



การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์
กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี



โดย
นางประภัสสร แจ่มโพธิ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนศึกษา

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์
กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

สำนักหอสมุดกลาง



โดย
นางประภัสสร แจ่มโพธิ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนศึกษา

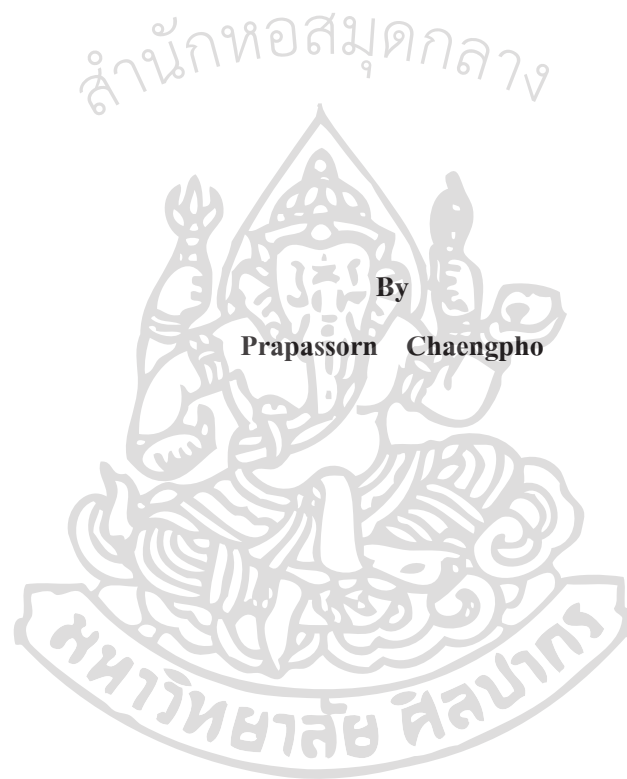
ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2554

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**PUBLIC PARTICIPATION OF COMMUNITY CONSERVATION
TOURISM MANAGEMENT ON SAMCHUK OLD MARKET
TUMBON SAMCHUK SAMCHUK DISTRIK SUPHANBURI PROVINCE**



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF EDUCATION

Department of Education Foundations

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2011

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้วิทยานิพนธ์เรื่อง “ การมีส่วนร่วมของ
ประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก
อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ” เสนอโดย นางประภัสสร แจ่มโพธิ์ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม
หลักสูตรปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
2. รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ อุ่่นอารมย์เลิศ

คณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.ลุง วีระนาวัน)

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ พันตำรวจเอก ดร.นพรุจ ศักดิ์ศิริ) (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา)

...../...../.....

..... กรรมการ

...../...../.....

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย)

...../...../.....

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ อุ่่นอารมย์เลิศ)

...../...../.....

50260403 : สาขาวิชาพัฒนศึกษา

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วมของประชาชน/การท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ /ตลาด 100 ปีสามชุก

ประภัสสร แจ่มโพธิ์ : การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี. อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผศ.ดร.นรินทร์ สังข์รักษา , รศ.ดร.คณิต เขียววิชัย และ ผศ.ดร.ธีรศักดิ์ อุ้นอารมย์เลิศ. 282 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมและเปรียบเทียบปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนตามลักษณะส่วนบุคคล ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์และการปฏิบัติที่เป็นเลิศของตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้นำชุมชนโดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ผู้ที่ให้การสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการที่ขายกระท่อมเที่ยว โดยการสุ่มตัวอย่างแบบอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จำนวน 180 คน ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ระหว่างตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2554 ถึง วันที่ 1 เมษายน 2555 ทำการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยสนับสนุน การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ และแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (f) ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) จากนั้นจึงศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์โดย การจำแนกชนิดของข้อมูล (Typological Analysis) และทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Method)

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ด้านร่วมดำเนินการ และด้านร่วมตัดสินใจ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ด้านร่วมติดตามและประเมินผล ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย
2. เปรียบเทียบปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตามลักษณะส่วนบุคคล พบว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรเพศด้านร่วมดำเนินการไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านร่วมตัดสินใจ เพศชายมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศหญิง ด้านร่วมรับผลประโยชน์ โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย และด้านร่วมติดตามและประเมินผล โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยมากกว่าเพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อจำแนกตามอายุ พบว่า โดยภาพรวมและรายด้าน คือ ด้านร่วมตัดสินใจ ด้านร่วมดำเนินการ ด้านร่วมติดตามและประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05 ส่วนด้าน ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม และตามระยะทาง พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05
3. ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า จิตสำนึกสาธารณะเป็นลำดับที่ 1 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ เป็นลำดับที่ 2 ดังสมการ

$$\hat{Y} = -.473 + .601 (\text{จิตสำนึกสาธารณะ}) + .373 (\text{ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์})$$

$$\hat{Z} = .594 Z (\text{จิตสำนึกสาธารณะ}) + .275 Z (\text{ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์})$$

4. วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า มีรูปแบบการปฏิบัติที่เป็นเลิศ ดังต่อไปนี้ 1.สมาชิกในชุมชนเห็นคุณค่ารู้สึกผูกพันกับสถานที่ 2.การมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชนเพื่อแก้ไขปัญหาชุมชน 3.การทำงานมีความชัดเจนก่อตั้งเป็น “คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก”ภายใต้เป้าหมาย “การทำความเจริญและพลิกฟื้นเศรษฐกิจของตลาดสามชุก” 4. การจัดสร้างพิพิธภัณฑ์ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น 5. ทูตทางสังคม 6. การจัดกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์ 7. การติดต่อสื่อสารภายในชุมชน 8. การสนับสนุนจากองค์กรพัฒนาเอกชนภายนอก 9. ความร่วมมือระหว่างภาครัฐและคนในพื้นที่ 10. การประชาสัมพันธ์

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ปีการศึกษา 2554

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ 1. 2. 3.

PRAPASSORN CHAENGPHO : PUBLIC PARTICIPATION OF COMMUNITY CONSERVATION TOURISM MANAGEMENT ON SAMCHUK OLD MARKET TUMBON SAMCHUK SAMCHUK DISTRICT SUPHANBURI PROVINCE. THESIS ADVISORS : ASST. PROF. NARIN SUNKRUKSA Ph.D., ASSOC.PROF. KHANIT KHEAWWICHAI AND ASST. PROF. THIRASAK UNAROMLERT, Ph.D. 282 pp.

The purposes of this research were to : 1) to determine in the level's public participation of community conservation tourism management Samchuk old market Tumbon Samchuk Samchuk district Suphanburi province and compare public participation on the personal appearance . 2) to determine in the factors that affect and the best practice of the community conservation tourism management Samchuk old market Tumbon Samchuk Samchuk district Suphanburi province .This research made a study of a sample of community leader by selection of a specific ,the tourism management supporters, the travel operators on Samchuk old market in simple random sampling were 180 person . The data was collected during October to April 2012. This research study based on the methodologies of quantitative research .The data-gathering instruments used in the research were a questionnaire about personal factors, supporting factors , public participation of community conservation tourism management and open ended in problems and obstacles of public participation of community conservation tourism management The data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, stepwise multiple regression and content analysis. After that study in qualitative research are participation observation, in-depth interviewing and focus group with key informants about best practice in the Samchuk old market conservation tourism management .The data were analyzed by content , typological and triangulation method.

The results of research revealed that : 1) the level's public participation of community conservation tourism management : case study Samchuk old market Tumbon Samchuk Samchuk distric Suphanburi province in sharing of benefits, operation and decision are medium level . The joint monitoring and evaluation is a low level.

2) the factor's compare public participation of community conservation tourism management Samchuk old market Tumbon Samchuk Samchuk district Suphanburi province on the personal appearance that the average value of the operation between the variables were not significantly different. Decision the average male than female . Sharing of benefits is a average female than male and the monitoring and evaluation are average female than male in significant at the .05 level and classified by age on decision, operation, monitoring and evaluation had significance differences at the .05. In sharing of benefits had no differences. Classified by occupations , education. time for participation and distance involved had significance differences at the .05 .

3) the factors that affect on public participation of community conservation tourism management 's person in Samchuk old market area had public consciousness is the first expectation on the merits of the two following equations.

$$\hat{Y} = -.473 + .601 (\text{public consciousness}) + .373 (\text{expectation on the merits})$$

$$\hat{Z} = .594 Z (\text{public consciousness}) + .275 Z (\text{expectation on the merits})$$

4) The practice of the community conservation tourism management of the Samchuk Old Market, Tumbon Samchuk, Samchuk District, Suphanburi Province, which is considered one of the best, has the following components: 1. The community members are attached to the mother land and their participation is valued; 2. Participation of local communities is aimed to resolve community problems; 3. The Board of Samchuk Market Development is established with the target: "The economic growth of the Samchuk market is to be revived"; 4. The museum for learning of community and local history is established; 5. Social capital; 6. Activities for conservation; 7. Communication within the community 8. Support from external organizations; 9. Cooperation between the government and local people sectors; 10. Public Relations.

Department of Education Foundations Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2011

Student's signature

Thesis Advisors' signature 1. 2. 3.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เพราะผู้วิจัยได้รับกรุณาจากบุคคลหลายฝ่าย ซึ่งขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้คือผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา อาจารย์ที่ปรึกษาและควบคุมวิทยานิพนธ์ ที่เป็นผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำต่าง ๆ แนวทางการดำเนินงานวิจัย รวมทั้งเป็นให้ความรู้ ดูแล และการตรวจแก้วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ อุ่่นอารมย์เลิศซึ่งเป็นที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย รวมทั้งอาจารย์ ดร.อุยง วีระนาวิน ประธานกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ และรองศาสตราจารย์ พันตำรวจเอก ดร.นพรุจ ศักดิ์ศิริ ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำปรึกษา คำแนะนำ และข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์แก่ผู้วิจัย ส่งผลให้วิทยานิพนธ์เล่มนี้ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณในความกรุณาของท่านเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณราตรี โอภาส คุณนภคล อาวุธกรรมปริชา และคุณฐมพัฒน์ วัฒนผล ที่กรุณาเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและแก้ไขเครื่องมือในการวิจัย สำหรับการทำให้วิทยานิพนธ์นี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์สาขาพัฒนศึกษาทุกท่านที่ให้ความรู้ ให้คำแนะนำ และประสบการณ์อันมีค่ายิ่งแก่ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเจ้าของหนังสือ วารสาร เอกสาร และวิทยานิพนธ์ทุกเล่มที่ช่วยให้วิทยานิพนธ์มีความสมบูรณ์ ขอขอบคุณคณะสงฆ์ พี่ๆ และน้องๆ เพื่อนร่วมสาขาวิชา รวมถึงผู้บริหารและคณะครู โรงเรียนวัดยางยี่แสด ที่ให้ความช่วยเหลือ คำแนะนำ และกำลังใจ

ขอกราบขอบขอบคุณคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ ชาวชุมชนตลาด 100 ปี สามชุก ซึ่งได้ให้ข้อมูล และความเป็นกันเอง ให้ความร่วมมือ ช่วยเหลือ แนะนำผู้รู้ในพื้นที่ แก่ผู้วิจัย ตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ ส่งผลให้ผู้วิจัยสามารถดำเนินการวิจัย จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้าย ขอกราบขอบพระคุณ คุณแม่ประดับศรี คุณพ่อไสว แจ้งโพธิ์ ที่ได้ให้การสนับสนุนผู้วิจัย อบรมสั่งสอน ให้ความรัก ความห่วงใย รวมทั้ง เด็กหญิงขจาริน เจริญสูง ซึ่งเป็นกำลังใจที่สำคัญตลอดมา และคุณค่าหรือประโยชน์อันเกิดจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอขอบน้อมบูชาแด่พระคุณบิดา มารดา ครู อาจารย์ รวมทั้งผู้ที่มีส่วนร่วมทุกท่าน ที่ให้การสนับสนุน และให้กำลังใจอย่างดียิ่งเสมอมา

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญแผนภูมิ.....	๓
สารบัญภาพ.....	๓
บทที่	
1. บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	9
คำถามของการวิจัย.....	9
สมมติฐานของการวิจัย.....	10
ขอบเขตของการวิจัย.....	10
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	12
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	14
2. วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	15
แนวคิด ทฤษฎี การมีส่วนร่วม.....	16
แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	35
ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว.....	76
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้.....	76
แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะ.....	80
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความคาดหวัง.....	84
แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสนับสนุนทางสังคม.....	91

