



การสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน
เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง

โดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนิษฐา ชิวพัฒนพันธุ์

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

สนับสนุนงบประมาณโดย

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ประจำปีงบประมาณ 2553

**Making Photo Album of Lifestyle of Community to support
the Tourism at Bangluang Market.**

**by
Tanittha Chevapattanaphun Asst. Prof.**

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

**Granted by
All rights reserved
Rajamangala University of Technology Rattanakosin**

Fiscal year 2010

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยเรื่อง การสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดบางหลวงฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนเงินทุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ และได้รับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.พลศักดิ์ จิระไกรศิริและคณะที่ได้กรุณาให้ความรู้ ให้คำปรึกษาแนะนำชี้แนวทางในการค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งข้อมูลด้านเอกสาร ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ อันเป็นประโยชน์แก่การจัดทำงานวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งผู้นำชุมชนของตลาดบางหลวงโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาจารย์ชาติศรีพุทธชาธรรม แห่งบ้านเก่าเล่าเรื่อง ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์หลายประการจนได้ข้อมูลที่น่ามาจัดทำอัลบั้มภาพ นอกจากนี้ขอขอบคุณเพื่อนข้าราชการและเจ้าหน้าที่ทุกคนที่ปรากฏอยู่ในอัลบั้มภาพ ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ที่ได้จัดให้มีโครงการวิจัยในครั้งนี้ และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ เป็นกำลังใจให้การจัดทำรายงานการวิจัยครั้งนี้สำเร็จสมบูรณ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนิษฐา ชิวพัฒนพันธุ์
กันยายน 2553

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : RD 2/002/2553

ชื่อโครงการ : การสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง

ชื่อนักวิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธนิษฐา ชิวพัฒน์พันธุ์

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงและเพื่อจัดทำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ซึ่งจัดทำขึ้น โดยการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐาน วิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อาชีพและผลผลิตของชาวบ้านตลาดบางหลวงและใช้เป็นสื่อในการตอบแบบสอบถาม เพื่อประเมินคุณภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง พร้อมข้อเสนอแนะเพิ่มเติมโดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.86 ต่อจากนั้นนำไปใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติความเป็นมาและด้านศิลปะการถ่ายภาพ จำนวน 3 คน และกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป จำนวน 30 คน ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เมื่อวันที่ 10 มีนาคม 2553

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัยด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพและการเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหาอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความเหมาะสมของการใช้สื่ออยู่ในระดับปานกลาง ด้านกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีทุกข้อ

ผลการวิจัยด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ พบว่า ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี โดยผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราวและเมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปที่ตลาดบางหลวงอยู่ในระดับดีมาก ส่วนความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าการได้ทราบแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ การได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง และเมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปที่ตลาดบางหลวงอยู่ในระดับดีมาก ส่วนข้ออื่น ๆ ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในระดับดีทุกข้อ

E-Mail Address : Tanittha.C@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 ตุลาคม 2552 – 30 กันยายน 2553

Abstract

Code of project : RD 2/002/2553

Project name : Making Photo Album of Lifestyle of Community to support the Tourism at Bangluan Market.

Resercher name : Tanittha Chevapattanaphun Asst. Prof.

The objective of this research was to study the community lifestyle at Bangluang Market Village in order to make a Photo album of it. The instruments used for collecting data were Photo album and questionnaires. The research reflects the history, settlement, lifestyle, society, culture, tradition, occupation and local products of the Bangluang community. Also, this research is used to assess the quality of the Photo Album and to conduct the response to questionnaires with recommendation. The reliabilities of the Photo album and questionnaires were 0.86 After that it is assessed by 3 experts and 30 tourists as a sampling group that found by accidental sampling method on 10th march 2010.

The statistical techniques used in data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation

The result of study found that the model of photo album was at good level according to opinion both of experts and the sampling group. For experts, the framework, scenario and content of the photo album are estimated at very good level. However, the appropriated color painting was at the medium level. But the comments of the sampling group were at a good level for all items.

The study also found that the opinion both of experts and sampling group on efficiency of photo album was at a good level. The experts notified the photo album at a very good level on the interesting of tracking of scenario and creating the motivation to visit the Bangluang Market. For sampling group, opinion also was at a very good level on that of getting the information of new tourist place, tourist data of the Bangluang market and motivation for visiting the market after seeing a photo album. The opinion of experts and the sampling group were at the good level for others studied items.

E-Mail Address : Tanittha.C@gmail.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 ตุลาคม 2552 – 30 กันยายน 2553

	ง
สารบัญ	
	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญแผนภูมิ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญภาพ	ช
บทที่	
1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์การวิจัย	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	2
ขอบเขตการวิจัย	2
นิยามศัพท์เฉพาะ	3
2 ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
ประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐาน และวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง	5
สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวบ้านตลาดบางหลวง	10
อาชีพ ผลผลิต	14
แนวคิดด้านการท่องเที่ยว	14
การสร้างอัตลักษณ์ภาพ	21
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
กรอบแนวคิดในการวิจัย	32
3 การดำเนินงานวิจัย	33
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	33
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล	35
การวิเคราะห์ข้อมูล	35

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของผู้เชี่ยวชาญ	37
ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง	40
ผลจากการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง	43
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่ออัลบั้มภาพ วิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง	44
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่ออัลบั้มภาพ วิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง	46
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนำเสนอเป็นภาพรวม	52
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	53
สรุปผลการวิจัย	53
อภิปรายผล	55
ข้อเสนอแนะ	56
บรรณานุกรม	58
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม	60
ภาคผนวก ข แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัลบั้มภาพ วิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 สำหรับผู้เชี่ยวชาญ	62
ภาคผนวก ค แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัลบั้มภาพ วิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 สำหรับกลุ่มตัวอย่าง	66
ภาคผนวก ง การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม	70
ภาคผนวก จ ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม	73
ประวัติผู้วิจัย	77

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน ตลาดบางหลวงระหว่างผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง	50
2 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน ตลาดบางหลวงระหว่างผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง	51

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 แสดงจำนวน ร้อยละ และเพศ ของผู้เชี่ยวชาญ	37
2 แสดงจำนวน ร้อยละ และอายุ ของผู้เชี่ยวชาญ	38
3 แสดงจำนวน ร้อยละ และอาชีพ ของผู้เชี่ยวชาญ	38
4 แสดงจำนวน ร้อยละ และความถี่ในการท่องเที่ยว ของผู้เชี่ยวชาญ	38
5 แสดงจำนวน ร้อยละ และการทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง ของผู้เชี่ยวชาญ	39
6 แสดงจำนวน ร้อยละ และสิ่งที่ชื่นชอบเป็นอันดับแรกของตลาดบางหลวง จากการชมอัลบั้มภาพ ของผู้เชี่ยวชาญ	39
7 แสดงจำนวน ร้อยละ และประโยชน์ของอัลบั้มภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตลาดบางหลวง ของผู้เชี่ยวชาญ	40
8 แสดงจำนวน ร้อยละ และเพศ ของกลุ่มตัวอย่าง	40
9 แสดงจำนวน ร้อยละ และอายุ ของกลุ่มตัวอย่าง	40
10 แสดงจำนวน ร้อยละ และอาชีพ ของกลุ่มตัวอย่าง	41
11 แสดงจำนวน ร้อยละ และความถี่ในการท่องเที่ยว ของกลุ่มตัวอย่าง	41
12 แสดงจำนวน ร้อยละ และการทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง ของกลุ่มตัวอย่าง	42
13 แสดงจำนวน ร้อยละ และสิ่งที่ชื่นชอบเป็นอันดับแรกของตลาดบางหลวง จากการชมอัลบั้มภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง	42
14 แสดงจำนวน ร้อยละ และประโยชน์ของอัลบั้มภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตลาดบางหลวง ของกลุ่มตัวอย่าง	43

ตารางที่	หน้า
15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพของอัลบั้มภาพ ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ ของผู้เชี่ยวชาญ	44
16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพของอัลบั้มภาพ ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ ของผู้เชี่ยวชาญ	45
17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพของอัลบั้มภาพ ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง	46
18 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพของอัลบั้มภาพ ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ ของกลุ่มตัวอย่าง	47
19 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ	48
20 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ	49
21 แสดงข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ	52
22 แสดงข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง	52

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย	32
2 แสดงภาพตัวอย่าง อัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง	43

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันรัฐบาลมีการดำเนินนโยบายการกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวจากภาครัฐที่มุ่งหวังการแก้ปัญหาความยากจนและการสร้างงานให้ท้องถิ่น ทำให้หลายชุมชนลุกขึ้นมาไขว่คว้าโอกาสทองด้วยการจัดการท่องเที่ยวของตนเอง กลายเป็นการสร้างธุรกิจใหม่ให้กับภาคเอกชนอย่างรวดเร็ว โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่ช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ และจากเดิมที่นักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวเยี่ยมชมเมืองใหญ่ ๆ หรือพักผ่อนชายทะเล ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวหันมาให้ความสนใจ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมมากขึ้น โดยมุ่งหวังที่จะเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่มีการพัฒนาทางด้านวัตถุ และศึกษาวิถีชีวิตชาวบ้าน ประวัติศาสตร์ของชุมชนและชื่นชมกับทัศนียภาพและพืชพรรณต่าง ๆ ในท้องถิ่น

ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ได้มีแผนปฏิบัติการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อจัดความสมดุลระหว่างความต้องการรายได้เข้าสู่ประเทศกับการสร้างความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว การจัดทำมีการท่องเที่ยวในชุมชนโดยเน้นให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการจัดการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยกำหนดให้การบริหารจัดการเป็นหน้าที่ของชุมชนตามพระราชบัญญัติของสภาตำบลและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติมตามพระราชบัญญัติของสภาตำบลและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2537 ซึ่งมุ่งเน้นการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นให้ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมนับตั้งแต่การคิดริเริ่มวางแผนและดำเนินการโดยองค์กรชุมชนมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกัน มีการจัดการการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า แบ่งปันผลประโยชน์และกระจายรายได้สู่คนในท้องถิ่น ซึ่งจะเป็นการยกระดับศักยภาพชุมชนเพื่อส่งผลสู่การพัฒนาในทุกมิติภายใต้การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืนและรักษาไว้ซึ่งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน

วิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง เทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นชุมชนเก่าแก่อายุกว่า 100 ปี เริ่มก่อตั้งประมาณ ร.ศ.122 ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน เป็นชุมชนคนจีนเป็นส่วนใหญ่ มีการตั้งชุมชนเป็นมณฑล อำเภอ และตำบล เมื่อ พ.ศ. 2446 ได้ชื่อเป็น “ตำบลบางหลวง” จุดเด่นเป็นตลาดที่เป็นสถาปัตยกรรมสมัยรัชกาลที่ 5 กล่าวคือ เป็นห้องแถวไม้สองชั้นหันหน้าเข้าหากัน มีความยาวนานจำนวนห้องได้ประมาณ 130 ห้อง ปัจจุบันสภาพ

ตลาดยังคงสภาพความงดงามและบรรยากาศตลาดเก่าไว้อย่างสมบูรณ์ รวมทั้งรูปแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คนชนบทตลอดจนประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีน ที่สืบทอดตลอดมา ชุมชนแห่งนี้มีจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจหลายแห่ง มีจุดขายในเรื่องของวิถีชีวิตในอดีต ชนบทธรรมเนียมประเพณีสิ่งแวดล้อม สถาปัตยกรรมและอาหารต่าง ๆ เช่น ชุนเปี้ยะทอด ข้าวเกรียบปากหม้อไส้ผัก ซึ่งไม่เหมือนที่ใดตลอดจนกิจกรรมล่องเรือชมธรรมชาติ วิถีชีวิตเปรียบเสมือนทุน ซึ่งชุมชนต้องจัดการทุนของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ การเรียนรู้เรื่องทุนนั้นสำคัญยิ่ง ทุนไม่ได้หมายถึงแต่เงิน แต่หมายถึงทรัพยากรธรรมชาติ ประเพณีวัฒนธรรม ความรู้ ภูมิปัญญา ที่แสดงออกทางปัจจัย 4 และวิถีชีวิตของชุมชน (ดร.เสรี พงศ์พิศ บทเรียนจากการสัมมนา:เข้าถึงโดย www.phongphit.com เมื่อวันที่ 10 ธันวาคม 2552)

เนื่องจากอัลบั้มภาพเป็นสื่อประเภทหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการประชาสัมพันธ์เป็นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นมาจากอดีตสู่ปัจจุบันด้วยภาพต่าง ๆ ในแต่ละยุคสมัย และด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการจัดทำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง เพื่อสนับสนุนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตลาดบางหลวงอันเก่าแก่

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง
- 2.2 เพื่อจัดทำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

- 3.1 ทราบถึงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมของชาวบ้านตลาดบางหลวง ด้านสังคม วัฒนธรรม ประเพณี สิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ
- 3.2 ทราบการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง
- 3.3 เป็นแนวทางในการจัดการเรียนการสอนและพัฒนาปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง
- 3.4 ได้อัลบั้มวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงในด้านต่าง ๆ เพื่อให้สามารถนำไปจัดทำเป็นคู่มือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวและผู้สนใจ

4. ขอบเขตการวิจัย

4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาวิถีชีวิตของชาวบ้านชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมด้านต่าง ๆ ดังนี้

4.1.1 ด้านประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐานและวิถีชีวิต

4.1.2 สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี

4.1.3 อาชีพ ผลผลิต

4.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่ท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างได้จากนักท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 30 คนผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติของตลาดบางหลวงและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการถ่ายภาพ จำนวน 3 คน

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

วิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง หมายถึง ประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐาน การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมของชุมชนตลาดบางหลวง รวมถึง กิจกรรมและแนวทางในการดำเนินชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง ซึ่งประกอบไปด้วยวิถีชีวิตด้านสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การรวมกลุ่มชุมชน

วิถีชีวิตด้านสังคม หมายถึง ประวัติความเป็นมาโครงสร้างพื้นฐานประชากร สาธารณูปโภค ความสัมพันธ์ภายในชุมชน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนบ้านและกลุ่มอื่น ๆ เช่น กลุ่มผลประโยชน์ กลุ่มอาชีพ กลุ่มการเมือง กลุ่มอื่น ๆ ที่ทางการเข้ามาจัดตั้ง เป็นต้น รวมทั้งการศึกษาถึง ผู้นำและสถาบันที่สำคัญ

วิถีชีวิตด้านวัฒนธรรม หมายถึง ความเชื่อเรื่องศาสนา พิธีกรรมทางศาสนา ประเพณีปฏิบัติ ในชุมชนที่สืบทอดกันมา

วิถีชีวิตด้านเศรษฐกิจ หมายถึง การประกอบอาชีพ การผลิต ของคนในชุมชน การประกอบอาชีพ หมายถึง อาชีพที่ชาวบ้านตลาดบางหลวงมีอยู่ทั้งอาชีพหลักและอาชีพเสริม

การผลิต หมายถึง การผลิตสินค้าและบริการเพื่อใช้ในครัวเรือนหรือเพื่อการจำหน่าย การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางในลักษณะที่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจหรือเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

อัลบั้มภาพ หมายถึง การรวบรวมภาพเพื่อใช้สำหรับการเผยแพร่ การถ่ายทอดความรู้ รูปแบบของอัลบั้มภาพ หมายถึง ความเหมาะสมของการออกแบบ ความเหมาะสมของการใช้สี ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร ความเหมาะสมของรูปภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพ

กับเนื้อหาขนาดและความสมดุลของภาพ การดำเนินเรื่องมีความเหมาะสมและสอดคล้องความสวยงามและองค์ประกอบ และภาพโดยรวมของอัลบั้มภาพ

ประสิทธิภาพของอัลบั้ม หมายถึง ความสมบูรณ์ของอัลบั้มภาพ ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ เผยแพร่แหล่งท่องเที่ยว ช่วยให้เกิดการตัดสินใจไปเที่ยวชม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บทที่ 2

ทฤษฎี แนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้ลำดับเนื้อหาที่เป็นสาระสำคัญ ดังนี้

1. ประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐาน และวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง
2. สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวบ้านตลาดบางหลวง
3. อาชีพ ผลผลิต
4. แนวคิดด้านการท่องเที่ยว
5. การสร้างอัลบั้มภาพ
6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐาน และวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง

ตลาดบางหลวงเป็นตลาดเก่าแก่ของชุมชนชาวไทยและชาวจีน โดยเริ่มจากชาวจีนโพ้นทะเลที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานที่บางหลวงประกอบการค้าจนเป็นแหล่งค้าขายทางน้ำโดยเริ่มมีการก่อตั้งชุมชนบางหลวงมาตั้งแต่ประมาณ ร.ศ. 122 (พ.ศ. 2446) อยู่ริมน้ำแม่น้ำท่าจีน ด้านฝั่งตะวันออก (หรือแม่น้ำสุพรรณบุรี) ตำบลบางหลวงมีประวัติความเป็นมาที่ได้เล่าสืบต่อกันมาแต่ครั้งก่อนว่าสมัยพระเจ้าอยู่หัวได้พาครอบครัวและราษฎรอพยพหนีโรคระบาดมาตั้งเมืองใหม่ที่บริเวณแถบนี้ ได้ให้ภรรยาหลวงคุมราษฎรชุดคูเมืองทางทิศใต้ซึ่งปัจจุบัน เรียกชื่อ คลองบางหลวง ให้ภรรยาน้อยคุมราษฎรชุดคูเมืองทางทิศเหนือซึ่งปัจจุบันเรียกชื่อ คลองบางน้อย แต่ตั้งเมืองไม่สำเร็จ ปัจจุบันชื่อตำบลบางหลวง จึงเรียกตามชื่อคลองดังกล่าว เดิมตลาดบางหลวงเป็นแหล่งค้าขายทางน้ำที่สำคัญแห่งหนึ่งของอำเภอบางเลน เพราะมีท่าเรือ สะดวกในการขนถ่ายสินค้าทางการเกษตร มีบริษัทสุพรรณขนส่งให้บริการเดินเรือจากสุพรรณบุรีไปยังสถานีรถไฟวิภาวดี เพื่อเดินทางระหว่างหมู่บ้านหรือเข้ากรุงเทพฯ เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไปเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาแทน มีการสร้างถนน รถยนต์ก็มาแทนที่เรือ ทำให้การค้าขายทางน้ำเริ่มซบเซาลง แต่การค้าขายของชาวตลาดบางหลวงก็ยังคงอยู่ และยังคงรักษาเอกลักษณ์ด้านต่าง ๆ ไว้อย่างสมบูรณ์ ปัจจุบันบ้านเรือนที่อยู่อาศัยจะเป็นบ้านไม้สองชั้นหันหน้าเข้าหากัน มีอายุไม่น้อยกว่า 100 ปี ตัวตลาดเป็นสถาปัตยกรรมสมัยรัชกาลที่ 5 ส่วนสภาพตลาดจะเป็นห้องแถวไม้สองชั้น มีห้องจำนวน 130 ห้อง ปลูกจากหน้า

