุมชนมีอยู่ก่อนมีการท่องเที่ยว ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรเป็นหลัก การท่องเที่ยวเป็นเพียงรายได้เสริม ทุกชุมชนมีจุดเด่นของตนเอง สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้พร้อมกันนี้ได้เสนอแนวทางในการบริหารจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไว้อย่างน่าสนใจ ดังต่อไปนี้

การเตรียมความพร้อมชุมชนร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือ องค์กรเอกชนที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ดังนี้ 1) ทำความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และผลกระทบที่ปรากฏในที่อื่น ๆ 2) รวบรวม ทบทวนวัฒนธรรม ประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชน 3) สืบสวนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ และจัดทำประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ 4) จัดทำแผนการท่องเที่ยวและปฏิทินการท่องเที่ยวประจำปี และ 5) ประสานงานกับหน่วยงานในพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง

การสร้าง ความเข้าใจและความร่วมมือกับชุมชน 1) ประชุมทำความเข้าใจกับชุมชน ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม 2) ตกลงทำความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน โดยจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน 3) ตกลงทำความเข้าใจในเรื่องการจัดการและการแบ่งปันผลประโยชน์ 4) การอบรมให้ความรู้ การจัดการท่องเที่ยวแก่ชุมชน และ 5) ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว

การตลาด/ประชาสัมพันธ์ 1) เน้นการประชาสัมพันธ์ในแนวราบผ่านกลุ่มคนและสื่อต่าง ๆ โดยข้อมูลที่ประชาสัมพันธ์ต้องเป็นข้อมูลจริง 2) วางแผนการประชาสัมพันธ์โดยขอความร่วมมือกับ ท.ท.ท. และผู้ประกอบการ

การดำเนินงานการท่องเที่ยว 1) ทำการปลูกจิตสำนึกเรื่องอนุรักษ์ ให้แก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 2) ท.ท.ท. เป็นตัวแทน ในการกระตุ้นให้เกิดการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ในระดับจังหวัด องค์กรท้องถิ่นดำเนินการระดับตำบล 3) จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวเก่าและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ 4) จัดเสวนาเพื่อให้ได้แนวความคิดการจัดกิจกรรมการ

ท่องเที่ยว 5) ดำเนินการในรูปคณะกรรมการ หรือ สหกรณ์ที่สามารถตรวจสอบได้ และมีการจัดการที่ดี 6) การท่องเที่ยวต้องเน้น การรักษาธรรมชาติ และวิถีชีวิต หรือฟื้นฟูของเดิม หลีกเลี่ยงการปรุงแต่ง 7) คนในชุมชนมีโอกาสนำชม และบอกเล่าเรื่องราวของชุมชน ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยตรงมีคุณค่าแก่ผู้เป็นเจ้าบ้าน 8) ชุมชนและผู้ประกอบการท่องเที่ยวประสานงานกันในการวางแผนการท่องเที่ยว การอนุรักษ์ และการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น การแบ่งปันผลประโยชน์ต้องมีความเป็นธรรม 9) องค์กรท้องถิ่นและจังหวัดสนับสนุนงบประมาณ ในการปรับปรุง ระบบสาธารณูปโภค 10) องค์กรท้องถิ่นออกระเบียบควบคุมดูแลการท่องเที่ยว การผูกขาด และ ระเบียบที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ และใช้อำนาจหน้าที่ตามกฎหมาย 11) จัดให้มีการประชุม เพื่อประเมินผลการดำเนินงานบ่อย ๆ และ 12) องค์กรท้องถิ่น / ชุมชน ดูแลให้มีกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้แก่คนในชุมชนอย่างยุติธรรม

นอกจากนี้ยังได้ให้เกณฑ์การประเมินความสำเร็จ ของการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งจะพิจารณาได้จากรายการต่อไปนี้ คือ 1) จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น 2) จากความเข้าใจในเรื่องการอนุรักษ์ธรรมชาติและวัฒนธรรม และมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 3) จากความเปลี่ยนแปลงของธรรมชาติ วัฒนธรรม และความปลอดภัยของชุมชน 4) จากการดำรงอยู่ของวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของชาวบ้านจากรายได้เพิ่มขึ้นและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ของคนในชุมชน

การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing)

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541 : 3) ได้ให้ความหมายของการตลาดท่องเที่ยวว่า หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

1. การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยวเป็นต้น

2. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นเร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน

นิคม จารุมณี (2536 : 206) กล่าวว่า ในการทำการตลาดท่องเที่ยวนั้น ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมี 5 ประการ คือ 1) ผลิตภัณฑ์ที่ดี 2) สถานที่ที่ดี 3) เวลาที่เหมาะสม 4) ในราคาที่เหมาะสมและ 5) ในปริมาณที่เหมาะสม ทั้งกล่าวด้วยว่า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวนั้น

จะต้องสร้างความพึงพอใจให้แก่ความต้องการ และความปรารถนาของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องตระหนักในฐานะผู้ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในเขตหนึ่งด้วย ด้วยเหตุนี้ ความต้องการของลูกค้า จะต้องมีความสอดคล้องกันกับความต้องการของชุมชน ที่เป็นแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วย ทั้งในแง่ของผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมต่าง ๆ สิ่งที่สำคัญมากในการที่จะช่วยทำให้ตลาดการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จนั้น จะต้องใช้หลักส่วนผสมของตลาด (The Marketing mix) ที่ต้องผสมกลมกลืนเกี่ยวพันซึ่งกันและกัน มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (The Four Ps) ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว มีส่วนประกอบที่สำคัญต่อไปนี้ 5 ประการ (Middleton, 1994 : 86) ได้แก่

1.1 ความน่าประทับใจ และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัฒนธรรม (Distinction, Attraction and Environment)

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการของแหล่งท่องเที่ยว (Destination, Facilities and Service) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีที่พักประเภทต่าง ๆ ร้านอาหาร ระบบการขนส่ง กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ทำการตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ

1.3 การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the destination) ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้น การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีการจัดสร้าง ปังจัยพื้นฐานการผลิต เช่น สนามบิน ทางรถไฟ ท่าเรือ ขวดยานพาหนะ ที่มีความรวดเร็วและปลอดภัย และการส่งเสริมดูแลจากรัฐบาลในเรื่องการอำนวยความสะดวกสบายในสิ่งที่กล่าวแล้ว

1.4 จินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Images of the destination) ความประทับใจ หรือจินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้บุคคลเกิดความใฝ่ฝันต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพราะมนุษย์มีประสาทแห่งการรับรู้ด้วยตา หู และสมองที่สามารถได้เห็นได้ฟังและบันทึกความทรงจำแห่งความประทับใจ เกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแล้ว มีความต้องการจะกลับไปเยี่ยมเยือนอีกบอกต่อไปยังบุคคลอื่น ๆ

1.5 ราคาที่เสนอผู้บริโภค (Price of the customer) ราคาของผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการท่องเที่ยว ที่เสนอต่อผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว แตกต่างกันไปตามฤดูกาล นอกจากนี้ ราคายังขึ้นอยู่กับบริการ และความความสะดวกสบายที่ผู้บริโภคจะได้รับ

2. ราคา (Price) ราคาของสินค้าและบริการ ในเรื่องการท่องเที่ยว ไม่แน่นอนอนคงที่ มีความยืดหยุ่นสูง ขึ้นอยู่กับฤดูกาล วันหยุดและกิจกรรมซึ่งจัดขึ้น

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด จะต้องอาศัยเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด (Promotion Tools) (Kotler, Bowen and Makens, 1996 : 506-507) อันประกอบด้วยส่วนผสม 4 อย่างด้วยกัน คือ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public relations) และการขายโดยบุคคล (Personel selling) ส่วนประกอบทั้ง 4 อย่างนี้ เรียกว่า “ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด” (Promotion Mix)

3.1 การโฆษณา คือ การนำเสนอเรื่องขององค์กร และหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรไปยังผู้สนใจไปยังสื่อมวลชน (Khan, Olsen and Var, 1993 : 885) ดังนั้น สื่อการโฆษณา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในการโฆษณาต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุน

3.2 การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ตัวอย่างสินค้า การให้บัตรส่งเสริมการขาย หรือคูปอง การเสนอมงเงินคืน การเสนอส่วนลด การเสนอของแถม การให้แถมปีเก็บไว้แลกสินค้า การแข่งขัน และการส่งสลากชิงโชค

3.3 การประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชนต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับหน่วยธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภค ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน รัฐบาล รวมทั้งสาธารณชนส่วนอื่น ๆ การประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

3.4 การขายโดยบุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication) ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถต่อรอง ชักถามข้อสงสัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ข้อมูลข่าวสารที่ถูกค้าได้รับ ก็สามารถย้อนกลับถึงหน่วยผลิต โดยผ่านการขายโดยบุคคล

4 สถานที่ (Place) หรือ ช่องทางการจำหน่าย (Distribution) ในที่นี้หมายถึง จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อกับบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึง ระบบการจอง โดยทางจดหมาย โทรศัพท์ หรือระบบสื่อสารอื่น ๆ

สรุปได้ว่าในด้านการตลาดท่องเที่ยว นั้น สิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว อาจมีความสำคัญน้อยสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะนักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสกับธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิด สำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ราคาอาจขึ้นอยู่กับประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวและชาวบ้านได้รับจากบริการนำเที่ยว ราคาอาจสูงกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชน เพราะรายได้จากบริการต้องนำกลับไปฟื้นฟู รักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว การส่งเสริม

การขาย อาจเหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การส่งเสริมการขาย กลับไม่มีความจำเป็นต้องใช้วิธีการดังกล่าวแล้ว ในการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะเน้นการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์เป็นเป้าหมายหลัก

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542 : 12) กล่าวถึง ลักษณะของการตลาดบริการว่าเป็นตลาดที่ผู้ผลิตมุ่งจัดหาสินค้าและกิจกรรมการบริการที่ให้ผลประโยชน์ตอบสนองความต้องการและความพอใจของลูกค้าให้มากที่สุด โดยลักษณะเฉพาะของการบริการมีดังนี้ 1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) การซื้อบริการจึงเป็นการซื้อด้วยความรู้สึกและความคาดหวัง 2) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) ระหว่างผู้ให้บริการ (ผู้ขาย) และผู้รับบริการ (ผู้ซื้อ) 3) มีความหลากหลาย (Heterogeneity) 4) มีลักษณะสูญเปล่าไม่สามารถเก็บสะสมไว้ได้ไม่คงทน (Perishability) การบริการที่เตรียมไว้ เก็บรอไว้ไม่ได้ ถ้าลูกค้าไม่มาและถ้าไม่มีลูกค้ารายอื่นมาใช้บริการทดแทน การบริการนั้นจึงสูญเปล่า

นอกจากนี้ได้กล่าวเสริมถึงลักษณะเฉพาะของการบริการการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

1. เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิดหรือตัวต่อตัว จะทำให้ลูกค้าพอใจ หรือไม่พอใจทันที ในขณะที่รับบริการ ขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของทั้งผู้ให้และผู้รับบริการ ดังนั้นผู้ผลิตในตลาดการท่องเที่ยว จึงไม่สามารถควบคุมคุณภาพของการบริการได้คงที่ได้เสมอไป

2. การบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานาน ๆ และพร้อมเสมอที่จะให้บริการทันที เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง

3. การพัฒนาบริการ จำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะรูปแบบ ความรวดเร็ว ประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ

4. ใช้แรงงานคนในการให้บริการ ไม่สามารถ หรือไม่นิยมเอาเครื่องจักรใด ๆ มาให้บริการแทน จึงเกิดมีปัญหาแรงงานอยู่เสมอ

จากแนวความคิดด้านตลาดบริการ พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าประเภทบริการ ซึ่งต้องอาศัยความมีใจรักเป็นทุนในการทำงาน อาศัยคุณลักษณะนิสัยส่วนตัวของผู้ให้บริการมาผนวกกับหลักการในการบริการ การบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ก็เช่นกัน จึงมีความจำเป็นที่ น่าจะต้องสรรหาผู้ที่มีคุณลักษณะ การบริการ เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มจะมาเที่ยวชมหมู่บ้านมากขึ้นอันเป็นผลจากวิธีการต่าง ๆ ด้านการตลาด โดยเฉพาะ ด้านการประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ หากคุณภาพในการบริการของชุมชนซึ่งเป็นสินค้าไม่สอดคล้องกับการจัดการด้านการตลาดแล้ว ผลที่ได้อาจกลับกลายเป็นผลลบต่อชุมชนในอำเภอหนองบัว หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ไปอย่างน่าเสียดายก็ได้

การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ(2543:105-106) ให้ความหมายของ Focus Group หมายถึง การสนทนากลุ่ม ๆ ละ 6-12 คน การสนทนากลุ่มเป็นวิธีการศึกษาชุมชน ที่เป็นการสนทนากัน ในบรรยากาศที่เป็นกันเอง มีการวางแผนและเตรียมการ โดยเรื่องที่สนทนานั้น จะต้องเป็นเรื่องที่ กลุ่มให้ความสนใจ มีผู้ดำเนินการสนทนาเป็นผู้จุดประเด็น เพื่อชักจูงให้บุคคลแสดงความคิดเห็น ได้อย่างลึกซึ้งและละเอียดที่สุด เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงคุณภาพ โดยองค์ประกอบในการจัดสนทนากลุ่มมีดังนี้