บทที่	หน้า
แนวคิดในการปฏิบัติที่ดี.....	95
บริบทของชุมชนตลาด 100 ปี สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.....	101
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	114
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	119
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	120
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	120
ตัวแปรที่ศึกษา.....	122
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	123
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	128
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	129
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ.....	131
ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนต่อการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุกฯ.....	132
ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนด้านการรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุกฯ.....	135
การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนด้านจิตสำนึกสาธารณะ ของประชาชน ในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุกฯ.....	140
การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนด้านความคาดหวังเกี่ยวกับ ผลประโยชน์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุกฯ.....	141
การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนด้านปัจจัยสนับสนุนทางสังคม ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุกฯ.....	143
ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุกฯ.....	144
ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อ การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณ ตลาด 100 ปี สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.....	151

บทที่	หน้า
ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว และการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุกฯ.....	194
5. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ.....	199
ตอนที่ 1 องค์ประกอบภายในชุมชนตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ส่งผลต่อการดำเนินการที่ประสบผลสำเร็จ.....	199
ตอนที่ 2 องค์ประกอบภายนอกชุมชนตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ที่ส่งผลต่อ การดำเนินการที่ประสบผลสำเร็จ....	217
ตอนที่ 3 การสังเคราะห์กรอบแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.....	222
6. สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	225
สรุปผลการวิจัย.....	226
อภิปรายผล.....	230
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย.....	241
ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้.....	241
ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป.....	242
บรรณานุกรม.....	243
ภาคผนวก.....	253
ภาคผนวก ก การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและคะแนนผลการทดสอบ...	254
ภาคผนวก ข เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	262
ภาคผนวก ค รายนามผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือ.....	274
ภาคผนวก ง หนังสือขอเชิญผู้ตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย หนังสือขอ ทดลองเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และหนังสือขออนุเคราะห์ในการ เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย.....	276
ภาคผนวก จ รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกและสัมภาษณ์กลุ่ม.....	280
ประวัติผู้วิจัย.....	282

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.	เปรียบเทียบความแตกต่างของการท่องเที่ยวแบบมวลชนกับการท่องเที่ยว เชิงนิเวศตอนที่ 1 องค์กรประกอบภายในชุมชนตลาด 100 ปี สามชุกฯ	56
2.	สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ. 2548 – 2550.....	108
3.	แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในบริเวณ ตลาด 100 ปี สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.....	131
4.	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และระดับของ ปัจจัยสนับสนุนด้านรับรู้ในเรื่องแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	134
5.	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และระดับของ ปัจจัยสนับสนุนด้านรับรู้ในเรื่องแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับการได้รับ รางวัลในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก..	137
6.	แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และระดับของ ปัจจัยสนับสนุน ด้านรับรู้ในเรื่องแหล่งข่าวสารในการให้ความ ช่วยเหลือในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี....	139
7.	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของปัจจัยสนับสนุน ด้านจิตสำนึกสาธารณะ.....	140
8.	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของปัจจัย สนับสนุนด้านความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์.....	142
9.	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของปัจจัย สนับสนุนด้านปัจจัยสนับสนุนทางสังคม.....	143
10.	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการมีส่วน ร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านร่วม ตัดสินใจ.....	144
11.	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)และระดับการมีส่วนร่วมของ ประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านร่วมวางแผน.....	146

ตารางที่		หน้า
12.	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านร่วมรับผลประโยชน์.....	148
13.	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านร่วมติดตามและประเมินผล.....	150
14.	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการเปรียบเทียบตัวแปรเพศกับการมีส่วนร่วมของประชาชนฯ โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test)	131
15.	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนของฯ โดยจำแนกตามอายุ.....	152
16.	แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนฯ จำแนกตามอายุ.....	154
17.	เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯ จำแนกตามอายุเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ.....	155
18.	แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของการมีส่วนร่วมประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยว แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ฯ โดยจำแนกตามอาชีพ.....	158
19.	เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯ จำแนกตามอาชีพ.....	160
20.	เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชน อาชีพ เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ.....	161
21.	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนฯ โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	164

ตารางที่	หน้า
22. แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯจำแนกตามระดับการศึกษา	166
23. เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯจำแนกตามระดับการศึกษาเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่	167
24. แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนฯโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	171
25. แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	173
26. เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่.....	174
27. แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนฯโดยจำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วนร่วม.....	177
28. แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯจำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วนร่วม.....	179
29. เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯจำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วนร่วม เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่.....	180
30. ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการเปรียบเทียบตัวแปรการอาศัยในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุกกับการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test).....	186
31. แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการเปรียบเทียบตัวแปรระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน กับการมีส่วนร่วมของประชาชนฯ โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test).....	187

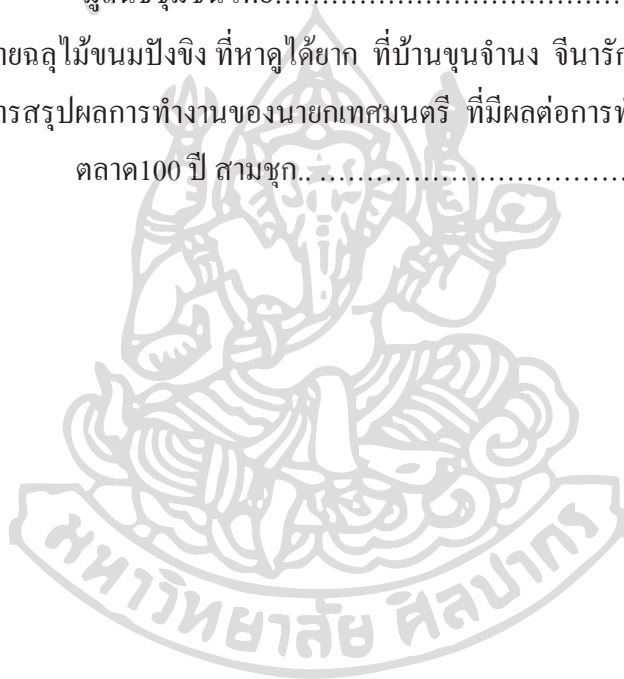
ตารางที่	หน้า
32. แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนฯ โดยจำแนกตามระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาด 100 ปีสามชุก.....	188
33. แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนฯจำแนกตามระยะทาง.....	190
34. เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนฯจำแนกตามระยะทาง เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเซฟเฟ่.....	191
35. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ (Y) ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก	195
36. แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลหรือทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์.....	196
37. แสดงปัญหา และอุปสรรค ในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุกตำบลสามชุก อำเภอสามชुक จังหวัดสุพรรณบุรี.....	197
38. แสดงข้อเสนอแนะ ในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุกตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.....	198

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิที่	หน้า
1. ชนิดและระดับการมีส่วนร่วม	30
2. หลักการ 5As ของลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยว	42
3. พัฒนาการของแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	46
4. แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ในประเด็น ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	48
5. องค์ประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	59
6. แสดงขอบวนการรับรู้.....	76
7. แสดงความสัมพันธ์ของการเปรียบเทียบ การเทียบเคียง และการปฏิบัติที่ เป็นเลิศ.....	96
8. แสดงการเปรียบเทียบสมรรถนะ สามารถทำได้ทั้งระดับกลยุทธ์ และ ระดับปฏิบัติการ และปัจจัยนำเข้า กระบวนการหรือผลลัพธ์ที่ได้	97
9. แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	118
10. แสดงกรอบผลการวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก.....	220
11. แสดงกรอบการสังเคราะห์แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี.....	224

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.	ทางเข้าตลาดด้านติดที่ว่าการอำเภอสามชุก จุดที่นักท่องเที่ยวนิยมเก็บภาพเป็นที่ระลึก.....	200
2.	การประชุมคนในชุมชนและกลุ่มผู้ประกอบการภายในตลาด	202
3.	ร่วมกันดูแลบ้านเรือนและชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก.....	203
4.	ร่วมกันวางแผนอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนกับนักวิชาการและมูลนิธิชุมชนไทย.....	204
5.	สายลؤل้ไม้ขนมปังจิง ที่หาซื้อได้ยาก ที่บ้านขุนจ้านง จินารักษ์ ซอย 2	210
6.	การสรุปผลการทำงานของนายกเทศมนตรี ที่มีผลต่อการพัฒนาตลาด100 ปี สามชุก.....	212



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

จากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและค่านิยมทางวัตถุแผ่อิทธิพลไปสู่ทุกภูมิภาคของโลก รวมถึงประเทศไทย และในภาวะที่เศรษฐกิจโลกกำลังเจริญเติบโตอย่างเต็มที่มีนั้น ได้ส่งผลให้ประเทศไทยเร่งพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมเพื่อให้เจริญทัดเทียมพร้อมก้าวไปตามกระแสโลก การท่องเที่ยวจึงถูกหยิบยกขึ้นมาเพื่อเป็นยุทธศาสตร์สำคัญประการหนึ่งในการสร้างรายได้มูลค่ามหาศาลมาสู่ประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 จนถึงปัจจุบัน พ.ศ. 2545 ปรากฏว่ารายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่เข้ามาสู่ประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งมาตลอดเมื่อเทียบกับรายได้จากการส่งออกสินค้าอื่นๆ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.เอกสารแผ่นพับ)นอกจากนี้รายได้จากการท่องเที่ยวยังเป็นรายได้ที่ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชาชนในประเทศอย่างกว้างขวาง เกิดการจ้างงานและสร้างอาชีพแก่ประชาชนอย่างมากมาย ทั้งยังเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย:2545)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่ใช้โดยไม่มีวันหมด เพราะรูปแบบการใช้มักเป็นการสัมผัสจากภายนอกโดยไม่มี การเคลื่อนย้ายทรัพยากรใด ๆ หรืออาจมีการชดเชยตลอดเวลา อย่างไรก็ตาม เนื่องจากกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเกี่ยวข้องกับกลุ่มคนต่างๆ ในสังคม ดังนั้นในการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจึงต้องมีการบริหารจัดการเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อให้ดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีระบบ การจัดการเป็นกระบวนการออกแบบและรักษา สภาพแวดล้อมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเน้นการดำเนินงานให้เป็นไปตามนโยบายหรือแผนที่วางไว้ การท่องเที่ยวจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องใช้ระบบของการจัดการเพื่อให้เป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง การท่องเที่ยวที่ขาดระบบการจัดการที่ดีเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่อาจประสบความสำเร็จได้ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นบริการขนาดใหญ่ มีอุตสาหกรรมย่อยและธุรกิจต่างๆ สนับสนุนเกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย:ม.ป.ป.)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภาคพื้นเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เพราะมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความงดงาม และมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะอยู่มากมาย กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ การท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งสังคมชนบทและสังคมเมือง ในอดีต “วัด” จัดเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่สำคัญยิ่ง เพราะประชาชนส่วนใหญ่นับถือพุทธศาสนา เมื่อมีการทำบุญและกิจกรรมต่าง ๆ ทางศาสนาจึงจัดขึ้นที่วัด (ศิริ ฮามสุโพธิ์ 2543 : 38) ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งส่วนมากเป็นการเดินทางเพื่อกิจธุระ เพื่อการค้าขาย การราชการ และการเดินทางเพื่อการพบปะสังสรรค์ซึ่งผู้เดินทางจะได้พบกับสิ่งแวดล้อมที่แปลกใหม่ต่างจากท้องถิ่นของตนเช่น ผู้คนต่างถิ่น ทรัพยากร ภูเขา ทะเล รวมไปถึงวัฒนธรรมที่แตกต่างจากที่ตนพบเห็นเป็นประจำ การท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่งที่มีอัตราการขยายตัวเจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อทางบวกอย่างเห็นได้ชัดต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงานและการกระจายรายได้ การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้กับประชาชน เป็นปัจจัยพื้นฐานทางสังคมของท้องถิ่นที่มีผลต่อเศรษฐกิจท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีผลต่อการนำความเจริญไปสู่ภูมิภาคในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดสร้างระบบบริการพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว

การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย แผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้เริ่มขึ้นเป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2519 โดยเป็นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติซึ่งเป็นแผนร่วมกันทั้งประเทศ และได้กำหนดนโยบายการวางแผนการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 - 2524) โดยมีจุดมุ่งหมายให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นการวางแผนพัฒนาทางกายภาพ เพื่อสร้างสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และสาธารณูปโภค(สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย 2536 : 3) และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540 - 2544) ได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคในสังคม โดยเน้นให้คนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การบริการการท่องเที่ยวจึงเป็นสาขาที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาทั้งในด้านการบริการ การขนส่ง การโรงแรม ร้านอาหารและแหล่งบันเทิง การนำเที่ยว การบริการด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9(พ.ศ. 2545 - 2549) ได้กล่าวว่า การบริการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ทั้งในส่วนของพัฒนาคนที่เป็นหัวใจของการบริการ การพัฒนาสังคมด้านความปลอดภัย การพัฒนาสมรรถนะทางเศรษฐกิจ และการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการที่ก่อให้เกิดธรรมาภิบาลแนวทางการพัฒนา การบริการ

การพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคตจึงจำเป็นจะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาที่กำหนดไว้ในปัจจุบันและอนาคต

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ.2544-2553) ซึ่งจะเป็นการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในเชิงบูรณาการ เสนอนโยบายเชิงรุกในการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศและเสนอแนวทางในการสร้างเอกภาพส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวโดยระดมความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนเพื่อให้เกิดพื้นฐานมั่นคงสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ม.ป.ป. : 2 - 6)

แต่ทั้งนี้การจัดการท่องเที่ยวในแต่ละแห่งนั้นมักประสบปัญหาที่สวนทางกันระหว่างการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสังคมกับการพัฒนาอยู่เสมอจนทำให้มีนักวิชาการบางท่านกล่าวว่า การท่องเที่ยวไม่สามารถประสานกับการอนุรักษ์ได้แต่ในความเป็นจริงแล้วการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาการอนุรักษ์เสมือนหนึ่งทรัพยากรที่มีค่าต่อการท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้ามการท่องเที่ยวสามารถเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการอนุรักษ์ ทั้งทรัพยากรทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม หากการท่องเที่ยวนั้นอยู่ภายใต้การจัดการและสำนึกที่ดี (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2540:1-2)อย่างไรก็ดี การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดผลกระทบในทางลบอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ทั้งผลกระทบด้านกายภาพและสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาการทำลายทัศนียภาพปัญหาด้านมลภาวะ ปัญหาความเสื่อมโทรม ฯลฯ ผลกระทบด้านสังคมและความเป็นอยู่ เช่นปัญหาค่าครองชีพ ปัญหาการเปลี่ยนแปลงคตินิยม ฯลฯ และผลกระทบด้านศิลปวัฒนธรรม เช่นปัญหาการต่อต้านวัฒนธรรม ปัญหาการซื้อขายวัฒนธรรม ฯลฯ โดยในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาก่อให้เกิดผลกระทบในทุก ๆ ด้านทั้งทางตรงและทางอ้อมทุก ๆ ฝ่ายทั้งภาครัฐบาลเอกชน และประชาชน จึงต้องช่วยกันศึกษาหาข้อมูล สำรวจ วางแผนเพื่อให้เกิดผลกระทบในด้านลบน้อยที่สุด เพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและพัฒนาอย่างยั่งยืน

ในการบริหารราชการเพื่อประโยชน์สุขของประชาชนตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 และพระราชกฤษฎีกาว่าด้วยหลักเกณฑ์และวิธีการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี พ.ศ. 2546 ต่างให้ความสำคัญต่อการบริหารราชการอย่างโปร่งใส สุจริต เปิดเผยข้อมูลและการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายสาธารณะ การตัดสินใจทางการเมือง รวมถึงการตรวจสอบ การใช้อำนาจรัฐในทุกระดับ รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 ได้กำหนดยุทธศาสตร์การสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและสังคมให้เป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ โดยให้

ความสำคัญกับการบริหารจัดการกระบวนการชุมชนที่หลากหลายและจัดกิจกรรมอย่างต่อเนื่องตามความพร้อมของชุมชน มีกระบวนการจัดการองค์ความรู้ และระบบการเรียนรู้ของชุมชนอย่างเป็นขั้นตอนมีเครือข่ายการเรียนรู้ทั้งภายในและภายนอกชุมชนมีกระบวนการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สามารถพัฒนาต่อยอดให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนในการนำไปสู่การพึ่งตนเองรวมทั้งการสร้างภูมิคุ้มกันให้ชุมชนพร้อมเผชิญการเปลี่ยนแปลง (แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 2552 : หน้า ๘)

ในช่วงของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) ได้กำหนด “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยมีการตั้งประเด็นในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวขึ้นมาเสวนาและอภิปรายกันอย่างกว้างขวาง ประเด็นที่น่าสนใจคือ ประเด็นในเรื่องกระบวนการทัศน์ใหม่ของการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นประเด็นที่เน้นการพัฒนาไปที่ “คน” และ “ชุมชน” เป็นสำคัญ กล่าวคือในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้มีความยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องมีการเสริมบทบาทในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว โดยกำหนดให้การบริการและการจัดการในชุมชนเป็นหน้าที่ของประชาสังคมหรือกลุ่มต่างๆ ในชุมชน ซึ่งจะได้รับการสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดหรือจากอำเภอจังหวัด ตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 แก้ไขเพิ่มเติม พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ซึ่งมุ่งเน้นการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่น นั่นคือให้หน่วยงานองค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบลมีหน้าที่ในการบริหารและจัดการท้องถิ่นของตนเองโดยตรง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อท้องถิ่น ประกอบกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ได้เพิ่มเนื้อหาสาระในเรื่องสิทธิมนุษยชน (Human Rights) ที่เป็นชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิม (Traditional Local Community) (มันัสสุวรรณ และคนอื่นๆ 2541:46) โดยได้ระบุไว้ในหมวด 3 ว่าด้วยเรื่องสิทธิอนุรักษ์ฟื้นฟูจารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น ศิลปะหรือวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่นและของชาติ และการมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน ทั้งนี้ ตามที่กฎหมายบัญญัติ (กระทรวงศึกษาธิการ 2541:41) ที่ผ่านมารัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยได้แถลงเป็นนโยบายของรัฐบาลและยังกำหนดไว้ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 7 ของแผนบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2548 - 2551 การส่งเสริมประชาธิปไตยและกระบวนการประชาสังคม ซึ่งตรงกับยุทธศาสตร์ที่ 7 ของแผนพัฒนาระบบราชการไทย พ.ศ. 2546-2550 ที่เน้นการเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในระบบราชการ

การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหลักสากลที่นานาอารยประเทศให้ความสำคัญและเป็นประเด็นหลักที่สังคมไทยให้ความสนใจเพื่อพัฒนาระบบบริหารราชการสู่ระบอบประชาธิปไตยแบบมี

ส่วนร่วมตามหลักธรรมาภิบาลซึ่งภาครัฐจะต้องเปิดโอกาสให้ประชาชนและผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในสังคมได้เข้ามามีส่วนร่วม ในการร่วมรับรู้ ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ เพื่อสร้างความโปร่งใสและเพิ่มคุณภาพการตัดสินใจของภาครัฐให้มากขึ้น และเป็นที่ยอมรับร่วมกันของทุกฝ่าย

ดังนั้น เพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมากขึ้น โดยร่วมในการเสนอแนะความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับประโยชน์และตรวจสอบผลการดำเนินงานของภาครัฐ ซึ่งการบริหารราชการดังกล่าวเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ระบบราชการสามารถตอบสนองความต้องการของประชาชน และนำไปสู่ประโยชน์สุขของประชาชนอย่างยั่งยืน ซึ่งความสำเร็จด้านเศรษฐกิจ ทำให้ตลาด 100 ปี สามชุก เป็นชุมชนที่ตกอยู่ในสภาวะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ต้องอาศัยความเข้มแข็งของสมาชิกในชุมชน

จังหวัดสุพรรณบุรี ห่างจากกรุงเทพฯ เพียง 107 กิโลเมตร และใช้เวลาเดินทางด้วยรถยนต์ประมาณ 1 ชั่วโมง จึงเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวทั้งแบบไปเช้าเย็นกลับหรือท่องเที่ยวสุดสัปดาห์ โดยพักค้างคืน 1 คืน ศูนย์กลางการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวของสุพรรณบุรีส่วนใหญ่อยู่ในตัวเมือง เช่น วัดป่าเลไลยก์ หอคอยบรรหาร-แจ่มใส วัดพระศรีรัตนมหาธาตุ อุทยานมัจฉาวัดพระนอน วัดหน้าพุตราชกูร ฯลฯ หากนักท่องเที่ยวอยากเที่ยวเฉพาะในตัวเมืองก็มีสถานที่ให้เที่ยวได้ทั้งวัน ถนนหนทางสภาพดี ยังมีร้านอาหารหลากหลายให้เลือกชมได้ตามรสนิยม ถ้าต้องการพักค้างคืนก็มีโรงแรมที่พักบริการครบถ้วน

ในอำเภออื่นมีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญประมาณ 3 - 4 แห่งสามารถเดินทางท่องเที่ยวแบบต่อเนื่องได้ เช่น เส้นทางไป อำเภอบางปลาม้าสามารถไปเที่ยวต่อยัง อำเภอสองพี่น้องได้ โดยเริ่มจากตลาดเก้าห้อง ไปยังวัดป่าพุกฤษ์ วัดไผ่โรงวัว วัดอัมพวัน และสิ้นสุดที่วัดทับกระดาน

ส่วนที่เที่ยวใน อำเภอสามชุกก็อยู่เส้นทางเดียวกับที่เที่ยวที่ อำเภอเดิมบางนางบวช ซึ่งนักท่องเที่ยวควรไปช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ที่บึงฉวากเฉลิมพระเกียรติก็มีการแสดงโชว์บ่อจระเข้ และโชว์การให้อาหารปลาในตู้กระจกขนาดใหญ่เฉพาะวันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์เท่านั้น

ในเขต อำเภอด่านช้าง อุทยานแห่งชาติพุเตย เป็นเส้นทางค่อนข้างไกลและต้องผ่านป่าและทางลาดชัน ควรใช้รถขับเคลื่อนสี่ล้อและอาจต้องพักค้างแรมในเขตอุทยานฯ (จารุภัทร วิมุตเศรษฐ์ 2548:49 -50)

สามชุก เป็นเมืองเล็กๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรีมีผู้คนหลากหลายเชื้อชาติทั้งไทย จีน มอญ ฯลฯ มาสัมผัสพันธ์ต่อกันในลักษณะของการแลกเปลี่ยน และซื้อขายสินค้า จนพัฒนาไปสู่ การลงหลักปักฐาน สร้างเมืองที่มั่นคงขึ้นมาตาม ประวัติของเมืองสามชุก กล่าวไว้ว่า ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2437 ในสมัยรัชกาลที่ 5 เดิมชื่ออำเภอ “นางบวช” ตั้งอยู่บริเวณ ตำบลนางบวช ต่อมาในปี 2457 ต้นรัชกาลที่ 6 ได้ย้ายอำเภอมาตั้งที่บ้าน “ลำเพ็ญ” ซึ่งเป็นย่านการค้าที่สำคัญในสมัยนั้น จนกระทั่งปี 2481 สมัยรัชกาลที่ 8 ได้เปลี่ยนชื่อจาก “อำเภอนางบวช” มาเป็น “อำเภอสามชุก” และย้ายมาตั้ง อยู่ริมลำน้ำสุพรรณบุรี (ท่าจีน) ซึ่งแยกมาจากแม่น้ำเจ้า พระยา โดยผ่านคลอง มะขาม เฒ่า แต่เดิมบริเวณที่ตั้งอำเภอสามชุกเรียกว่า “ท่ายาง” มีชาวบ้านค้าขายให้กับพ่อค้าที่เป็นชาวเรือ บ้างก็มาจากทางเหนือ บ้างก็มาจากทางใต้ เป็น 3 สาย จึงเรียกบริเวณที่ค้าขายนี้ว่า “ สามแพรง “ ต่อมาได้เพี้ยน เป็น สามเพ็ง และลำเพ็ญในที่สุด ในระหว่างที่คนมารอขายสินค้าก็ได้ตัดไม้ไผ่มา สานเป็นภาชนะสำหรับใส่ของขาย เรียกว่า “ กระชุก ” ชาวบ้านจึงเรียกว่า “ สามชุก ” มาถึงปัจจุบัน