ตลาดจนถึงท้ายตลาด ปัจจุบันยังคงสภาพที่สวยงามและเก่าแก่ไว้อย่างสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นร้านยาจีนที่โด่งดัง ได้แก่ ร้านอ่วยแซโฮสถ ร้านมินแซฮั้ง ร้านทำฟันปลอมโบราณ ร้านทำทองแซฮั่ว ร้านบัดกรี-โลหะ ร้านตีเหล็ก และร้านทำเส้นก๋วยเตี๋ยว ก็ยังคงให้บริการจนถึงขณะนี้ รวมทั้งรูปแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่ายของผู้คนชนบท ตลอดจนประเพณีวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้ผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมไทย – จีนที่สืบทอดตลอดมา ทำให้ตลาดบางหลวงเป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดโบราณแห่งใหม่ของชาวจังหวัดนครปฐม ซึ่งอยู่ห่างจากตัวอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ไปประมาณ 10 กว่ากิโลเมตร ปัจจุบันแม้ว่าจะมีความเจริญเข้ามาสู่ตลาดและชุมชนบ้าง แต่ที่นี่ยังคงไว้ซึ่งบรรยากาศโบราณ ที่ใครได้มีโอกาสมาเดินเที่ยวชม หรือสัมผัสบรรยากาศ จะไม่ลืมเลือน ทุกวันเสาร์ วันอาทิตย์ ตลาดบางหลวงแห่งนี้จะคึกคักและคละคลำไปด้วยผู้คนที่มาเดินเที่ยวชม จับจ่ายซื้อของกันตลอดทั้งวัน มีอาหารมากมายหลากหลายมาจำหน่ายภายในตลาดบางหลวง ได้แก่ อาหารหวาน-คาว กุ้ง ปลา ผักผลไม้สด ๆ และภายในตลาดบางหลวงบริเวณทำน้ำทำเงินยังมีบริการล่องเรือชมแม่น้ำท่าจีน และทำบุญยังวัดต่าง ๆ ที่ติดกับตลาดบางหลวง เช่น วัดบางหลวง วัดไผ่โรงวัว ฯ แม้ว่าปัจจุบันจะมีความเจริญเข้ามาสู่ตลาดและชุมชนบ้าง แต่ที่นี่ยังคงไว้ซึ่งบรรยากาศโบราณ “บ้านเก่าเหล่าเต็งไม้” ตลาดโบราณที่อนุรักษ์ความดั้งเดิมไว้อย่างสมบูรณ์แบบ นอกจากนี้ยังมีโรงฝั้นเก่า ที่ปัจจุบันนี้เลิกไปแล้ว และวิกหนังเก่า เป็นโรงหนังโบราณที่มีแผ่นไม้เป็นแผ่นรองนั่งเวลานั่งก็ต้องเอาขาหย่อนลงไปนั่งระหว่างแผ่นไม้ ห้อยขาคูหนังกลางแปลงที่ฉายด้วยเครื่องฉายโบราณจากด้านบน และไปชม “บ้านเก่าเล่าเรื่อง” ที่จัดทำเป็นพิพิธภัณฑ์รวบรวมเรื่องราววิถีชีวิตของคนตลาดบางหลวงสมัยก่อน สักการะศาลเจ้าแม่ทับทิมที่ตั้งอยู่ปากคลองบางหลวง ซึ่งคนแถวนี้ศรัทธากันมาช้านาน คัมภ์บาทเพลงจีนริมสายน้ำจากคณะดนตรี “รวมมิตรบางหลวง”

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ตลาดบางหลวงยังเป็นแหล่งอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวบางหลวงที่แปลกและอร่อยจำนวนมาก ได้รับการกล่าวขานขนานนามว่า "เป็นดินแดนวัฒนธรรมไทยจีน ขนมหวาน อาหารอร่อย" อาทิ ซุนเปี้ยะทอด แผ่นแป้งปอเปี้ยะที่ทำเองสดใหม่ทุก ๆ วัน สูตรจีนโบราณ ข้าวเกรียบปากหม้อ แป้งเหนียวนุ่ม ไข่ผักที่ไม่เหมือนใคร ข้าวเกรียบปากหม้อ ไข่ผักกระเจต เป็นข้าวเกรียบที่ถ่ายทอดความเป็นตลาดริมน้ำท่าจีนได้ดีจริง ๆ เพราะลำน้ำสายนี้อุดมไปด้วยกอผักกระเจตมากมายที่ชาวบ้านมักพายเรือเก็บผักกระเจตไปขายกันในตลาด ผักกระเจตของตลาดบางหลวงจึงเป็นผักที่สดใหม่ และข้าวเกรียบปากหม้อไม่ได้มีแต่ไข่ผักกระเจตอย่างเดียว ยังมีไข่หวาน หน่อไม้ กุยช่าย และถั่วฝักยาว หมูสะเต๊ะ ที่เสิร์ฟพร้อมน้ำจิ้มเลิศรส สูตรอาม่าดั้งเดิม ส่วนเป็ดพะโล้เนื้อนุ่มรสดี สูตรจากเมืองจีน ก๋วยจั๊บน้ำใสหมูต้มฉีกใส่ “คาซา” สูตรเฉพาะร้าน ขนมจีบไข่หน่อไม้ และไข่ผักที่แสนอร่อย 5 อย่าง ประกอบด้วย ไข่หวาน หน่อไม้

กุยช่าย ผักกระเฉด ถั่วฝักยาว กาแฟสูตรโบราณบดเมล็ดเองมรดกตกทอดกว่าร้อยปี รสชาติกลมกล่อมหอมละมุนของร้านเจียซุนก็ ผัดไทยจากร้านปิงซัยสิน เป็นผัดไทยใส่หมูแดง และยังมีขนมไทย ๆ ที่ทำใหม่ สดทุกวัน ประกอบด้วย ขนมชั้น ทองหยิบ ทองหยอด ฝอยทอง เม็ดขนุน สำหรับผู้ที่มีโอกาสเดินทางไปในวันชิวอิคหรือวันตรุษจีน จะได้พบกับต้นกำเนิดประเพณีแห่งฉลองตรุษจีนที่สวยงามและได้สักการะเทพเจ้าที่โรงเจบ้านฮกตึ้งพร้อมกับพักผ่อนชื่นชมทัศนียภาพที่แพริมน้ำท่าจีน มีความสุขกับการให้อาหารปลาตะเพียนทอง และล่องเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำท่าจีน นมัสการหลวงปู่ทา วัดบางหลวง หลวงพ่อสุโขทัย วัดราษฎร์สามัคคี หลวงปู่คล้ายวัดศิลามูล วัดไผ่โรงวัว ๆ ชมนกปากห่าง และค้างคาวแม่ไก่

ตลาดบางหลวงเป็นตลาดเก่าที่มีจุดแข็งคือภูมิสถาปัตยกรรม อาหารถิ่น และอรรถาธิบายของชาวตลาดบางหลวง เมื่อตลาดมีความเจริญรุ่งเรืองชุมชนเริ่มขยาย ได้มีการสร้างตลาดล่าง และตลาดกลางตามลำดับ ตลาดบางหลวงจากที่เคยมีแต่ตลาดบน ได้มีตลาดล่างเพิ่มขึ้น ปัจจุบันมีละครหลายเรื่องเข้ามาถ่ายทำที่ตลาดบางหลวงและที่ทำให้ตลาดบางหลวงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จากภาพยนตร์เรื่อง "คมแฝก" ตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 เปิดตลาดทุกวันเสาร์ – อาทิตย์ เวลา 09.00 – 17.00 น. ติดต่อสอบถามได้ที่หมายเลขโทรศัพท์ 089-8822233, 0897464304, และ 089 - 1712075

ดร.บำรุง วิมูลชาติ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลบางหลวง กล่าวว่า นอกจากความงดงามทางสถาปัตยกรรม และบรรยากาศธรรมชาติ ที่รวมเข้ากับความเป็นตลาดเก่าของตลาดบางหลวงแล้ว ตลาดบางหลวงจึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่หาดูได้ยากในปัจจุบัน ภายในตลาดบางหลวงบริเวณริมน้ำท่าจีน ยังมีบริการล่องเรือชมวิถีความเป็นอยู่ของชาวไทยเชื้อสายจีนสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน พร้อมทั้งได้กราบสักการะบูชาศาลอาม่าและศาลเจ้าแม่ทับทิมซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของชาวไทยเชื้อสายจีน ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีการค้นพบกะโหลกช้างและกะโหลกกระซู่ และสามารถเข้าเยี่ยมชมโรงเจบ้านฮกตึ้ง ที่มีอายุกว่า 110 ปี เป็นที่เคารพนับถือของชาวไทยเชื้อสายจีน ต้นกำเนิดประเพณีแห่งฉลองตรุษจีน เข้าชม บ้านเก่าเล่าเรื่อง กำเนิดบ้านเก่าเหล่าเต็งไม้ ซึ่งเป็นแหล่งศึกษาข้อมูลความเป็นมาของตลาด 100 ปีบาง-หลวง และเดินเที่ยวชม หรือจับจ่ายซื้อของ แวะพักที่แพริมน้ำ ซึ่งเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจสำหรับนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ โดยสามารถนำอาหารลงมารับประทานบนแพริมน้ำ พร้อมชื่นชมฝูงปลาตะเพียนทองที่แหวกว่ายไปมาในแม่น้ำท่าจีนอย่างรื่นรมย์

นางสาวอังคณา พุ่มผกา ผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานสมุทรสงคราม เปิดเผยว่า ตลาดบางหลวงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่นักท่องเที่ยวกำลังให้ความสนใจเนื่องจาก เป็น

ชุมชนเก่าแก่ที่ยังคงเสน่ห์ของวัฒนธรรมของชาวบ้านซึ่งเป็นชาวไทยเชื้อสายจีน ชาวบ้านจึงร่วมกันจัดงานประเพณีแห่ธงฉลองตรุษจีนขึ้นในเทศกาลตรุษจีน โดยชาวบ้านจะจัดหาธงที่มีอักษรภาษาจีนคำที่เป็นมงคลต่าง ๆ 4 คำ ได้แก่ มั่งมีศรีสุข ร่ำรวยเงินทอง อายุมั่นขวัญเย็น โชคดีมีสุข โดยมีบุตรหลานของชาวบ้านบางหลวงแต่งชุด กี่เพ้า เป็นผู้ถือธง ขบวนแห่ธงจะแห่รอบตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 ในขบวนแห่ยังประกอบด้วยของมงคลต่างๆ คนตรีจีน (หล่อโก้ว) สิงโต และมีการนำส้มซึ่งเป็นผลไม้มงคล มาอัญวย อวยพรแก่เจ้าของบ้านที่ขบวนแห่ผ่าน ถือว่าเป็นสิริมงคลในเทศกาลขึ้นปีใหม่ของชาวจีน และเพื่อเป็นการสืบสานวัฒนธรรมชาวไทยเชื้อสายจีนและส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ

นายชินทร์ บัวประเสริฐ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม กล่าวว่า ในส่วนของจังหวัดนครปฐม ได้ให้การสนับสนุนงบประมาณยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด เพื่อดำเนินการฟื้นฟูและพัฒนาตลาดบางหลวงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมรวมทั้งปรับปรุงภูมิทัศน์ สถานที่จอดรถ สุขา และป้ายบอกทางชั่วคราว เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว นับว่าเป็นการสร้างเงิน สร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น นอกจากนี้ทางเทศบาลตำบลบางหลวง โดยมี ด.ต.บำรุง วิมูลชาติ นายกเทศมนตรีตำบลบางหลวง ได้ให้การสนับสนุนงบประมาณมาโดยตลอดอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยกันพัฒนาตลาดบางหลวงซึ่งเป็นตลาดที่เก่าแก่แห่งหนึ่งริมแม่น้ำท่าจีน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่คงสภาพดั้งเดิมเป็นมรดกตกทอดทางวัฒนธรรมอีกแห่งหนึ่งของเมืองไทย ซึ่งได้รับสมญานามว่า “ดินแดนแห่งขนมหวาน อาหารอร่อย” เนื่องจากมีอาหารท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวบ้าน รสชาติอร่อย

1.1 สถานที่ตั้งและแผนทางการเดินทาง

ตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 ตั้งอยู่ริมแม่น้ำแม่น้ำท่าจีน ด้านฝั่งตะวันออก (หรือแม่น้ำสุพรรณบุรี) อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม การเดินทางไปตลาดบางหลวง สามารถเดินทางได้หลายเส้นทาง ดังนี้

1.1.1 การเดินทางโดยรถยนต์ส่วนบุคคล

1) จากกรุงเทพมหานคร ใช้เส้นทางถนนบรมราชชนนี หมายเลข 338 ใช้แยกต่างระดับฉิมพลีเข้าถนนวงแหวนรอบนอกตะวันตก หมายเลข 9 ใช้ถนนบางบัวทองสุพรรณบุรี ถนนหมายเลข 340 จากสนามหลวงระยะทางประมาณ 45 กิโลเมตร ถึงแยกถนนพวงศ์ หมายเลข 346 แล้วเลี้ยวซ้ายเข้าสู่อำเภอบางเลนระยะทางประมาณ 21 กิโลเมตร ถึงตลาดบางเลนใช้เส้นทางถนนสุชาติพัฒนา หมายเลข 3351 ถึงตลาดบางหลวงระยะทาง 15 กิโลเมตร รวมระยะทางจากสนามหลวงถึงตลาดบางหลวง ประมาณ 81 กิโลเมตร

2) จากนครปฐม ใช้เส้นทางถนนสายมาลัยแมนหมายเลข 321 ผ่านอำเภอกำแพงแสน มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ผ่านโรงเรียนการบินกำแพงแสนจากนครปฐมประมาณ 41 กิโลเมตร แยกขวาเข้าถนนท่าเสา-บางหลวง หมายเลข 3231 ระยะทาง 15 กิโลเมตรถึงตลาดบางหลวง ร.ศ.122

1.1.2 การเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง

1) จากสนามหลวง รถตู้โดยสารสนามหลวง-บางหลวง ค่าโดยสาร 80 บาท มีรถ ออกทุก 45 นาที คันแรกออกจากสนามหลวงเวลา 06:40 น. คันสุดท้ายออกจากบางหลวงเวลา 16.45 น.

2) จากนครปฐม รถโดยสารประจำทางสาย นครปฐม-วัดไผ่โรงวัว-บางหลวง ค่าโดยสาร 35 บาท ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1.45 ชั่วโมง

2. สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ของชาวบ้านตลาดบางหลวง

2.1 วัฒนธรรม ความเชื่อ ดนตรี ภาษา ความเป็นอยู่ของชาวจีนโพ้นทะเล

เวลากว่า 100 ปี การสร้างตลาดบางหลวงในอดีต ได้เริ่มจากคนจีนโพ้นทะเล ที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานที่บางหลวง จนกลายเป็นชุมชนที่ประกอบการค้า ปัจจุบันยังคงสภาพความสวยงามและบรรยากาศ ของสถาปัตยกรรมตลาดเก่าในอดีตไว้อย่างสมบูรณ์ ทั้งรูปแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่าย การค้าขายของคนในชุมชนรวมทั้งประเพณีและวัฒนธรรมที่ผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีนที่สืบทอดกันมานอกจากนี้ยังมีวัฒนธรรมด้านดนตรีจีนที่เรียกว่า “หล่อโก้ว” ที่นิยมเล่นเพื่อผ่อนคลายในยามว่างและยังสามารถบรรเลงในงานมงคลและงานอวมงคลต่าง ๆ ในปัจจุบันได้มีการถ่ายทอดการเล่นดนตรีชนิดนี้ให้กับเยาวชนในชุมชนตลาดบางหลวงสำหรับผู้ที่มีโอกาสเดินทางไปในวันชิวอิหรือวันตรุษจีน จะได้พบกับประเพณีแห่งฉลองตรุษจีนที่สวยงาม และได้สักการะเทพเจ้าที่โรงเจบ้านฮกตึ้ง พร้อมกับพักผ่อนชื่นชมทัศนียภาพที่แพริมน้ำท่าจีนที่เทศบาลฯ มีความสุขกับ

การให้อาหารปลาตะเพียนทอง และล่องเรือชมวิถีชีวิตริมน้ำท่าจีน นมัสการหลวงปู่ทา วัดบางหลวง หลวงพ่อสุโขทัย วัดราษฎร์สามัคคี หลวงปู่คล้ายวัดศิลามูล ชมนกปากห่าง และค้างคาวแม่ไก่

นอกจากการเดิมชม และเลือกซื้อสินค้าหายากแล้ว ตลาดโบราณแห่งนี้ยังมีบริการล่องเรือชมวิถีความเป็นอยู่ของชาวไทยเชื้อสายจีนริมแม่น้ำท่าจีน พร้อมทั้งกราบสักการะ "ศาลอาม่า" และ "ศาลเจ้าแม่ทับทิม" ซึ่งเป็นสถานที่ที่มีการค้นพบกระดูกโครงกระดูกและกระดูกงูจระเข้ ถัดไปไม่กี่ไกลก็จะเป็น "โรงเจบ้านสอด้ง" ที่มีอายุกว่า 110 ปี และเป็นที่เคารพนับถือของชาวไทยเชื้อสายจีนเป็นอย่างมากมีประเพณีถือศีลกินเจทุกปี ทั้งยังเป็นต้นกำเนิดของ "ประเพณีแห่ธงฉลองตรุษจีน" อีกด้วย

2.2 ขนบธรรมเนียมประเพณี

2.2.1 ประเพณีแห่ธงฉลองเทศกาลตรุษจีนบางหลวง

เทศบาลตำบลบางหลวง โดยคาบตำรวจบำรุง วิมลชาติ ได้อุดหนุนงบประมาณจำนวน 193,000 บาท ให้แก่สภาวัฒนธรรมเทศบาลตำบลบางหลวง โดยมีนายทวี มูลทองน้อย เป็นประธานฯ ร่วมกับ ชุมชนเทศบาลบางหลวง โรงเรียนเจ็ย่นหัว โรงเรียนวัดบางหลวง โรงเรียนบางหลวงวิทยา และชมรมฟื้นฟูวัฒนธรรมบางหลวง จัดขึ้นในเทศกาลตรุษจีน กล่าวคือเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งในอดีตชุมชนตลาดบางหลวงเป็นชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีน รวมตัวกันเป็นแหล่งชุมชนแล้วประกอบอาชีพค้าขายเพราะอยู่ติดกับแม่น้ำท่าจีน ในช่วงเทศกาลตรุษจีนซึ่งถือเป็นเทศกาลปีใหม่ของชาวไทยเชื้อสายจีน มีกลุ่มคนจีนได้จัดขบวนธงที่มีอักษรภาษาจีนซึ่งเป็นคำมงคลต่าง ๆ 4 คำ อาทิ มั่งมีศรีสุข ร่ำรวยเงินทอง อายุมั่นขวัญยืน โชคดีมีสุขแห่งรอบตลาด โดยมีบุตรหลานชาวบางหลวงแต่งชุดสีแดงสด งดงาม (ชุดกี่เพ้า) เป็นผู้ถือธง ในขบวนแห่จะประกอบด้วยของมงคลต่าง ๆ เมื่อขบวนผ่านบ้านเรือน ที่อยู่อาศัยมีการนำส้มซึ่งเป็นผลไม้มงคลมาอามวยพรแก่กัน ถือว่าเป็นสิริมงคลในเทศกาลขึ้นปีใหม่ ในปัจจุบันมีการอัญเชิญอาม่า (เจ้าแม่ทับทิม) เทพเจ้าแห่งความเมตตาและคุ้มครองภัยพิบัติมาให้ประชาชนได้สักการะเพื่อเป็นสิริมงคลอีกด้วยนอกจากนี้ยังมีการประกวดสาวงามที่ถือธงฯ เป็นธิดาตรุษจีน เพิ่มสีสัน เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของตลาดบางหลวง ร.ศ.122 อีกช่องทางหนึ่ง

2.2.2 ประเพณีสงกรานต์เทศบาลตำบลบางหลวง"เย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์"

เทศบาลตำบลบางหลวง โดยคาบตำรวจบำรุง วิมลชาติ นายกเทศมนตรีตำบลบางหลวง สภาวัฒนธรรม เทศบาลตำบลบางหลวงร่วมกับชุมชนหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในชุมชนจัดงาน "เย็นทั่วหล้ามหาสงกรานต์" โดยจัดให้มีกิจกรรมตักบาตรข้าวสาร อาหารแห้งแด่พระสงฆ์สามเณรวัดบางหลวง และขบวนอัญเชิญพระพุทธสิหิงค์ พร้อมด้วยขบวนรถบุปผชาติจากชุมชนและหน่วยงานต่าง ๆ แห่รอบชุมชนและตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 เพื่อเป็นสิริมงคล และ

ส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 ช่วงบ่ายมีกิจกรรมสงฆ์พระ รดน้ำขอพร ผู้สูงอายุ การแสดงต่าง ๆ บนเวทีและรับประทานอาหารร่วมกัน มีการมอบของที่ระลึก ยาสามัญ ประจำบ้าน และประกวดผู้สูงอายุ สุขภาพดี