1. บุคคลที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 ผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) จะต้องเป็นผู้พูดและฟังภาษาท้องถิ่น ได้ดี มีบุคลิกดี สุภาพ อ่อนน้อม มีมนุษยสัมพันธ์ดี และต้องรู้ความต้องการหรือวัตถุประสงค์ของ ชุมชน
 - 1.2 ผู้จดบันทึกการสนทนา (Note taker)
 - 1.3 ผู้ช่วย (Assistant) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่จัดเตรียมสถานที่ และบันทึกเสียง
2. แนวทางในการสนทนากลุ่ม ควรต้องจัดแนวทางในการสนทนากลุ่ม มีการ จัดทำหัวข้อในการสนทนา
3. อุปกรณ์สนามที่ควรเตรียม ได้แก่ เครื่องบันทึกเสียง เทปเปล่า ถ่านวิทยุ สมุดบันทึก และคินสอ
4. แบบฟอร์มสำหรับคัดเลือกผู้เข้าสนทนากลุ่ม
5. ส่งเสริมสร้างบรรยากาศ โดยการมีเครื่องดื่ม ของขบเคี้ยว บุหรี่ เพื่อสร้าง บรรยากาศของความเป็นกันเอง
6. ของสมนาคุณแก่ผู้เข้าร่วมสนทนา เพื่อเป็นการตอบแทนผู้เข้าร่วมสนทนา
7. สถานที่และระยะเวลา อาจจะเป็นบ้าน ศาลาวัด ใต้ร่มไม้ ที่มีอากาศถ่ายเท สะดวกห่างไกลจากความพลุกพล่าน เพื่อให้ผู้เข้าร่วมสนทนาได้มีสมาธิในเรื่องต่างๆ ที่กำลัง สนทนากัน ส่วนระยะเวลาไม่ควรเกิน 2 ชั่วโมงต่อ 1 กลุ่ม

เจลีชว บุรีภักดิ์ (2545 : 259) สรุปไว้ว่า Focus Group หรือ กิจกรรมความคิดเห็นกลุ่ม คือ การอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อมูล และข้อสรุป นำไปสู่การวางแผนที่ดี องค์ประกอบ ความเห็นของกลุ่ม ได้แก่ บุคคลที่ร่วมสนทนากลุ่มไม่ต่ำกว่า 6 – 12 คน พิธีกรที่จะต้องรู้พื้นที่ และ ขอบเขตของชุมชน ส่วนบทบาทของบุคคลในการเข้าร่วมสนทนากลุ่ม มีดังนี้

1. พิธีกร เป็นผู้จุดประเด็นหรือชักจูงให้ผู้ร่วม สนทนา แสดงความคิดเห็นอย่าง กว้างขวาง

2. บุคคลเป้าหมายของการสนทนา ทำหน้าที่พูดคุยแสดงความคิดเห็นในประเด็นคำถามต่างๆ
3. ผู้จัดบันทึกการสนทนา ทำหน้าที่ในการให้หมายเลขกำกับ Discussant และทำหน้าที่จดอย่างเดิข ห้ามมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น
4. ผู้ช่วย ทำหน้าที่ ควบคุมเทป อำนวนยความสะดวก และดูแลแก้ปัญหาอื่นๆ ที่เกิดขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. งานวิจัยในประเทศ

อนุชา ปัญงจันทร์ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบนพื้นที่สูง : กรณีศึกษา ตำบลผาช้างน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ผลการวิจัยพบว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตำบลผาช้างน้อย ซึ่งอยู่ในระยะเริ่มต้นของการดำเนินงาน โดยมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศครบถ้วน คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งที่เกี่ยวกับธรรมชาติเป็นหลัก
2. องค์ประกอบด้านการจัดการที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้จากการท่องเที่ยว
4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น ในทุกขั้นตอนของการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ชมชวน บุญระหงษ์ (2537) ได้ทำการวิจัย เรื่องเครือข่ายตลาดทางเลือกในภาคเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มทำการผลิตมีฐานความคิดทางการเกษตรที่เน้นการพึ่งตนเอง ใช้กระบวนการผลิตทางธรรมชาติ และ เน้นการปลูกพืชที่ให้ความสำคัญหลากหลาย ส่วนด้านการตลาดเน้นความสัมพันธ์เชื่อมโยงโดยตรงกับผู้บริโภค ผลจากการปฏิบัติดังกล่าว ได้เกิดประโยชน์แก่กลุ่มเกษตรกร คือ มีรายได้เพิ่มขึ้นสุขภาพของสมาชิกในครอบครัวดีขึ้น ทรัพยากร ธรรมชาติ และ สิ่งแวดล้อมดีขึ้น กลุ่มแม่บ้านได้มีโอกาสรับรู้ เรียนรู้ และมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และได้สร้างความสัมพันธ์ระหว่าง ผู้ผลิต กับผู้บริโภค การบรรลุซึ่งความเชื่อ และคุณค่า ตลาดทางเลือกนั้นเกษตรกร ผู้บริโภค องค์กรสนับสนุน ได้มีการจัดตั้งกลุ่มที่มีขนาดเล็กสมาชิกไม่เกิน 15 คน โดยสมาชิกในกลุ่มมีบทบาทหน้าที่ทุกคน อาจแตกต่างกันด้านความสามารถและศักยภาพของแต่ละคน ขณะเดียวกัน เพื่อให้สามารถแก้ไขปัญหาที่ใหญ่กว่าความสามารถของกลุ่มผู้ผลิตหรือ กลุ่มผู้บริโภคที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งจะจัดการได้ ทางกลุ่มดังกล่าวได้มีการสร้างเครือข่ายองค์กรเชื่อมโยงซึ่ง

กันและกันซึ่งเป็นเครือข่ายเชื่อมโยงในแนวนอน โดยมีการเชื่อมโยงกันบนพื้นฐานของสิทธิ์ และเสรีภาพที่เท่าเทียมกัน เพื่อก่อให้เกิดการสร้างสรรค์ ของกระบวนการตลาดทางเลือก ส่วนรูปแบบวิธีการและกิจกรรมจะใช้ทั้งที่เป็นแบบที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ โดยเน้นความหลากหลายบนพื้นฐานหลักในวิถีคิด และประเพณีปฏิบัติของสมาชิก ส่วนปัจจัยที่ก่อให้เกิดความเข้มแข็ง และยั่งยืนประกอบด้วย การตระหนักถึงความสำคัญของกลุ่มสมาชิก เน้นการมีส่วนร่วมและการติดตามอย่างต่อเนื่องมีตลาดที่มั่นคงและหลายช่องทางมีทรัพยากรและน้ำที่สมบูรณ์

สุจิตราภา พันธุ์วิไล (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม : กรณีศึกษา บ้านหล่อซา (อาข่า) ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชน มีส่วนร่วม ในระดับ “มาก” ถึง 4 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความพร้อมของบุคลากรและการจัดการหมู่บ้านเพื่อการท่องเที่ยว ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ยากเย็น ด้านการเข้าถึง ซึ่งนักท่องเที่ยวพอใจเพียงในระดับ “ปานกลาง” การไม่มีป้ายชื่อหมู่บ้านและป้ายบอกทางเป็นภาษาอังกฤษ การบริการขนส่งที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่มีความหลากหลายและไม่มีความดีในการบริการเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว คนขับรถบริการขนส่งแทบจะทั้งหมด ไม่มีทักษะด้านภาษาต่างประเทศ

อรนุช หิรัญกุลต์ (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมกับประชาชน บ้านห้วยน้ำหนัก อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า การฝึกอบรมยอมรับความรู้ ข้อมูล และประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม ผู้เข้าร่วมมีอิสระเต็มที่ในการเปลี่ยนแปลงและตัดสินใจตามความต้องการของตน โดยใช้ภาษาของตนเอง ส่วนรูปแบบการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมไปใช้ในกลุ่มน้อยหรือกลุ่มอื่นๆ จะต้องมีการดำเนินการคือ

1. สร้างความสัมพันธ์อันดีกับชาวบ้านก่อนการดำเนินการ
2. เลือกดำเนินการกับกลุ่มที่มีความสามารถเข้าร่วมได้อย่างต่อเนื่องครบกระบวนการ
3. แนะนำให้กลุ่มค้นหาปัญหา / ความต้องการที่แท้จริงของกลุ่ม / ชุมชน
4. กลุ่มมีแนวโน้มที่จะนำปัญหา / ความต้องการที่เกิดจากความอยาก ไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตมาแก้ ซึ่งนักวิจัยต้องไวและเสนอแนะให้กลุ่มพิจารณาอย่างจริงจัง
5. การดำเนินการใดๆ เน้นกระบวนการที่จะให้ผู้เข้ารับการอบรมได้เรียนรู้ร่วมกัน
6. ให้กลุ่มได้มีการสรุปบทเรียนหรือการเรียนรู้ในทุกขั้นตอน
7. มีการติดตามผล เพื่อพิจารณาความเปลี่ยนแปลง และหาทางสนับสนุนให้เกิดการต่อเนื่อง

ประวิทย์ เพชรมี (2537) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรี ในการทำกิจกรรม การพัฒนาชุมชน จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า สตรีมีส่วนร่วมในกิจกรรมตามขั้นตอน ดังนี้คือ การร่วมกันคิด ร่วมกันวางแผน ร่วมกันดำเนินการ และร่วมกันประเมินผลส่วนการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมนั้น สตรีเป็นผู้ตัดสินใจเองกับได้รับการชักนำ จากเจ้าหน้าที่รัฐ และชาวบ้านที่เป็นเพื่อนสมาชิกด้วยกันเอง สำหรับผลของการมีส่วนร่วมที่สตรีได้รับคือ เป็นผู้นำกลุ่ม เป็นกรรมการกลุ่ม เป็นสมาชิกกลุ่มและเป็นผู้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากกิจกรรมกลุ่ม อีกประการหนึ่งคือปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมคือการยอมรับนับถือในตัว ผู้นำมองเห็นประโยชน์ที่ได้รับต่อตนเอง และครอบครัว ปัญหาของสตรี ต่อการเข้าร่วมที่สำคัญ คือ สมาชิกเกิดความระแวงสงสัยในตัวของคนละกรรมกรว่าจะไม่ซื่อสัตย์เกรงว่าจะนำเงินของกลุ่มไป ใช้จ่ายส่วนตัวจึงมีความต้องการที่จะให้เจ้าหน้าที่ของรัฐที่เข้าไปมีส่วนร่วม กับกลุ่มสตรีมีความรู้ ทางด้านการจัดการด้านการทำบัญชีและนำไปถ่ายทอดให้แก่สมาชิกกลุ่มจะได้ปฏิบัติงานในระบบ บัญชีได้ถูกต้อง

วิบูลย์ ศรีถัน (2538) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การวางแผนแบบมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อ พัฒนาท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า

1. กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มี 5 ขั้นตอน คือ การ กิดค้นปัญหา การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผนพัฒนา การดำเนินกิจกรรมและการประเมินผลกลุ่ม ที่เข้าร่วมทุกกระบวนการ ได้เรียนรู้กระบวนการพัฒนาท้องถิ่นตามสภาพปัญหาและความต้องการ ของตน โดยตนเองเป็นผู้กำหนด

2. กระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ที่ชุมชนเป็นผู้มีอำนาจ ในการตัดสินใจ และ ควบคุม มีความเป็นไปได้สามารถจะนำไปใช้ในกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นของชุมชน เพื่อเพิ่ม ศักยภาพการแก้ปัญหาของชุมชนได้

3. เงื่อนไขที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ในกระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม ที่สำคัญคือ โอกาสและอำนาจของประชาชน ในการที่จะกำหนดแนวทางและการดำเนินการแก้ไข ปัญหาของตนเอง

4. ข้อจำกัดที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ในกระบวนการวางแผน คือ ขาดการ ส่งเสริมสนับสนุนจากนักพัฒนาที่เข้าใจแนวคิดการทำงานร่วมกับชุมชนแบบมีส่วนร่วมในลักษณะ ที่ให้โอกาสและให้อำนาจแก่ชุมชนในการตัดสินใจและอำนาจในการควบคุมการดำเนินการพัฒนา ของตน

นราทิพย์ สะอาดวุฒิเจริญ (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสื่อสารทางการตลาดของสินค้า ระดับโลกในธุรกิจฟาสต์ฟู้ดของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า

1. สำนักงานใหญ่จะกำหนดนโยบายหลักให้กับสาขาประเทศไทย เพื่อให้เป็นแนวทางในการวางแผนการสื่อสารทางการตลาด รวมทั้งควบคุมการดำเนินงานให้ได้ตามมาตรฐาน

2. สาขาประเทศไทย สามารถวางแผน กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดได้อย่างอิสระภายใต้กรอบนโยบายหลัก โดยมีสำนักงานใหญ่เป็นที่ปรึกษาขอให้คำแนะนำและความช่วยเหลือ

3. กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาด ที่สินค้าทั่วโลกใช้ในการแข่งขัน ในธุรกิจฟาสต์ฟู้ด ได้แก่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การแข่งขันด้านราคา การเลือกทำเลที่ตั้งและการตกแต่งร้าน การโฆษณาผ่านสื่อมวลชน และ สื่อ ๗ จุดขาย การส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง การประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของราคาสินค้า การให้บริการของพนักงานขาย ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวเป็นปัจจัยเสริมซึ่งกันและกัน อันนำไปสู่ความสำเร็จในการสื่อสารทางการตลาด