ตลาดสามชุกในปัจจุบันกว่า 100 ปี การคมนาคมทางน้ำลดน้อยลง ความกึกก้องแจของ ตลาดสามชุกก็หายไปด้วย ผู้คนเดินเข้ามาจับจ่ายใช้สอยในตลาดน้อยลง แต่ตลาดสามชุกยังเป็น ตลาดไม้ขนาดใหญ่ปลูกสร้างมาตั้งแต่ รัชกาลที่ 5 มีศิลปะการฉลุไม้ที่งดงามเรียกว่าลายขนมปังขิง อยู่บริเวณช่องลม เรียงรายเป็นย่านการค้าที่งดงาม และมีคุณค่าทางสถาปัตยกรรม และยังคงทำ หน้าที่เป็นตลาดอย่างสมบูรณ์ให้ชุมชน แม้จะต้องเผชิญกับปัญหาความทรุดโทรมทางกายภาพไป ตามกาลเวลา(คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ 2551:6)

พื้นที่บางส่วนของตลาดสามชุก เป็นพื้นที่เช่ากับกรมธนารักษ์ ได้แก่ พื้นที่ทั้งหมด ซอย 1 และ 2 ตลอดระยะเวลากว่า 80 ปีที่ผ่านมา อาคาร ไม้ในซอยทั้งสองไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลงในเชิง กายภาพเท่าไรนัก เนื่องจากมีการปรับปรุงอาคารเป็นอาคารปูน จะต้องเสียค่าเช่าตัวอาคารนั้นให้ กรมธนารักษ์อีกทอด ทำให้ผู้คนที่อาศัยในซอยทั้งสองใช้วิธี “ ค่อยๆ ซ่อมแซมตามสภาพการชำรุด ของอาคาร ” ส่วนการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพในซอยอื่นๆ ที่เหลือ ได้แก่ ซอย 3 4 5 และ 9 เนื่องจากเป็นที่ดินของเอกชน

ต่อมากรมธนารักษ์ได้มีแนวคิดที่จะรื้ออาคารเรือนแถวไม้ในซอย 1 และ 2 ที่เป็นที่ดินของ กรมธนารักษ์ เพื่อสร้างอาคารคอนกรีตให้มั่นคงถาวร โดยคาดหวังว่าการสร้างอาคารจะสามารถ เก็บค่าเช่าจากผู้เช่าได้ ประเด็นนี้กลายเป็นประเด็นหนึ่ง ในประเด็นปัญหาความขัดแย้งภายในพื้นที่ บางส่วนของย่านตลาดสามชุกอันเนื่องมาจากมีแนวคิดการอนุรักษ์และพัฒนาไม่ตรงกันนี้เองก่อให้เกิด ความไม่มั่นคงและมั่นใจในการปรับปรุงสภาพแวดล้อมของตลาดสามชุก เนื่องจากไม่มีความ ชัดเจนในแนวทางการดำเนินการเรื่องสิทธิในการเช่าของหน่วยงานเจ้าของที่ดิน เพราะการรื้อเรือน

แถวเป็นนโยบายที่กำหนดมาหลายปีแล้ว ทำให้ชาวบ้านเกิดความกังวลและหวาดระแวงในความไม่มั่นคงทางด้านที่อยู่อาศัยของตนเอง

ตั้งแต่ช่วง พ.ศ.2541 เป็นต้นมาเกิดกระแสแนวคิดด้านการอนุรักษ์วิถีชีวิตชุมชนและวัฒนธรรมมากขึ้นและแพร่หลายไปในหมู่ชนชั้นกลางอย่างรวดเร็วทำให้คำว่า “การอนุรักษ์” เป็นคำอ้างที่หลายฝ่ายต่างเข้ามาแย้งชิงกันนิยามเพื่อให้เกิดประโยชน์ขึ้นกับฝ่ายตน จากสองแนวคิดเรื่องการอนุรักษ์ที่ต่างฝ่ายต่างให้นิยามไม่เหมือนกันเป็นสาเหตุให้เกิดการพูดคุย ทั้งในแง่เจรจาอย่างเป็นทางการ การเสวนาเชิงวิชาการ การพูดคุยในเวทีสาธารณะ และการการประชุมชาวบ้านที่ได้จัดขึ้นต่อมาอีกหลายๆคราว

จากการสนทนาดังกล่าวทำให้เห็นว่า กระบวนการแก้ไขปัญหในช่วงแรกมุ่งประเด็นไปที่แนวคิดเรื่องการอนุรักษ์และการปรับปรุงทางกายภาพเป็นหลัก โดยจุดเริ่มต้นของกลไกการขับเคลื่อนเกิดจากหน่วยงานท้องถิ่นและนักวิชาการภายนอกเป็นสำคัญ ซึ่งมีคณะกรรมการตลาดเป็นส่วนปฏิบัติหลัก (สักรินทร์ แซ่ภูและคณะ 2550:22-27)

เมื่อเกิดคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ขึ้นและได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิชุมชนไทย ตลาดสามชุกได้รับการพัฒนา ในด้านความสะอาดเรียบร้อย การจัดวางสินค้า การจัดกิจกรรมต่างๆ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วม ตลาดสามชุกได้รับการฟื้นฟูให้เป็นแหล่งเรียนรู้ เป็นแบบอย่างการพัฒนาที่มาจากฐานรากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวด้านอนุรักษ์ของเก่า มีสถาปัตยกรรมเก่าแก่ทั้งงดงาม รวมทั้งวิถีชีวิตชาวบ้าน มีทั้งกลุ่ม องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น องค์กรชุมชนจากต่างประเทศ ผู้สื่อข่าวโทรทัศน์ช่องต่างๆ นักเขียนวารสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ของเก่า และนักศึกษา ศึกษานักอย่างต่อเนื่อง สร้างความรู้สึกรักภูมิใจในศักยภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับคณะกรรมการและประชาชนสามชุกเป็นอย่างมาก(คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ 2551:6)

คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ระดมความคิด หาทางอนุรักษ์ตลาดและที่อยู่ของตนไว้ และหาทางฟื้นคืนชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้ง เป็นที่มาของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ใช้การท่องเที่ยวศึกษาวิถีชีวิตชุมชนดั้งเดิม ประวัติศาสตร์ชุมชน เป็นเครื่องมือการพัฒนาอาคารไม้เก่าแก่ ในตลาดสามชุก เป็นสิ่งบอกให้รู้ว่าเป็นลักษณะของตลาดจีนโบราณ เป็นชุมชนชาวไทย-จีนที่ยังคงอยู่มาถึงปัจจุบัน ลวดลายฉลุไม้ที่เรียกว่าลายขนมปังขิง ที่หาดูได้ยากแล้วในปัจจุบัน หากไม่ได้รับการอนุรักษ์ไว้ก็ย่อมสูญหายไปเช่นเดียวกับตลาดโบราณอื่นๆ

“ตลาดสามชุก” ในวันนี้หากไม่ต้องการเป็นแค่เพียงแค่ “ตลาด” เท่านั้น และหากยังคงแนวแน่เพื่อเป็น “พิพิธภัณฑ์มีชีวิต” เป็น “ลมหายใจแห่งอดีต” ที่ยังเปิดประตูต้อนรับการเยี่ยมชมจากนักท่องเที่ยวต่างถิ่นหรือแม้แต่ต่างชาติควรต้องหมั่นตรึกตรองและทบทวนการดำเนินงาน

ของชุมชน ให้ยึดมั่นกับสัญญาต่อประชาคมว่าจะเป็นตลาดร้อยปี ในเชิงอนุรักษ์ มิใช่หวังกระแสการบูรณแล้วละเลยความเป็นอดีตที่น่าจดจำเล่าขานสืบต่อกันจนชั่วลูกหลาน

เมื่อปลายเดือนสิงหาคม 2552 ที่เพิ่งผ่านไปนี้ยูเนสโก (UNESCO) องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติประกาศให้ชุมชนสามชุกตลาดเก่าร้อยปี สุพรรณบุรี ได้รับรางวัลระดับ “ ดี ” ในการประกวดโครงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ประจำปี 2552 ถือเป็นเรื่องน่าชื่นชมยินดีและนำความภาคภูมิใจมาสู่ไม่เพียงแต่ชาวสามชุกเท่านั้น รวมถึงประเทศไทยชาวไทยถ้วนหน้าด้วย

ตลาดสามชุกเริ่มเป็นที่รู้จักของผู้คนที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เมื่อ 4-5 ปีที่ผ่านมา มีลักษณะเป็นตลาดชุมชนท้องถิ่น ห้างแถวไม้ ไม่มีตึกสูง ไม่ใช่ตลาดติดแอร์มีสิ่งอำนวยความสะดวกและลานจอดรถดีๆ แบบห้างใหญ่ หากแต่สามชุกเป็นตลาดชาวบ้านเดินดินที่จัดวางสินค้าแลดูสะอาด เป็นระเบียบน่าเดิน มีสินค้าและอาหารพื้นบ้านอร่อย หลากหลาย คุณภาพดี ราคายุติธรรม เป็นกันเอง พ่อค้าแม่ค้ายิ้มแย้มเชิญชวนให้ซื้อของแบบชิมก่อนชอบใจค่อยซื้อ นับเป็นการเริ่มต้นต้อนรับนักท่องเที่ยวที่อบอุ่นน่าประทับใจทีเดียว หากท่านมีโอกาสไปแวะเดินตลาดสามชุก จะรู้ว่าตลาดแห่งนี้มีใช่แค่ตลาดขายอาหารธรรมดา(ดร.วิวัฒน์ชัย อัครถาวร 2551:49-50)

จากความเป็นมาดังกล่าว จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง เพราะมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความงดงาม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะอยู่มากมาย กระจายอยู่ตามภูมิภาคต่าง ๆ จึงมีการหยิบยกการท่องเที่ยวมาเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการสร้างรายได้มหาศาลมาสู่ประเทศ ในภาวะที่เศรษฐกิจโลกกำลังเจริญเติบโตท่ามกลางความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและค่านิยมทางวัตถุ ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ประชาชนในประเทศ เกิดการจ้างงานและสร้างอาชีพแก่ประชาชนอย่างมากมาย

จากจุดนี้เองทำให้สามชุก ซึ่งเมืองเล็กๆ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน ในจังหวัดสุพรรณบุรี ที่แต่เดิมมีการติดต่อค้าขายแลกเปลี่ยนสินค้าที่สำคัญในอดีต ตั้งแต่เมื่อ 100 กว่าปีก่อน ต้องซบเซาเนื่องจากมีถนนเข้ามาแทนที่การเดินทางทางน้ำ ความสำคัญของตลาดริมน้ำเริ่มลดลงและเมื่อต้องแข่งขันกับห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ และตลาดนัดภายนอก ทำให้ร้านค้าภายในตลาดสามชุกต้องหาทางปรับตัว อีกทั้งราชพัสดุเจ้าของที่ดินที่ชาวบ้านเช่าที่ดินมายาวนาน ดำริจะรื้ออาคารตลาดเก่าสร้างตลาดใหม่ จึงทำให้ชาวบ้านคนตลาดสามชุก ที่เห็นคุณค่าตลาดเก่า รวมตัวกันระดมความคิดหาทางอนุรักษ์ตลาดและที่อยู่ของตนไว้ และหาทางฟื้นคืนชีวิตชีวาขึ้นมาอีกครั้ง เป็นที่มาของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากการมีส่วนร่วมในการพัฒนาบ้านเกิดนี้เองทำให้ ชุมชนสามชุกตลาดเก่าร้อยปี สุพรรณบุรี ได้รับรางวัลระดับ “ ดี ” จาก องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ซึ่งประกาศ ในการประกวดโครงการ

อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ประจำปี 2552 ถือเป็นเรื่องน่าชื่นชมยินดี และนำความภาคภูมิใจเพียงชาวสามชุกเท่านั้น แต่เป็นความภูมิใจของคนไทยทั้งประเทศ ซึ่งทำให้ผู้วิจัยซึ่งมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรีและมีความผูกพันกับชุมชนตลาด 100 ปี สามชุกมาเป็นเวลานาน อีกทั้งเป็นครูสอนด้านศิลปวัฒนธรรม มีความสนใจศึกษาการมีส่วนร่วมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ส่งผลให้เกิดการปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก เพื่อเป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตามลักษณะส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
4. เพื่อศึกษาการปฏิบัติที่เป็นเลิศของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

คำถามการวิจัย

1. ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีผลต่อการพัฒนาท่องเที่ยวตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร
2. ปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตามลักษณะส่วนบุคคล เป็นอย่างไร
3. ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร
4. การปฏิบัติที่เป็นเลิศของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นอย่างไร

สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน มีผลต่อการพัฒนาท่องเที่ยวตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตามลักษณะส่วนบุคคลเป็นแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้ การวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการศึกษาครอบคลุมประเด็นต่างๆ ดังรายละเอียดต่อไปนี้ จึงแบ่งการเขียนออกเป็น ขั้นตอนดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยในส่วนของเชิงปริมาณนี้ ใช้วิธีวิจัยแบบวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีลำดับขั้นดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ให้การสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปีสามชุก ซึ่งประกอบด้วย สมาชิกในชุมชน และผู้ประกอบการในบริเวณตลาด จำนวน 400 คน ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา โดยคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane's ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Taro Yamane) จำนวน 180 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปี สามชุก ต.สามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี โดยศึกษาระดับมีการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านต่างๆ ได้แก่

- 2.1 ร่วมในการตัดสินใจ
- 2.2 ร่วมในการดำเนินการ
- 2.3 ร่วมในการรับผลประโยชน์
- 2.4 ร่วมในการติดตามและประเมินผล

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ศึกษาตัวแปรตามการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ได้แก่

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่

3.2.1 เพศ

3.2.2 อายุ

3.2.3 อาชีพ

3.2.4 ระดับการศึกษา

3.2.5 รายได้ต่อเดือน

3.2.6 เวลาว่างจากภาระงาน

3.2.7 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่

3.2.8 ระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาด

3.2 ปัจจัยสนับสนุน ได้แก่

3.2.1 การรับรู้

3.2.2 จิตสำนึกสาธารณะ

3.2.3 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์

3.2.4 การสนับสนุนทางสังคม

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาเก็บข้อมูล

ตั้งแต่ วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2554 ถึง วันที่ 1 เมษายน 2555

การวิจัยคุณภาพ การวิจัยในส่วนของเชิงปริมาณนี้ ใช้วิธีวิจัยแบบวิจัยเชิงสำรวจ โดยมีลำดับขั้นดังนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ท ร้านค้า ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และ ประชาชนชุมชน ในการศึกษาครั้งนี้โดยใช้เทคนิค ลูกบอลหิมะ และการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 18 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาการปฏิบัติที่เป็นเลิศที่มีผลต่อการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยชุมชนตลาด 100 ปี ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

3. ขอบเขตด้านระยะเวลาเก็บข้อมูล

ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ศ. 2554 ถึง วันที่ 1 เมษายน 2555

นิยามศัพท์เฉพาะ

การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง การที่ประชาชนหรือกลุ่มคนภายในสังคมได้เข้าไปเกี่ยวข้องในกระบวนการทุกขั้นตอนของกิจกรรมต่างๆ ที่รัฐบาลหรือองค์กรต่างๆ ให้ความสำคัญหรือใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อเข้าร่วมทั้งทางกิจกรรมใน 4 ด้าน คือ ด้านความคิด ด้านร่วมตัดสินใจ ด้านร่วมปฏิบัติการ และด้านร่วมประเมินผลงาน ซึ่งการร่วมดำเนินการในกิจกรรมต่างๆจะเป็นไปเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนให้ดีขึ้นและให้เกิดการเรียนรู้ในการนำไปพัฒนาสิ่งต่างๆด้วยตนเอง อีกทั้งทำให้ชุมชนเกิดความเจริญเติบโต ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครองในอนาคต ของ ตลาด 100 ปี สามชุก

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อสัมผัสความแตกต่างจากที่เป็นอยู่เพื่อการพักผ่อน หย่อนใจ เปลี่ยนบรรยากาศ หรือสร้างเสริมความรื่นรมย์ให้กับชีวิตของชุมชนสามชุก

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีท่าทีในการอนุรักษ์ การอนุรักษ์มีความหมายในการร่วมกันป้องกันรักษาให้คงเดิมโดยจะเป็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทุกประเภทคือธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของชุมชนสามชุก

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน หมายถึง การดำเนินการเกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวภายใน ตลาด 100 ปี สามชุก โดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือนที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม มีการวางแผน และกระบวนการที่มุ่งเน้นคนในท้องถิ่นเข้ามีส่วนร่วมเพื่ออนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมให้คงอยู่อย่างยั่งยืนของชุมชนสามชุก

ชุมชนเชิงอนุรักษ์ หมายถึง ชุมชนที่สงวนรักษา ป้องกันดูแลเพิ่มคุณค่าโบราณวัตถุ โบราณสถาน หรือส่วนของเมืองที่ไม่ได้มีการใช้สอยอีกแล้ว เพื่อรักษาไว้ซึ่งลักษณะเฉพาะของเมืองตลอดจนสภาพแวดล้อม

ตลาด 100 ปี สามชุก หมายถึง ตลาดเก่า ตั้งอยู่ที่ หมู่ 2 ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ริมแม่น้ำสุพรรณบุรีหรือแม่น้ำท่าจีน เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ได้รับรางวัลอนุรักษ์ระดับดี ในโครงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก จากยูเนสโก ประจำปี 2552

ผู้นำชุมชน คือ ผู้นำชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก ทั้งภาครัฐและเอกชน ได้แก่ นายกเทศมนตรี สมาชิกสภาเทศบาล กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ปลัดเทศบาล สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล นักวิชาการท้องถิ่น และปราชญ์ชาวบ้าน เป็นต้น

ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน หมายถึงบุคคลที่อาศัยอยู่ในตลาด 100 ปี สามชุก หมู่ที่ 2 ตำบลสามชุก ตามข้อมูลทะเบียนราษฎรหรืออาศัยอยู่อย่างน้อย 1 ปี

ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว หมายถึงผู้ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก บริเวณต่างๆกัน เช่น พ่อค้า แม่ค้า มัคคุเทศก์ ผู้ให้บริการต่างๆ เช่น รถรับจ้าง เรือจ้าง ให้บริการจอดรถบริการเช่าที่ขายของ รวมถึงคณะนักเรียนที่ทำกิจกรรมแล้วเกิดรายได้

การสื่อสาร หมายถึง กระบวนการที่มีความสัมพันธ์กันในการแลกเปลี่ยนข่าวสารจากผู้ส่งสู่ผู้รับในรูปของเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการแปลความหมายของสิ่งเร้า ที่มากระทบกับประสาทสัมผัสต่างๆของคนและการแปลความหมายขึ้นอยู่กับประสบการณ์ในอดีตและสภาพจิตใจในปัจจุบันของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนสามชุก

จิตสำนึกสาธารณะ หมายถึง จิตที่พร้อมจะสละเวลา แรงกาย และสติปัญญาเพื่อสาธารณประโยชน์ เป็นจิตที่ไม่นิ่งดูดายเมื่อพบเห็นปัญหา เป็นจิตที่มีความสุขเมื่อได้ทำความดี

ความคาดหวัง หมายถึง นึกไว้ คาดว่าจะได้ หมายถึง ปองไว้ แสดงความคาดหมายว่าจะต้องได้ในสิ่งที่คาดไว้นั้น

การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง การได้รับการส่งเสริม หรือสนับสนุน จากหน่วยงานภาครัฐ หรือ เอกชนผู้บังคับบัญชา เพื่อนบ้าน เพื่อนร่วมงาน คนในครอบครัว และสื่อมวลชนแขนงต่างๆ ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การปฏิบัติที่เป็นเลิศ หมายถึงวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี อันเป็นกรณีตัวอย่างการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์รวมถึงการปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
2. ทำให้ทราบปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตามลักษณะส่วนบุคคล
3. ทำให้ทราบถึงการปฏิบัติที่เป็นเลิศที่มีผลต่อการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
4. นำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางหรือนโยบายในการจัดการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี



บทที่ 2

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์
กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้ศึกษา
แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับใช้เป็นแนวทางการวางกรอบแนวคิด
สำหรับการศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม
2. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว
 - 3.1 การรับรู้
 - 3.2 จิตสำนึกสาธารณะ
 - 3.3 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์
 - 3.4 การสนับสนุนทางสังคม
5. แนวคิดในการปฏิบัติที่เป็นเลิศ
6. บริบทของชุมชนตลาด 100 ปี สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิด ทฤษฎี การมีส่วนร่วมของประชาชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่คาดหวังไว้ต้องอาศัยสิ่งที่สำคัญในการดำเนินงานคือ การมีส่วนร่วมของประชาชน

ความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชน

คำว่า “ การมีส่วนร่วม ” หรือภาษาอังกฤษใช้คำว่า “Participation” จากการศึกษาความหมายของการมีส่วนร่วม มีนักการศึกษาหลาย ๆ คนได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม ดังนี้

สหประชาชาติ (United Nations 1981 : 5) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม หมายถึง การสร้างโอกาสให้สมาชิกทุกคนของชุมชนและสมาชิกในสังคมที่ กว้างกว่าสามารถเข้ามามีส่วนร่วม ช่วยเหลือ และเข้ามามีอิทธิพลต่อกระบวนการดำเนินกิจกรรมในการพัฒนา รวมทั้งมีส่วนร่วมได้รับประโยชน์จากผลของการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน

นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2547 : 3) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ 4 ประการ คือ

1. การมีส่วนร่วม หมายถึงการเข้าไปได้รับอำนาจ ที่จะคิดจะทำมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง หรืออำนาจในการตัดสินใจที่จะดำเนินการใด ๆ
2. การมีส่วนร่วม หมายถึง ต้องร่วมกันอย่างมีอิสรภาพ เสมอภาค เท่าเทียมกัน และควรมีส่วนร่วมด้วยอย่างแท้จริง/เข้มแข็ง (active) มิใช่ร่วมอย่างผิวเผินเฉื่อยชา (passive)
3. การมีส่วนร่วม หมายถึง ต้องร่วมตั้งแต่นั้นแรกของกระบวนการ จนถึงขั้นสุดท้ายของโครงการ
4. การมีส่วนร่วมมักเป็นเรื่องที่ ผู้ด้อยโอกาส ขอแบ่งอำนาจ จากผู้มีอำนาจเหนือกว่า เพื่อปรับปรุงวิถีชีวิตตนให้ดีขึ้น

ทงศักดิ์ คุ้มไข่น้ำ (2540 : 93) ได้อธิบายความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 3 ประการ คือ

1. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนา ร่วมคิด ร่วมตัดสินใจแก้ไขปัญหาของตนเอง ร่วมใช้ความคิดสร้างสรรค์ ความรู้ ความชำนาญ ร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสม และสนับสนุนติดตามผลการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง
2. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่ประชาชนกลุ่มเป้าหมายได้รับโอกาสและได้ใช้โอกาสที่ได้รับ แสดงออกซึ่งความรู้สึกรู้สึกคิด แสดงออกซึ่งสิ่งที่เขาแสดงออกซึ่งสิ่งที่เขาต้องการ แสดงออกซึ่งปัญหาที่กำลังเผชิญ และแสดงออกซึ่งวิธีแก้ปัญหาและลงมือปฏิบัติโดยการช่วยเหลือของหน่วยงานภายนอกน้อยที่สุด