2.2.3 ประเพณีแห่เทียนพรรษาตำบลบางหลวง

เทศบาลตำบลบางหลวง โดยนายบำรุง วิมูลชาติ ร่วมกับชุมชนเทศบาลชุมชน ที่ 1-5 โรงเรียนวัดบางหลวง โรงเรียนบางหลวงวิทยา โรงเรียนเจ็ยन्हั่ว โรงเรียนวัดบางน้อยใน โรงเรียนบ้านลาดหลวงโรงเรียนวัดศิลามูล หน่วยงานสถานีตำรวจภูธรบางหลวง หน่วยงานสถานีอนามัยตำบลบาง-หลวง หน่วยงานวงโยชวาทิต โรงเรียนคงทองวิทยา นำรดดินเทียนที่ตกแต่ง สวยงามพร้อมริ้วขบวนต่าง ๆ ในขบวนประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ กิจกรรมการแสดงบน เวที ขบวนแฟนซีด้านกายเอคส์ และด้านยาเสพติดโดยนำเทียนไปถวายวัดอาทิ วัดบางหลวง วัด บางน้อยใน วัดราษฎร์สามัคคี วัดศิลามูล วัดลัญจิวาราม สำนักสงฆ์ลาดหลวง

2.2.4 ประเพณีลอยกระทง ตำบลบางหลวง

จัดโดยเทศบาลตำบลบางหลวง ร่วมกับสภาวัฒนธรรมเทศบาลตำบลบางหลวง หน่วยงาน องค์กร โรงเรียน ชุมชน ในเขตเทศบาลตำบลบางหลวง และวัดบางหลวง ร่วมกันจัดงาน ประเพณีลอยกระทงตำบลบางหลวง จัดให้มีกิจกรรมประกวดการขับร้องเพลงลูกทุ่ง การแข่งขัน กีฬาพื้นบ้านทางน้ำ การประกวดกระทง และประกวดคนนางนพมาศ ปิดทองพระพุทธรูปจำลองมี รางวัลในการประกวดขับร้องเพลงลูกทุ่งและกระทง

2.3 หน่วยงานต่าง ๆ ในตำบลบางหลวง

2.3.1 องค์กรบริหารส่วนตำบลบางหลวง ตั้งอยู่ ณ หมู่ 6 ตำบลบางหลวง อำเภอ บางเลน จังหวัดนครปฐม โทร:0-3439-9391 โทรสาร:0-3439-9391 ได้ยกฐานะจากสภาตำบลเป็น องค์กรบริหารส่วนตำบล ตามหนังสือ กรมการปกครองที่ มท. 0318/ว229 ลงวันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2539 และประกาศกระทรวงมหาดไทยเรื่องการจัดตั้งองค์กรบริหารส่วนตำบล ลงวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2539 โดยให้ยกฐานะเป็นนิติบุคคล องค์กรบริหารส่วนตำบลบางหลวงตั้งอยู่ ณ หมู่ 6 ตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นองค์กรบริหารส่วนตำบลขนาดเล็ก ปัจจุบัน เป็นหน่วยบริหารราชการส่วนท้องถิ่น ตามพระราชบัญญัติสภาตำบล พ.ศ. 2537 มีภารกิจทางด้านการพัฒนาตำบลและการให้บริการประชาชน ภายใต้การกำกับดูแลของนายอำเภอ และผู้ว่าราชการ จังหวัด

2.3.2 เทศบาลตำบลบางหลวง เดิมเป็นสุขาภิบาล ตั้งเมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2499 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 73 ตอนที่ 60 ลงวันที่ 3 สิงหาคม พ.ศ. 2499 และได้รับการเปลี่ยนแปลงฐานะจากสุขาภิบาลเป็นเทศบาลตำบลเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม พ.ศ. 2542 ตามพระราชบัญญัติเปลี่ยนแปลงฐานะของสุขาภิบาล พ.ศ. 2542 ตามโครงสร้างปัจจุบันถูกจัดเป็นเทศบาลขนาดกลาง เทศบาลตำบลบางหลวงเป็นชุมชนที่ตั้งอยู่บริเวณริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน อยู่ในเขตอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีพื้นที่ทั้งหมด 1.5 ตารางกิโลเมตร ครอบคลุมพื้นที่ 2 ตำบล คือ ตำบลบางหลวง ประกอบด้วย หมู่ที่ 1,2,3,6 (บางส่วน) หมู่ 13 (บางส่วน) และหมู่ที่ 6 ตำบลหินมูล (บางส่วน) ตั้งอยู่ห่างจากจังหวัดนครปฐม ประมาณ 56 กิโลเมตร และห่างจากอำเภอบางเลน ประมาณ 14 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 90 กิโลเมตร

1) อาณาเขตติดต่อ เทศบาลตำบลบางหลวง มีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	อบต.บางหลวง
ทิศใต้	ติดต่อกับ	อบต.บางหลวง
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	อบต.หินมูล
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	อบต.บางหลวง

2) ลักษณะภูมิประเทศ

ภูมิประเทศทั่วไปเป็นพื้นที่ราบภาคกลางตอนล่างในเขตลุ่มแม่น้ำท่าจีน เป็นพื้นที่ราบลุ่มเป็นส่วนใหญ่ ไม่มีป่าและภูเขา มีความสูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 2 เมตร เป็นที่ราบริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนซึ่งไหลจากทิศเหนือลงสู่ทิศใต้จากสุพรรณบุรีผ่านชุมชนบางหลวงไปยังจังหวัดสมุทรสาคร ประชากรรวม 2,315 คน ชาย 1,109 คน หญิง 1,206 คน 571 ครัวเรือน

2.3.3 ศูนย์พัฒนาเด็กเล็กเทศบาลตำบลบางหลวง ก่อตั้งขึ้นในปีการศึกษา 2548 โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแบ่งเบาภาระของผู้ปกครองและพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ แก่เด็ก ๆ ในเขตเทศบาล ในปัจจุบันศูนย์พัฒนาเด็กเล็กใช้อาคารศาลาประชาคม เป็นศูนย์ฯ ชั่วคราว ในขณะนี้สภาได้อนุมัติงบประมาณ ในการก่อสร้างศูนย์ จำนวน 7,700,000 บาท โดยเป็นงบประมาณของเทศบาล ปีการศึกษา 2551 มีบุคลากรในศูนย์ จำนวน 4 คน นักเรียน 2 ห้องเรียน จำนวน 42 คน มีการดำเนินการโครงการดังนี้

- โครงการสื่อสัมพันธ์ บ้าน – โรงเรียน
- โครงการสื่อสัมพันธ์ วันพ่อ/วันแม่
- โครงการอนุรักษ์พลังงาน และสิ่งแวดล้อม

- โครงการบัณฑิตน้อย
- โครงการพัฒนาบุคลากร

3. อาชีพ ผลผลิต

บรรพบุรุษของประชากรในตลาดบางหลวง ส่วนใหญ่อพยพมาจากชวเถา มลฑลทลวงคั้ง ประเทศจีน และมาประกอบอาชีพ 2 กลุ่มใหญ่ ๆ คือ ทำอาชีพเกษตรกรรม โดยมีบ้านเรือนอยู่ตามริมแม่น้ำท่าจีน อีกกลุ่มหนึ่งเป็นพ่อค้า แม่ค้า ประกอบอาชีพค้าขาย โดยอาศัยอยู่ในตลาดบางหลวง “บ้านเก่าเหล่าเต็งไม้” เดิมการค้าขายต้องอาศัยการเดินทางเรือเป็นหลักตลาดบางหลวงตั้งอยู่ริมแม่น้ำ ท่าจีน จึงเป็นทางเลือกในการซื้อขาย แลกเปลี่ยนสินค้า

เดิมตลาดบางหลวงเป็นแหล่งค้าขายทางน้ำที่สำคัญแห่งหนึ่งของอำเภอบางเลนเพราะมีท่าเทียบเรือหลายท่า สะดวกในการขนถ่ายสินค้า ทางการเกษตร มีบริษัทสุพรรณชนส่งให้บริการเดินเรือจากสุพรรณบุรีไปยังสถานีรถไฟจิวราย อำเภอนครชัยศรี เพื่อเดินทางระหว่างหมู่บ้านหรือเข้ากรุงเทพฯ เมื่อกาลเวลาเปลี่ยนไปเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาแทน มีการสร้างถนน การสัญจรทางน้ำลดลง รถยนต์เข้ามาแทนที่เรือทำให้การค้าขายสินค้าทางน้ำเริ่มซบเซาลง แต่การค้าขายของชาวตลาดบางหลวงก็ยังคงอยู่ และยังคงรักษาเอกลักษณ์ด้านต่าง ๆ ไว้อย่างสมบูรณ์ ไม่ว่าจะเป็นร้านขายยาจีนสมุนไพร ร้านทำฟันปลอม ร้านทำทอง ร้านบัดกรีโลหะ ร้านทำเส้นก๋วยเตี๋ยว ฯลฯ ก็ยังคงอนุรักษ์ไว้เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต่อไป เมื่อตลาดมีความเจริญรุ่งเรืองชุมชนเริ่มขยาย ได้มีการสร้างตลาดล่าง และตลาดกลาง ตามลำดับ

นอกจากที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว ตลาดบางหลวงยังเป็นแหล่งอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวบาง-หลวงที่แปลกและอร่อยจำนวนมาก ได้รับการกล่าวขานขนานนามว่า "เป็นดินแดนวัฒนธรรมไทยจีน ขนมหวาน อาหารอร่อย โดยได้รับมรดกทางปัญญาจากบรรพบุรุษ ในการประกอบอาหารคาวหวานต่าง ๆ และมีอาหารถิ่นที่ไม่เหมือนท้องถิ่นอื่น อาทิ เป็ยะสูตรจีนโบราณ ข้าวเกรียบปากหม้อ ใ้ผักที่ไม่เหมือนใคร หมูสะเต๊ะ เป็ดพะโล้ ก๋วยจั๊บน้ำใสหมูฉีก ผัดไทยกุ้งสด ราดหน้าฮ่องเต้ เป็ดย่างผัดพริกแกง ก๋วยเตี๋ยวหมูตุ๋น ขนมจีบไส้หน่อไม้ และใ้ผักที่แสนอร่อย กาแฟสูตรโบราณ บดเมล็ดเอง และยังมีขนมไทย ๆ ที่ทำใหม่ สดทุกวัน สำหรับบ้านเรือนริมน้ำก็จะปลูกผักกระเฉด และผักบุ้ง นำไปขายในตลาดถือเป็นอาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้แก่ครอบครัวอย่างมาก

4. แนวคิดด้านการท่องเที่ยว

4.1 ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) โดยสรุปว่า หมายถึง การเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือ

วัตถุประสงค์อื่นใดที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เพื่อให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลินและผ่อนคลายความเครียดในยามว่าง หรือเมื่อเวลาที่ต้องการจะพักผ่อน ซึ่งอาจเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความรู้และประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย (ไพฑูรย์และวิลาสวงศ์ พงศบุตร, 2536 ; นิคม จารุมณี, 2536 ; ส่งศรีวงษ์เวช , 2545 ; ภูสวัสดิ์สุขเสียง, 2545 อ้างถึงใน วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ, 2549)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาประเทศเป็นอย่างมากโดยเฉพาะกับประเทศที่ไม่มีอุตสาหกรรมหนักเป็นพื้นฐานทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจโดยตรงและธุรกิจทางอ้อมหรือการสนับสนุนการบริการนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะแก่ชาวต่างชาติ ถือได้ว่าเป็นสินค้าออกที่ไม่สามารถมองเห็นด้วยตาเปล่าได้ (Invisible Export) เป็นการซื้อขายเงินตราต่างประเทศ โดยการขายสินค้าคือบริการต่าง ๆ ก่อให้เกิดอาชีพหลายแขนง นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดและได้รับความรู้ความเข้าใจวัฒนธรรมและยังเป็นการนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างกว้างขวางโดยความสำคัญของการท่องเที่ยว (เสรี วงศ์ไพจิตร, 2534 อ้างถึงใน วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะ, 2549) มีดังนี้

1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ โดยนำเงินตราต่างประเทศให้แก่ประเทศชาติ เช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกไปขายต่างประเทศ ได้แก่ ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว และเข้ามาซื้อสินค้าไทยและนำกลับออกไป รายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ คือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourism Expenditure) ที่ใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. การท่องเที่ยวแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลชำระเงินของประเทศ กล่าวคือ ประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาและประสบปัญหาสถานะการขาดดุลการค้า และดุลชำระเงิน เนื่องจากประเทศกำลังพัฒนาจะต้องพึ่งพิงประเทศที่พัฒนาแล้ว ในการนำเข้าสินค้าที่ตนเองไม่สามารถผลิตได้ เช่น เครื่องมือ เครื่องจักรและเทคโนโลยีต่าง ๆ อันเป็นปัจจัยที่จำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ และสินค้าเหล่านี้มีมูลค่าสูงมากเมื่อเทียบกับมูลค่าส่งออกสินค้าทางการเกษตร นอกจากนี้ประเทศกำลังพัฒนายังต้องพึ่งสถาบันการเงินระหว่างประเทศเพื่อกู้ยืมเงินมาใช้ในการพัฒนาประเทศ ดังนั้นรายได้จากการท่องเที่ยวมูลค่านับแสนล้านบาทต่อปีจึงช่วยลดดุลการค้าได้อย่างมาก

3. การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บภาษีรัฐบาล คือ นักท่องเที่ยวต้องจ่ายภาษีต่าง ๆ เช่นเดียวกับคนอื่น ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม และจะต้องจ่ายภาษีเมื่อซื้อสินค้าและบริการและภาษีทางอ้อมที่จะจ่ายอีก เช่น ค่าธรรมเนียมการใช้สนามบิน ค่าภาษีศุลกากรค่าธรรมเนียมการประทับตราหนังสือเดินทางและธุรกิจอื่นที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ภาษีกรมสรรพากร ภาษีหน่วย

ราชการส่วนท้องถิ่นจัดเก็บ ค่ารถบริการต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียมโรงแรมค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายอาหาร สุรา และเครื่องดื่ม เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเป็นการกระจายรายได้ ออกไปตามส่วนภูมิภาคของประเทศเนื่องจากการท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมาก ดังนั้นรายรับจากการท่องเที่ยวจึงกระจายออกไปสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วทั้งระบบเศรษฐกิจ

5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ประชาชนทั้งแรงงานทั่วไป (Unskilled) และแรงงานที่มีความชำนาญ (Skill) เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่สัดส่วนของแรงงานสูงกว่าเครื่องจักร (Labour Intensive Industry)

6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราอย่างกว้างขวาง กระตุ้นการผลิตและการลงทุนในอัตราสูง ด้วยค่าทวีทางเศรษฐกิจ (Economic Multiplier) เป็นผลดีต่อระบบเศรษฐกิจอย่างยิ่ง เพราะนอกจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะมีผลโดยตรงต่อผู้จัดการที่פקและธุรกิจต่าง ๆ รวมทั้งสร้างงานอาชีพอีกมากมายแล้ว ผลทางอ้อม จากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ยังทำให้รายได้ของแรงงานในธุรกิจท่องเที่ยวต่าง ๆ หมุนเวียนรับ - จ่าย ต่อกันไปอีกหลายรอบ จนกระทั่งถึงจุดสิ้นสุดของตัวเอง ยิ่งหมุนเวียนได้มากรอบเพียงใดก็ยิ่งทำให้มูลค่าเพิ่มมากขึ้นเพียงนั้น

7. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด (Limitless Boundary Industry) ไม่มีปัญหาเรื่องการผลิตและไม่มีข้อกำหนดโควตาการจำหน่าย กล่าวคือ การผลิตไม่ขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศ หรือเครื่องมือเครื่องมือ โดยเฉพาะเจาะจงเหมือนเช่นการผลิตในสาขาอื่น ๆ การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาแล้วแต่ความเหมาะสมของแต่ละประเทศแต่ละภูมิภาคของประเทศและขึ้นอยู่กับความสามารถของรัฐบาลแต่ละประเทศที่จะใช้กลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตน

4.2 องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเข้าเยี่ยมชมนั้นต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญและมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกัน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 45) , Collier and Harraway (1997:18) , และ Burkart and Medlik (1981 อ้างถึงใน วิไลลักษณ์ รัตนเพชรธัมมะ, 2549) ได้กล่าวว่าการที่การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ประการ หรือ 3 As ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน เพราะเป็นปัจจัยหลักที่สำคัญที่สุดของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ต้องมีสิ่งดึงดูดใจอย่างใดอย่างหนึ่งในการที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปเยี่ยมชมเยือนถ้าไม่มีสิ่งดึงดูดใจแล้วนักท่องเที่ยวก็ไม่มีแรงจูงใจมาสถานที่นั้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึงสิ่งที่จะบริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ สะดวกและอยากมาท่องเที่ยวอีก หรือพักอยู่นานขึ้น เช่น ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง การสื่อสาร ไฟฟ้า น้ำประปา ร้านจำหน่ายของที่ระลึกและบริการนำเที่ยว เป็นต้น

3. การเข้าถึงพื้นที่ (Accessibility) หมายถึงการคมนาคมเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องมีเส้นทางหรือโครงข่ายคมนาคมที่สามารถเข้าถึงพื้นที่นั้น ตลอดจนสามารถติดต่อเชื่อมโยงกันระหว่างแหล่งท่องเที่ยวกับบริเวณใกล้เคียง จะเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงได้โดยมีปัจจัยคมนาคมที่สะดวกก็จะมีนักท่องเที่ยวนิยมเข้าไปท่องเที่ยวมาก แต่ถ้าแหล่งท่องเที่ยวอยู่ไกลและไม่มี การคมนาคมเข้าถึงได้สะดวกเพียงพอก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นลดความสำคัญลง

โครงการศึกษาวิจัยมนุษย์และสิ่งแวดล้อม (กระทรวงมหาดไทย, 2543.) กล่าวว่า นอกเหนือจากปัจจัยดังกล่าวข้างต้นแล้ว องค์ประกอบด้านการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะชักนำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว เพราะการตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพร้อมที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการบริการ ซึ่งอาจทำได้ 2 วิธี คือ การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

องค์ประกอบดังกล่าวข้างต้นเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวซึ่งผู้เกี่ยวข้องต้องพิจารณาในปัจจัยต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับรูปแบบ ลักษณะการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวแต่ละประเภทมีความแตกต่างกันไป เช่น การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือการเปลี่ยนแปลงระบบนิเวศ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น จึงต้องมีการบริหารจัดการให้เหมาะสม

4.3 ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อทั้งในด้านดีและด้านลบ ซึ่งผลกระทบในด้านดีของการท่องเที่ยวมีดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2540)

4.3.1 ผลกระทบในด้านดี

1) มาตรฐานการครองชีพดีขึ้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้มาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นดีขึ้น สืบเนื่องจากการก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การกระจายโอกาส

การจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นมากขึ้นทั้งทางตรง เช่น การจ้างงานบุคลากรของธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ พนักงาน โรงแรม พนักงานขนส่ง พนักงานบริการนำเที่ยว พนักงานบริการให้เช่าสินค้าและบริการต่าง ๆ และทางอ้อม เช่น คนส่งหนังสือพิมพ์ให้กับโรงแรม คนงานทอผ้าพนักงานเก็บค่ากระแสไฟฟ้า เกษตรกรผู้ผลิตอาหาร พนักงานธนาคาร ฯลฯ

2) ความสะดวกสบายจากการพัฒนาสาธารณูปโภคและสาธารณูปการอันเกิดจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นผลพลอยได้ที่สำคัญต่อคนในท้องถิ่นที่สามารถจะได้ใช้ความสะดวกสบายเหล่านั้นพร้อม ๆ กับแหล่งท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ จุดตรวจของตำรวจ รถยนต์โดยสาร ฯลฯ

3) การเดินทางท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพหลังไหลของประชากรสู่เมืองหลวง ซึ่งโดยธรรมชาติของคนทั่วไปหากสามารถสร้างรายได้จากการประกอบอาชีพในถิ่นฐานบ้านเกิดของตนก็จะไม่ย้ายถิ่นฐาน และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสในการประกอบอาชีพรายย่อยให้กับคนในท้องถิ่น ซึ่งอาจจะเป็นการประกอบอาชีพโดยอิสระ เช่น การขายอาหาร ของที่ระลึกหรือเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน เช่น ร้านขนมไทยแม่กิมไล้จังหวัดเพชรบุรี เป็นต้น