เทียบ เหล่าสุวรรณ (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ลักษณะองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชนในชนบทที่สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรทำางแนวอำเภอเวียงน้อย จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์ใช้กลุ่มเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ประกอบธุรกิจภายใต้ธุรกิจสามขา คือ ทุน การผลิต การตลาด ลักษณะองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจของสหกรณ์ ได้แก่ การจัดการเงินทุน การจัดการผลิต และการแปรรูป การจัดการตลาด ทั้งนี้ การจัดการธุรกิจในแต่ละด้านสหกรณ์กระบวนกรเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง โดยสรุปบทเรียนร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ผสมผสานกับการจัดการสมัยใหม่ที่กระทำผ่านขั้นตอนการจัดการ คือ การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินการตามแผน และการควบคุมตรวจสอบ ซึ่งทุกขั้นตอนมีกระบวนการมีส่วนร่วมสอดคล้องกัน

2. งานวิจัยต่างประเทศ

สคอนวาร์ด (Schonwald. 2000) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาด ผลการวิจัยพบว่า มุมมองของการขาย และการตลาดของธนาคารชุมชนในอเมริกาว่า นักการตลาดที่มีประสบการณ์จากธุรกิจการขายเพื่อที่จะให้ได้ผลกำไรนั้นต้องเป็นระบบตลาดเชิงรุก และ กลยุทธ์ทางการตลาดจึงต้องครอบคลุมถึง การสร้างวัฒนธรรมการขาย การกำหนดสิ่งแวดล้อมของตลาด การสร้างตราหรือยี่ห้อ และการกำหนดลูกค้าเป้าหมาย

แทนดอน (Tandon. 1988) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ผลการวิจัยพบว่า การวิจัยอย่างมีส่วนร่วมนั้นต้องยึดหลักการสำคัญดังนี้

1. ให้ความสำคัญ และเคารพต่อภูมิปัญญาชาวบ้าน โดยยอมรับว่า ความรู้พื้นบ้านตลอดจนระบบการสร้างความรู้และกำเนิดความรู้ในวิธีอื่นที่แตกต่างไปจากของนักวิชาการยังเป็นสิ่งที่ปฏิบัติและยอมรับกันแพร่หลายในหมู่คนชาวบ้าน คนยากจน เพื่อเป็นหนทางแก้ปัญหาในการดำรงชีวิตของเขา

2. ปรับปรุงความสามารถ และศักยภาพของชาวบ้าน ด้วยการส่งเสริมยกระดับ และพัฒนาความเชื่อมั่นในตัวเองของเขา ให้สามารถจะวิเคราะห์ และสังเคราะห์สถานการณ์ปัญหาของเขาเอง ซึ่งเป็นการนำศักยภาพเหล่านี้ มาใช้ประโยชน์แทนที่จะเมินเฉย ละเลย หรือเหยียดหยามว่าเป็นสิ่งไร้คุณค่าเช่นที่เคยปฏิบัติมา

3. ให้ความรู้ที่เหมาะสมแก่ชาวบ้านและคนยากจน โดยให้สามารถได้รับความรู้ที่เกิดขึ้นในระบบสังคมของเขา และสามารถที่จะ ทำความเข้าใจ แปลความหมาย ตลอดจนนำไปใช้ได้ อย่างเหมาะสม

4. สนใจในปรัทัศน์ของชาวบ้าน โดยการวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม จะช่วยให้เห็นคำถามที่ตรงกับปัญหาของชาวบ้าน เช่น การถูกกีดกัน หรือแยก (Alienated) ผืนดิน และทรัพยากรธรรมชาติ การต้องคืนร่นต่อผู้จากแรงบีบบังคับจากผู้มีอิทธิพล ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นคำถามที่นักวิจัยรูปแบบเก่าไม่ใคร่นึกถึง และไม่เคยเป็นจุดเน้นในการค้นหาความรู้มาก่อน

5. ปลดปล่อยความคิด การวิจัยปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม จะช่วยให้ชาวบ้าน และคนยากจนสามารถ ให้ความคิดเห็นของตนอย่างเสรี ในการมองสภาพการณ์ และปัญหาของตนเอง สามารถใช้วิจารณ์ญาณของตนเองในการวิเคราะห์วิจารณ์ตรวจสอบสภาพเท็จจริงต่าง ๆ สามารถยื่นข้อคัดค้านพลังอิทธิพลจากภายนอก หรืออำนาจคดขี่ของผู้มีอำนาจ

แม็กไกวร์ (Maguire, 1987) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน : ความสามารถสตรี ผลการวิจัยพบว่า การวิจัยอย่างมีส่วนร่วม เป็นรูปแบบของการวิจัย ที่ประกอบด้วย กระบวนการค้นคว้าทางสังคม การให้การศึกษา และการกระทำ ซึ่งกระบวนการทั้ง 3 ส่วนของการสร้างความรู้เป็นแนวทางที่จะเปลี่ยนรูปของบุคคลและสังคมอย่างเป็นระบบ เป็นการมุ่งเน้นการพัฒนาความสำนึกอย่างมีวิจารณ์ญาณของคนอื่นจะเป็นการปรับปรุงความเป็นอยู่และคุณภาพชีวิตของตนเองและสังคม

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด โดยเฉพาะการตลาดการท่องเที่ยว เพื่อศึกษาปัญหาการตลาด และแนวทางในการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดในอำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์นั้น สิ่งที่สำคัญมากในการที่จะช่วยให้การตลาดการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จนั้น จะต้องใช้หลักส่วนผสมของตลาด (The Marketing Mix) ที่ต้องผสมกลมกลืนเกือหนุนซึ่งกันและกัน มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ (The Four Ps) ได้แก่

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว มีส่วนประกอบที่สำคัญต่อไปนี่ 5 ประการ (Middleton, 1994 : 86) ได้แก่

1.1 ความน่าประทับใจ และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัฒนธรรม (Distinction , Attraction and Environment)

1.2 สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการของแหล่งท่องเที่ยว (Destination Facilities and Service) ในแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีที่พักประเภทต่าง ๆ ร้านอาหาร ระบบการขนส่ง กิจกรรมด้านกีฬาและนันทนาการ ร้านขายของที่ระลึก บริษัทนำเที่ยว ศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวที่ทำการตำรวจท่องเที่ยว ฯลฯ

1.3 การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility of the destination) ความสะดวกสบายและความรวดเร็วในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่ง ดังนั้น การเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีการจัดสร้าง ปังจยพื้นฐานการผลิต เช่น สนามบิน ทางรถไฟ ท่าเรือ ขวดยานพาหนะ ที่มีความรวดเร็วและปลอดภัย และการส่งเสริมดูแลจากรัฐบาลในเรื่องการอำนวยความสะดวกสบายในสิ่งที่กล่าวแล้ว

1.4 จินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว (Images of the destination) ความประทับใจ หรือจินตภาพของแหล่งท่องเที่ยว ทำให้บุคคลเกิดความใฝ่ฝันต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เพราะมนุษย์มีประสาทแห่งการรับรู้ด้วยตา หู และสมองที่สามารถได้เห็นได้ฟัง และบันทึกความทรงจำแห่งความประทับใจ เกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวหรือไปแล้ว มีความต้องการจะกลับไปเยี่ยมชมเยือนอีกบอกค่อ ไปยังบุคคลอื่น ๆ

1.5 ราคาที่เสนอผู้บริโภค (Price of the customer) ราคาของผลิตภัณฑ์ หรือบริการทางด้านการท่องเที่ยวที่เสนอต่อผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว แดกต่างกันไปตามฤดูกาล นอกจากนี้ ราคายังขึ้นอยู่กับบริการ และความความสะดวกสบายที่ผู้บริโภคจะได้รับ

2. ราคา (Price) ราคาของสินค้าและบริการ ในเรื่องการท่องเที่ยว ไม่แน่นอนคงที่ มีความยืดหยุ่นสูง ขึ้นอยู่กับฤดูกาล วันหยุดและกิจกรรมซึ่งจัดขึ้น

3. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาด จะต้องอาศัยเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาด (Promotion Tools) (Kotler ,Bowen and Makens , 1996 : 506-507) อันประกอบด้วยส่วนผสม 4 อย่างด้วยกัน คือ การโฆษณา (Advertising) การส่งเสริมการขาย (Sales promotion) การประชาสัมพันธ์ (Public relations) และการขายโดยบุคคล (Personel selling) ส่วนประกอบทั้ง 4 อย่างนี้ เรียกว่า “ ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ” (Promotion Mix)

3.1 การโฆษณา คือ การนำเสนอเรื่องขององค์กร และหรือผลิตภัณฑ์ขององค์กรไปยังผู้สนใจไปยังสื่อมวลชน (Khan , Olsen and Var . 1993 : 885) ดังนั้น สื่อการ

โฆษณา ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว วิทยุ โทรทัศน์ ฯลฯ ในการโฆษณา ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการลงทุน

3.2 การส่งเสริมการขาย การส่งเสริมไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วย กิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ตัวอย่างสินค้า การให้บัตรส่งเสริมการขาย หรือคูปอง การเสนอเงินคืน การเสนอส่วนลด การเสนอของแถม การให้แถมปีเก็บไว้แลกสินค้า การแข่งขัน และการส่งสลากชิงโชค

3.3 การประชาสัมพันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับสาธารณชนต่าง ๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสัมพันธ์กับหน่วยธุรกิจ ซึ่งได้แก่ ผู้บริโภค ตัวแทนจำหน่าย พนักงาน รัฐบาล รวมทั้งสาธารณชนส่วนอื่น ๆ การประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งใน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

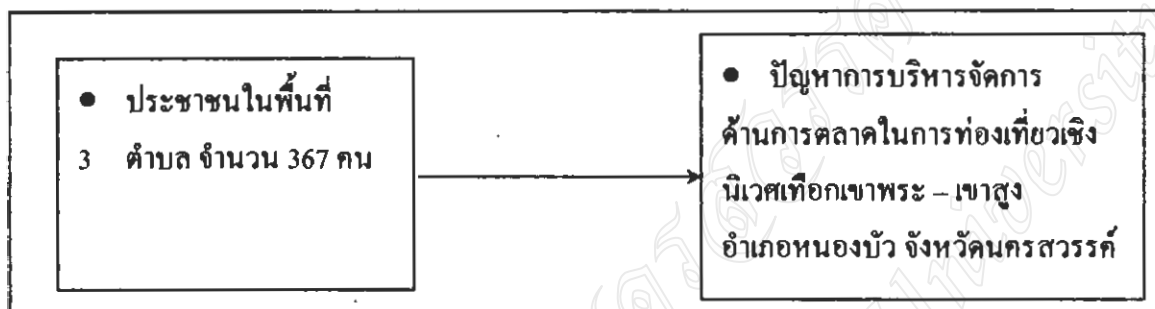
3.4 การขายโดยบุคคล เป็นการติดต่อสื่อสารแบบ 2 ทาง (Two-way Communication) ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถต่อรอง ชักถามข้อสงสัย เพื่อให้เกิดความเข้าใจอันดีต่อผลิตภัณฑ์ หรือการบริการ ข้อมูลข่าวสารที่ลูกค้าได้รับ ก็สามารถย้อนกลับถึงหน่วยผลิต โดยผ่านการขายโดยบุคคล

4 สถานที่ (Place) หรือ ช่องทางการจำหน่าย (Distribution) ในที่นี้หมายถึง จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อกับบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึง ระบบการจอง โดยทางจดหมาย โทรศัพท์ หรือระบบสื่อสารอื่น ๆ

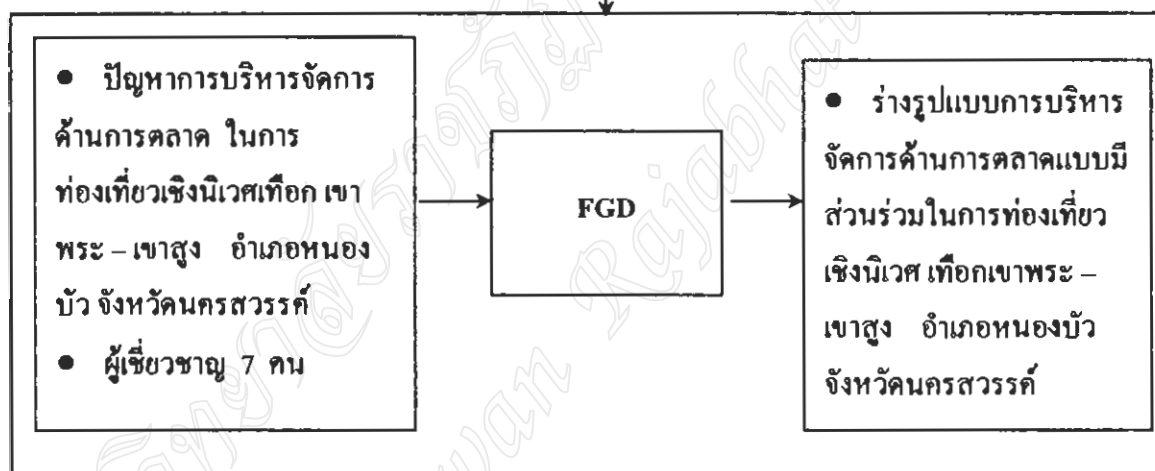
กรอบความคิดในการวิจัย

กรอบความคิดในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ช่วงดังนี้

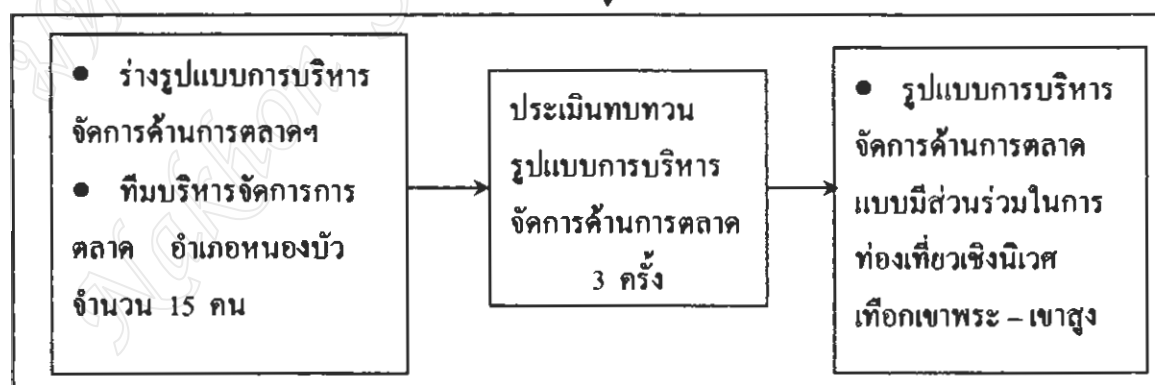
ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหา



ช่วงที่ 2 ร่างรูปแบบ



ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวน



ภาพที่ 2.6 กรอบความคิดในการวิจัย รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงในปัญหา และหารูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการวิจัย
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ขั้นตอนการวิจัย

ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง มี ขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาเอกสาร นโยบายรัฐบาล เสวนากับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับโครงการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว

2. ศึกษาปัญหาโดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบุคคลที่อยู่ในพื้นที่ อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

3. ปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษาในมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์

4. สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่อำเภอหนองบัวเกี่ยวกับมุมมองทัศนคติของชุมชนมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือ

5. กำหนดขอบข่ายการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวิจัยและพัฒนา

6. สร้างแบบสอบถามปัญหาด้านการตลาด โดยให้ครอบคลุมกรอบการพัฒนาด้านการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

7. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น ไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องก่อน แล้วจึงให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) จำนวน 3 คน

8. นำแบบสอบถามมาแก้ไขปรับปรุงตามที่อาจารย์ผู้ทรงคุณวุฒิ ได้เสนอแนะ แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับชุมชน ในอำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม

9. นำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูล กับกลุ่มตัวอย่างในอำเภอหนองบัว 367 คน

10. นำข้อมูลจากแบบสอบถามมาหาค่า ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรม SPSS และทำการแปลผล

ช่วงที่ 2 ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มีขั้นตอนดังนี้

1. นำผลที่ได้จากการแปลค่าทางสถิติการวิจัยมาทำการวิเคราะห์เพื่อกำหนดกระบวนการและวิธีการ ในการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด

2. ผู้วิจัยร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม

3. นำรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดที่ร่างขึ้นจัดประชุมสนทนากลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นรับรองร่างรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง

ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยทีมบริหารจัดการการตลาด จำนวน 3 ครั้ง เพื่อให้ได้รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 1 ในการหาปัญหาด้านการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง ประชากรได้แก่ประชาชนในชุมชน และผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่ 3 ตำบล คือ ตำบลทุ่งทอง ตำบลหนองบัว และ ตำบลหนองกลับ จำนวน 7,732 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 43) จำนวน 367 คน

ช่วงที่ 2 ในการร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ประชากร คือ ผู้เชี่ยวชาญ 7 คน

ช่วงที่ 3 ประชากร และ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินทบทวน ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยทีมบริหารจัดการการตลาด จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่นักวิจัยสร้างขึ้นเอง โดย แบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 แบบสอบถามปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มี 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเช็กลิสต์

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ

ช่วงที่ 2 การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ใช้แบบบันทึกการประชุมสนทนากลุ่ม

ช่วงที่ 3 การประเมินทบทวนรูปแบบ ใช้แบบประเมินรูปแบบ การบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มี 3 ระดับ ระดับ 1 ดี 2 พอใช้ 3 ปรับปรุง

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ช่วงที่ 1 แบบสอบถามมีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

1. ทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่จะทำการวิจัย
2. ศึกษาระเบียบวิธีการวิจัย แบบมีส่วนร่วม เกี่ยวกับการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ
3. นำแนวความคิด และทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างแบบสอบถาม โดยให้มีเนื้อหาสาระครอบคลุมเนื้อเรื่องที่ต้องการ
4. นำแบบสอบถาม ที่ได้สร้างขึ้นไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบความตรงของเนื้อหาขอคำวิจารณ์ และข้อควรแก้ไข แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขตามที่ได้รับคำแนะนำ

โดยผู้เชี่ยวชาญประกอบด้วย

1. รศ.ดร.ธานี เกสทอง
2. ดร.จุฑาภรณ์ เจริญนุทศ
3. ผศ.ธนัส มีศรีสวัสดิ์

5. นำแบบสอบถาม ที่ได้มาแก้ไขปรับปรุง ตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ แล้วนำแบบสอบถามไปทดลองกับชุมชนใน อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ จำนวน 30 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม และนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยงทางสถิติโดยคำนวณค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของคอนบาค (Cronbach)

ช่วงที่ 2 แบบบันทึกสนทนากลุ่ม

1. จัดประชุมสนทนากลุ่ม ตามรูปแบบการสนทนา โดยใช้ผู้ร่วมประชุมประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน
2. ในการประชุมสนทนากลุ่ม พิธีกรเป็นผู้แนะนำข้อประชุม และกล่าวเชิญประธานในที่ประชุม ดำเนินการจัดประชุมสนทนากลุ่ม โดยควบคุมให้อยู่ในกรอบ ในประเด็นของวัตถุประสงค์ในการจัดการประชุม ตามเวลาที่ กำหนด (9 ตุลาคม 2548 ณ ห้องประชุม กศน.)
3. ผู้บันทึกการประชุม ในที่นี้คือ นายชำนาญ ภูนาง ทำการบันทึกและเก็บหลักฐานการประชุม โดยใช้แบบบันทึก กล้องบันทึกภาพ และเทปบันทึกเสียง

ช่วงที่ 3 ประเมินรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มีขั้นตอนดังนี้

1. นำแนวความคิด และ ทฤษฎีที่ได้จากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้างแบบประเมินให้มีเนื้อหาสาระครอบคลุมเรื่องที่ต้องการ
2. นำแบบประเมินให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบ ขอคำแนะนำ
3. นำร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด ให้กลุ่มการตลาดจำนวน 15 คน ในอำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ พิจารณา และประเมิน ตามแบบประเมินที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 3 ครั้ง
4. นำผลการประเมินมาทำการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ไปยังนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบัว หนองกลับ พุ่งทอง และผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนอนุบาลหนองบัว และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลกลับคืนกับผู้บริหารสถานศึกษา และผู้นำท้องถิ่น

2. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริหารสถานศึกษา และ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 3 ตำบล เพื่อแจกแบบสอบถามให้กับนักเรียน ชีวราชการครู ชุมชน รวมถึงผู้เกี่ยวข้อง ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 367 ชุด ได้ข้อมูลกลับคืนมา 100 %

ช่วงที่ 2 ประชุมสนทนากลุ่มมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอนหนังสือ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เชิญผู้เชี่ยวชาญร่วมประชุม สนทนากลุ่ม

2. ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิด ข้อพิจารณา และข้อเสนอแนะ

3. จัดบันทึกการประชุม และเก็บเอกสารลงความเห็นชอบในร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ไว้เป็นหลักฐาน

ช่วงที่ 3 ประเมินบททวนมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอความร่วมมือไปยังประธานกลุ่มการบริหารจัดการด้านการตลาด และ คณะกรรมการกลุ่มการบริหารจัดการด้านการตลาด ร่วมประเมินบททวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

2. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด และปัญหาในการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ที่นักวิจัยค้นพบในช่วงที่ 1

3. ประเมินผลโดยกลุ่มบริหารจัดการด้านการตลาด จำนวน 15 คน และ ประเมินตามสภาพจริง

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

วิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามปัญหารูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มีขั้นตอนดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทุกฉบับ
2. ให้คะแนนแบบสอบถาม
3. นำคะแนนที่ได้จากตอนที่ 1 และตอนที่ 2 มาหาค่าสถิติด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

โปรแกรม SPSS

4. การแปลความหมาย ของคะแนนค่าเฉลี่ย ของปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ใช้เกณฑ์ดังนี้ (ประคอง วรรณสูตร, 2537 : 77)

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายความว่า ปัญหาน้อยที่สุด

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายความว่า ปัญหาน้อย

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายความว่า ปัญหาปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายความว่า ปัญหามาก

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายความว่า ปัญหามากที่สุด

ช่วงที่ 2 ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

วิเคราะห์โดยใช้ข้อมูลปัญหาที่ได้จากช่วงที่ 1 กำหนดยุทธศาสตร์ในการแก้ปัญหา ผู้วิจัยร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ นำเข้าที่ประชุมสนทนากลุ่มโดยผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นชอบในร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวน รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ดังนี้

1. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบประเมิน
2. ให้ค่าตามองค์ประกอบเกณฑ์คุณภาพของการประเมินรูปแบบ

สถิติที่ใช้

1. ร้อยละ
2. ค่าเฉลี่ย (\bar{X})
3. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบบบันทึกสนทนากลุ่ม และแบบประเมิน นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ตามหลักวิชา และนำเสนอผลการศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง

ช่วงที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการตลาด มี 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ช่วงที่ 2 การวิเคราะห์ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ช่วงที่ 3 การวิเคราะห์ผลการประเมินทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ กำหนดสัญลักษณ์เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

\bar{X} แทนค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean)

S.D. แทนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

ช่วงที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ตอบแบบสอบถาม และผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการตลาด มี 2 ตอน

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 4.1 จำนวนร้อยละข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	151	41.10
หญิง	216	58.90
รวม	367	100.00

จากตารางที่ 4.1 พบว่า มีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด เป็นชาย 151 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 เป็นหญิง 216 คน คิดเป็นร้อยละ 58.90 ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

ตารางที่ 4.2 แสดงจำนวนร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 30 ปี	81	22.07
30 – 40 ปี	103	28.07
มากกว่า 40 ปี	183	49.86
รวม	367	100.00

จากตารางที่ 4.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 22.07 อายุระหว่าง 30 - 40 ปี จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 28.07 อายุมากกว่า 40 ปี จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 49.86 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 40 ปี

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด
แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว
จังหวัดนครสวรรค์ที่เป็นปัญหาในภาพรวม

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
1	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	2.90	1.18	ปานกลาง	3
2	ด้านราคาของสินค้าและบริการในเรื่อง การท่องเที่ยว	3.51	1.16	มาก	2
3	ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว	3.52	1.14	มาก	1
4	ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว	2.44	1.26	น้อย	4
	รวมเฉลี่ย	3.01	1.25	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.3 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่าปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด
แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับ
มาก อันดับสูงสุด ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$)
รองลงมา คือ ด้านราคาของสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$)
และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.44$)

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด
แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว
จังหวัดนครสวรรค์ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว				
1	ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว	2.30	1.05	น้อย	15
2	ทรัพยากรธรรมชาติได้แก่ภูเขาหินสีชมพู	2.35	1.16	น้อย	14
3	ความน่าสนใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน	2.20	1.12	น้อย	16
4	ขาดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม	2.87	1.00	ปานกลาง	10
5	การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	2.93	1.16	ปานกลาง	8
6	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลรักษาทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว	2.79	1.27	ปานกลาง	11
7	ที่พักร้านอาหารสำหรับอำนวยความสะดวกและบริการแก่นักท่องเที่ยว	2.93	1.24	ปานกลาง	8
8	การจัดการด้านที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ	3.40	1.07	ปานกลาง	2
9	ขาดข้อมูลด้านราคาที่พัก อาหาร และบริการอื่นๆ	3.21	1.42	ปานกลาง	4
10	การมีส่วนร่วมของชุมชนในเรื่องที่พัก อาหารและบริการอื่นๆ	3.20	1.41	ปานกลาง	5
11	นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย	2.51	1.27	ปานกลาง	13
12	การจัดการด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว	3.56	1.15	มาก	1
13	เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และวิทยุ ที่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว	3.32	1.11	ปานกลาง	3

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปดผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
14	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการให้ข้อมูล และ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.12	1.16	ปานกลาง	6
15	แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่น หรือ จุดที่ดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความประทับใจ	2.78	1.20	ปานกลาง	12
16	ราคาที่เสนอแก่นักท่องเที่ยวมีความเหมาะสม ตามฤดูกาล	2.95	1.04	ปานกลาง	7
	รวมเฉลี่ย	2.90	1.18	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.4 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ปัญหาการการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง อันดับสูงสุด ได้แก่ การจัดการด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมา ได้แก่ การจัดการด้านที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ความน่าสนใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน ($\bar{X} = 2.20$)

ตารางที่ 4.5 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
17	ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว ราคาของสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว	3.25	1.05	ปานกลาง	4
18	การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในด้านของราคาที่พัก อาหาร และการบริการ	3.59	1.17	มาก	2
19	ข้อมูลด้านราคาสินค้าและบริการ	3.56	1.15	มาก	3
20	ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ	3.64	1.25	มาก	1
	รวมเฉลี่ย	3.51	1.16	มาก	

จากตารางที่ 4.5 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.5$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันดับสูงสุด ได้แก่ ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมาได้แก่ การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในด้านของราคาที่พัก อาหาร และการบริการ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.59$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ราคาของสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$)