3. การมีส่วนร่วมของประชาชน หมายถึง กระบวนการที่รัฐบาลทำการส่งเสริมชักนำ สนับสนุนและสร้างโอกาสให้ประชาชนทั้งในรูปส่วนบุคคล กลุ่มคน ชมรม สมาคม มูลนิธิ และ องค์กรอาสาสมัครรูปแบบต่าง ๆ ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานเรื่องใดเรื่องหนึ่ง หรือ หลายเรื่องรวมกัน

นเรศ สงเคราะห์สุข (2541 : 10) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการของการ พัฒนาตั้งแต่ต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ ได้แก่ การวิจัย (ศึกษาชุมชน) การวางแผน การตัดสินใจ การ ดำเนินการ การบริหารจัดการ การติดตามและประเมินผล ตลอดจนการจัดสรรประโยชน์ ที่ เกิดขึ้น

จุฬารักษ์ โสตะ และคณะ (2543 : 36-37) การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลหรือ คณะบุคคลเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ อาจเป็นการ มีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจหรือกระบวนการบริหาร และประสิทธิภาพขององค์กรขึ้นอยู่กับ การรวมพลังของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้นในการปฏิบัติภารกิจให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการ หนึ่งในการรวมพลังความคิด สติปัญญาก็คือ การให้มีส่วนร่วม การให้บุคคลมีส่วนร่วมใน องค์กรนั้นบุคคลจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้อง ในการดำเนินการหรือปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ เป็นผลให้ บุคคลนั้นมีความผูกพันต่อภารกิจและองค์กรในที่สุด

สาคร คุณชื่น (2543 : 22) ให้ความหมายของ การมีส่วนร่วมของประชาชน คือ การร่วมมือ ของประชาชนด้วยความตั้งใจและสมัครใจโดยไม่ถูกบังคับซึ่งกระบวนการความร่วมมือของ ประชาชนนั้น ประกอบด้วย

1. การเข้าร่วมในการตัดสินใจ ตกลงใจ
2. การเข้าร่วมในการดำเนินการของแผนและ โครงการพัฒนา
3. การเข้าร่วมในการติดตามและประเมินผล โครงการและแผนงานของการพัฒนา
4. การเข้าร่วมในการรับผลประโยชน์จากการพัฒนา

วันพร จันทรเวโรจน์ (2543 : 19) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม หมายถึง การเกี่ยวข้องกับ ทางด้านจิตใจ และอารมณ์ของบุคคลหนึ่งในสถานการณ์กลุ่ม (group situation)

ส่งผลของการเกี่ยวข้องดังกล่าวเป็นเหตุเร้าใจให้กระทำการให้บรรลุจุดมุ่งหมาย ของกลุ่มนั้นกับทั้ง ทำให้เกิดความรู้สึกมีส่วนร่วมรับผิดชอบกับกลุ่มดังกล่าวด้วยและอาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า

การมีส่วนร่วม = ความร่วมมือร่วมใจ + การประสานงาน + ความรับผิดชอบ

ชำนาญ ปาณาวงษ์ (2543 :7) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นการที่บุคคลหรือคณะบุคคลเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยความสมัครใจ ซึ่งอาจเป็นการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจหรือกระบวนการบริหาร และการดำเนินงานนั้นเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้แล้ว นำผลที่ได้มาประเมินร่วมกัน ซึ่งความพยายามนั้นอยู่นอกเหนือการควบคุมและกฎเกณฑ์ทางสังคม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของกลุ่มเป็นหลัก โดยประสิทธิผลขององค์การขึ้นอยู่กับการรวมพลังของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์การนั้นในการปฏิบัติภารกิจให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการหนึ่งในการรวมพลังความคิด สติปัญญา ก็คือ การให้มีส่วนร่วม การให้บุคคลมีส่วนร่วมในองค์การนั้น บุคคลจะต้องมีความเกี่ยวข้อง (involvement) ในการดำเนินการหรือปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ เป็นผลให้บุคคลนั้นมีความผูกพัน (Commitment) ต่อกิจกรรมและองค์การในที่สุด

สิรินทร์ทิพย์ เกสร (2545 : 14) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่า คือ การที่บุคคลได้เข้ามีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมเสียสละเวลา แรงงาน วัสดุอุปกรณ์และอื่น ๆ ซึ่งเป็นเรื่องของจิตใจและอารมณ์ของบุคคล ดังนั้น การมีส่วนร่วมควรทำด้วยความสมัครใจ และตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคซึ่งการให้สมาชิก เข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติอย่างแท้จริงจะทำให้บุคคล ชุมชน เกิดความรู้สึกว่าตนเองได้ลงทุน มีความผูกพันและอุทิศพลังทุกอย่างเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ

เบรย์แมน (Bryman 1986 :139) ได้อธิบายว่า การมีส่วนร่วมนั้น หมายถึงการมีส่วนร่วมในการที่จะร่วมมือร่วมใจของบุคคลที่มากกว่า 1 คนขึ้นไปและมีเป้าหมายเดียวกันในการปฏิบัติงาน และมีกระบวนการตัดสินใจเป็นส่วนหนึ่งในการมีส่วนร่วม

แชมเบอร์ แพสซี และทรัมป์ (Chambers Pacay and Thrupp 1989 : 5-8) ได้กล่าวไว้ว่า ความจำเป็นในการมีส่วนร่วมการที่ให้ทุกคนมีส่วนร่วมใช้ประสบการณ์ ความรู้ คิดค้นปัญหา แล้วนำไปทดลองในส่วนงานของตนเองก่อนและนำมาแบ่งปันความรู้ซึ่งกันและกัน

เดล (Dale) (อ้างใน บุญเสริม ศรีธา 2544 : 8) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมหมายถึงการให้ความร่วมมือด้วยความตั้งใจและสมัครใจโดยไม่ถูกบังคับ ชูเชิญซึ่งกระบวนการความร่วมมือนั้นต้องประกอบด้วย

1. การเข้าร่วมในการตัดสินใจ และตกลงใจ
2. การเข้าร่วมในการดำเนินงานของแผนและโครงการ
3. การเข้าร่วมในการติดตามและประเมินผลโครงการ
4. การเข้าร่วมในการรับผลประโยชน์จากการมีส่วนร่วม

จากความหมายของการมีส่วนร่วมที่กล่าวมาทั้งหมดนั้น ผู้วิจัยได้นำมาสรุปสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ว่า การมีส่วนร่วมหมายถึง การที่บุคคล กลุ่มบุคคลหรือองค์กรในชุมชน ได้เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องร่วมกันในการรับผิดชอบ ร่วมกันการตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติกิจกรรมนั้น ตามขั้นตอนต่าง ๆ เพื่อผลประโยชน์ของส่วนร่วมให้เกิดประสิทธิภาพและบรรลุตามเป้าหมายที่วางไว้

แนวคิด/ทฤษฎี เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

แนวคิดการมีส่วนร่วม (participatory theory) เป็นการกระทำทางสังคมที่อธิบายถึงการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์ว่าทำไมถึงทำเช่นนั้น ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

อภิศักดิ์ ไฝทาคำ (2539 : 79-80) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้

1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพมีส่วนร่วม (freedom to participate)
2. ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม (ability to participate)
3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม (willingness to participate)

นอกจากเงื่อนไขดังกล่าว 3 ประการแล้ว ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมยังขึ้นอยู่กับเงื่อนไขอื่น ๆ ดังนี้

1. ประชาชนต้องไม่เสียเงินค่าใช้จ่าย ในการมีส่วนร่วมมากเกินไปที่เขาประเมินค่าผลตอบแทนที่จะได้รับ
2. ประชาชนต้องสามารถสื่อสารการเรียนรู้เรื่องกันทั้ง 2 ฝ่าย
3. ประชาชนต้องมีความสนใจที่สัมพันธ์สอดคล้องกับการมีส่วนร่วม
4. ประชาชนต้องไม่รู้สึกระทอนกระเทือนต่อตำแหน่งหน้าที่ หรือสถานภาพทางสังคม หากจะมีส่วนร่วม

ไอล์เคย์ (Oakley 1984 , อ้างถึงใน นดา คำริห์เลิศ 2542 : 21) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องกัน 3 ลักษณะ คือ เป็นการให้การช่วยเหลือ เป็นการให้อำนาจ และเป็นงานขององค์กร โดยย้ำถึงความสำคัญของการให้อำนาจว่า เป็นความหมายของการมีส่วนร่วม การให้อำนาจเป็นการเพิ่มหรือพัฒนาทักษะหรือลดความสามารถในการบริหาร การมีส่วนร่วมจึงมีความสัมพันธ์กับการให้อำนาจขององค์กร เป็นปัจจัยพื้นฐาน การให้อำนาจมักจะเป็นมาตรฐานสำคัญของการให้ความช่วยเหลือด้วย ดังนั้นการช่วยเหลือ การให้อำนาจ และงานขององค์กรจึงมีความเกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

โคเฮน และ อัฟฮอฟฟ์ (Cohen and Uphoff, 1980: 213-218 อ้างถึงใน ปาริชาติ วัลย์เสถียร. 2543 : 139-140 ;) ได้แบ่งการมีส่วนร่วมออกเป็น 4 แบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ การตัดสินใจ และปฏิบัติการ

2. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนด้านทรัพยากร การบริหารและการประสานความร่วมมือ

3. การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ (Benefits) ประกอบด้วยผลประโยชน์ด้านวัสดุ ด้านสังคม และส่วนบุคคล

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation)

จากแนวคิดของการมีส่วนร่วม กล่าวได้ว่า การมีส่วนร่วมจะเกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือ การให้อำนาจในการตัดสินใจ และจะเกี่ยวข้องกับหน่วยงาน ซึ่งจะกระทำร่วมกันที่จะพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลงกลุ่มไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ

ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชน

จากการศึกษาการลักษณะของการมีส่วนร่วมใช้เป็นหลักในการวิจัย มีผู้ให้ลักษณะของการมีส่วนร่วมไว้มากมายหลายท่าน ดังนี้

แอนโทนี (Anthony H. Birch 2001 : 105-106) ได้อธิบายถึงขั้นตอนในการมีส่วนร่วมในการดำเนินการพัฒนาไว้ 10 ขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกปัญหาและแก้ไขปัญหานั้นเฉพาะเรื่องหรือบางแห่งของปัญหา
2. การร่วมกันในการสืบค้นหาข้อมูลที่ใช้ในการอ้างอิง
3. การเจาะลึกข้อมูลในการที่จะปฏิบัติการ หรือเข้าไปดำเนินการ
4. ความคล่องแคล่วในตัวของสมาชิกในการปฏิบัติตัวตามกฎหมายของรัฐ
5. ความคล่องตัวในความกดดันในกลุ่มต่อการร่วมดำเนินงาน
6. การเรียกร้องและต่อรองการมีส่วนร่วมกับกลุ่มคนหรือรัฐบาล
7. อุปสรรคการขาดความสนใจในความตื่นตัวต่อการมีส่วนร่วม
8. การมีส่วนร่วมในรูปแบบต่อเนื่องจนถึงจุดมุ่งหมายจนทำให้เกิดผลสำเร็จ
9. การร่วมกลุ่มกันและดำเนินการตามแผนงาน
10. ปฏิบัติตามกาลเทศะของแต่ละสถานที่และเวลา

องค์การอนามัยโลก (อ้างในปารีชาติ วลัยเสถียร 2543 : 141) เสนอรูปแบบของการมีส่วนร่วม จะประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. การวางแผน (Planning) ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ปัญหา จัดลำดับความสำคัญ ตั้งเป้าหมาย กำหนดการใช้ทรัพยากร กำหนดวิธีการติดตาม และการประเมินผล และประการสำคัญ คือ การตัดสินใจ

2. การดำเนินกิจกรรม (Implementation) ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการจัดการ และบริหารการใช้ทรัพยากร มีความรับผิดชอบในการจัดสรร ควบคุมทางการเงินและการบริการ

3. การใช้ประโยชน์ (Utilization) ประชาชนจะต้องมีความสามารถในการนำเอา กิจกรรมมาใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ ซึ่งเป็นการเพิ่มระดับของการพึ่งตนเองและควบคุมทางสังคม

4. การได้รับผลประโยชน์ (Obtaining benefits) ประชาชนจะต้องได้รับการแจกจ่าย ผลประโยชน์จากชุมชนในพื้นที่เท่ากัน ซึ่งอาจจะเป็นผลประโยชน์ส่วนตัว สังคมหรือวัตถุก็ได้