4) การนำทรัพยากรที่เหลือใช้มาแปรรูปและการส่งเสริมฟื้นฟูภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การนำเศษวัสดุประเภทไม้มาใช้ในการทำของที่ระลึก หรือ ประติมากรรมประกอบอาคารตกแต่งอาคารสถานที่ และการนำเอาผลิตภัณฑ์พื้นเมืองในท้องถิ่นต่าง ๆ มาพัฒนาให้เป็นสิ่งของที่ระลึก

4.1.3 ผลกระทบด้านลบ

1) การบุกรุกพื้นที่อนุรักษ์/พื้นที่สาธารณะการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ก่อให้เกิดการบุกรุกพื้นที่เขตสงวนและเขตอนุรักษ์รวมถึงพื้นที่สาธารณะต่าง ๆ ของร้านอาหาร โรงแรม สถานที่ประกอบการ เพื่อนำพื้นที่มาเปลี่ยนแปลงสภาพเพื่อใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว

2) ปัญหาน้ำทิ้ง น้ำทิ้งจากการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากสถานที่พักแรมรองลงมา เป็นน้ำทิ้งจากร้านอาหารและสถานบริการในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งปล่อยน้ำทิ้งลงสู่แหล่งน้ำใกล้เคียงหรือ แม้กระทั่งมีการต่อน้ำเสียจากห้องสุขาลงสู่แหล่งน้ำสาธารณะโดยตรง โดยไม่มีการบำบัดเสียก่อน

3) ขยะมูลฝอย แหล่งท่องเที่ยวทุกที่มีปัญหาในเรื่องขยะมูลฝอยในระดับแตกต่างกันไป ทั้งในเรื่องการจัดเก็บที่ไม่ทั่วถึง หรือไม่มีการจัดเก็บ ทำให้มีขยะตกค้างหรือการทิ้งขยะไม่เป็นที่ของนักท่องเที่ยว หรือผู้ประกอบการที่ไม่มีจิตสำนึกในการดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมทิ้งขยะไม่เป็นที่มากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยจะสังเกตได้จากการทิ้งเศษภาชนะพลาสติก เช่น ขวดน้ำกลอง โฟม ถุงขนมขบเคี้ยวตามข้ามทาง หรือแม้กระทั่งในเส้นทางเดิน

เช่นเส้นทางเดินชมธรรมชาติบริเวณน้ำตกห้วยแก้วและวังบัวบานในเขตอุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ ที่มีทั้งขยะพลาสติกและเศษแก้วจากขวดเครื่องดื่มต่าง ๆ

4) มลภาวะทางเสียง ซึ่งส่วนใหญ่เกิดจากการใช้รถยนต์ยานพาหนะหรือเกิดจากเครื่องกำเนิดไฟฟ้า เครื่องดนตรีของสถานบริการ หรือจากเรือโดยสารและกีฬาทางน้ำเช่น เรือยนต์

5) ด้านเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงอาชีพจากชาวไร่ ชาวนา มาทำงานด้านการท่องเที่ยวจะทำให้เกิดปัญหาผลิตผลการเกษตรลดลงในขณะที่ความต้องการเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวมาร่วมกันร่วมใช้ ราคาสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวันมากขึ้น ทำให้ค่าครองชีพสูงขึ้น

6) ด้านสังคม

6.1) ความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีอภิสิทธิ์ ก่อให้เกิดความรู้สึกต่อต้านที่เป็นต้นเหตุของการเปลี่ยนแปลงอุปนิสัยที่เคยโอปอ้อมอารี มีความเป็นมิตรไมตรีต่อนักท่องเที่ยว

6.2) เกิดปัญหาอาชญากรรมเนื่องจากค่าครองชีพที่สูงขึ้น

6.3) นักท่องเที่ยวบางกลุ่ม มีส่วนในการส่งเสริมกิจกรรมที่เป็นปัญหาของสังคม เช่น การบริการทางเพศ การเสพยาเสพติด ฯลฯ

4.4 แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism) ที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของมนุษย์ คือ (มิดเดิลตัน. Middleton, 1994: 37-47. อ้างถึงใน กมลทิพย์ ชูประทีป. 2547)

1) สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจที่ดีของประเทศและของท้องถิ่นเอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้มากขึ้นในประเทศที่พัฒนาแล้วประชากรมีรายได้ต่อหัวสูงมากย่อมมีอำนาจการซื้อมากกว่าประชากรในประเทศที่กำลังพัฒนา

2) สภาพภูมิศาสตร์ (Geographic Factors) ลักษณะภูมิศาสตร์ที่เป็นภูมิภูลำเนาของนักท่องเที่ยวจะมีผลกระทบต่อข้อกำหนดจุดปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไป คนที่อยู่อาศัยในแถบทะเลจะไม่รู้สึกต้องการเดินทางไปชมหรือพักผ่อนยังท้องถิ่นที่มีลักษณะเดียวกัน แต่กลับนิยมไปยังสถานที่ที่แตกต่างออกไปเพื่อแสวงหาบรรยากาศแปลกใหม่

3) สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factors) รูปแบบของวัฒนธรรมและทัศนคติของคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อความต้องการนักท่องเที่ยว เช่น สังคมของประเทศแถบตะวันออกกลาง ไม่เอื้ออำนวยให้เดินทางไปยังประเทศอื่นที่อยู่ห่างไกล แต่ในทางกลับกันสังคมชาวตะวันตกเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เดินทางและผู้หญิงชาวเอเชียวัยทำงานนิยมเดินทางเป็นกลุ่มมากกว่าไปตามลำพัง บางประเทศมีค่านิยมหรือแฟชั่นที่ให้ความสำคัญกับการ

ท่องเที่ยวเพื่อชี้ให้เห็นระดับทางสังคมที่สูงขึ้น โดยเฉพาะผู้มีฐานะทางการเงินดีนิยมไปต่างประเทศมากกว่าการเที่ยวในประเทศ

4) นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ (Government/Regulatory Factors) นโยบายทางการเมืองหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะเดินทางของนักท่องเที่ยว ปัญหาการสู้รบ ความตึงเครียดทางการเมือง การกำหนดจำนวนวันหยุดประจำปี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือสกัดกั้นการเดินทางออกของนักท่องเที่ยวที่รัฐบาลแต่ละประเทศกำหนด

5) ราคา (Price Factors) ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือกหรือเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นยานพาหนะ ค่าที่พัก หรืออัตราค่าครองชีพในท้องถิ่นที่รัฐบาลแต่ละประเทศจะกำหนด

6) ความสะดวกในการเดินทาง (Transport Factors) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมีความยากง่ายเพียงใด เช่น มีสายการบินที่บินตรงสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องการหรือไม่ เวลาที่ใช้ในการเดินทางมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

7) การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relations) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งแห่งใดได้รับความสนใจหรือเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากกว่าแห่งอื่น จึงมีการแข่งขันในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวที่กำลังตัดสินใจเลือกเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้น

ประเสริฐ วิทยารัฐ (2535 : 220 อ้างถึงใน กมลทิพย์ ชูประทีป 2547:28) ได้กล่าวถึงสิ่งที่จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่

1. บรรยากาศด้านกายภาพ

1.1 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก

1.2 มีความสะดวก สบาย ปลอดภัย

1.3 มีสิ่งดึงดูดใจ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

1.4 มีสิ่งหายาก วิถีชีวิตที่หาไม่ได้ยาก

2. บรรยากาศด้านจิตใจ

2.1 ความมีมิตรไมตรี ความรู้สึกปลอดภัย

2.2 การต้อนรับขับสู้ มีความพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ

2.3 ค่าครองชีพไม่สูงเกินไป

2.4 ความไม่เข้มงวดต่อนักท่องเที่ยว

3. บรรยายภาคด้านอื่น ๆ

- 3.1 การแนะนำประชาสัมพันธ์ที่ดี
- 3.2 สินค้าที่ระลึกมีคุณภาพ
- 3.3 สินค้าปลอดภาษีที่มีราคาพอสมควร
- 3.4 ความบันเทิงที่นักท่องเที่ยวสนใจ

การที่มนุษย์ต้องประกอบกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อการดำรงชีวิต การพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยว จึงมีความจำเป็นสำหรับชีวิตมากขึ้นตามลำดับ ประกอบกับประเทศไทยมีวันหยุดตามเทศกาลต่าง ๆ ตลอดทั้งปี โอกาสเดินทางจึงมีมากขึ้น สามารถเลือกประเภทและรูปแบบของการท่องเที่ยวได้มากขึ้นจากเดิม

5. การสร้างอัลบั้มภาพ

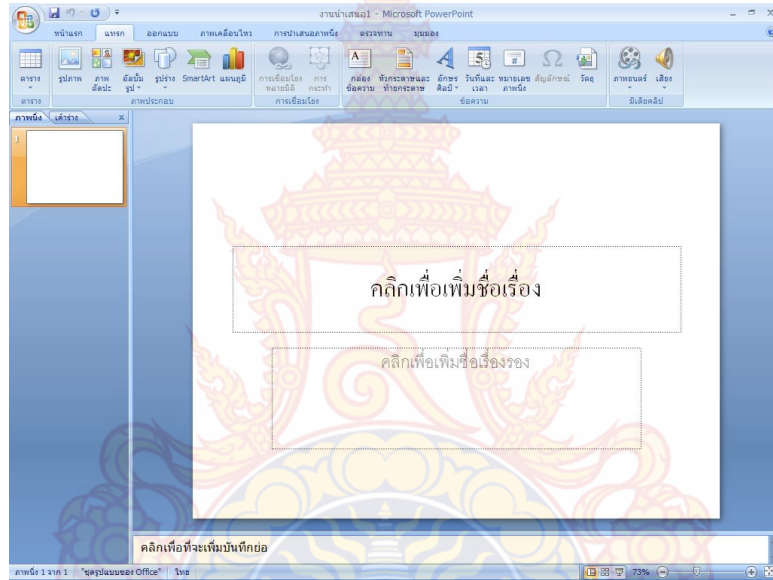
5.1 ภาพรวมของการสร้างอัลบั้มภาพ

อัลบั้มภาพ (รูป) ของ PowerPoint เป็นงานนำเสนอที่สามารถสร้างเพื่อแสดงรูปถ่ายทางธุรกิจหรือ รูปถ่ายส่วนบุคคล สามารถเพิ่มลักษณะพิเศษที่มีการเปลี่ยน ภาพนิ่งที่ดึงดูดความสนใจ พื้นหลังที่มีสีสันและชุดรูปแบบ คำโคร่งเฉพาะ เป็นต้น (ชุดรูปแบบ : การผสมระหว่างชุดรูปแบบสี ชุดรูปแบบอักษร และชุดรูปแบบลักษณะพิเศษ ชุดรูปแบบอาจนำมาใช้กับแฟ้มโดยเลือกเฉพาะตัวเลือกบางตัวได้) หลังจากทีรูปภาพอยู่ในอัลบั้มแล้ว สามารถเพิ่มคำอธิบายภาพ ปรับเปลี่ยนลำดับและคำโคร่ง เพิ่มกรอบรูปภาพ และแม้แต่นำชุดรูปแบบไปใช้กำหนดลักษณะที่ปรากฏของอัลบั้มเพิ่มเติมเมื่อต้องการใช้อัลบั้มรูปร่วมกับบุคคลอื่น สามารถส่งอัลบั้มรูปเป็นสิ่งที่แนบไปกับข้อความอีเมล ประกาศอัลบั้มรูปบนเว็บ หรือพิมพ์อัลบั้มรูป

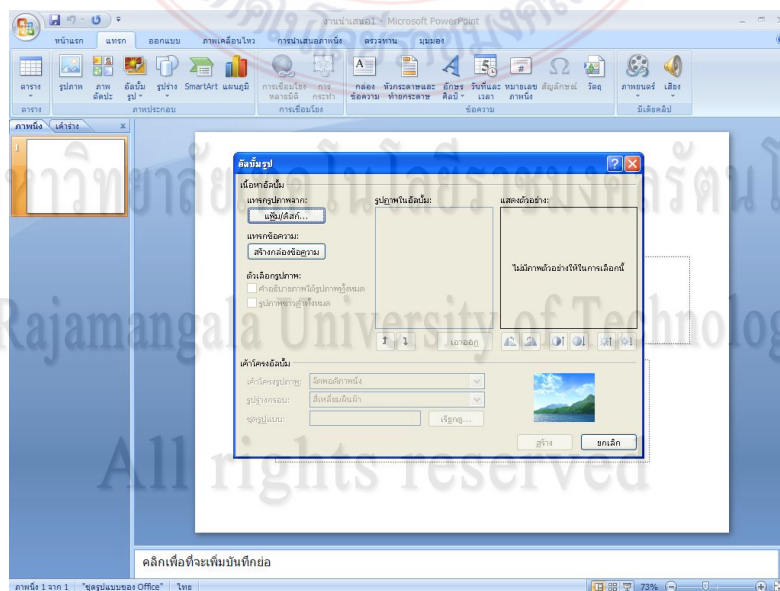
5.2 การสร้างอัลบั้มรูป (Photo Album) จากโปรแกรม Microsoft Office PowerPoint

กรณีที่มีรูปภาพจำนวนมาก เช่น ภาพจากกล้องดิจิทัลที่ถ่ายมาเป็นจำนวนมาก ต้องการจะนำประกอบสไลด์เป็นชุด ๆ PowerPoint ได้สร้างคุณสมบัติที่เรียกว่า อัลบั้มรูป ขึ้นมาเพื่อนำเอารูปภาพมาจัดเป็นหมวดหมู่ สำหรับใช้งานได้สะดวกขึ้น การสร้างอัลบั้มรูป มีวิธีการทำ ดังนี้

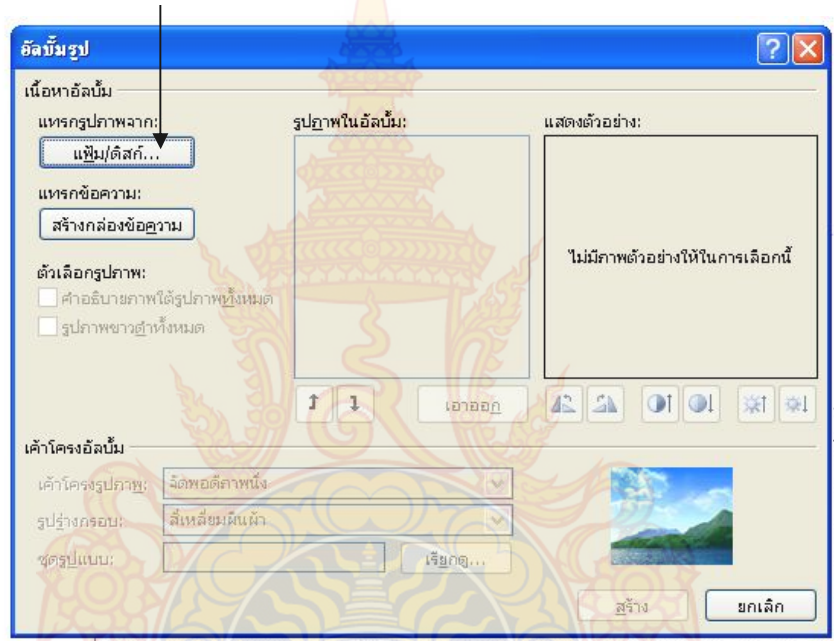
1. เลือกโปรแกรม Microsoft Office PowerPoint



2. คลิกคำสั่ง แทรก > อัลบั้มรูป > สร้างอัลบั้มรูป
3. จะได้อัลบั้มรูป
4. ที่คำสั่ง แทรกรูปภาพจาก : คลิก เลือกปุ่ม เพิ่ม/ติ๊ก...

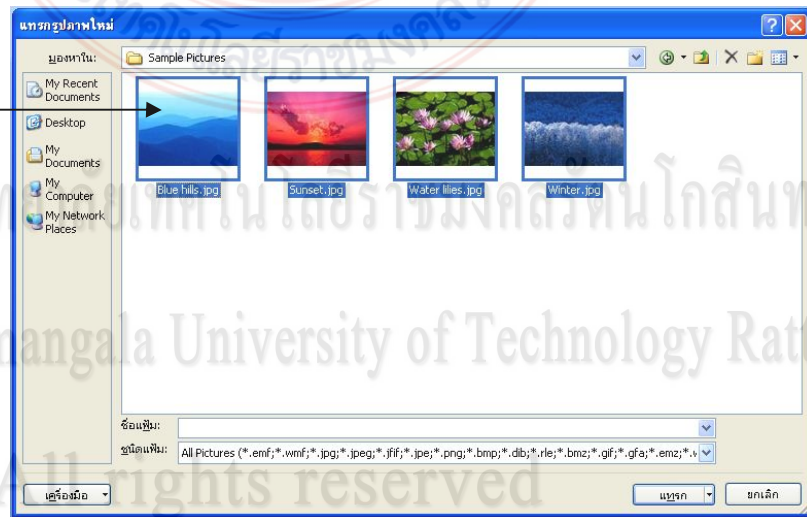


เลือกปุ่ม เพิ่ม/ดิสก์...









คลิกเลือกไฟล์รูปภาพ ถ้าต้องการเลือกหลาย ๆ ภาพให้กดแป้น <Ctrl> ค้างไว้กับคลิกที่รูปภาพนั้น ๆ เสร็จแล้วคลิกปุ่ม แทรก ภาพที่เลือกจะปรากฏในอัลบั้มรูปทันที

เลือกภาพ

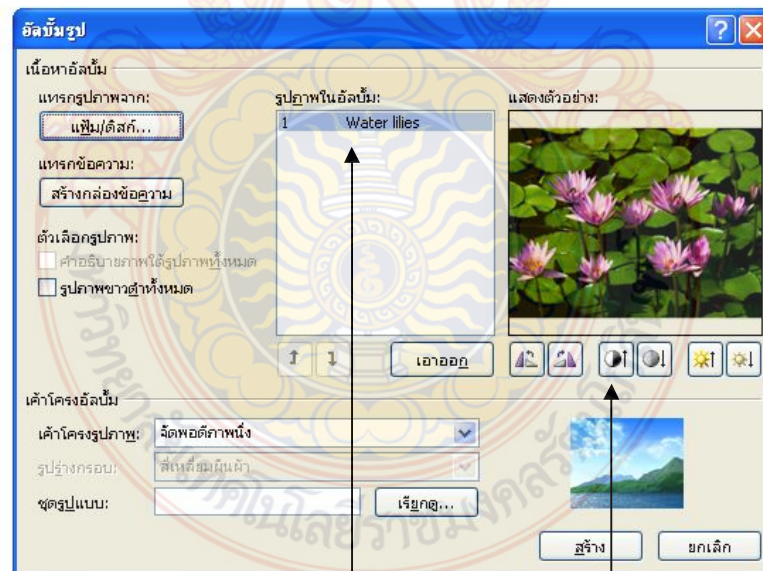


คลิกปุ่ม แทรก

5. ปรับความสว่างและการวางภาพตามความเหมาะสมแล้วคลิกปุ่ม สร้าง

- เมื่อต้องการหมุนรูปภาพตามเข็มนาฬิกา ให้คลิก 
- เมื่อต้องการหมุนรูปภาพทวนเข็มนาฬิกา ให้คลิก 
- เมื่อต้องการเพิ่มความคมชัด ให้คลิก 
- เมื่อต้องการลดความคมชัด ให้คลิก 
- เมื่อต้องการเพิ่มความสว่าง ให้คลิก 
- เมื่อต้องการลดความสว่าง ให้คลิก 