ตารางที่ 4.6 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
	ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว				
21	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว	3.26	1.13	ปานกลาง	11
22	การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	3.37	1.19	ปานกลาง	10
23	ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	3.47	0.96	ปานกลาง	8
24	มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เช่น การใช้ตัวอย่างสินค้า การเสนอส่วนลด การเสนอของแถม การแข่งขันการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.57	1.11	มาก	5
25	การจัดการในการส่งเสริมการขายเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	3.44	1.06	ปานกลาง	9
26	ข้อมูลหรือการให้ความรู้ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย	3.58	1.13	มาก	3
27	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการขาย	3.58	1.27	มาก	3
28	ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์	3.53	1.24	มาก	7
29	ความถี่ของการประชาสัมพันธ์	3.73	1.09	มาก	1
30	ความรอบรู้ในการให้ข้อมูล และความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์	3.56	1.20	มาก	6
31	การสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยว	3.66	1.11	มาก	2
	รวมเฉลี่ย	3.52	1.14	มาก	

จากตารางที่ 4.6 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ปัญหาการการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อันดับสูงสุด ได้แก่ ความถี่ของการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) รองลงมา ได้แก่ การสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยวอยู่ในระดับ มาก ($\bar{X} = 3.66$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ การโฆษณา ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$)

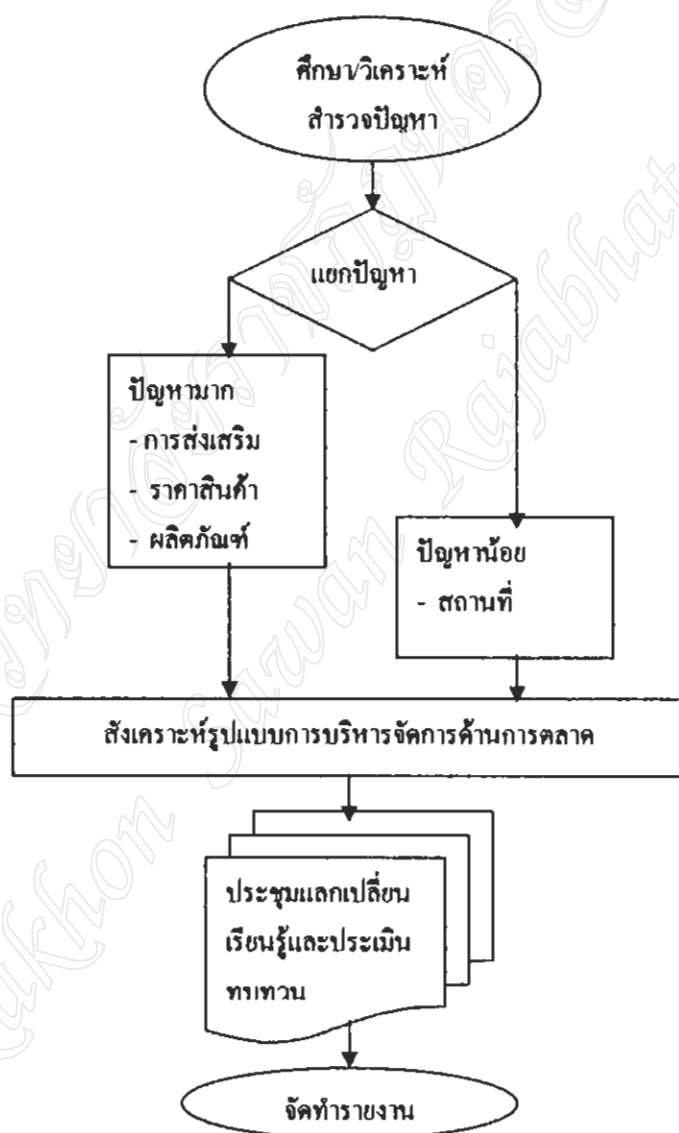
ตารางที่ 4.7 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว

ลำดับที่	ประเด็นปัญหา	ระดับปัญหา		แปลผล	อันดับ
		\bar{X}	S.D.		
	ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว				
32	ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว	2.49	1.32	น้อย	5
33	ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	2.19	1.19	น้อย	8
34	ทัศนียภาพบรรยากาศและความสวยงามบริเวณแหล่งท่องเที่ยว	2.65	1.39	ปานกลาง	4
35	ความสะดวกสบายของที่นั่งพักผ่อน	2.79	1.28	ปานกลาง	1
36	การออกแบบตกแต่งสถานที่	2.22	1.31	น้อย	6
37	ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ	2.73	1.38	ปานกลาง	2
38	ความเหมาะสมของที่จอดรถ	1.92	1.07	น้อย	9
39	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์	2.73	1.23	ปานกลาง	2
40	การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การบรรยาย การจัดฉายวีดิทัศน์ บอร์ดนิทรรศการ	2.22	1.20	น้อย	6
	รวมเฉลี่ย	2.44	1.26	น้อย	

จากตารางที่ 4.7 เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย อันดับสูงสุด ได้แก่ ความสะดวกสบายของที่นั่งพักผ่อน อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.79$) รองลงมา ได้แก่ ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ , สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.73$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ความเหมาะสมของที่จอดรถ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.92$)

ช่วงที่ 2 การวิเคราะห์ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ร่างรูปแบบจากผลการวิเคราะห์ระดับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบ
มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
โดยผู้วิจัยนำร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด เข้าประชุมสนทนากลุ่ม ให้ผู้เชี่ยวชาญมี
ความเห็นชอบ ในรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด ซึ่งผลการประชุมสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ
ทุกท่าน มีความเห็นชอบกับรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด ที่ผู้วิจัยร่างขึ้น ดังนี้



ภาพที่ 4.1 รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ผลการวิเคราะห์ระดับปัญหา การบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วม ในการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยคัดแยกปัญหา
ออกเป็นปัญหาระดับปานกลางถึงมาก และปัญหาระดับปัญหาน้อยได้ดังต่อไปนี้

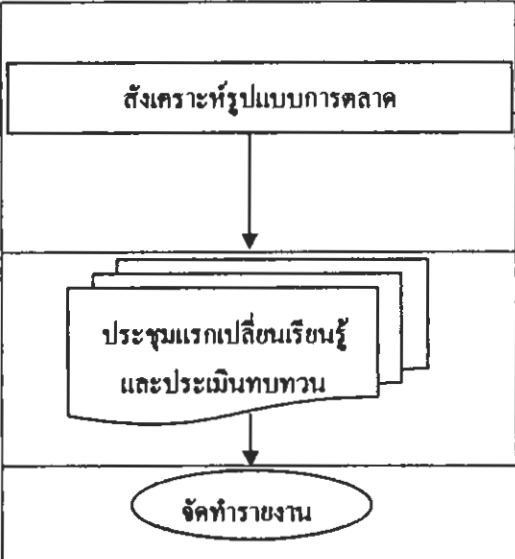
ปัญหาระดับปานกลางถึงมาก	ยุทธศาสตร์แก้ไขปรับปรุง
<ul style="list-style-type: none"> ★ ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ★ ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว ★ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว 	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดประชุมสนทนากลุ่ม (F.G.D.) 2. สร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด 3. พัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาด <ol style="list-style-type: none"> 3.1 ด้านการส่งเสริมการตลาด <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวทางสื่อวิทยุ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต โดยความร่วมมือกันของหน่วยงานภาคเอกชน และรัฐ รวมถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดการท่องเที่ยว - จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบงานประจำปีเพื่อส่งเสริมและดึงดูดนักท่องเที่ยว และให้ใช้โอกาสนี้ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด 3.2 ด้านราคาสินค้า <ul style="list-style-type: none"> - จัดตั้งกลุ่มร้านค้าและผู้ประกอบการท่องเที่ยวในการควบคุมคุณภาพและราคาของสินค้า การบริการการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ โดยมีทุกภาคส่วนร่วมในการดำเนินการด้วย (มีส่วนร่วม) 3.3 ด้านผลิตภัณฑ์ <ul style="list-style-type: none"> - จัดชุดอำนวยความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวโดยการ

ปัญหาระดับปานกลางถึงมาก	ยุทธศาสตร์แก้ไขปรับปรุง
	<p>จัดตั้งศูนย์อำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว อำเภอหนองบัว</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำทะเบียนที่พัก ร้านอาหาร และบริการต่าง ๆ เช่น แผนที่แหล่งท่องเที่ยว เอกสารแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว ต่าง ๆ นำเสนอในรูปแบบเอกสาร สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ ให้กับนักท่องเที่ยว - ให้ประชาชนที่มีส่วนได้รับประโยชน์ในการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะเรื่องความสะอาด <p>กิจกรรมสนับสนุน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาดูงาน 2. อบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด 3. จัดทดลองเที่ยว 4. ประเมินผล

ปัญหาระดับน้อย	ยุทธศาสตร์การวิจัย
ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว	<ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากร ของสิ่งแวดล้อมและสถานที่ 2. จัดกิจกรรมเสริมความรู้ใหม่ๆ 3. กิจกรรมฝึกทักษะเพื่อให้เกิดความชำนาญอยู่เสมอ

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
Rajabhat Surin Rajabhat University

กระบวนการมาตรฐาน	วิธีมาตรฐาน	บันทึกมาตรฐาน
<p>ศึกษาวิเคราะห์ สํารวจปัญหา</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาเอกสาร คำรา งานวิจัย เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้าน การตลาด 2. สร้างเครื่องมือสํารวจปัญหา 3. หาค่า I.O.C. โดยปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ 4. สํารวจปัญหาการบริหารจัดการ ด้านการตลาด 4. หาค่าความเที่ยง 5. วิเคราะห์ปัญหา 	<p>แบบบันทึก</p> <p>แบบสอบถาม</p> <p>แบบหาค่า I.O.C.</p> <p>แบบสอบถาม</p> <p>แบบวิเคราะห์ Reliability</p> <p>แบบตารางแปรผล</p>
<p>แยกปัญหา</p>	<p>ปัญหาระดับมาก</p> <p>ปัญหาระดับน้อย</p>	<p>แบบตารางแยกปัญหา</p>
<p>ปัญหามาก</p> <ul style="list-style-type: none"> - การส่งเสริม - ราคาสินค้า - ผลិតภัณฑ์ 	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ FGD 2. สร้างรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาด 3. พัฒนาการบริหารจัดการด้าน การตลาด <ol style="list-style-type: none"> 3.1 ด้านการส่งเสริม 3.2 ด้าน ราคาสินค้า 3.3 ด้านผลิตภัณฑ์ <p>กิจกรรมสนับสนุน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาดูงาน 2. อบรมให้ความรู้ 3. จัดทดลองเที่ยว 4. ประเมินผล 	<p>แบบบันทึกการประชุมกลุ่ม</p> <p>รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาด</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบสรุปรประเมินผล</p>
<p>ปัญหาน้อย</p> <p>- สถานที่</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมสร้างความตระหนัก 2. จัดกิจกรรมเสริมความรู้ใหม่ๆ 3. กิจกรรมฝึกทักษะเพื่อให้เกิด ความชำนาญ ชำนาญอยู่เสมอ 	<p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p> <p>แบบประเมิน</p>

 <p>สังเคราะห์รูปแบบการตลาด</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. กระบวนการสนทนากลุ่ม (F.G.D.) 2. สังเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด 	<p>แบบบันทึกการประชุมกลุ่ม รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาด</p>
<p>ประชุมแรกเปลี่ยนเรียนรู้ และประเมินบททวน</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ประเมินบททวน 1 2. ประเมินบททวน 2 3. ประเมินบททวน 3 	<p>แบบประเมินบททวน 1 แบบประเมินบททวน 2 แบบประเมินบททวน 3</p>
<p>จัดทำรายงาน</p>	<p>รายงานผล</p>	<p>แบบเอกสารรายงานผล การวิจัย</p>

ช่วงที่ 3 ผลการวิเคราะห์การประเมินทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด

ตารางที่ 4.8 แสดงผลการประเมินทบทวนการทดลองใช้รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตัวชี้วัด	ผลการประเมิน			สรุป
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 3	
ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	ปรับปรุง	พอใช้	พอใช้	พอใช้
ราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว	ปรับปรุง	ปรับปรุง	พอใช้	พอใช้
การส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว	ปรับปรุง	ดี	ดี	ดี
สถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว	ปรับปรุง	พอใช้	พอใช้	พอใช้

จากตารางที่ 4.8 ผลการประเมินทบทวนรูปแบบในภาพรวม พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว และสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับพอใช้ และการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืนเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะการวิจัย ดังนี้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดจุดมุ่งหมายของการวิจัยไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัญหาด้านการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ช่วงที่ 1 ในการหาปัญหาด้านการตลาด ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง ประชากรได้แก่ประชาชนในชุมชนและผู้นำท้องถิ่นในพื้นที่ 3 ตำบล คือ ตำบลทุ่งทอง ตำบลหนองบัว และ ตำบลหนองกลับ จำนวน 7,732 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie and Morgan (บุญชม ศรีสะอาด. 2535 : 43) จำนวน 367 คน

ช่วงที่ 2 ในการสร้างรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้เชี่ยวชาญ 7 คน

ช่วงที่ 3 ประชากร และ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการประเมินบทบาทน ร่่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ประกอบด้วยทีมบริหารจัดการด้านการตลาด จำนวน 15 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล เป็นแบบสอบถามที่นักวิจัยสร้างขึ้นเอง โดยแบ่งออกเป็น 3 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 แบบสอบถามปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ แบ่งข้อคำถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบเช็คลิส

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 40 ข้อ

ช่วงที่ 2 การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ใช้แบบบันทึกการประชุมสนทนากลุ่ม