ไวท์ (White, 1982 : 18) ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมประกอบด้วย 3 มิติ คือ

มิติที่หนึ่ง การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจว่าจะไรควรทำอะไร

มิติที่สอง มีส่วนร่วมเสียสละในการพัฒนา ลงมือปฏิบัติการตามที่ได้ตัดสินใจ

มิติที่สาม มีส่วนร่วมในการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เกิดจากการดำเนินงาน

ยาดาฟ (Yadav, 1979, P.3, อ้างถึงใน เอกสิทธิ์ สุทธิศาสนกุล, 2545 : 13) ได้อธิบายว่า การมีส่วนร่วมของประชาชน ตัวแทนของชุมชนในกระบวนการพัฒนา มีขั้นตอนต่างๆ ประกอบด้วย การเข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision-Making) การเข้าไปมีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการและแผนการ (Implementation) การเข้าไปมีส่วนร่วมในการควบคุมและประเมินโครงการพัฒนา (Evolution) และ การเข้าไปมีส่วนร่วมในการได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา (Benefit)

สภาพพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจแห่งสหประชาชาติ (1981 : 41-49 , อ้างถึงใน แวน วิรุฬห์เลิศ 2546 : 41) ได้รวบรวมลักษณะการมีส่วนร่วมไว้ แบ่งได้ 3 ประการ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมด้วยความสมัครใจ เป็นการอาสาสมัครหรือรวมกลุ่มกันโดยอัตโนมัติ เพื่อแก้ปัญหาของกลุ่มหรือตนเอง ซึ่งไม่ได้รับความช่วยเหลือจากภายนอกกลุ่ม

2. การมีส่วนร่วมแบบชักนำ เป็นการเข้าร่วมด้วยความเห็นชอบหรือได้รับการสนับสนุนจากรัฐ จะพบในประเทศที่กำลังพัฒนา

3. การมีส่วนร่วมแบบบังคับ ซึ่งถูกบังคับให้เข้าร่วมจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ อยู่ภายใต้การดำเนินงานตามนโยบายโดยตรงจะเกิดผลเสีย จนในที่สุดไม่ได้รับการสนับสนุนจากประชาชน

แมคคา (Macda 1982 : 8 , อ้างใน แวน วิรุฬห์เลิศ 2546 : 41) ได้สรุปรูปแบบการมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ 3 ลักษณะ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมเชิงแข่งขัน ประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมด้วยการริเริ่ม และติดตามในกระบวนการ กำหนดความต้องการ ร่วมกิจกรรม สนใจในผลการพัฒนา

2. การมีส่วนร่วมเชิงไม่แข่งขัน ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาจะไม่คำนึงถึงความสำคัญ นโยบาย ไม่มีความสนใจจากผลการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ

3. การมีส่วนร่วมแบบเฉื่อยชา ประชาชนมีส่วนร่วมเนื่องจากถูกบังคับ ภาวะจำยอมจากสภาพแวดล้อม บุคคล หรือธรรมชาติ การปฏิบัติงานของประชาชนจะเฉื่อยชา

จากที่กล่าวมาลักษณะการมีส่วนร่วมของประชาชนจะมีขั้นตอนที่ไม่แตกต่างกันโดยภาพรวม แต่จะแตกต่างกันในรายละเอียดส่วนย่อยและเป้าหมายของงานที่ปฏิบัติเป็นหลัก โดยผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์แนวคิดดังกล่าวซึ่งสามารถสรุปประเด็นการมีส่วนร่วมเพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการวิจัยครั้งนี้โดยสอดคล้องกับการดำเนินงานวัฒนธรรม คือ การมีส่วนร่วมในการค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินงาน การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน และการมีส่วนร่วมในติดตามและการประเมินผล

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

สาระสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นอยู่ที่การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การริเริ่ม การวางแผน กาดัดสนใจ การร่วมรับผิดชอบ ตลอดจนการร่วมประเมินผลมากน้อยเพียงไร และจะต้องมีองค์ประกอบหรือปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจให้มีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งมีผู้ศึกษาค้นคว้าไว้หลายท่าน ดังนี้

ปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ (2542 : 130-132) ได้กล่าวไว้สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการจัดการ ปัจจัยต่อไปนี้เป็นกรกระตุ้นการมีส่วนร่วมของฝ่ายการดำเนินการและการส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจำแนกได้ 6 ประการ คือ

1.1 พัฒนาการทำให้เกิดการมีส่วนร่วมในพันธกิจและเป้าหมาย เป็นงานสำคัญที่ที่ทางฝ่ายจัดการต้องให้ผู้มีส่วนร่วมนั้นต้องร่วมในเป้าหมายและเป็นพันธกิจร่วมกัน ที่แต่ละฝ่ายต้องร่วมมือกันในการพัฒนา

1.2 ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจของการที่จะต้องพึ่งพาอาศัยกันหรือหารือร่วมกัน การเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมนั้นคงไม่ใช่ผู้จัดการเท่านั้น แต่จะต้องกระจายข้อมูลให้ทุกคนได้ทราบกันว่าต่างคนต่างทำงาน โดยไม่ต้องมามีส่วนร่วมกันงานก็จะออกมาอย่างไม่ดีคุณค่า

1.3 หากความเห็นชอบร่วมกันในงานของแต่ละส่วนรับผิดชอบ ความไม่ชัดเจนในบทบาทที่แต่ละฝ่ายรับผิดชอบ มักนำความเสียหายแก่กันได้ โดยเฉพาะบางฝ่ายที่เคยได้อำนาจและต้องสูญเสียอำนาจไป

1.4 การสร้างความไว้วางใจต่อกัน การมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นได้ดีเมื่อแต่ละฝ่ายที่ร่วมทำงานนั้นมีความไว้วางใจกัน แต่ถ้าไม่ไว้วางใจกัน หรือไม่เต็มใจจะร่วมงานกัน หรือไม่เห็นด้วย การทำงานก็จะเกิดปัญหาขึ้น

1.5 ลดการแข่งขันแต่ละฝ่าย จะต้องบริหารจัดการให้แต่ละฝ่ายทำงานร่วมกันไม่ให้เกิดการแข่งขันกันแย่งชิงอำนาจกันซึ่งกันและกัน ให้เกิดความเสมอภาคกัน

1.6 สร้างความมั่นใจว่าแต่ละฝ่ายจะได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมกันแล้วเกิดผลดีมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป เป็นการกระตุ้นให้ทุกฝ่ายเห็นคุณค่าของงาน

2. ปัจจัยด้านผู้นำ

2.1 ผู้นำมีความจริงใจที่จะช่วยเหลือบุคคล

2.2 ต้องได้รับการยอมรับจากชาวบ้าน

2.3 มีความสามารถกระตุ้นชาวบ้านให้ค้นปัญหาและเห็นความจำเป็นของการแก้ปัญหาเหล่านั้น ๆ

3. ปัจจัยทางด้านสังคม – จิตวิทยา

3.1 กระตุ้นให้ชาวชุมชนมีความสนใจ และห่วงกังวลในปัญหานั้น ๆ ร่วมกันจนเป็นเจ้าของปัญหานั้น ๆ ก็จะเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

3.2 ต่างตกลงใจร่วมกันที่จะแก้ปัญหานั้น

เสาวภา สุขาทิพย์ (2545 : 23-24) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการพัฒนา ดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านบุคคล บุคคลที่จะทำงานพัฒนาเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของประชาชนต้องสร้างเจตนาของบทบาทของตนให้พร้อมที่จะเข้าไปทำงาน และให้ประชาชนมีส่วนร่วมโดยต้องมีทัศนคติและจิตใจสำนึกต่อประชาชนอย่างเหมาะสม เช่นการยอมรับศักดิ์ศรีของประชาชนเท่าเทียมกับตน การมีความเชื่อและเคารพในตัวประชาชน การพร้อมที่จะเรียนรู้จากประชาชน และให้โอกาสแก่ประชาชนในการแสดงความคิดเห็นและร่วมกิจกรรมการพัฒนาและการส่งเสริมให้เหมาะสมในขณะเดียวกันควรให้โอกาสผู้นำชุมชนรวมไปถึงบุคคลที่มีความคิดริเริ่มในการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา ให้มีบทบาทในการพัฒนาอย่างเต็มตามความสามารถ

2. ปัจจัยด้านการบริหาร เป็นผลที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติตามระเบียบราชการหรือองค์กรพัฒนาเอกชน ควรนำมาใช้ให้มีความยืดหยุ่นในการปฏิบัติพอสมควร เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ค่อนข้างเป็นอิสระและไม่ผูกพันกับระเบียบราชการมากเกินไป

3. ปัจจัยด้านโครงสร้างชุมชน แบ่งออกเป็นหลายองค์ประกอบ ดังนี้

3.1 ลักษณะความสัมพันธ์ของชุมชน ชุมชนใดที่มีความสัมพันธ์ในชุมชนเป็นลักษณะปฐมภูมิ รู้จักกันเป็นญาติพี่น้อง การมีส่วนร่วมจะดีกว่าชุมชนที่มีประชาชนมาจากต่างแห่งและต่างวัฒนธรรมมาอยู่ด้วยกัน โดยมีฐานะความเป็นอยู่และความสัมพันธ์ซึ่งกันและกันแบบทุติยภูมิ

3.2 โครงสร้างของประชาชน ชุมชนที่มีโครงสร้างวัยประชากรวัยแรงงานมาก การมีส่วนร่วมจะมีมากกว่าโครงสร้างชุมชนที่มีวัยแรงงานย้ายออกไปทำงานที่อื่น

3.3 วัฒนธรรมชุมชนที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม เช่น การมีคนในชุมชนที่มีความเห็นอกเห็นใจและการเห็นความสำคัญต่อการช่วยเหลือผู้อื่น จะทำให้ชุมชนเกิดการมีส่วนร่วมกันในชุมชนมากกว่าชุมชนที่ต่างคนต่างอยู่

3.4 ค่านิยมของชุมชน เช่น ค่านิยมการนับถือผู้อาวุโสหรือผู้นำชุมชน ทำให้ผู้นำชุมชนเป็นแกนนำที่จะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้

3.5 คุณภาพของประชาชน ในชุมชนที่มีประชากรที่มีคุณภาพดี เช่น ฐานรายได้ดี การศึกษามีทัศนคติที่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม มีความตื่นตัวในการพึ่งตนเอง จะเอื้ออำนวยให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมของชุมชนมากกว่า

3.6 โครงสร้างของอำนาจ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจของกลุ่มในชุมชน เช่น ผู้นำชุมชน ซึ่งโดยมากมักมีฐานะดี มีความรู้และประสบการณ์มากกว่าคนอื่น ถ้าผู้นำเห็นประโยชน์ในการมีส่วนร่วม ก็จะเป็นแกนนำในการมีส่วนร่วมของประชาชน

3.7 ลักษณะการตั้งถิ่นฐานของชุมชน ถ้าชุมชนตั้งถิ่นฐานมีลักษณะเป็นกลุ่มจะให้ประชาชนรู้จักกันและทำกิจกรรมร่วมกันมากกว่าชุมชนที่ตั้งอยู่อย่างกระจัดกระจายยากต่อการรวมกลุ่ม

3.8 ทรัพยากรและสภาพแวดล้อมของชุมชน ชุมชนใดมีทรัพยากร สภาพแวดล้อมของชุมชนที่ดี เช่น เป็นชุมชนที่อยู่ในเขตชลประทานหรือประชาชนมีการศึกษาดี มีรายได้จากการเกษตรสม่ำเสมอทุกปี จะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและความต้องการชุมชนที่ขาดทรัพยากรและมีสภาพแวดล้อมที่ไม่ดี

นิตยา กอบนิลพรรณ (2548 : 40-41) เสนอว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน ประกอบด้วย ปัจจัยต่าง ๆ ต่อไปนี้

1. การปฏิบัติได้สอดคล้องตามความเชื่อพื้นฐาน โดยเลือกวิธีการปฏิบัติให้สอดคล้องและคล้ายคลึงกับความเชื่อพื้นฐานของตนเอง
2. มาตรฐานคุณค่าการปฏิบัติในลักษณะที่สอดคล้องกับมาตรฐานคุณค่าของตน
3. เป้าหมายที่ต้องการส่งเสริม ปกป้องและรักษา