6. ภาพที่เลือกจะแทรกบนสไลด์



อัดบ่มรูป

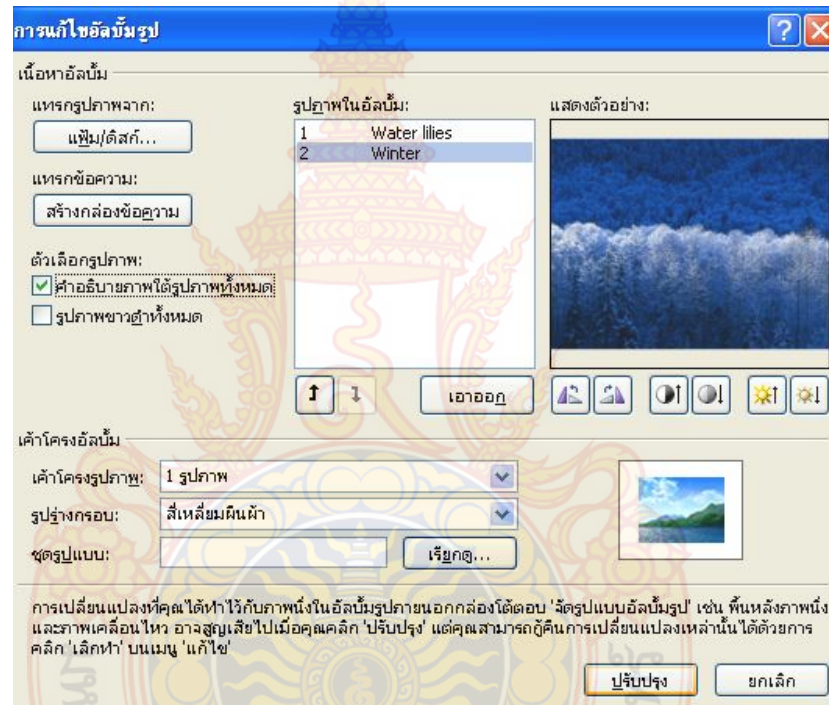
ปรับแต่งรูปภาพ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

7. การเพิ่มคำอธิบายภาพ



- 1) บนแท็บ แทรก ให้คลิก อัลบั้มรูป แล้วคลิก แก้ไขอัลบั้มรูป
- 2) ในกล่องโต้ตอบ แก้ไขอัลบั้มรูป ภายใต้ ตัวเลือกรูปภาพ ให้เลือกกล่องกาเครื่องหมาย คำอธิบายภาพได้รูปภาพทั้งหมด

หมายเหตุ ถ้ากล่องกาเครื่องหมาย คำอธิบายภาพได้รูปภาพทั้งหมด ไม่พร้อมใช้งาน และเป็นสีเทาจาง ภายใต้ เค้าโครงอัลบั้ม จะต้องเลือกเค้าโครงใดเค้าโครงหนึ่ง ไม่ต้องเลือกจัดพอดีกับหน้า ถ้าต้องการเพิ่มคำอธิบายภาพ

- 3) คลิก ปรับปรุ้ง
- 4) ตามค่าเริ่มต้น PowerPoint จะใช้ชื่อเพิ่มรูปภาพเป็นตัวยัดสำหรับข้อความ

คำอธิบายภาพ

All rights reserved



Water lilies

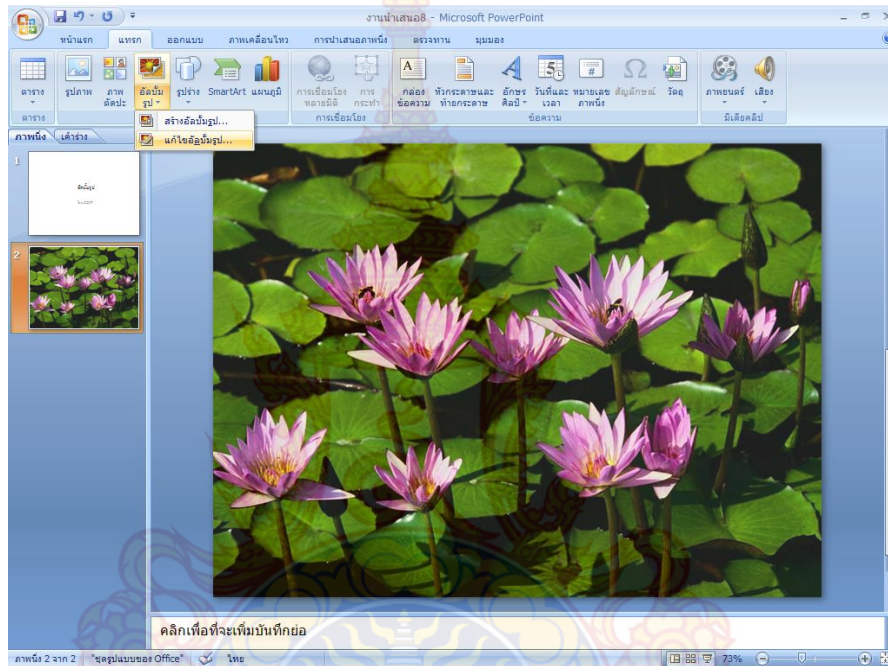
5) ในมุมมองปกติ ให้คลิกตัวชี้ข้อความคำอธิบายภาพ แล้วพิมพ์คำอธิบายภาพ



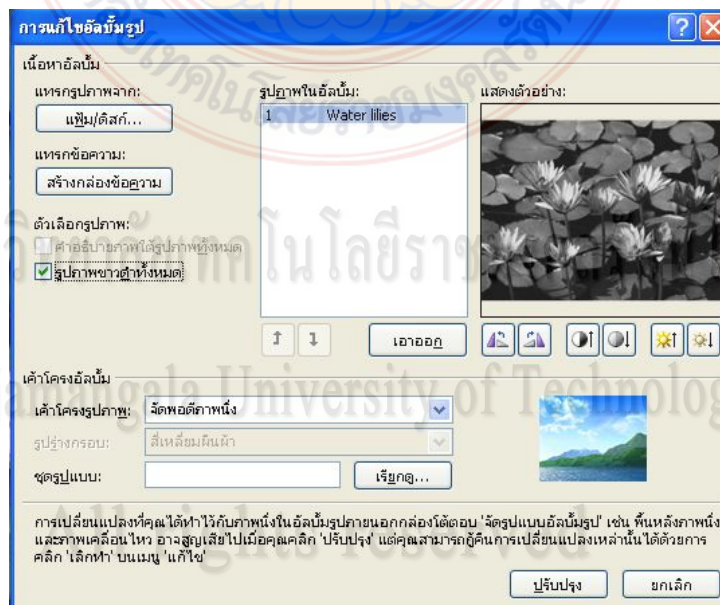
ตลกบัวหลวง

8. การเปลี่ยนลักษณะที่ปรากฏของรูปภาพ

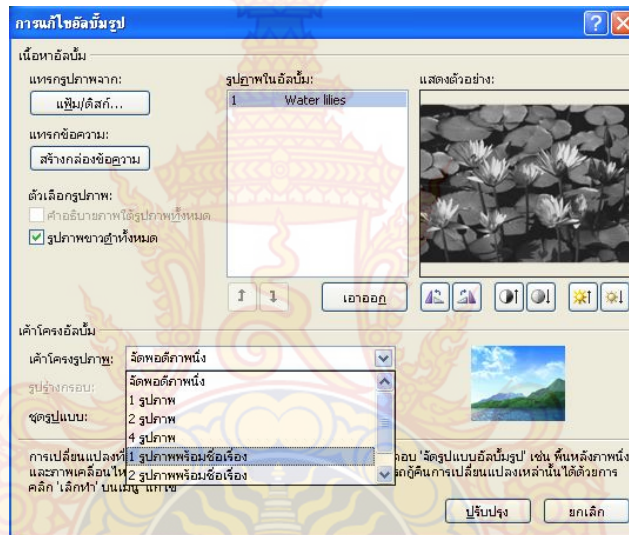
- 1) เปิดงานนำเสนออัลบั้มรูปที่มีรูปภาพที่ต้องการเปลี่ยนแปลง
- 2) บนแท็บ แทรก ในกลุ่ม รูป ให้คลิกลูกศรใต้ อัลบั้มรูป แล้วคลิก แก้ไขอัลบั้มรูป



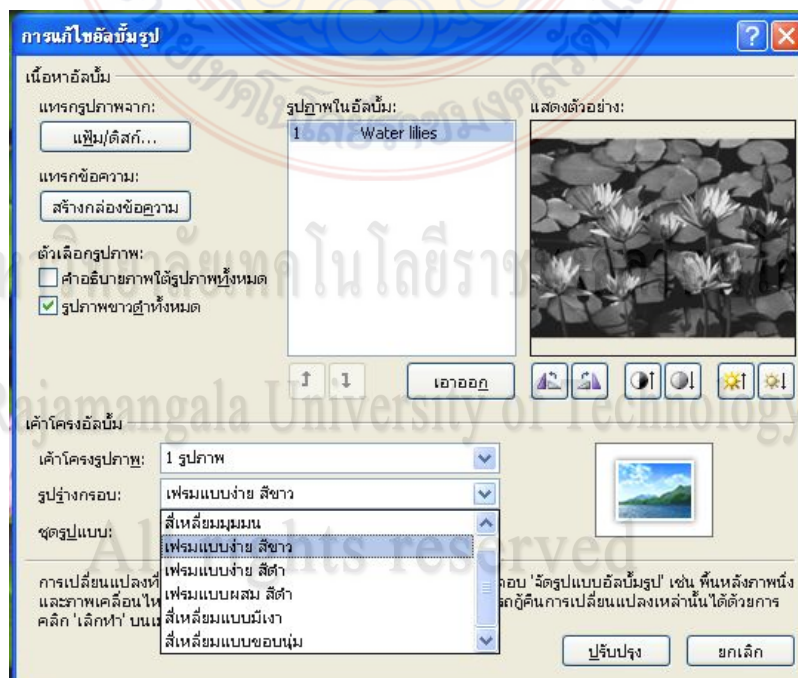
- 3) ในกล่องโต้ตอบ การแก้ไขอัลบั้มรูป ให้เลือกทำอย่างน้อยหนึ่งอย่างต่อไปนี้
- เมื่อต้องการแสดงรูปภาพทั้งหมดในอัลบั้มรูปเป็นสีขาวดำ ภายใต้ตัวเลือกรูปภาพ ให้ เลือกกล่องกาเครื่องหมาย รูปภาพขาวดำทั้งหมด



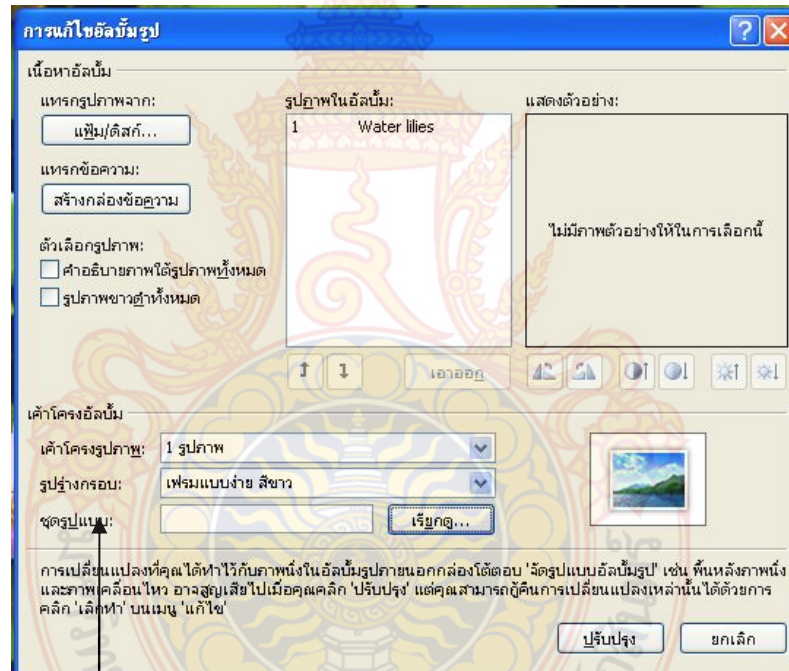
- เมื่อต้องการเปลี่ยนเค้าโครงรูปภาพภายใต้เค้าโครงอัลบั้ม ในรายการเค้าโครงรูปภาพ ให้เลือกเค้าโครงที่ต้องการ



- เมื่อต้องการใส่กรอบให้รูปภาพ ภายใต้ เค้าโครงอัลบั้ม ในรายการรูปร่างกรอบ ให้เลือกรูปร่างกรอบที่เหมาะสมกับรูปภาพทั้งหมดในอัลบั้มรูป

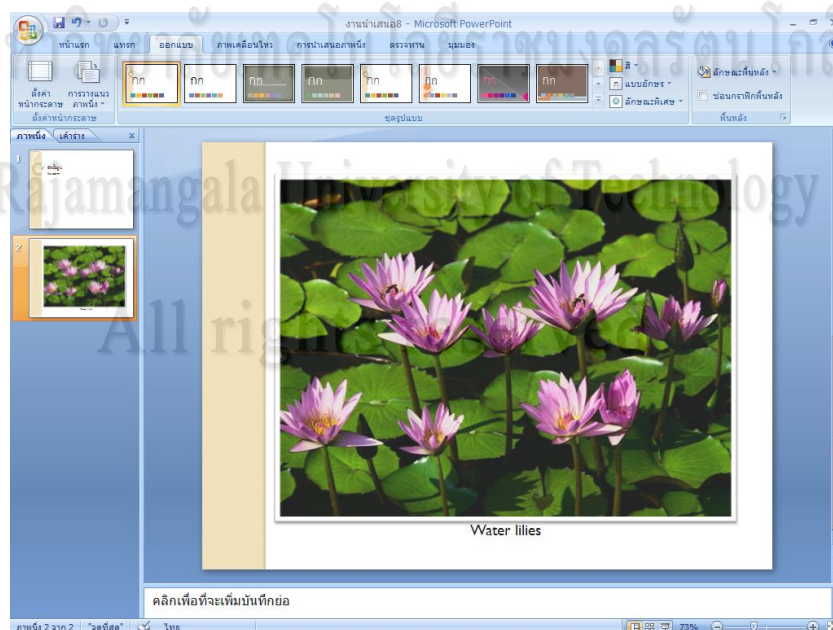


- เมื่อต้องการเลือกชุดรูปแบบสำหรับอัลบั้มรูป ภายใต้ เค้าโครงอัลบั้ม ที่อยู่ถัดจาก ชุดรูปแบบ ให้คลิก เรียกดู จากนั้นในกล่องโต้ตอบ เลือกชุดรูปแบบ ให้ค้นหาตำแหน่งของชุดรูปแบบที่ต้องการใช้

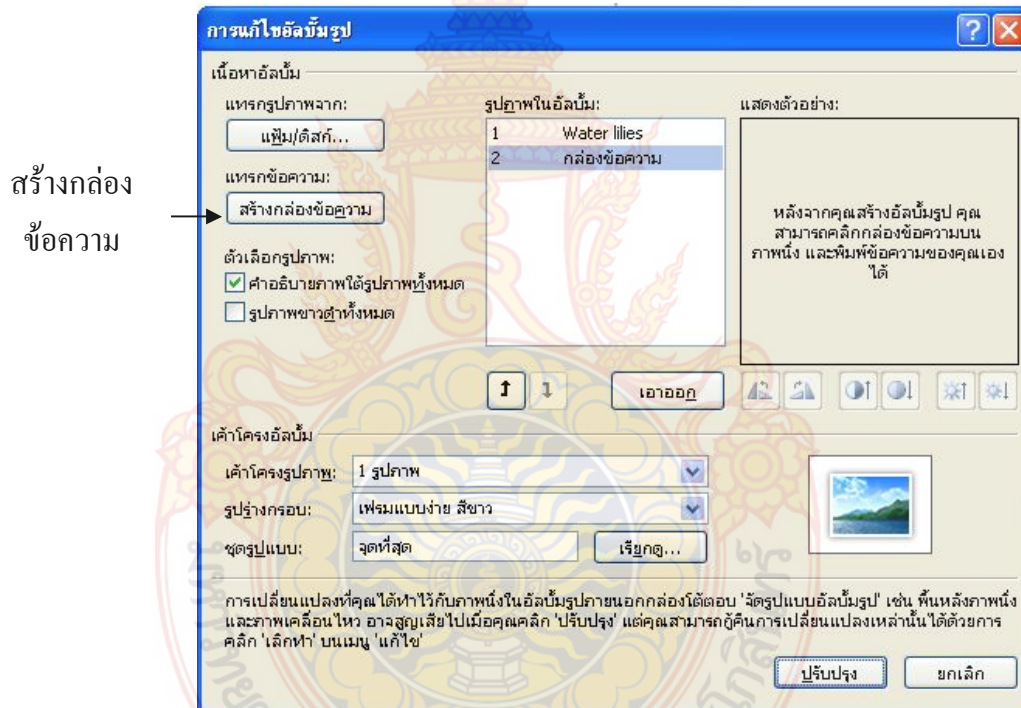


ชุดรูปแบบ

- เมื่อต้องการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้ชุดรูปแบบ ให้ดูการนำชุดรูปแบบไปใช้เพื่อเพิ่มสี และลักษณะให้กับงานนำเสนอ



- เมื่อต้องการเพิ่มกล่องข้อความ (ซึ่งให้ระยะห่างระหว่างรูปภาพในอัลบั้มรูป) ภายใต้รูปภาพในอัลบั้ม ให้คลิกรูปภาพที่ต้องการเพิ่มกล่องข้อความ แล้วคลิก สร้างกล่องข้อความ



ที่มา : <http://e-learningyvc.ueuo.com/bot4/b4-14.html>

E-learning โปรแกรม Power point

จัดทำโดย : นักศึกษาแผนกคอมพิวเตอร์ธุรกิจวิทยาลัยอาชีวศึกษายะลา

Tel.084-8553914 Email.saree_26@hotmail.com

6. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ประหยัด ตะคอนรัมย์ (2544) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ รสชาติอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ ส่วนปัญหาที่เกิดขึ้นในปัจจุบันเป็นปัญหาด้านการบริการและผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะแหล่งน้ำ ปัญหาคาการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวขององค์กรชุมชน ยังขาดการบริหารจัดการที่ดีและปัญหาการมีส่วนร่วมของประชาชนในชุมชน รูปแบบการบริหารควรให้องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระทึกร่วมกับคณะกรรมการที่ได้รับการคัดเลือกเป็นองค์กรดำเนินงานออกข้อบังคับและ

ระเบียบที่ชัดเจน โดยใช้หลักธรรมาภิบาลในการบริหาร รวมทั้งจัดการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวข้างเคียง

ปัจฉิมา มุลเมือง (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนบ้านป่าเหมี้ยง จังหวัดลำปาง พบว่า ควรใช้ศักยภาพชุมชนที่มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติที่มีอย่างสมบูรณ์และสวยงามมาส่งเสริมให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยว

พระสมศักดิ์ สิริจินโท (2549) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวมุเซอคำ บ้านอุ้มยอม ตำบลแม่ท้อ อำเภอเมืองจังหวัดตาก พบว่า บ้านมุเซออุ้มยอม ตำบลแม่ท้อ อำเภอเมือง จังหวัดตาก เป็นชุมชนชาวไทยภูเขาเผ่ามุเซอคำ ที่มีวิถีชีวิตเป็นเอกลักษณ์ประจำเผ่าแตกต่างไปจากเผ่าอื่น ๆ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวชมวิถีชีวิตชาวบ้านสม่ำเสมอ มีการจัดการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของชาวบ้านเพื่อให้ได้เรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตของชาวเขามากขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการสร้างรายได้ให้ชาวบ้านจากการบริการนักท่องเที่ยว

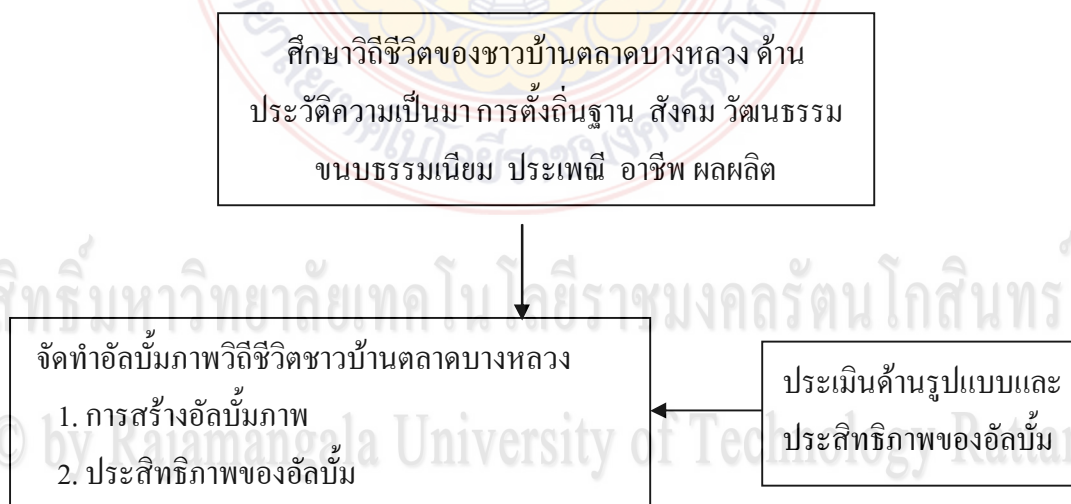
รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ พบว่า ชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนมีวิถีชีวิต ประเพณีที่น่าสนใจ มีการจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนแต่ยังไม่เป็นระบบที่ชัดเจน ส่วนวรรณกรรมท้องถิ่นไม่มีการนำเสนอเพื่อการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน แนวทางการจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่นควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบอย่างทั่วถึง โดยภาคีต่าง ๆ จะต้องมีส่วนร่วมในการผลักดันและดำเนินงาน