ช่วงที่ 3 การประเมินบทบาทนรูปแบบ ใช้แบบประเมินรูปแบบ การบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มี 3 ระดับ ระดับ 1 คื 2 พอใช้ 3 ปรับปรุง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ช่วงที่ 1 ศึกษาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ มีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยขอหนังสือ ขอความอนุเคราะห์ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการวิจัย จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ไปยังนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบัว หนองกลับ ท่งทอง และ ผู้บริหารสถานศึกษาของโรงเรียนอนุบาลหนองบัว และขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูล กลับคืน กับผู้บริหารสถานศึกษา และผู้นำท้องถิ่น

2. ผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้กับผู้บริหารสถานศึกษา และนายกองค์การบริหารส่วนตำบลทั้ง 3 ตำบล เพื่อแจกแบบสอบถามให้กับประชาชนในชุมชน และผู้นำท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง ในการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามทั้งหมด 367 ชุด ได้ข้อมูลกลับคืนมา 100 %

ช่วงที่ 2 ประชุมสนทนากลุ่มมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอนหนังสือ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ เชิญผู้เชี่ยวชาญร่วมประชุม สนทนากลุ่ม
2. ผู้เข้าร่วมประชุมให้ความคิด ข้อพิจารณา และข้อเสนอแนะ
3. จัดบันทึกการประชุม และ เก็บเอกสารลงความเห็นชอบ ในร่างรูปแบบ การบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ไว้เป็นหลักฐาน

ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวนมีขั้นตอนดังนี้

1. ขอความร่วมมือไปยังประธาน และคณะกรรมการกลุ่มการบริหารจัดการด้านการตลาดร่วมปฏิบัติในการประเมินทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการด้านการตลาด และปัญหาในการพัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ที่นักวิจัยค้นพบในช่วงที่ 1
3. ประเมินผลโดยกลุ่มบริหารจัดการด้านการตลาด จำนวน 15 คน และประเมินตามสภาพจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล

ช่วงที่ 1 การหาปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาด ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมา ทำการวิเคราะห์เพื่อหาค่าสถิติ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS

ช่วงที่ 2 ร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวนรูปแบบ วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสรุปผลการประเมินรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

1. มีปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าส่วนใหญ่อยู่ในระดับมาก อันดับสูงสุด ได้แก่

ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมา ได้แก่ ปัญหาด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และอันดับต่ำสุด ได้แก่ ปัญหาด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.44$)

2. รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ เป็นระบบซึ่งมีกระบวนการขั้นตอน ดังต่อไปนี้

2.1 ศึกษาวิเคราะห์ / สำรวจปัญหา โดยการศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการด้านการตลาด สำรวจปัญหาการตลาด หาค่าความเชื่อมั่น (I.O.C.) โดยการศึกษาผู้เชี่ยวชาญ หาค่าความเที่ยง ทำการสำรวจปัญหา และวิเคราะห์ปัญหา

2.2 แยกปัญหา เป็น ปัญหาระดับมาก และปัญหาระดับน้อย โดยใช้แบบตารางแยกปัญหา

2.3 ปัญหาระดับมากให้ทำกิจกรรมดังนี้

กิจกรรมหลัก

1. จัดประชุมสนทนากลุ่ม
2. สร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด
3. พัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาด

3.1 ด้านการส่งเสริม

3.2 ด้าน ราคาสินค้า

3.3 ด้านผลิตภัณฑ์

กิจกรรมสนับสนุน

1. ศึกษาดูงาน
2. อบรมให้ความรู้
3. จัดทดลองเที่ยว
4. ประเมินผล

2.4 ปัญหาระดับน้อยให้ทำกิจกรรมดังนี้

2.4.1 กิจกรรมสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ทรัพยากร สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

2.4.2 จัดกิจกรรมเสริมความรู้ใหม่ๆ

2.4.3 จัดกิจกรรมฝึกทักษะเพื่อให้เกิดความ ชำนิ ชำนาญอยู่เสมอ

2.5 สังเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยใช้กระบวนการ การสนทนากลุ่ม (F.G.D.) หลังจากนั้นจึงทำการประเมิน ทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ได้จัดระดับไว้ 3 ระดับ คือ ดี พอใช้ และปรับปรุง ผลการประเมินเฉลี่ยจากการประเมิน 3 ครั้ง อยู่ในระดับ ดี 1 ด้าน ได้แก่ ด้านการ ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ระดับพอใช้ 2 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านสถานที่ ของแหล่งท่องเที่ยว และด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปรับปรุง ทั้งนี้ วิเคราะห์จากระบบการวางแผน (Plan) การปฏิบัติ (Do) ตรวจสอบ (Check) และปรับปรุง (Act)

2.6 จัดทำรายงาน

อภิปรายผลการวิจัย

ผลของการวิจัยในการศึกษาปัญหา รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ อยู่ในระดับปานกลาง และ สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุชา ปัญจพันธ์ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบนพื้นที่สูง : กรณีศึกษา ตำบลผาช้างน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ผลการวิจัย พบว่าการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของตำบลผาช้างน้อย ซึ่งอยู่ในระยะเริ่มต้นของการดำเนินงาน โดยมีองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศครบถ้วน คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งที่เกี่ยวกับธรรมชาติเป็นหลัก
2. องค์ประกอบด้านการจัดการที่คำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้จากการ

ท่องเที่ยว

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่น ในทุกขั้นตอนของการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เทียบ เหล่าสุวรรณ (2541) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ลักษณะองค์ประกอบของการจัดการธุรกิจชุมชนในชนบทที่สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตรทำางแนว อำเภอเวียงน้อย จังหวัดขอนแก่น ผลการศึกษาพบว่า สหกรณ์ใช้กลุ่มเป็นเครื่องมือสำคัญในการ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ประกอบธุรกิจภายใต้ธุรกิจสามขา คือ ทู่น การผลิต การตลาด ลักษณะ องค์ประกอบของการจัดการธุรกิจของสหกรณ์ ได้แก่ การจัดการเงินทุน การจัดการผลิต และการ แปรรูป การจัดการตลาด ทั้งนี้ การจัดการธุรกิจในแต่ละด้านสหกรณ์กระบวนการเรียนรู้จากการ ปฏิบัติจริง โดยสรุปบทเรียนร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ผสมผสานกับการจัดการสมัยใหม่ที่กระทำผ่าน

ขั้นตอนการจัดการ คือ การตัดสินใจ การวางแผน การดำเนินการตามแผน และการควบคุมตรวจสอบ ซึ่งทุกขั้นตอนมีกระบวนการมีส่วนร่วมสอดคล้อง

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดอยู่ในระดับปานกลางนั้น น่าจะเป็นเพราะว่า

1. ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว และ ด้านราคาของสินค้าและบริการ ในเรื่องการท่องเที่ยว พบว่า มีระดับปัญหาอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับ (สมภพ เจริญนุทต และคณะ. 2547 : 296) ในด้านการตลาดมีปัญหาในระดับมาก มีความต้องการมาก (เดือนใจ บรรเจิดกิจ. 2544 : 81) ในด้านการตลาด ด้านราคา มี ปัญหาในระดับมาก และสอดคล้องกับ สุริยา สัมจันทร์ (2545:83) แผนการส่งเสริมการตลาดเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เพื่อให้ข้อมูลข่าวสารเข้าถึงนักท่องเที่ยว กลุ่มเป้าหมาย และสอดคล้องกับ มนัส สุวรรณ (2541) การส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย ส่วนผสม 4 อย่างด้วยกัน คือ การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการขาย โดยบุคคล ส่วนประกอบทั้ง 4 อย่างนี้ เรียกว่า “ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด” ทั้งนี้เพราะระบบกลไกในการดำเนินการด้านดังกล่าวยังขาดการประสานร่วมมือจากบุคคล ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในอำเภอหนองบัว รวมถึงการจัดการด้านผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวยังไม่มีความลงตัว และการประสานความร่วมมือเพื่อส่วนรวมในทุกภาคส่วนยังไม่ดีพอ

2. ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว พบว่า มีระดับปัญหาในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ สุริยา สัมจันทร์ (2545 : 82) แหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดเตรียมองค์ประกอบของสินค้าทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึง ทั้งนี้เพราะ องค์ประกอบต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวยังไม่มีความเหมาะสมและลงตัว

3. ปัญหาด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า มีระดับปัญหาอยู่ในระดับน้อยซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนัส สุวรรณ (2541) จุดขายทั้งหมดที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อกับบริการด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะ ด้วยสภาพสังคมวัฒนธรรมดั้งเดิมที่อนุรักษ์และถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลัง รวมถึงสภาพภูมิประเทศที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนได้เป็นอย่างดี

การสร้างรูปแบบการบริหารจัดการ ด้านการตลาด แบบมีส่วนร่วม ในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ-เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า จากการนำปัญหาซึ่งเป็นสาเหตุของการบริหารจัดการด้านการตลาด มาสร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วม นั้นจะต้องมีลักษณะเป็นกระบวนการมาตรฐาน วิธีการมาตรฐาน และบันทึกมาตรฐาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมภพ เจริญนุทต และคณะ. 2547) รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ การวิจัยและพัฒนาารูปแบบมาตรฐานการพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบยั่งยืน :

กรณีศึกษาเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ งานวิจัยของ (จันทร์ รัตน์รัมย์. 2547) รายงานการวิจัยรูปแบบการรักษาความปลอดภัยแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ และงานวิจัยของ (อรนุช หิรัญคุปต์. 2537) รายงานการวิจัยรูปแบบการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมกับประชาชนบ้านห้วยน้ำหนัก อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ทั้งนี้เพราะ รูปแบบที่นำมาใช้ในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง นั้น จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ได้มาตรฐาน มีวิธีการที่ดีและเป็นที่ยอมรับของคนส่วนใหญ่ โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมอันดีงาม ดังนั้นรูปแบบจึงต้องมีลักษณะเป็นกระบวนการมาตรฐาน วิธีการมาตรฐาน และบันทึกมาตรฐาน

การประเมินบทบาทนรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด พบว่าผ่านระดับ ดี 1 ด้าน พอใช้ 2 ด้าน และปรับปรุง 1 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ สมชัย วิเศษมงคลชัย (2546 : 22) มีการติดตามตรวจสอบคุณภาพเป็นประจำและต่อเนื่องและการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งทุกฝ่ายล้วนเป็นนักวิจัยเหมือนกันหมด และเป็นวิจัยเชิงคุณภาพเช่นเดียวกับสถาบันดำรงราชานุภาพ (สมภพ เจริญนุทต และคณะ. 2547 : 248) ได้จัดระบบจัดชั้นตอนอย่างละเอียด ทั้งนี้เพราะการประเมินสามารถบอกให้ทราบถึงสาเหตุของข้อบกพร่องเพื่อนำไปสู่การพัฒนาให้ดีขึ้นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ระดับ อ.บ.ค. เทศบาล โรงเรียนในเขต กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน เจ้าอาวาสวัด และประชาชนชาวบ้านเป็นต้น ควรมีความตระหนักสำนึกเข้าร่วมขับเคลื่อนการพัฒนาในครั้งนี้ให้เกิดความตื่นตัว ไม่ว่าจะเป็นด้านการวางแผน การลงมือปฏิบัติ การตรวจสอบ และการปรับปรุงแก้ไข รวมไปถึงการติดตามประเมินผล เพื่อพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไป
2. ต้องการให้เกิดวัฒนธรรมในการทำงานอย่างต่อเนื่องในทุกภาคส่วน ที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จเกิดเป็นผลที่เป็นรูปธรรมอย่างแท้จริง
3. ควรใช้วิธีการรูปแบบของการมีส่วนร่วมในการทำงาน ในการฝึกอบรม และในการพัฒนาในทุกระบบ
4. สำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป ควรวิจัย ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ในการสร้างสิ่งมหัสจรรย์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวอำเภอหนองบัว มากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างรายได้ที่มั่นคงต่อไป

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. การดำเนินงานเรื่อง Ecotourism ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ :
โรงพิมพ์อมรินทร์, 2546.
- _____. โครงการกิจกรรมค่ายพักแรมเรียนรู้วิถีชีวิตพันธุ์ไม้และสัตว์ป่า จังหวัดตพบุรี. ลพบุรี :
ม.ป.ท., 2545. (อัดสำเนา)
- _____. “แผนแม่บท : โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
แห่งชาติ”. นิตยสารเชิงข่าว-วิเคราะห์รายเดือน ธุรกิจท่องเที่ยว, 14 (7) (กรกฎาคม 2544) :
7-13 .
- _____. “สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย”, จดสารการท่องเที่ยว,
14 (1) (2538) : 12
- จันทกร รื่นรมย์. รูปแบบการรักษาความปลอดภัยแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2547.
- เจิมศักดิ์ ปิ่นทอง. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ศักดิ์โสภา
การพิมพ์, 2528.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.
- เจลีชว บุรีภักดิ์ “ความหมายการมีส่วนร่วมของชุมชน” ใน ชุดวิชาการวิจัย. กรุงเทพฯ : เอส อาร์,
2545.
- ชมชวน บุญระหงษ์. เครือข่ายตลาดทางเลือกในภาคเหนือตอนบน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.
เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537.
- เดือนใจ บรรเจิดกิจ. การพัฒนารูปแบบการสร้างชุมชนเข้มแข็งด้านการตลาดของสถาบันราชภัฏ
นครสวรรค์ : กรณีศึกษากลุ่มอาชีพผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนด ตำบลเกษชัย อำเภอชุมแสง
จังหวัดนครสวรรค์. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏ
นครสวรรค์, 2544.
- ไครร์กัย สุนทรประภัสสร. “รัฐ-ชุมชน-เอกชน ร่วมท่องเที่ยว”, เดลินิวส์. 11 มกราคม 2543 หน้า 6.