พจนา สวนศรี ผู้ประสานงานสถาบันการท่องเที่ยวโดยชุมชน กล่าวว่าภาวะเศรษฐกิจที่ถดถอยทุกวันนี้ ทำให้สถานการณ์การท่องเที่ยวในอนาคตเปลี่ยนแปลงไป โดยนักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวในเวลาสั้นลง เน้นท่องเที่ยวคนเดียวหรือเป็นกลุ่มย่อย ๆ ต้องการเที่ยวแบบใกล้ชิดธรรมชาติเพื่อหลีกเลี่ยงชีวิตแบบจำเจ ที่สำคัญเป็นการท่องเที่ยวแบบไม่แพง ใช้เวลาในการเตรียมตัวก่อนเดินทางมากขึ้น การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มีจุดเด่นคือชุมชนเป็นแหล่งข้อมูล หรือแหล่งเรียนรู้เอง มีวิถีชีวิตชุมชนที่เรียบง่ายเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง รวมถึงจัดการทรัพยากรบนพื้นฐาน 3 ประการ คือฐานการเรียนรู้และจัดการโดยชุมชน ฐานองค์ความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และฐานพิธีกรรม จึงเป็นทางเลือกหนึ่งที่น่าจะได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว เพราะมีความแตกต่างกับการท่องเที่ยวกระแสหลักอย่างชัดเจน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน จะเน้นคุณค่าของการท่องเที่ยว การพัฒนาคุณภาพชีวิต/การมีส่วนร่วมของชุมชน และสิทธิในการบริหารจัดการทรัพยากร ทำให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวกระแสหลักเน้นมูลค่าจากการท่องเที่ยวและตัวนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ตลอดจนอาศัยอำนาจเป็นเครื่องมือบริหารจัดการทรัพยากรเพื่อให้นักท่องเที่ยวเสพสุข ทำให้ทรัพยากรเกิดความเสื่อมโทรม และไม่มีที่ยั่งยืน นับได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นแนวทางบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชน โดยแท้ ทำให้ชุมชนได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยว หนุนเสริมความภาคภูมิใจของคนในท้องถิ่น ที่สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิต และทรัพยากรของตนเองได้ ก่อให้เกิดคุณค่า พลัง และความสุขติดตามมาอย่างยั่งยืน

เทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ได้จัดทำเอกสารเผยแพร่และได้กล่าวไว้ในบทนำ : ตลาดบางหลวง ร.ศ. 122 ว่า การเรียนรู้จากภาพ เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการได้มาซึ่งความรู้ ดังนั้นการถ่ายทอดความรู้จากภาพ โดยหยิบยกภาพเหล่านั้นมาเล่าเรื่อง จึงเป็นอีกบทเรียนหนึ่งที่ถือว่าน่าสนใจ ดังคำกล่าวที่ว่า “ภาพหนึ่งภาพมากกว่าคำบรรยาย 1,000 คำ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3

การดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่องการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวงซึ่งผู้วิจัยได้สร้างอัลบั้มภาพ โดยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐาน วิถีชีวิต สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อาชีพ และผลผลิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่ท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ กลุ่มตัวอย่างได้จากนักท่องเที่ยวทั่วไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 30 คนผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติของตลาดบางหลวงและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการถ่ายภาพ จำนวน 3 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การสร้างและตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย การวิจัยครั้งนี้เป็นการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง เพื่อเป็นสื่อในการตอบแบบสอบถามและนำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงนำไปให้กลุ่มตัวอย่างและผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถามและวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 24 ข้อ โดยอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงสามารถใช้สำหรับการประชาสัมพันธ์ตลาดบางหลวง ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เครื่องมือในการวิจัย ดังนี้

- 2.1 อัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง
- 2.2 แบบประเมินคุณภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง
- 2.3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.1 อัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

ผู้วิจัยจัดทำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ดังต่อไปนี้

2.1.1 ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลจากเว็บไซต์ต่าง ๆ การเข้าไปยังพื้นที่เพื่อพบปะพูดคุยกับผู้นำท้องถิ่น ผู้รู้ในท้องถิ่น จนได้ข้อมูลและภาพเกี่ยวกับตลาดบางหลวง จากนั้นจึงกำหนดเนื้อหาและขอบเขตของอัลบั้มภาพซึ่งประกอบด้วยประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐานและวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อาชีพ ผลผลิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง

2.1.2 ออกแบบอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงตามเนื้อหาและขอบเขต

2.1.3 สร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงตามที่ได้ออกแบบไว้

2.2 แบบประเมินคุณภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

ผู้วิจัยทำการสร้างแบบประเมินคุณภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง โดยสร้างแบบสอบถามความคิดเห็นเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญและนักท่องเที่ยงทั่วไปตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างแบบสอบถาม ดังต่อไปนี้

2.2.1 ศึกษาหลักและวิธีการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย โดยศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวกับทฤษฎีต่าง ๆ รวมถึงตัวอย่างแบบสอบถามความคิดเห็นจากงานวิจัยที่มีลักษณะคล้าย ๆ กัน เพื่อจะได้เห็นแนวทางการออกแบบและสร้างแบบสอบถาม

2.2.2 กำหนดประเด็นที่จะสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยแบ่งหัวข้อในการสอบถามออกเป็น 2 หัวข้อ ดังนี้

1) ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ

2) ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ

2.2.3 การออกแบบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบ (Check List) และเติมข้อความ จำนวน 7 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นข้อมูลความคิดเห็นที่ใช้ประเมินคุณภาพของอัลบั้มภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของ Likert จำนวน 17 ข้อ โดยกำหนดระดับความคิดเห็นต่าง ๆ อยู่ในรูปของน้ำหนักคะแนน ดังนี้

5 หมายถึง ดีมาก

4 หมายถึง ดี

3 หมายถึง ปานกลาง

2 หมายถึง พอใช้

1 หมายถึง ควรปรับปรุง

ตอนที่ 3 เป็นข้อเสนอแนะเพิ่มเติม โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายเปิด

2.2.4 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสร็จเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้กับกลุ่มนักท่องเที่ยงทั่วไปที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามที่ได้จากการทดลองใช้ (Try out) มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้วิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) (ผศ.ดร. จริญญา ปานเจริญ : เข้าถึงโดย โปรแกรม SPSS มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้านรูปแบบของอัลบั้มและด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงเท่ากับ .86 ดังรายละเอียดแสดงในภาคผนวก ง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยดำเนินการ ดังนี้
นำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยงทั่วไป ที่ท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 30 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติของตลาดบางหลวงและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการถ่ายภาพ จำนวน 3 คน โดยให้กลุ่มตัวอย่างแสดงความคิดเห็นโดยการตอบแบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยดำเนินการ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละ (Percentage)
ตอนที่ 2 ข้อมูลจากแบบสอบถามทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ และด้านประสิทธิภาพของอัลบั้ม วิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

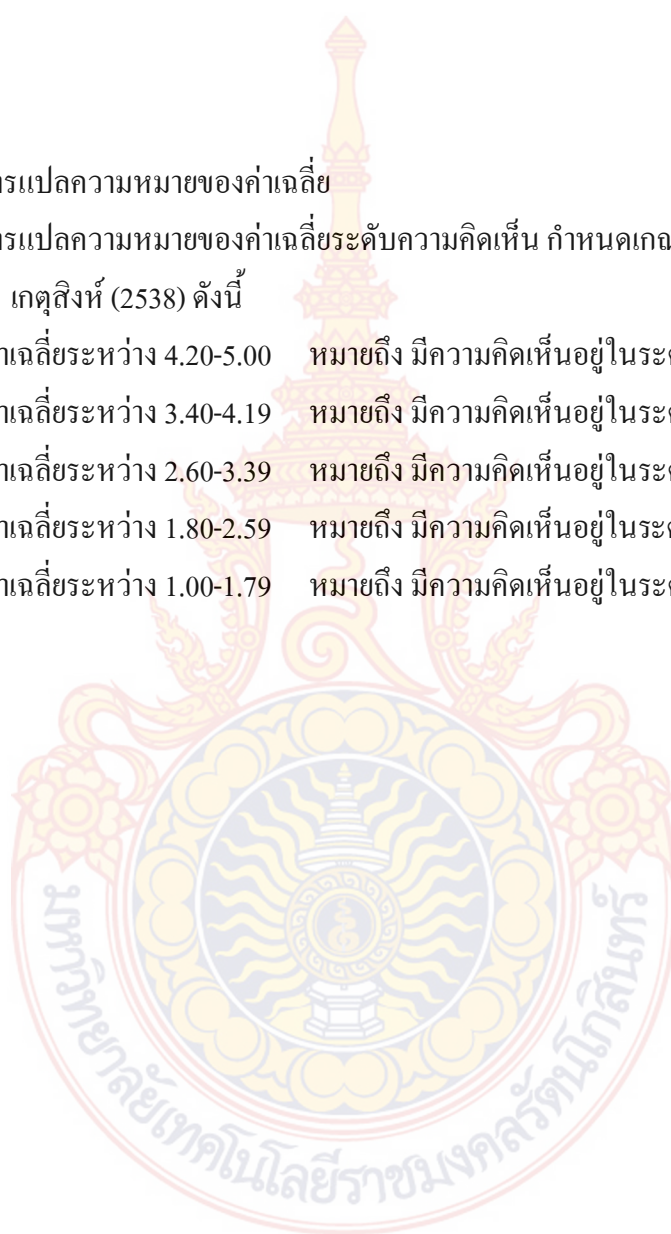
ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม วิเคราะห์โดยการสรุปรวบรวมประเด็นสำคัญเป็นภาพรวม

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อคำนวณค่าทางสถิติต่าง ๆ ซึ่งได้แก่ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์

4.2 การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น กำหนดเกณฑ์คะแนนเฉลี่ยตาม
แนวของวิเชียร เกตุสิงห์ (2538) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.20-5.00	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดีมาก
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.40-4.19	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับดี
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.60-3.39	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.80-2.59	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับพอใช้
ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00-1.79	หมายถึง มีความคิดเห็นอยู่ในระดับควรปรับปรุง



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัยเรื่องการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง เป็นการนำเสนอผลการวิจัยที่ได้จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง คือนักท่องเที่ยวทั่วไป ที่ท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสอบถามถึงความคิดเห็นเกี่ยวกับอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 30 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติของตลาดบางหลวงและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการถ่ายภาพ จำนวน 3 คน และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าทางสถิติ ตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้และแสดงผลการค้นพบ นอกเหนือจากที่กำหนดไว้ในวัตถุประสงค์ ในรูปตารางประกอบคำอธิบาย โดยสรุปเป็น 6 ตอน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 ผลจากการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม นำเสนอเป็นภาพรวม

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของผู้เชี่ยวชาญ

การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลส่วนตัวของผู้เชี่ยวชาญ สามารถนำเสนอได้ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวน ร้อยละ และเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	3	100.00
หญิง	0	0
รวม	3	100.00

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญ เป็นเพศชายทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ และอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
20 – 40 ปี	-	-
41 – 60 ปี	3	100.00
มากกว่า 60 ปี	-	-
รวม	3	100.00

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญ มีอายุอยู่ระหว่าง 41 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 3 แสดงจำนวน ร้อยละ และอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	3	100.00
พนักงานเอกชน	-	-
ธุรกิจส่วนตัว	-	-
เกษียณอายุ	-	-
รวม	3	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญ ประกอบอาชีพ รับราชการ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตารางที่ 4 แสดงจำนวน ร้อยละ และความถี่ในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ

ความถี่ในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	-	-
เดือนละ 1 ครั้ง	2	66.67
มากกว่า 1 เดือน ต่อครั้ง	1	33.33
ไม่เคยเที่ยว	-	-
รวม	3	100.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญ ท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ เดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 และมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 5 แสดงจำนวน ร้อยละ และการทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง

ประวัติความเป็นมา ของตลาดบางหลวง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทราบ	2	66.67
ไม่ทราบ	1	33.33
รวม	3	100.00

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญ ทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ไม่ทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวงจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 6 แสดงจำนวน ร้อยละ และสิ่งที่ชื่นชอบเป็นอันดับแรกของตลาดบางหลวง จากการชมอัลบั้มภาพ

สิ่งที่ชื่นชอบเป็นอันดับแรกของตลาด บางหลวง จากการชมอัลบั้มภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิถีชีวิตความเป็นอยู่	2	66.67
สถาปัตยกรรมในตลาดบางหลวง	1	33.33
ธรรมชาติ บรรยากาศ	-	-
ผลผลิต อาหารคาว หวาน ของที่ระลึก	-	-
รวม	3	100.00

จากตารางที่ 6 พบว่า จากการชมอัลบั้มภาพ ผู้เชี่ยวชาญ ชื่นชอบวิถีชีวิตความเป็นอยู่ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 66.67 ชื่นชอบสถาปัตยกรรมในตลาดบางหลวงจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33

All rights reserved

ตารางที่ 7 แสดงจำนวน ร้อยละ และประโยชน์ของอัลบั้มภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ ตลาด
บางหลวง

ประโยชน์ของอัลบั้มภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มี	3	100.00
ไม่มี	-	-
รวม	3	100.00

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญ เห็นว่าอัลบั้มภาพมีประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์
ตลาดบางหลวง จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง
การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง สามารถนำเสนอ
ได้ ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงจำนวน ร้อยละ และเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	14	46.67
หญิง	16	53.33
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ
46.67 เป็นเพศหญิง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33

ตารางที่ 9 แสดงจำนวน ร้อยละ และอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 20 ปี	-	-
20 – 40 ปี	16	53.33
41 – 60 ปี	7	23.33
มากกว่า 60 ปี	7	23.33
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุ 20 – 40 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53.33 อายุ 41 – 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และอายุมากกว่า 60 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33

ตารางที่ 10 แสดงจำนวน ร้อยละ และอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	4	13.33
พนักงานเอกชน	10	33.33
ธุรกิจส่วนตัว	7	23.33
นักเรียน – นักศึกษา	-	-
เกษียณอายุ	5	16.67
อื่นๆ ระบุ พนักงานมหาวิทยาลัย	4	13.33
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามประกอบอาชีพรับราชการ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33 เป็นพนักงานเอกชน จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 เกษียณอายุ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และพนักงานมหาวิทยาลัย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.33

ตารางที่ 11 แสดงจำนวน ร้อยละ และความถี่ในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ

ความถี่ในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สัปดาห์ละ 1 ครั้ง	7	23.33
เดือนละ 1 ครั้ง	14	46.67
มากกว่า 1 เดือน ต่อครั้ง	9	30.00
ไม่เคยเที่ยว	-	-
อื่นๆ	-	-
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ สัปดาห์ละ 1 ครั้ง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 ท่องเที่ยวเดือนละ 1 ครั้ง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.67 และมากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตารางที่ 12 แสดงจำนวน ร้อยละ และการทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง

ประวัติความเป็นมา ของตลาดบางหลวง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ทราบ	7	23.33
ไม่ทราบ	23	76.67
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และไม่ทราบเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 76.67

ตารางที่ 13 แสดงจำนวน ร้อยละ และสิ่งที่ชื่นชอบเป็นอันดับแรกของตลาดบางหลวง จากการชมอัลบั้มภาพ

สิ่งที่ชื่นชอบเป็นอันดับแรกของตลาด บางหลวง จากการชมอัลบั้มภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
วิถีชีวิตความเป็นอยู่	18	60.00
สถาปัตยกรรมในตลาดบางหลวง	2	6.67
ธรรมชาติ บรรยากาศ	7	23.33
ผลผลิต อาหารคาว หวาน ของที่ระลึก	3	10.00
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 13 พบว่า จากการชมอัลบั้มภาพ ผู้ตอบแบบสอบถามชื่นชอบวิถีชีวิตความเป็นอยู่จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ชื่นชอบสถาปัตยกรรมในตลาดบางหลวงจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 ชื่นชอบธรรมชาติ บรรยากาศ จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23.33 และชื่นชอบผลผลิต อาหารคาว หวาน ของที่ระลึกจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตารางที่ 14 แสดงจำนวน ร้อยละและประโยชน์ของอัลบั้มภาพเพื่อการประชาสัมพันธ์ตลาดบางหลวง

ประโยชน์ของอัลบั้มภาพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มี	30	100.00
ไม่มี	-	-
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าอัลบั้มภาพมีประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ตลาดบางหลวง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ตอนที่ 3 ผลจากการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

หลังจากที่ได้ดำเนินการศึกษาวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาต่าง ๆ การเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และสิ่งแวดล้อมของชุมชน จากเอกสารข้อมูล การพบปะพูดคุย ผู้วิจัยจึงได้จัดทำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงเพื่อเป็นต้นแบบสำหรับใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ตลาดบางหลวงในรูปแบบการจัดจำหน่ายหรือเอกสารแจกฟรี ผลที่ได้จากการศึกษา คือการจัดทำอัลบั้มภาพที่มีลักษณะเป็นหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวขนาด 5.5 นิ้ว กว้าง 8 นิ้ว จำนวน 60 หน้า เป็นภาพสีเพื่อให้ดึงดูดความสนใจของผู้ชม ซึ่งภายในเล่มประกอบด้วยภาพประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐาน สังคมวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ อาชีพ ผลผลิต ตามวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง แสดงดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงภาพตัวอย่าง อัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน
ตลาดบางหลวง

จากความคิดเห็นในการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เกี่ยวกับด้าน
รูปแบบของอัลบั้มภาพ และด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ ดังนี้

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพของอัลบั้มภาพ ด้านรูปแบบ
ของอัลบั้มภาพ (ผู้เชี่ยวชาญ)

ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพ	4.33	1.155	ดีมาก
2. ความเหมาะสมของการใช้สี	3.33	0.577	ปานกลาง
3. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.00	0.000	ดี
4. การเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา	4.33	1.155	ดีมาก
5. ความน่าสนใจของเนื้อหา	3.67	0.577	ดี
6. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา	3.67	0.577	ดี
7. ความน่าสนใจของรูปภาพ	4.00	1.000	ดี
8. ความสมดุลและขนาดของภาพ	4.00	1.000	ดี
9. ภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ	4.00	1.000	ดี
รวม	3.93	0.740	ดี

จากตารางที่ 15 พบว่า ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง โดย
ผู้เชี่ยวชาญ ให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x}=3.93$) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า
ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่ารูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ที่ผู้วิจัยทำขึ้น
นั้นมีคุณภาพ ดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพและการเรียงลำดับ
เรื่องราวและเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x}=4.33$) รองลงมาอยู่ในระดับดี 7 ข้อ คือ ความเหมาะสม
ของขนาดตัวอักษร ความน่าสนใจของรูปภาพ ความสมดุลและขนาดของภาพ ภาพโดยรวมของ
รูปแบบอัลบั้มภาพ ($\bar{x}=4.00$) ความน่าสนใจของเนื้อหาและความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา
($\bar{x}=3.67$) ส่วนข้อความเหมาะสมของการใช้สีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.33$) ตามลำดับ

ตารางที่ 16 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพของอัลบั้มภาพ ด้าน
ประสิทธิภาพ ของอัลบั้มภาพ (ผู้เชี่ยวชาญ)

ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ	3.67	0.577	ดี
2. ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	3.67	0.577	ดี
3. ได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง	3.67	0.577	ดี
4. ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว	4.33	0.577	ดีมาก
5. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต	4.00	0.000	ดี
6. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง เกี่ยวกับ สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี	4.00	0.000	ดี
7. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง เกี่ยวกับ อาชีพและผลผลิต	4.00	0.000	ดี
8. เมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยว ตลาดบางหลวง	4.33	0.577	ดีมาก
รวม	3.96	0.144	ดี

จากตารางที่ 16 พบว่าด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง โดยผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.96$) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง ที่ผู้วิจัยทำขึ้นนั้นมีคุณภาพดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว และเมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยวตลาดบางหลวง อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{x} = 4.33$) รองลงมาอยู่ในระดับดีทุกข้อ คือ อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ อาชีพและผลผลิต ($\bar{x} = 4.00$) ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง ($\bar{x} = 3.67$) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน
ตลาดบางหลวง

จากความคิดเห็นในการประเมินคุณภาพของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เกี่ยวกับด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ และด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ ดังนี้

ตารางที่ 17 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับคุณภาพของอัลบั้มภาพ ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ (กลุ่มตัวอย่าง)

ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพ	3.87	0.629	ดี
2. ความเหมาะสมของการใช้สี	3.77	0.679	ดี
3. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.00	0.587	ดี
4. การเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา	3.97	0.615	ดี
5. ความน่าสนใจของเนื้อหา	3.90	0.662	ดี
6. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา	3.87	0.681	ดี
7. ความน่าสนใจของรูปภาพ	4.00	0.643	ดี
8. ความสมดุลและขนาดของภาพ	3.73	0.691	ดี
9. ภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ	3.90	0.662	ดี
รวม	3.89	0.414	ดี

จากตารางที่ 17 พบว่า ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.89$) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่ารูปลักษณ์ของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ที่ผู้วิจัยทำขึ้นนั้นมีคุณภาพดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับดี โดยมีอันดับแรกคือ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร ความน่าสนใจของรูปภาพ ($\bar{x} = 4.00$) รองลงมาคือ การเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา ($\bar{x} = 3.97$) ความน่าสนใจของเนื้อหาและภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ ($\bar{x} = 3.90$) ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา ($\bar{x} = 3.87$) ความเหมาะสมของการใช้สี ($\bar{x} = 3.77$) ความสมดุลและขนาดของภาพ ($\bar{x} = 3.73$) ตามลำดับ

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพของอัลบั้มภาพ ด้าน
ประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ (กลุ่มตัวอย่าง)

ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ	ผลการวิเคราะห์		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับคุณภาพ
1. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ	3.77	0.817	ดี
2. ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	4.30	0.596	ดีมาก
3. ได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง	4.27	0.521	ดีมาก
4. ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว	4.07	0.583	ดี
5. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง เกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต	4.10	0.607	ดี
6. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง เกี่ยวกับ สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี	4.17	0.592	ดี
7. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง เกี่ยวกับ อาชีพและผลผลิต	4.20	0.664	ดีมาก
8. เมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยว ตลาดบางหลวง	4.23	0.626	ดีมาก
รวม	4.14	0.420	ดี

จากตารางที่ 18 พบว่า ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง
กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 4.14$) ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่ม
ตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงที่ผู้วิจัยทำขึ้น
นั้นมีคุณภาพดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาด
บางหลวง อยู่ในระดับดีมากจำนวน 4 ข้อ คือ ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ได้ข้อมูลในการ
ท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง เมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยวตลาดบาง-
หลวง อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ อาชีพและผลผลิต ($\bar{x} = 4.30$,
4.27, 4.23 และ 4.20) รองลงมาความคิดเห็นอยู่ในระดับดีทุกข้อ ได้แก่ อัลบั้มภาพทำให้ทราบ
เรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อัลบั้มภาพทำให้
ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ความน่าสนใจในการ

ติดตามเรื่องราว และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ ($\bar{x} = 4.17, 4.10, 4.07$ และ 3.77) ตามลำดับ

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถเปรียบเทียบการประเมินค่าอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน ตลาดบางหลวง ด้านรูปแบบระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับกลุ่มตัวอย่าง แสดงดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ

ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ	ผู้เชี่ยวชาญ		กลุ่มตัวอย่าง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับคุณภาพ	ค่าเฉลี่ย	ระดับคุณภาพ
1. ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพ	4.33	ดีมาก	3.87	ดี
2. ความเหมาะสมของการใช้สี	3.33	ปานกลาง	3.77	ดี
3. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร	4.00	ดี	4.00	ดี
4. การเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา	4.33	ดีมาก	3.97	ดี
5. ความน่าสนใจของเนื้อหา	3.67	ดี	3.90	ดี
6. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา	3.67	ดี	3.87	ดี
7. ความน่าสนใจของรูปภาพ	4.00	ดี	4.00	ดี
8. ความสมดุลและขนาดของภาพ	4.00	ดี	3.73	ดี
9. ภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ	4.00	ดี	3.90	ดี
รวม	3.93	ดี	3.89	ดี

จากตารางที่ 19 พบว่า ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.93$ และ 3.89) ตามลำดับ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่ารูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงที่ผู้วิจัยทำขึ้นนั้นมีคุณภาพดี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถเปรียบเทียบการประเมินค่าอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน ตลาดบางหลวง ด้านประสิทธิภาพระหว่างผู้เชี่ยวชาญกับกลุ่มตัวอย่าง แสดงดังตารางที่ 20

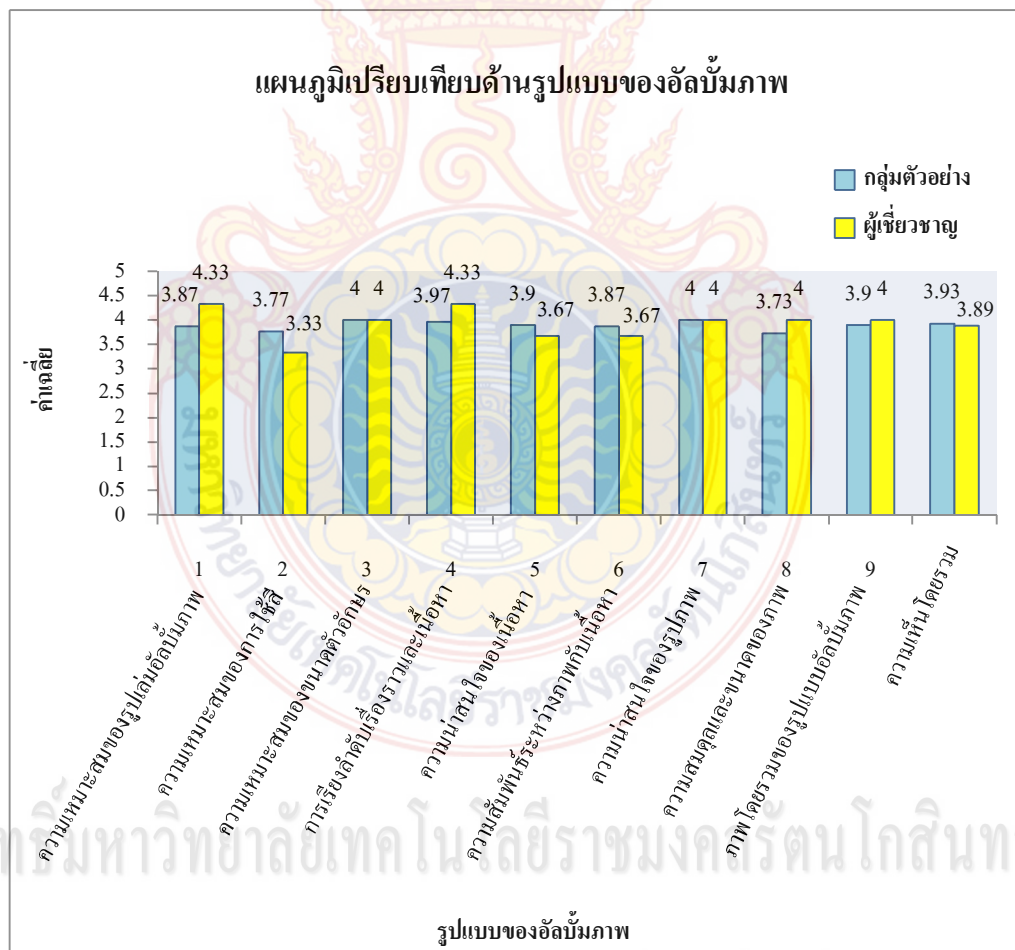
ตารางที่ 20 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ

ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ	ผู้เชี่ยวชาญ		กลุ่มตัวอย่าง	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับคุณภาพ	ค่าเฉลี่ย	ระดับคุณภาพ
1. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ	3.67	ดี	3.77	ดี
2. ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่	3.67	ดี	4.30	ดีมาก
3. ได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาด บางหลวง	3.67	ดี	4.27	ดีมาก
4. ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว	4.33	ดีมาก	4.07	ดี
5. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาด บางหลวงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต	4.00	ดี	4.10	ดี
6. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาด บางหลวงเกี่ยวกับ สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี	4.00	ดี	4.17	ดี
7. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาด บางหลวงเกี่ยวกับ อาชีพและผลผลิต	4.00	ดี	4.20	ดีมาก
8. เมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะ ไปที่ตลาดบางหลวง	4.33	ดีมาก	4.23	ดีมาก
รวม	3.96	ดี	4.14	ดี

จากตารางที่ 20 พบว่า ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างให้
ความคิดเห็น โดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.96$ และ 4.14) ตามลำดับ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า
ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบาง-
หลวงที่ผู้วิจัยทำขึ้นนั้นมีคุณภาพดี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ระหว่างผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง แสดงดังแผนภูมิที่ 1

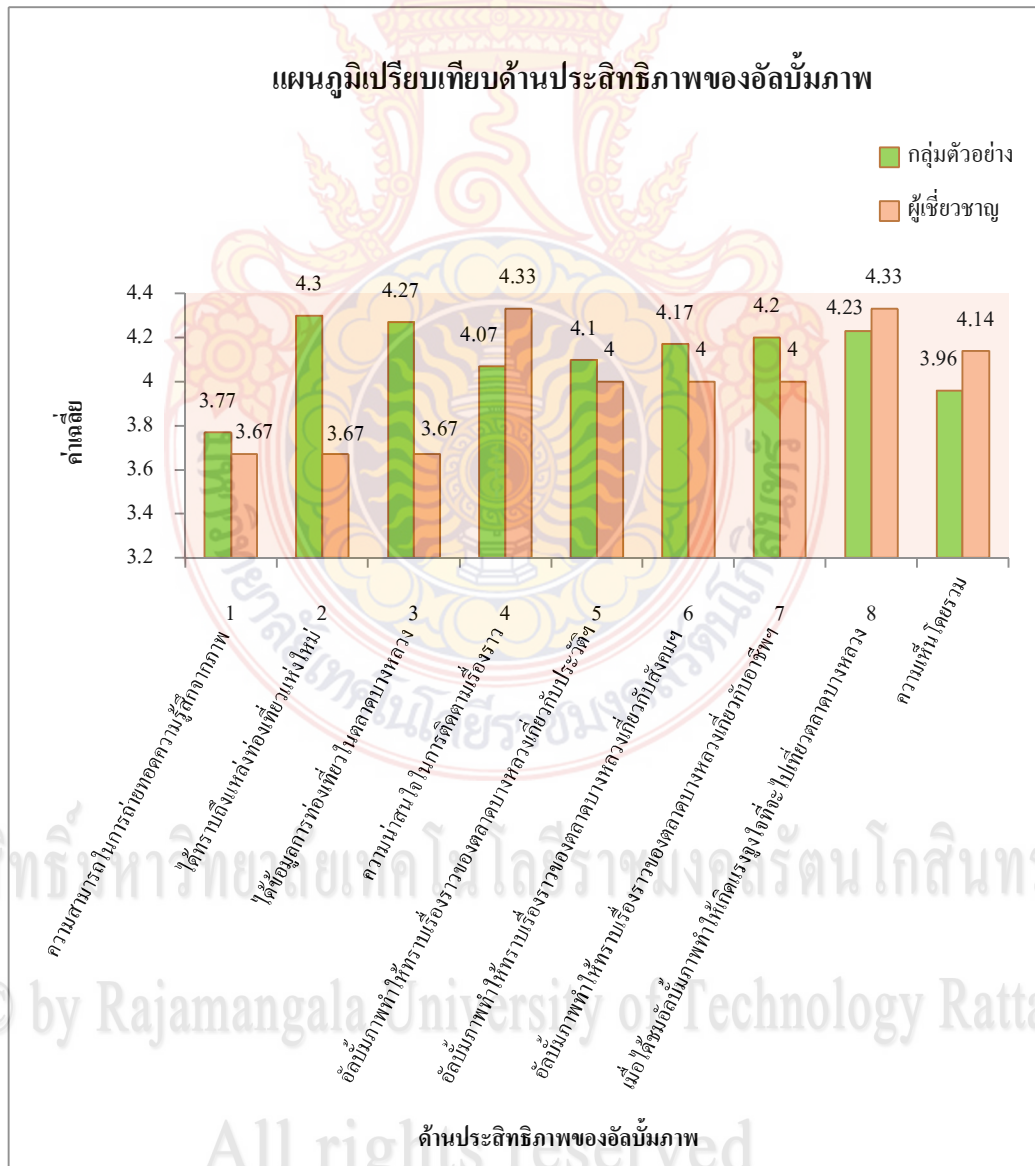
แผนภูมิที่ 1 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ระหว่างผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง



จากแผนภูมิที่ 1 พบว่า ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.93$ และ 3.89) ตามลำดับ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่างรูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงที่ผู้วิจัยทำขึ้นนั้นมีคุณภาพดี

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ระหว่างผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง แสดงดังแผนภูมิที่ 2

แผนภูมิที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบความคิดเห็นด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ระหว่างผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่าง



จากแผนภูมิที่ 2 พบว่า ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{x} = 3.96$ และ 4.14) ตามลำดับ ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความเห็นว่าประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงที่ผู้วิจัยทำขึ้นนั้นมีคุณภาพดี

ตอนที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม นำเสนอเป็นภาพรวม

ตารางที่ 21 ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

(N = 3)	
ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (คน)
1. ภาพบางภาพไม่ค่อยชัดและสีเพี้ยน	1
2. น่าสนใจ ภาพเรื่องราวทำให้น่าติดตาม	1
3. ควรปรับปรุงเรื่องสีสันของภาพ จะดีมาก	1

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับภาพบางภาพไม่ค่อยชัดและสีเพี้ยนมีความน่าสนใจภาพเรื่องราวทำให้น่าติดตาม และควรปรับปรุงเรื่องสีสันของภาพ โดยมีความถี่ข้อละ 1 คน

ตารางที่ 22 ข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

(N = 6)	
ข้อเสนอแนะ	ความถี่ (คน)
1. ควรจัดทำอัลบั้มภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสถานที่อื่น ๆ เช่น เขาราช สะพานหิน พุทธมณฑล	1
2. รูปเล่มควรเล็กและบางกว่านี้	1
3. ข้อมูลครบถ้วนเกินไป คนอาจไม่ยากไปเที่ยวแล้ว เพราะไม่มีอะไร น่าตื่นเต้น	1
4. ควรมีการติดป้ายให้เห็นทางไปตลาดบริเวณริมถนน เพื่อจะได้ทราบว่า มีตลาดที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่	1
5. ภาพถ่ายไม่ค่อยคมชัด	1
6. ทำให้ทราบว่า มีสถานที่น่าเที่ยว รู้ข้อมูลจะได้ไปเที่ยว	1

จากตารางที่ 22 พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะว่าควรจัดทำอัลบั้มภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสถานที่อื่น ๆ เช่น เขาราช สะพานหิน พุทธมณฑล รูปเล่มควรเล็กและบางกว่านี้ ข้อมูลครบถ้วนเกินไป คนอาจไม่ยากไปเที่ยวแล้ว เพราะไม่มีอะไรน่าตื่นเต้น ควรมีการติดป้ายให้เห็นทางไปตลาดบริเวณริมถนน เพื่อจะได้ทราบว่า มีตลาดที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ ภาพถ่ายไม่ค่อยคมชัด และทำให้ทราบว่า มีสถานที่น่าเที่ยว รู้ข้อมูลจะได้ไปเที่ยว โดยมีความถี่ข้อละ 1 คน

บทที่ 5

สรุปอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาข้อมูลวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงและเพื่อจัดทำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง เมื่อได้อัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง เพื่อเป็นสื่อในการตอบแบบสอบถามแล้ว นำไปทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติของตลาดบางหลวงและผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปะการถ่ายภาพ จำนวน 3 คนและกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวทั่วไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 30 คน ตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจำนวน 24 ข้อ และวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้การคำนวณหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งการสรุปผลการวิจัยออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 3 ผลจากการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า

ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 41-60 ปี เป็นข้าราชการทั้ง 3 คน จำนวน 2 คน มีความถี่ในการท่องเที่ยวเดือนละครั้ง ทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง และชื่นชอบวิถีชีวิตความเป็นอยู่เป็นอันดับแรกและทุกคนเห็นว่าอัลบั้มภาพมีประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ตลาดบางหลวง

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ข้อมูลส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 53.33 ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 20-40 ปี ร้อยละ 53.33 ประกอบอาชีพเป็นพนักงานเอกชน ร้อยละ 33.33 มีความถี่ในการท่องเที่ยวเดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 46.67 ไม่ทราบประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง ร้อยละ 76.67 และชื่นชอบวิถีชีวิตความเป็นอยู่เป็นอันดับแรก ร้อยละ 60 และทุกคนเห็นว่าอัลบั้มภาพมีประโยชน์ต่อการประชาสัมพันธ์ตลาดบางหลวง

ตอนที่ 3 ผลจากการสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง

ผู้วิจัยได้จัดทำอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงเพื่อเป็นต้นแบบสำหรับใช้เป็นข้อมูลในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ตลาดบางหลวง ในรูปแบบการจัดจำหน่ายหรือเอกสารแจกฟรี มีลักษณะเป็นหนังสือคู่มือการท่องเที่ยวขนาด 5.5 นิ้ว กว้าง 8 นิ้ว จำนวน 60 หน้า เป็นภาพสีเพื่อให้ดึงดูดความสนใจของผู้ชม ซึ่งภายในเล่มประกอบด้วยภาพประวัติความเป็นมา การตั้งถิ่นฐาน สังคมวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ อาชีพ ผลิตภัณฑ์ ตามวิถีชีวิตของชาวบ้านตลาดบางหลวง

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง พบว่า

4.1 ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงที่ผู้วิจัยทำขึ้น ผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความเหมาะสมของรูปแบบอัลบั้มภาพและการเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีอันดับแรกคือ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร ความน่าสนใจของรูปภาพ ความสมดุลและขนาดของภาพ ภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ ความน่าสนใจของเนื้อหาและความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา ตามลำดับ ยกเว้นความเหมาะสมของการใช้สีอยู่ในระดับปานกลาง

4.2 ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ที่ผู้วิจัยทำขึ้น ผู้เชี่ยวชาญให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว และเมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยวตลาดบางหลวงอยู่ในระดับดีมากรองลงมาอยู่ในระดับดีทุกข้อ โดยมีอันดับแรกคือ อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ อาชีพและ

ผลผลิต ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง ตามลำดับ

ตอนที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้าน ตลาดบางหลวง

5.1 ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงที่ผู้วิจัยทำขึ้น กลุ่มตัวอย่าง ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ทุกข้ออยู่ในระดับดี โดยมีอันดับแรกคือ ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร ความน่าสนใจของรูปภาพ รองลงมาคือ การเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา ความน่าสนใจของเนื้อหา ภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพ ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา ความเหมาะสมของการใช้สี ความสมดุลและขนาดของภาพ ตามลำดับ

5.2 ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงที่ผู้วิจัยทำขึ้น กลุ่มตัวอย่าง ให้ความคิดเห็นอยู่ในระดับดี

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง อยู่ในระดับดีมากจำนวน 4 ข้อ คือ ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง เมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยวตลาดบางหลวง อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ อาชีพและผลผลิต รองลงมาความคิดเห็นอยู่ในระดับดีทุกข้อ คือ อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ สังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว และความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ ตามลำดับ

อภิปรายผล

ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพและการเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหาอยู่ในอันดับสูงสุด อาจเนื่องจากผู้เชี่ยวชาญสังเกตเห็นถึงประโยชน์ในการจัดทำอัลบั้มภาพ ซึ่งสามารถพกพาได้สะดวก และสามารถรับรู้เรื่องราวจากการเรียงลำดับเนื้อหา ส่วนเรื่องความเหมาะสมของการใช้สีอยู่ในอันดับสุดท้าย อาจเนื่องมาจากภาพที่ถ่ายมาใช้ในอัลบั้มภาพเป็นการถ่ายภาพปกติทั่วไป มิได้ใช้เทคนิคในการถ่ายภาพเข้าช่วย โดยต้องการนำเสนอเพียงเพื่อเป็นต้นแบบเท่านั้น ซึ่งหากจัดทำอัลบั้มภาพเพื่อประชาสัมพันธ์การ

ท่องเที่ยวตลาดบางหลวงใหม่ โดยการจำหน่ายหรือแจกฟรี เห็นควรใช้เทคนิคการถ่ายภาพโฆษณาในการจัดทำ

ส่วนข้ออื่น ๆ ทั้งผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป มีความเห็นสอดคล้องกันอยู่ในระดับดี อาจเนื่องมาจากผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีมุมมองเหมือนกันแสดงว่ารูปแบบของอัลบั้มภาพที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้นในครั้งนี้อยู่ในระดับดี

ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อเมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยวตลาดบางหลวง สอดคล้องกันในระดับดีมาก อาจเนื่องจากการได้เห็นอัลบั้มภาพจะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต้องการไปท่องเที่ยว เพื่อให้ได้สัมผัสกับธรรมชาติ วิถีชีวิตที่แท้จริง ได้ลิ้มรสอาหารต่าง ๆ ในตลาดบางหลวง ได้เห็นขนบธรรมเนียมประเพณีของท้องถิ่น สอดคล้องกับเอกสารเผยแพร่ของเทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ได้กล่าวไว้ว่า ภาพหนึ่งภาพมากกว่าคำบรรยาย 1,000 คำ และสอดคล้องกับวรรณกรรมวานิช (2539:21 อ้างถึงใน กมลทิพย์ ชูประทีป 2547:79) ที่กล่าวไว้ว่า ข้อมูลและข่าวสารเป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยยิ่งขึ้น เช่นหนังสือแนะนำ เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว แผ่นพับ แผนที่และเอกสารแนะนำต่าง ๆ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ ประหยัด ตะคอนรัมย์ (2544) ได้ศึกษาแนวทางการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษาตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ธรรมชาติอาหาร ความเป็นเอกลักษณ์ของตลาดริมน้ำ สอดคล้องกับการศึกษาของรุ่งรัตน์ ทองสกุลและคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การจัดการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชน ประเพณีและวรรณกรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่ พบว่า ชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนมีวิถีชีวิต ประเพณีที่น่าสนใจ มีการจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน อีกทั้ง ปัจจัยมามูลเมือง (2547) ได้ทำการวิจัยแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนบ้านป่าเหมี้ยง จังหวัดลำปาง พบว่า ควรใช้ศักยภาพชุมชนที่มีวิถีชีวิต วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติที่มีอย่างสมบูรณ์และสวยงาม มาส่งเสริมให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

ผลที่ได้จากการวิจัยเรื่อง การสร้างอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง ผู้วิจัยขอเสนอแนะเพื่อประโยชน์ในการจัดทำอัลบั้มภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ควรให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการถ่ายภาพโฆษณามีส่วนร่วมในการจัดทำอัลบั้มภาพ
2. ควรปรับปรุงรูปเล่มของอัลบั้มภาพและส่วนประกอบอื่น ๆ ให้มีขนาดเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนข้อเสนอแนะจากการได้เข้าไปสังเกตในตลาดบางหลวง มีดังนี้

1. เพื่อให้ได้นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ควรทำการสื่อสารทางการตลาดไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มต่าง ๆ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ถึงเทศกาลต่าง ๆ ของตลาดบางหลวง เช่น วันตรุษจีนหรือกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น การล่องเรือชมธรรมชาติ เป็นต้น

2. ควรมีการพัฒนาของฝาก/ของที่ระลึกให้เป็นที่รู้จักมากขึ้นด้วยการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบและควรพัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น แก้วกาแฟ ให้มีเอกลักษณ์หรือรูปลักษณ์ของตลาดบางหลวงด้วยรูปแบบที่สร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ติดตามผลการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลังจากได้ใช้อัลบั้มภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว
2. ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาตลาดบางหลวงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
3. ศึกษาโอกาส และอุปสรรคในการทำการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง
4. จัดทำอัลบั้มภาพเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในสถานที่อื่น ๆ เช่น เขาวราช สะพานหัน พุทธมณฑล ตามข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ ชูประทีป. (2547). การศึกษาปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว
เชิงเกษตร อำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา. การศึกษาปัญหาพิเศษ มหาวิทยาลัย
มหาสารคาม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540. นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.
ม.ป.ท.
- 2551. สำนักงานสุพรรณบุรี **คู่มือเที่ยวสุพรรณบุรี.**
- จิรายุชาติประสพ. 2552. **แห่ง 3 หน้า 6 (พิมพ์ครั้งที่ 1).** กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์รักคนอ่าน.
ชาติ ศรีพุทธาธรรม. **เจ๊กบ้านนอกเล่าเรื่อง.** เอกสารอัดสำเนา.
- นพวรรณ ปีสิริกานต์. 2551. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการพัฒนาที่ยั่งยืน กรณีศึกษา : 3 ชุมชน
บริเวณอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และสถาบันดำรงราชานุภาพ สำนักงานปลัดกระทรวง
มหาดไทย กระทรวงมหาดไทย. 2543. โครงการศึกษาวิจัยการจัดการทรัพยากรมนุษย์กับ
สิ่งแวดล้อม **คู่มือการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหาร
ส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต).**
- บุญชม ศรีสะอาด. 2545. การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปัจฉิมา มูลเมือง. 2547. แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เอื้อประโยชน์ต่อชุมชนบ้าน
ป่าเหมี้ยง จังหวัดลำปาง. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น.
ประเสริฐ วิทยารัฐ. 2535. **ภูมิศาสตร์ปักษ์ใต้.** กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ประหยัด ตะคอนรัมย์. 2544. **แนวทางการบริหารและการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน : กรณีศึกษา
ตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาการวางแผนภาค
และเมืองมหาบัณฑิต คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พระสมศักดิ์ สิริจินโท. 2549. การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่
สอดคล้องกับวิถีชีวิตชาวมูเซอดำ บ้านอูมยอ ตำบลแม่ท้อ อำเภอเมือง จังหวัดตาก.
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายวิจัยเพื่อท้องถิ่น.

บรรณานุกรม (ต่อ)

พลศักดิ์ จิรไกรศิริ รัช.ดร. 2552. **Roadmap of Research:แผนที่นำทางการวิจัย**. คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. พิมพ์ครั้งที่ 4.

ไพฑูริย์ พงศบุตร. **หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชนฯ เล่มที่ 27.

รุ่งรัตน์ ทองสกุล และคณะ. 2550. **การจัดการการท่องเที่ยววิถีชีวิตชุมชนประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดภูเก็ต พังงาและกระบี่**. ฐานข้อมูลวิจัยไทย (สวทช.).

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. 2538. **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา (พิมพ์ครั้งที่ 5)**. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

วรรณ วลัยวานิช. 2539. **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิไลลักษณ์ รัตนเพชรชัย ผศ.ดร. 2549. **แนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างยั่งยืน:ศึกษกรณีตลาดน้ำอัมพวา อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม**. มหาวิทยาลัยเกริก.

ข้อมูลจากเว็บไซต์

จริญญา ปานเจริญ ผศ.ดร. 2552. **การหาค่าความเชื่อมั่นด้วยโปรแกรม SPSS**. (เข้าถึงข้อมูลโดย โปรแกรม SPSS. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์:SPSS (Thailand) Co.,Ltd. เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2553.

นักศึกษาระดับปริญญาโท วิทยาลัยอาชีวศึกษายะลา. **E-Learning โปรแกรม Power Point** เข้าถึงข้อมูล โดย [Http://e-learningyvcruo.com/bot4/b4-14.html](http://e-learningyvcruo.com/bot4/b4-14.html) เมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2553.

ประวัติอาหารแนะนำ การเดินทาง ตลาดบางหลวง เข้าถึงข้อมูลโดย www.banluang.go.th และ www.moohin.com เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน 2552.

เสรี พงศ์พิศ ดร. บทเรียนจากการสัมมนา. เข้าถึงข้อมูลโดย www.phongphit.com เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2553.

ข้อมูลบุคคล

นายชนินทร์ บัวประเสริฐ ผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม

คุณเกษร สุจินดานุพงศ์ คุณดำรงศักดิ์ หมอนทอง คณะกรรมการตำบลบางหลวง

ดต.บำรุง วิมูลชาติ นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลบางหลวง

นางสาวอังคณา พุ่มผกา ผู้อำนวยการสำนักงาน ททท.สำนักงานสมุทรสงคราม



ภาคผนวก ก

รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

รายนามผู้เชี่ยวชาญตอบแบบสอบถาม

1. อาจารย์ชาติ ศรีพุทธาธรรม เจ้าของบ้านเก่าเล่าเรื่อง ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์สันฐิติ บุญปฤกษ์ หัวหน้าสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
3. อาจารย์ศุภกิจ หุตะสิงห์ หัวหน้าสาขาวิชาศิลปการถ่ายภาพ วิทยาลัยเพาะช่าง มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved



ภาคผนวก ข

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัลบั้มภาพ
วิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ร.ศ. 122

สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ร.ศ. 122

สำหรับผู้เชี่ยวชาญ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้สำหรับผู้ประเมินคุณภาพและความคิดเห็นที่มีต่ออัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง หลังจากที่ได้ชมอัลบั้มภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงแล้ว โปรดทำเครื่องหมาย \sqrt ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด

ชื่อ สกุล ผู้เชี่ยวชาญ.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ 20 - 40 ปี 41 - 60 ปี
 มากกว่า 60 ปี
3. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ
 รับราชการ พนักงานเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว เกษียณอายุ
 อื่นๆ ระบุ
4. ความถี่ในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ
 สัปดาห์ละครั้ง เดือนละครั้ง
 มากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง ไม่เคยเที่ยว อื่นๆ ระบุ
5. ท่านทราบถึงประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม หรือไม่
 ทราบ ไม่ทราบ
6. สิ่งที่ท่านชื่นชอบเป็นอันดับแรกๆของตลาดบางหลวง จากการชมอัลบั้มภาพ คือข้อใด
 วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สถาปัตยกรรมในตลาดบางหลวง
 ธรรมชาติ บรรยากาศ ผลผลิต อาหารคาว หวาน ของที่ระลึก
7. หากมีการจัดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง ในลักษณะอัลบั้มภาพประวัติตลาดบางหลวง ท่านคิดว่ามีประโยชน์หรือไม่
 มี ไม่มี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัลบั้มภาพ

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ควรปรับปรุง
ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ					
1. ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพ					
2. ความเหมาะสมของการใช้สี					
3. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร					
4. การเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา					
5. ความน่าสนใจของเนื้อหา					
6. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา					
7. ความน่าสนใจของรูปภาพ					
8. ความสมดุลและขนาดของภาพ					
9. ภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ					
ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ					
1. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ					
2. ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่					
3. ได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง					
4. ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว					
5. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต					
6. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี					
7. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ อาชีพและผลผลิต					
8. เมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยวตลาดบางหลวง					

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอับดับภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวง ร.ศ. 122
(สำหรับกลุ่มตัวอย่าง)

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้สำหรับผู้ประเมินคุณภาพและความคิดเห็นที่มีต่ออับดับภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงหลังจากที่ได้ชมอับดับภาพวิถีชีวิตชาวบ้านตลาดบางหลวงแล้ว โปรดทำเครื่องหมาย \surd ลงในช่องที่ท่านเห็นว่าเหมาะสมที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ ชาย หญิง
2. อายุ น้อยกว่า 20 ปี 20 - 40 ปี
 41 - 60 ปี มากกว่า 60 ปี
3. ปัจจุบันท่านประกอบอาชีพ
 รับราชการ พนักงานเอกชน
 ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน - นักศึกษา
 เกษียณอายุ อื่นๆ ระบุ
4. ความถี่ในการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่าง ๆ
 สัปดาห์ละครั้ง เดือนละครั้ง
 มากกว่า 1 เดือนต่อครั้ง ไม่เคยเที่ยว อื่นๆ ระบุ
5. ท่านทราบถึงประวัติความเป็นมาของตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม หรือไม่
 ทราบ ไม่ทราบ
6. สิ่งที่ท่านชื่นชอบเป็นอันดับแรกขอตลาดบางหลวง จากการชมอับดับภาพ คือข้อใด
 วิถีชีวิตความเป็นอยู่ สถาปัตยกรรมในตลาดบางหลวง
 ธรรมชาติ บรรยากาศ ผลผลิต อาหารคาว หวาน ของที่ระลึก
7. หากมีการจัดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง ในลักษณะอับดับภาพประวัติตลาดบางหลวง ท่านคิดว่ามีประโยชน์หรือไม่
 มี ไม่มี

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับอัลบั้มภาพ

รายการ	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	ควรปรับปรุง
ด้านรูปแบบของอัลบั้มภาพ					
1. ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพ					
2. ความเหมาะสมของการใช้สี					
3. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร					
4. การเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา					
5. ความน่าสนใจของเนื้อหา					
6. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา					
7. ความน่าสนใจของรูปภาพ					
8. ความสมดุลและขนาดของภาพ					
9. ภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ					
ด้านประสิทธิภาพของอัลบั้มภาพ					
1. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ					
2. ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่					
3. ได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง					
4. ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว					
5. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับประวัติความเป็นมา วิถีชีวิต					
6. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี					
7. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวงเกี่ยวกับ อาชีพและผลผลิต					
8. เมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจที่จะไปเที่ยวตลาดบางหลวง					

ตอนที่ 3 **ความคิดเห็นเพิ่มเติม**

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาตอบแบบสอบถาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved



ภาคผนวก ง

การคำนวณหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

1.	B1	1. ความเหมาะสมของรูปเล่มอัลบั้มภาพ
2.	B2	2. ความเหมาะสมของการใช้สี
3.	B3	3. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร
4.	B4	4. การเรียงลำดับเรื่องราวและเนื้อหา
5.	B5	5. ความน่าสนใจของเนื้อหา
6.	B6	6. ความสัมพันธ์ระหว่างภาพกับเนื้อหา
7.	B7	7. ความน่าสนใจของรูปภาพ
8.	B8	8. ความสมดุลและขนาดของภาพ
9.	B9	9. ภาพโดยรวมของรูปแบบอัลบั้มภาพ
10.	C1	1. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้จากภาพ
11.	C2	2. ได้ทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่
12.	C3	3. ได้ข้อมูลในการท่องเที่ยวภายในตลาดบางหลวง
13.	C4	4. ความน่าสนใจในการติดตามเรื่องราว
14.	C5	5. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง
15.	C6	6. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง
16.	C7	7. อัลบั้มภาพทำให้ทราบเรื่องราวของตลาดบางหลวง
17.	C8	8. เมื่อได้ชมอัลบั้มภาพทำให้เกิดแรงจูงใจ

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
B1	63.3333	28.2917	.5756	.8488
B2	63.6667	29.0417	.4252	.8560
B3	63.3939	29.9337	.3576	.8584
B4	63.4242	28.4394	.5322	.8508
B5	63.4848	27.7576	.6562	.8449
B6	63.5152	28.8201	.4682	.8539
B7	63.3636	28.8011	.5208	.8515
B8	63.5758	27.8144	.5954	.8475
B9	63.4545	28.8807	.4458	.8550
C1	63.6061	29.6837	.2596	.8664
C2	63.1212	30.4848	.2714	.8618
C3	63.2121	29.6098	.4229	.8557
C4	63.2424	29.9394	.3857	.8572
C5	63.3333	28.9792	.5192	.8517
C6	63.2424	29.0019	.5586	.8504
C7	63.2424	28.5019	.5790	.8489
C8	63.1212	28.4223	.6358	.8469

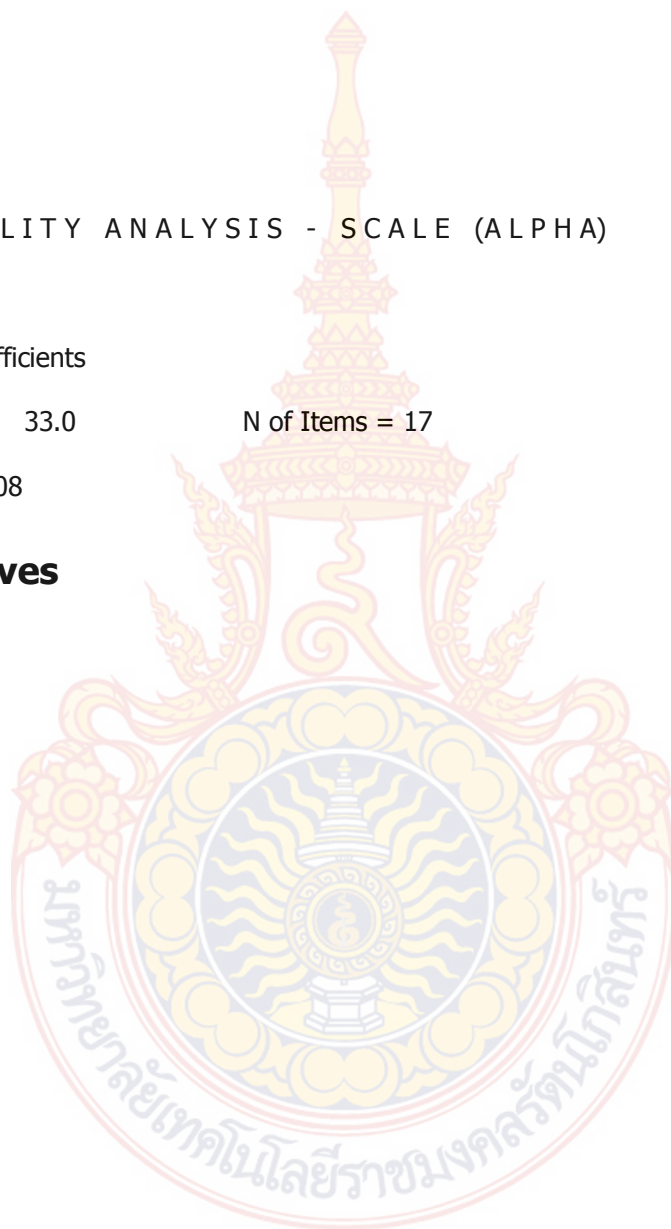
RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 33.0

N of Items = 17

Alpha = .8608

Descriptives

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Copyright © by Rajamangala University of Technology Thanyaburi



ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี



Copyright by Rajamangkok University of Technology reserved

ตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถาม



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved

ประวัติผู้วิจัย

1. ชื่อ สกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ธนิษฐา ชิวพัฒน์พันธุ์
2. ตำแหน่งปัจจุบัน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ และรองคณบดีฝ่ายบริหารและแผน
คณะบริหารธุรกิจ บพิตรพิมุข จักรวรรดิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลรัตนโกสินทร์
3. หน่วยงานที่สามารถติดต่อได้ คณะบริหารธุรกิจ บพิตรพิมุข จักรวรรดิ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลรัตนโกสินทร์
4. ประวัติการศึกษา
 - ปริญญาโท ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต (ค.อ.ม.) จากมหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ
 - ปริญญาตรี บัญชีมหาบัณฑิต (บช.ม.) จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
 - ปริญญาตรี การศึกษามหาบัณฑิต (กศ.บ.) ธุรกิจศึกษา (บัญชี) จากมหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ (ประสานมิตร)
5. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ สาขาการบัญชี
6. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัย
- ไม่มี -

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Copyright © by Rajamangala University of Technology Rattanakosin

All rights reserved