- ทักษิณ ชินวัตร. นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร นายกรัฐมนตรี แดงต่อรัฐสภา. ม.ป.ท., 2544.
- เทียบ เหล่าสุวรรณ. การศึกษาลักษณะขององค์ประกอบของการจัดการธุรกิจ ขององค์กรชุมชน ในชนบทที่สามารถพึ่งตนเองได้ในทางธุรกิจ : ศึกษาเฉพาะกรณีสหกรณ์การเกษตร ทำนางแนวจำกัด ตำบลทำนางแนว อำเภอเวียงน้อย จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2541.
- นภวรรณ ฐานะกาญจน. “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางเลือกของการอนุรักษ์หรือแค่กระแสสังคม”, *เส้นทางสีเขียว* (2545) : 6.
- นราธิป สะอาดวุฒิเจริญ. การสื่อสารทางการตลาดของสินค้าระดับโลกในธุรกิจฟาส์ฟู้ดของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- นำชัย ทนุผล. “การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนบ้านโป่ง อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่”, *จุดสารการท่องเที่ยว*. 21(1) (มกราคม – มีนาคม 2545) : 48.
- นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โอ.เอส. พรินติ้ง เฮาส์, 2536.
- บุญชม ศรีสะอาด. การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2535.
- ประคอง กรรณสูตร. สถิติเพื่อการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ, 2537.
- ประวิทย์ เพชรมี. การมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรี ในการทำกิจกรรมการพัฒนาชุมชน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537.
- ปาริชาติ วลัยเสถียร และคณะ. กระบวนการและเทคนิคการทำงานของนักพัฒนา. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2543.
- ภราเดช พัทม์วิเชียร. “พัฒนาการท่องเที่ยวไทยในทิศทางที่ยั่งยืน”, *จุดสารการท่องเที่ยว*. 15 (2)(2539) : 22.
- ภักดี รัตนผล. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. เอกสารประกอบการบรรยาย หลักสูตรการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โครงการลงทุนเพื่อสังคม. เชียงราย : สถาบันราชภัฏเชียงราย, 2544. (อัคราเนนา)
- ภิญโญ แสงแก้ว. “การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสำหรับประเทศไทย”. *จุดสารการท่องเที่ยว*. 21(1) (มกราคม – มีนาคม 2545) : 33.

- มนัส สุวรรณ และคณะ . รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟู
ทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์(เชียงใหม่). เชียงใหม่ : บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2541.
- บุวดี นีรัตน์ตระกูล. “Eco – tourism : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” จดสารการท่องเที่ยว.
14 (3)(2538) : 36.
- ราไพพรรณ แก้วสุริยะ. “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ”. ในเอกสารประกอบการสัมมนาเรื่อง มาตรฐาน
การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. ห้องประชุมชั้น 2 อาคาร ICC ศูนย์แสดงสินค้า
นานาชาติอิมแพ็ค เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี, 24 พฤศจิกายน 2543.
- _____. “การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบทอย่างยั่งยืน”, ในเอกสารประกอบการบรรยาย เรื่อง
การจัดการท่องเที่ยวชนบท. ณ ห้องประชุมใหญ่ อาคารสมาคมพัฒนาประชากรและ
ชุมชน. กรุงเทพฯ : 2544. (อัดสำเนา)
- _____. “บทบาทและพันธกิจของชุมชน (ประชาชน) ต่องานพัฒนาการท่องเที่ยว”, อนุสาร
อ.ศ.ท. 43(8) (2545) : 118.
- วรรณพร วณิชชานุกร และสถาบันราชภัฏสวนดุสิต. นิเวศท่องเที่ยว : การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.
ม.ป.ท., 2542.
- วรรณภา วงษ์วานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2539.
- ววย.เอ็ม.ซี.เอ. เชียงราย และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยภาคเหนือ. ความคิดเห็นต่อ
รูปแบบความร่วมมือของภาคีต่างๆ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดเชียงราย.
เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการ. ม.ป.ท. ,2543.
- วิจัยป่าไม้,ศูนย์. คู่มือพัฒนาและออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวแบบการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. รายงานฉบับสมบูรณ์ เสนอ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541.
- วิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, สถาบัน. ประมวลความรู้เรื่องอุทยานแห่งชาติโดยสรุป : ปุย.
กรุงเทพฯ : กรมป่าไม้, 2540.
- _____. รายงานการวิจัยเรื่อง แผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ. รายงานฉบับย่อ
เสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544.
- _____. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-
2549). กรุงเทพฯ : ม.ป.ท.,2544.

- _____ . รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยว
ของประเทศไทย. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท., 2540.
- วิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, สถาบัน. รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินการเพื่อ
กำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ. กรุงเทพฯ : กองบริการที่ปรึกษา ศูนย์
บริการวิชาการ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2540.
- _____ . รายงานสรุปการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กองบริการที่ปรึกษา ศูนย์บริการวิชาการ, 2540.
- วิบูลย์ ศรีถัน. การวางแผนแบบมีส่วนร่วมของประชาชนเพื่อพัฒนาท้องถิ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2538 .
- วีระ ระบอบ. แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัด
นครสวรรค์ ในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2547 – 2556) วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.
นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2549.
- สมชัย วิเศษมงคลชัย. แนวทางการจัดความรู้เพื่อพัฒนาระบบมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศในชุมชน. กรุงเทพฯ : ม.ป.ท., 2546. (อัครสำเนา)
- สมภพ เจริญนาค และคณะ. การวิจัยและพัฒนารูปแบบมาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
อย่างยั่งยืน : กรณีศึกษา เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ .
นครสวรรค์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 2547.
- สุจิตราภา พันธุ์วิไล. รูปแบบการจัดการหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยชุมชนมีส่วนร่วม:
กรณีศึกษา บ้านห่อชา (อาข่า) ตำบลแม่ยาว อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์
ปริญญามหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.
- สุรเชษฐ์ เชนจุมาส. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : วิธีการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. จุลสารการท่องเที่ยว.
14(4): 25-28.
- สุริยา สัมจันทร์. การวิเคราะห์ส่วนผสมทางการตลาดของพิพิธภัณฑ์พื้นบ้านจำที อำเภอเมือง
จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
2545.
- อนุชา ปัญจพันธ์. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนพื้นที่สูง : กรณีศึกษา ตำบลผาช้างน้อย
อำเภอปง จังหวัดพะเยา. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่, 2545.

อรนุช หิรัญกุลปต์. รูปแบบการฝึกอบรมแบบมีส่วนร่วมกับประชาชน บ้านห้วยน้ำหนัก อำเภอ
สวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. เชียงใหม่ :
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2537.

Collier, Alan and Sue Harraway. **The New Zealand Tourism Industry**. Auckland : Longman,
1997.

Khan, Mahmood A., Michael D. Olsen and Turgut Var. **VNR'S Encyclopedia of Hospitality
and Tourism**. New York : Van Nostrand, 1993.

Kotler, Philip., John Bowen and James Makens. **Marketing for Hospitality and Tourism**.
New Jersey : Prentice-Hall, 1996.

Maguire, Patricia . **Doing Participatory Research : A Feminist Approach**. Massachusett :
Amherst University, 1987.

Mill, Robert Christie. **Tourism The International Business**. New Jersey : Prentice Hall ,
1990.

McIntosh, Robert W and Charles R. Goeldner. **Tourism Principle, Practices, Philosophies**.
_5thed. New York : John Wiley and Sons, 1986.

Schonwald, Josh. "Core Marketing Strategies" **Community Banker**. 9 (April 2000) : 20-3,46.

Tandon, Rajesh. "Soeial Transformation and Participatory Research". **Convergence**,
21(1988) : 2-3.

Ziffer, KA. **Ecotourism : The Uneasy Alliance**. Conservation Intemational, Los Angeles :
California. 1999.

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
Nakhon Sawan Rajabhat University

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

แบบหาค่า I.O.C

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
Rajabhat University

แบบสอบถามปัญหาการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่เป็นปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ตามสภาพความเป็นจริง

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ.....ปี
3. อาชีพ () เกษตรกรรม () รับจ้าง () ข้าราชการ
() นักเรียน – นักศึกษา () นักรูทกิจ () ค้าขาย () อื่นๆ

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่เป็นปัญหาในการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาแต่ละรายการที่ตรงกับความคิดเห็น
ของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 5 หมายถึง ปัญหาระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ปัญหาระดับมาก
- 3 หมายถึง ปัญหาระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ปัญหาระดับน้อย
- 1 หมายถึง ปัญหาระดับน้อยที่สุด

ข้อที่	รายการปัญหา	ระดับปัญหา					ค่า IOC		
		5	4	3	2	1	+1	0	-1
31	การสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยว								
☉	ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว								
32	ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว								
33	ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว								
34	ทัศนียภาพบรรยากาศและความสวยงามบริเวณแหล่งท่องเที่ยว								
35	ความสะดวกสบายของที่นั่งพักผ่อน								
36	การออกแบบตกแต่งสถานที่								
37	ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ								
38	ความเหมาะสมของที่จอดรถ								
39	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องนำ โทรศัพท์								
40	การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การบรรยาย การจัดฉายวีดิทัศน์ บอร์ดนิทรรศการ								

ลงชื่อ

ผู้วิจัย

(นายกนก กุณาง)

ลงชื่อ

ผู้เชี่ยวชาญ

(.....)

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
Nakhon Sawan Rajabhat University

ภาคผนวก ข

แบบสอบถามการวิจัย



แบบสอบถามปัญหาการวิจัย

เรื่อง

รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

เทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่เป็นปัญหาการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน () ตามสภาพความเป็นจริง

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ.....ปี
3. อาชีพ () เกษตรกรรม () รับจ้าง () ข้าราชการ
() นักเรียน – นักศึกษา () นักรูทกิจ () ค้าขาย
() อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 2 ข้อมูลที่เป็นปัญหาในการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว

เชิงนิเวศเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาแต่ละรายการที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด โดยมีเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

- 5 หมายถึง ปัญหาระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง ปัญหาระดับมาก
- 3 หมายถึง ปัญหาระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ปัญหาระดับน้อย
- 1 หมายถึง ปัญหาระดับน้อยที่สุด

ข้อที่	รายการปัญหา	ระดับปัญหา				
		5	4	3	2	1
๑	ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
1	ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว					
2	ทรัพยากรธรรมชาติได้แก่ภูเขาหินสีชมพู					
3	ความน่าสนใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์พื้นบ้าน					
4	ขาดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม					
5	การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว					
6	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลรักษาทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว					
7	ที่พักร้านอาหารสำหรับอำนวยความสะดวกและบริการแก่นักท่องเที่ยว					
8	การจัดการด้านที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ					
9	ขาดข้อมูลด้านราคาที่พัก อาหารและบริการอื่นๆ					
10	การมีส่วนร่วมของชุมชนในเรื่องที่พัก อาหารและบริการอื่นๆ					
11	นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย					
12	การจัดการด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว					
13	เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และวิทยุที่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว					
14	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการให้ข้อมูล และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
15	แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่น หรือจุดที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความประทับใจ					

ข้อที่	รายการปัญหา	ระดับปัญหา				
		5	4	3	2	1
16	ราคาที่เสนอแก่นักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมตามฤดูกาล					
➡	ด้านราคาของสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว					
17	ราคาของสินค้า และบริการในการท่องเที่ยว					
18	การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในด้านของราคาที่พัก อาหาร และการบริการ					
19	ข้อมูลด้านราคาสินค้า และบริการ					
20	ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาสินค้า และบริการ					
➡	ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว					
21	การโฆษณา ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว					
22	การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว					
23	ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว					
24	มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การใช้ตัวอย่างสินค้า การเสนอส่วนลด การเสนอของแถม การแข่งขันการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว					
25	การจัดการในการส่งเสริมการขายเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น					
26	ข้อมูลหรือการให้ความรู้ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย					
27	การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการขาย					
28	ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์					
29	ความถี่ของการประชาสัมพันธ์					
30	ความรอบรู้ในการให้ข้อมูล และความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์					

ข้อที่	รายการปัญหา	ระดับปัญหา				
		5	4	3	2	1
31	การสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยว					
☉	ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว					
32	ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว					
33	ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว					
34	ทิวทัศน์บรรยากาศและความสวยงามบริเวณ แหล่งท่องเที่ยว					
35	ความสะดวกสบายของที่นั่งพักผ่อน					
36	การออกแบบตกแต่งสถานที่					
37	ความสะอาดของบริเวณโดยรอบ					
38	ความเหมาะสมของที่จอดรถ					
39	สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ โทรศัพท์					
40	การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่นการบรรยาย การจัดฉายวีดิทัศน์ บอร์ดนิทรรศการ					

ภาคผนวก ค

การประชุมสนทนากลุ่ม

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
Nakhon Sawan Rajabhat University

สรุปบันทึกการประชุมสนทนากลุ่ม
วันที่ 9 ตุลาคม 2548
ณ ห้องประชุมการศึกษาออกโรงเรียนอำเภอหนองบัว

ผู้เข้าประชุม	1. คร.สมภพ	เจิมขุนทด	ประธาน
	2. กรวิภา	เกิดสงค์	
	3. นายขาว	พัคศรี	
	4. นายบุญ	ผู้กำจัด	
	5. นายสำรว	สินกลับ	
	6. นายเงิน	ศรสุรินทร์	
	7. นายประสาร	ประสาททอง	
	8. นายกนก	กุนาง	พิธีกร
	9. นายชำนาญ	กุนาง	ผู้บันทึก

เริ่มประชุมเวลา 9.00 น.

1. ประธานกล่าวเปิดประชุมและแนะนำสมาชิกที่เข้าร่วมประชุม
2. พิธีกร (ผู้วิจัย) กล่าวถึงความเป็นมาของการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง รูปแบบการบริหาร

จัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเทือกเขาพระ- เขาสูง อำเภอหนองบัว
จังหวัดนครสวรรค์ ดังนี้

- 2.1 จุดมุ่งหมายของการวิจัย
- 2.2 ขั้นตอนของการวิจัย
- 2.3 ผลการวิจัยช่วงที่ 1 (ศึกษาปัญหา) ช่วงที่ 2 (สร้างรูปแบบ)

ช่วงที่ 3 (ประเมินทบทวนรูปแบบ)

- 2.4 กิจกรรมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

3. ประธานเสนอภาพรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดแบบมีส่วนร่วมในการ
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ให้ที่ประชุมพิจารณา
โดยขอชี้บายว่า รูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาดนี้มีกระบวนการเริ่มต้นตั้งแต่

3.1 ช่วงที่ 1 การสำรวจปัญหาว่าในการท่องเที่ยวเทือกเขาพระ-เขาสูงมีปัญหาอะไร โดยการใช้แบบสอบถาม ผู้ตอบ คือ ประชาชน ผู้นำท้องถิ่น นักเรียน-นักศึกษา และนักท่องเที่ยว ของตำบลทุ่งทอง หนองบัว หนองกลับ จากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยตั้งคำถามไว้ 4 ด้าน พบว่า ในภาพรวมมีปัญหาอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน มีปัญหาระดับปานกลาง 1 ด้าน และมีปัญหาระดับน้อย 1 ด้าน คือ

1. ปัญหาในระดับมาก คือ ปัญหาด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว และปัญหาด้านราคาสินค้าและบริการ
2. ปัญหาระดับปานกลาง คือ ปัญหาด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
3. ปัญหาในระดับน้อย คือ ปัญหาด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว

3.2 ช่วงที่ 2 สร้างรูปแบบ

3.2.1 ผู้วิจัยได้นำปัญหาทั้งหมด 4 ด้าน รวม 40 ปัญหาซึ่งมีทั้งปัญหาระดับมาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มาคัดแยกออกเป็น 2 ส่วน เพื่อที่จะกำหนดยุทธศาสตร์ หรือวิธีการ แก้ไขปัญหา คือ ปัญหาระดับปานกลางถึงมาก มีจำนวน 32 ปัญหา ใช้ยุทธศาสตร์แก้ไขปรับปรุง ดังนี้

ปัญหาาระดับปานกลางถึงมาก	ยุทธศาสตร์แก้ไขปรับปรุง
<p>ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว</p> <p>การจัดการด้านความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>การจัดการด้านที่พัก ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ</p> <p>เอกสาร วารสาร สิ่งพิมพ์ สื่อโทรทัศน์ และวิทยุ ที่ให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว</p> <p>ขาดข้อมูลด้านราคาที่พัก อาหาร และบริการอื่นๆ</p> <p>การมีส่วนร่วมของชุมชนในเรื่องที่พัก อาหาร และบริการอื่นๆ</p> <p>การมีส่วนร่วมของชุมชนในการให้ข้อมูลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>ราคาที่พักที่เสนอแก่นักท่องเที่ยวมีความเหมาะสมตามฤดูกาล</p> <p>การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>ที่พักร้านอาหารสำหรับอำนวยความสะดวกและบริการแก่นักท่องเที่ยว</p> <p>ขาดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสม</p> <p>การมีส่วนร่วมของชุมชนในการดูแลรักษาทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่น หรือ จุดที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความประทับใจ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ FGD 2. สร้างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด 3. พัฒนาการบริหารจัดการด้านการตลาด <ol style="list-style-type: none"> 3.1 ด้านการส่งเสริมการตลาด 3.2 ด้านราคาสินค้า 3.3 ด้านผลิตภัณฑ์ 3.4 ด้านสถานที่ <p>กิจกรรมสนับสนุน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ศึกษาดูงาน 2. อบรมให้ความรู้ด้านการบริหารจัดการด้านการตลาด 3. จัดทดลองเที่ยว 4. ประเมินผล

ปัญหาในระดับปานกลางถึงมาก	ยุทธศาสตร์แก้ไขปรับปรุง
<p>นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสะดวกรวดเร็วและปลอดภัย</p> <p>ด้านราคาสินค้าและบริการในเรื่องการท่องเที่ยว</p> <p>ชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ</p> <p>การจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในด้านของราคาที่พัก อาหาร และการบริการ</p> <p>ข้อมูลด้านราคาสินค้าและบริการ</p> <p>ราคาของสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว</p> <p>ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว</p> <p>ความดีของการประชาสัมพันธ์</p> <p>การสร้างเครือข่ายการตลาดการท่องเที่ยว</p> <p>ข้อมูลหรือการให้ความรู้ในกิจกรรมการส่งเสริมการขาย</p> <p>การมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมการขาย</p> <p>มีการส่งเสริมการขายในรูปแบบต่าง ๆ</p> <p>เช่น การใช้ตัวอย่างสินค้า การเสนอส่วนลด การเสนอของแถม การแข่งขันการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว</p> <p>ความรอบรู้ในการให้ข้อมูล และความหลากหลายของสื่อประชาสัมพันธ์</p> <p>ประสิทธิภาพของการประชาสัมพันธ์</p> <p>ชุมชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูล และการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว</p>	

ปัญหาระดับปานกลางถึงมาก	ยุทธศาสตร์แก้ไขปรับปรุง
<p>การจัดการ ในการส่งเสริมการขายเพื่อให้มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น</p>	
<p>การจัดการด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว</p> <p>การโฆษณา ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว</p> <p>ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>ความสะดวกสบายของที่นั่งพักผ่อน</p> <p>ความสะอาดของบริเวณ โคจรอบ</p> <p>สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ</p> <p>โทรศัพท์</p> <p>ทัศนียภาพบรรยากาศและความสวยงาม</p> <p>บริเวณแหล่งท่องเที่ยว</p>	

ส่วนปัญหาระดับน้อย มีจำนวน 8 ปัญหา ใช้ยุทธศาสตร์ดำรงรักษา ดังนี้

ปัญหาระดับน้อย	ยุทธศาสตร์ดำรงรักษา
<p>ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว</p> <p>ทรัพยากรธรรมชาติได้แก่ภูเขาหินสีชมพู ความน่าประทับใจและสิ่งแวดล้อมในแหล่ง ท่องเที่ยว</p> <p>ความน่าสนใจในการเข้าชมพิพิธภัณฑ์ พื้นบ้าน</p> <p>ด้านสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยว</p> <p>ความพร้อมของสถานที่ท่องเที่ยว การออกแบบตกแต่งสถานที่ การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว เช่นการ บรรยาย การจัดฉายวีดิทัศน์ บอร์ดนิทรรศการ ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ความเหมาะสมของที่จอดรถ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. กิจกรรมสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ ทรัพยากร ของสิ่งแวดล้อมและสถานที่ 2. จัดกิจกรรมเสริมความรู้ใหม่ ๆ 3. กิจกรรมฝึกทักษะเพื่อให้เกิดความ ชำนาญชำนาญ อยู่เสมอ

จากร่างรูปแบบที่เห็น รูปแบบจะมี 3 ส่วน ประกอบด้วย กระบวนการมาตรฐาน วิธีการมาตรฐาน และบันทึกมาตรฐาน เฉพาะกระบวนการ มี 6 ขั้นตอน คือ สำรวจปัญหา เลือกปัญหา กำหนดยุทธศาสตร์ สังเคราะห์รูปแบบ ประเมินทบทวน และจัดทำรายงาน นำเข้าประชุมสนทนากลุ่มให้ผู้เชี่ยวชาญลงความเห็นรับรองรูปแบบ พร้อมทั้งให้คำแนะนำในส่วนอื่น ๆ (ถ้ามี) ซึ่งขณะนี้กำลังดำเนินการอยู่ในขั้นตอนนี้

3.3 ช่วงที่ 3 ประเมินทบทวนรูปแบบ

ผู้วิจัยจะนำรูปแบบ (ส่วนที่เป็นปัญหาทั้งหมด 4 ด้าน และยุทธศาสตร์หรือวิธีการแก้ไขปัญหาที่กำหนดขึ้น) ไปประเมินทบทวน หรือทดลองใช้โดยทีมบริหารจัดการด้านการตลาด 15 คน เป็นผู้ปฏิบัติ จำนวน 3 ครั้ง ประเมินผลโดยผู้วิจัย และผู้เชี่ยวชาญด้านการประเมิน ทำการประเมิน สภาพจริง โดยใช้เกณฑ์การบริหารระบบคุณภาพเป็นวงจร PDCA โดยมีระดับคุณภาพของแต่ละ กิจกรรมเป็น ดี พอใช้ และปรับปรุง

4. ประธานแจ้งให้ที่ประชุมแสดงความคิดเห็น หากเห็นชอบตามที่เสนอมาทั้งหมดขอให้ลงลายมือชื่อรับรองรูปแบบในเอกสาร

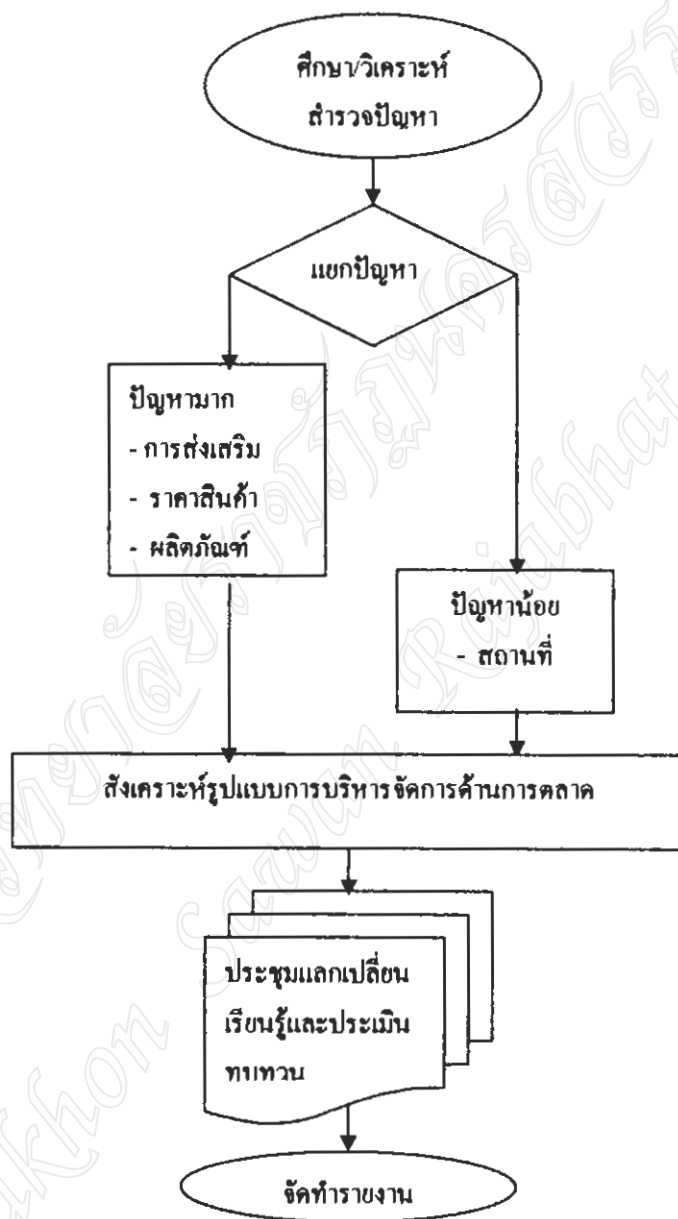
5. ผู้เชี่ยวชาญทุกท่านเห็นชอบและลงลายมือชื่อรับรองรูปแบบ
ปิดประชุมเวลา 12.30 น.

ชำนาญ กุณาง

(นายชำนาญ กุณาง)

ผู้จัดบันทึกการประชุม

3.2.2 ผู้วิจัยร่างรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด



ภาคผนวก ง

แบบประเมินรูปแบบการบริหารจัดการด้านการตลาด

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Nakhon Sawan Rajabhat University



ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – ชื่อสกุล	กนก กุนาง
ตำแหน่ง	ครูชำนาญการ
สถานที่ทำงาน	โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 59 (วัดสังขวิจิตร) หมู่ 2 ตำบลตาซัด อำเภอบรรพตพิสัย จังหวัดนครสวรรค์ 60180
การศึกษา	- ครุศาสตร์บัณฑิต (คบ.) สาขา คณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร - ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
ประสบการณ์ทำงาน	- ครูอัตราจ้าง โรงเรียนวัดหนองปลาไหล จ.นครสวรรค์ - อาจารย์ 1 โรงเรียนบ้านอุดมทรัพย์ จ.กำแพงเพชร - อาจารย์ 1 โรงเรียนวัดหนองไผ่ไพศาลี จ.นครสวรรค์ - ครูชำนาญการ โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 59 จ.นครสวรรค์ - รองประธานสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนบ้านบางตาหงาย จำกัด
ปัจจุบัน	- ครูชำนาญการ โรงเรียนไทยรัฐวิทยา 59 จ.นครสวรรค์ - รองประธานสหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนบ้านบางตาหงาย จำกัด
ผลงานวิจัย	- การวิจัย และพัฒนารูปแบบมาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แบบยั่งยืน : กรณีศึกษาเทือกเขาพระ – เขาสูง อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์