4. ประสบการณ์ของคนหรือของกลุ่ม
5. ความคาดหวังโดยจะประพุดิตตามแบบที่ตนคาดหวังหรือตามที่คาดหวังจากผู้อื่น
6. การบีบบังคับ โดยจะกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามที่ถูกบังคับให้กระทำเช่นนั้น
7. นิสัยและประเพณี จะกระทำตามอุปนิสัยที่ชอบกระทำ เมื่ออยู่ในสถานการณ์เช่นนั้น
8. โอกาสเข้ามามีส่วนร่วม ในรูปแบบการปฏิบัติตามโครงสร้างของสังคมที่เอื้ออำนวยให้ปฏิบัติได้

9. ความสามารถ โดยกระทำสิ่งต่าง ๆ ตามที่คิดว่าตนเองสามารถกระทำเช่นนั้น
10. การสนับสนุนการเริ่มปฏิบัติโดยจะกระทำเมื่อคาดว่าจะได้รับการสนับสนุน

จากปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วม สรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมนั้นจะประสบความสำเร็จได้ง่าย ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้น 3 ด้าน คือ ปัจจัยทางด้านบุคคล ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยทางการสนับสนุนจากหน่วยงานและผู้ร่วมงาน

ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน

ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ (2540 : 94) ได้กล่าวถึง ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นสิทธิขั้นพื้นฐานอันชอบธรรมของทุกคน ที่เราเคารพ ให้การยอมรับ และยกย่อง โดยการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการแสดงออกเกี่ยวกับการปรับปรุงชีวิตของเขา

2. การพัฒนาเป็นงานที่เกี่ยวข้องกับประชาชนเป็นจำนวนมาก เราจำเป็นต้องให้คนหมู่มากเหล่านี้ได้มีสิทธิมีเสียงในการแสดงออก

3. กลยุทธ์ทั้งหลายในการพัฒนา ที่ผ่านมายังไม่สามารถส่งผลถึงกลุ่มประชาชนผู้ด้อยโอกาสและยากจน และในทางตรงกันข้ามกลับส่งผลให้กลุ่มคนที่ได้เปรียบ มีโอกาสมากขึ้น จึงจำเป็นต้องปรับปรุงกลยุทธ์ในการพัฒนาใหม่โดยประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการวางแผนมากขึ้น

4. ประสบการณ์ที่ผ่านมาได้พบว่า มีโครงการจำนวนไม่น้อยที่ประสบความสำเร็จโดยอาศัยการมีส่วนร่วมในรูปแบบการรวมกลุ่ม และการจัดตั้งองค์กรประชาชน ในขณะที่เดียวกันมีตัวอย่างของโครงการที่ล้มเหลวเป็นจำนวนมาก อันเนื่องมาจากไม่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วม

5. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นเรื่องของการปฏิบัติการเป็นกลุ่ม หรือของกลุ่มอันเป็นผลมาจากความรู้สึกผูกพันของสมาชิกแต่ละคนที่เข้ามาร่วม เพื่อพิทักษ์ประโยชน์ของเขาและในขณะที่เดียวกันก็ใช้ประโยชน์ต่อส่วนร่วมด้วย การมีส่วนร่วมจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

6. การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นตัวชี้วัดของการพัฒนาชุมชน ยิ่งประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมมาเท่าใด ยิ่งแสดงว่าประชาชนจะได้รับประโยชน์จากการพัฒนามากยิ่งขึ้น ประชาชนย่อมรู้ดีว่าตนเองกำลังต้องการอะไร มีปัญหาอะไร และอยากแก้ไขปัญหายังไร ถ้าให้โอกาสแก่ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา ย่อมช่วยให้โครงการต่าง ๆ ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชนได้ดีกว่า

ราโมส และเฟลทเชอร์ (Ramos and Fletcher 1982 , อ้างถึงใน สาคร คุณชื่น 2542 : 25) กล่าวว่า ความสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชน คือ

1. เป็นเครื่องชี้ว่า การตัดสินใจของรัฐบาลมาจากความต้องการของประชาชน
2. เพิ่มความรับผิดชอบและเพิ่มความสามารถในการตรวจสอบได้ของรัฐที่มีต่อประชาชน
3. ช่วยในการสร้างแผนต่าง ๆ ที่ดีกว่าเดิม
4. เพิ่มความสำเร็จในการปฏิบัติงาน
5. สร้างการสนับสนุนให้แก่หน่วยวางแผน

ทรงสิทธิ์ ยืนชีวิต (2543 : 9) กล่าวถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วม โดยใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วมคือ Participative Management (PM) ว่ามีประโยชน์ดังนี้

1. การตัดสินใจที่ดีกว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม ช่วยปรับปรุงคุณภาพของการตัดสินใจในองค์กรให้ดีขึ้น การแก้ปัญหาด้วยกลุ่มทำให้วิเคราะห์ปัญหา และการสร้างทางเลือก การแก้ปัญหาได้ดีกว่า ความคิดสร้างสรรค์ในกระบวนการตัดสินใจมีมากขึ้น ความผูกพันของพนักงานต่อการปฏิบัติตามการตัดสินใจมีมากกว่า เพราะเรามีโอกาสแสดงความคิดเห็นในการตัดสินใจ ถ้าหากว่าการบริหารแบบมีส่วนร่วม ไม่ทำให้การตัดสินใจดีขึ้นแล้ว การบริหารแบบมีส่วนร่วมคงจะไม่ถูกใช้อย่างแพร่หลายในองค์กรต่าง ๆ ในปัจจุบันนี้

2. ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้น การบริหารแบบมีส่วนร่วมทำให้ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้น นี่คือผลติดตามมาจากการปรับปรุงการตัดสินใจให้ดีขึ้น การตัดสินใจที่ดีทำให้ประสิทธิภาพการทำงานสูงขึ้น พวกเขา่อมมีความผูกพันต่อผลการตัดสินใจที่ต้องการบรรลุถึงมากขึ้น ความผูกพันนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น

3. กำลังใจและความพอใจงานที่ทำมีมากขึ้น การตัดสินใจที่ดีและประสิทธิภาพการทำงานที่สูงขึ้น ที่เกิดจากการมีส่วนร่วมทำให้กำลังใจและความพอใจงานที่ทำของพนักงานสูงขึ้น พนักงานส่วนใหญ่พบว่ากระบวนการบริหารแบบมีส่วนร่วม สร้างความพอใจกับพวกเขามากสิ่งเหล่านี้ทำให้พวกเขาพอใจงานที่ทำมากขึ้นเนื่องจากพวกเขารู้สึกว่าพวกเขามีส่วนสำคัญขององค์กร

4. การออกจากงาน การขาดงานและความเหนื่อยล้าลดลง การบริหารแบบมีส่วนร่วม ช่วยลดความเหนื่อยล้า การขาดงาน และการออกจากงานให้น้อยลง เนื่องจากพนักงานมีความรู้สึก ว่าได้รับการยอมรับ ความผูกพันต่องาน และความพอใจในงานที่ทำ มีมากขึ้น พวกเขาจะรู้สึกห่างเหินคับอกคับใจ และความไม่พอใจที่นำไปสู่ความเหนื่อยล้า การออกจากงานและการขาดงานน้อยมาก ความเหนื่อยล้า การออกจากงานและการขาดงานค่อนข้างมาก เป็นอาการโดยทั่วไปของความไม่พอใจของพนักงานอย่างหนึ่ง การลดความไม่พอใจด้วยการใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วม สามารถแก้ปัญหาเหล่านี้ได้

5. การติดต่อสื่อสารและการยุติความขัดแย้งดีกว่า องค์กรทุกแห่งต้องมีความขัดแย้งเกิดขึ้น ความขัดแย้งเป็นสิ่งที่ดีต่อองค์กร ถ้าหากความขัดแย้งถูกจัดการอย่างถูกต้อง การบริหารแบบมีส่วนร่วมช่วยให้มีการติดต่อสื่อสารในการยุติความขัดแย้งอย่างเปิดเผยได้ ความขัดแย้งถูกยุติภายในกรอบของการมีส่วนร่วม

สัมฤทธิ์ กางเพ็ง (2544 : 10) ได้กล่าวว่า ความสำคัญของการมีส่วนร่วมว่า การเปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงาน หรือผู้ที่เกี่ยวข้องในการทำงานจะทำให้เกิดความรู้สึกเกี่ยวข้องกับงานหรือองค์กร ความรู้สึกผูกพันเกี่ยวข้องกับตัวนี้ หากมีการตัดสินใจดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งร่วมกันแล้ว จะเป็นผลให้เกิดข้อผูกมัดหรือสิ่งที่ตกลงร่วมกัน

จากความสำคัญของการมีส่วนร่วมดังที่ได้กล่าวมา จะพบว่าในการปฏิบัติกิจกรรมใดหรือโครงการใด ๆ ถ้าประชาชนหรือชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน จะมีผลสนองตอบหรือสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง เพราะประชาชนหรือชุมชนจะรู้ถึงปัญหาและความต้องการ จะมีผลนำไปสู่การปฏิบัติที่มีคุณภาพ การมีส่วนร่วมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจกรรมกลุ่มหรือในองค์กร หน่วยงานต่าง ๆ

ชนิดและระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน

ชินรัตน์ สมสืบ (2539:58-61) ได้กล่าวไว้ถึงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนว่ามีอยู่หลายระดับ ประกอบด้วยรายละเอียดดังนี้

ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน แบ่งเป็น 5 ชั้น จากการไม่มีส่วนร่วมเลยจนถึงการมีส่วนร่วมในอุดมคติ พิสัยการมีส่วนร่วมเป็นอย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1. การไม่มีส่วนร่วมอย่างสิ้นเชิง (no participation at all)
2. การมีส่วนร่วมเพียงในนาม (nominal participation)
3. การมีส่วนร่วมเพียงเล็กน้อย (minimal participation)
4. การมีส่วนร่วมอย่างเหมาะสม (optimal participation)
5. การมีส่วนร่วมมาก (maximal participation)

6. การมีส่วนร่วมในอุดมคติ (ideal participation)

เมื่อพิจารณาจากพิสัยความต่อเนื่องของการมีส่วนร่วมแล้ว สามารถแบ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบทเป็น 9 ชนิด คือ

1. บังคับร่วม (Join or Eiae) ประชาชนเข้าร่วม เพราะการขู่เชิญ(threats) หรือการบังคับ (coercion) จากภายนอก กลวิธีขู่เชิญหรือบังคับมีหลายรูปแบบ และจะเกิดจากคนที่มิผลประโยชน์จากการดำเนินงาน หรือจากผลของงาน

2. การมีส่วนร่วมโดยมีการผลักดัน (Push Cart Participation) ประชาชนจะถูกผลักดันจากอำนาจของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียและผลประโยชน์จากโครงการ อำนาจของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย อาจจะเป็นการพัฒนาบุคลากรในหน่วยงาน โดยได้รางวัลในรูปแบบแต่งตั้งในตำแหน่งสูงขึ้นเพื่อความสำเร็จของโครงการ ผู้ที่ใช้อำนาจนี้ เช่น ผู้นำ หัวคะแนน

3. กลอุบาย หรือการมีส่วนร่วมโดยมีเงื่อนไข(Trick or Participation by Gimmickry) ประชาชนถูกจ้างให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมอื่นที่ไม่ได้แก้ปัญหของพวกเขา การเบี่ยงเบนความสนใจไปสู่เรื่องอื่น เป็นการสร้างความสบายใจให้แก่ประชาชน เป็นการชั่วคราวจากปัญหาที่แท้จริงของพวกเขา

4. การพูดข้างเดียว(Monologue) เป็นการสื่อสารจะเป็นแบบทางเดียว (one-way) คนส่งข่าวจะป้อนข้อมูลแก่ผู้รับฝ่ายเดียว วิธีนี้ไม่ได้จัดทำกลไกสำหรับการรับฟังข้อมูลย้อนกลับ และไม่ได้มีการเจรจาต่อรอง โครงการเหล่านี้มักจะดำเนินการผ่านสื่อมวลชน เช่น วิทยุ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ เป็นต้น

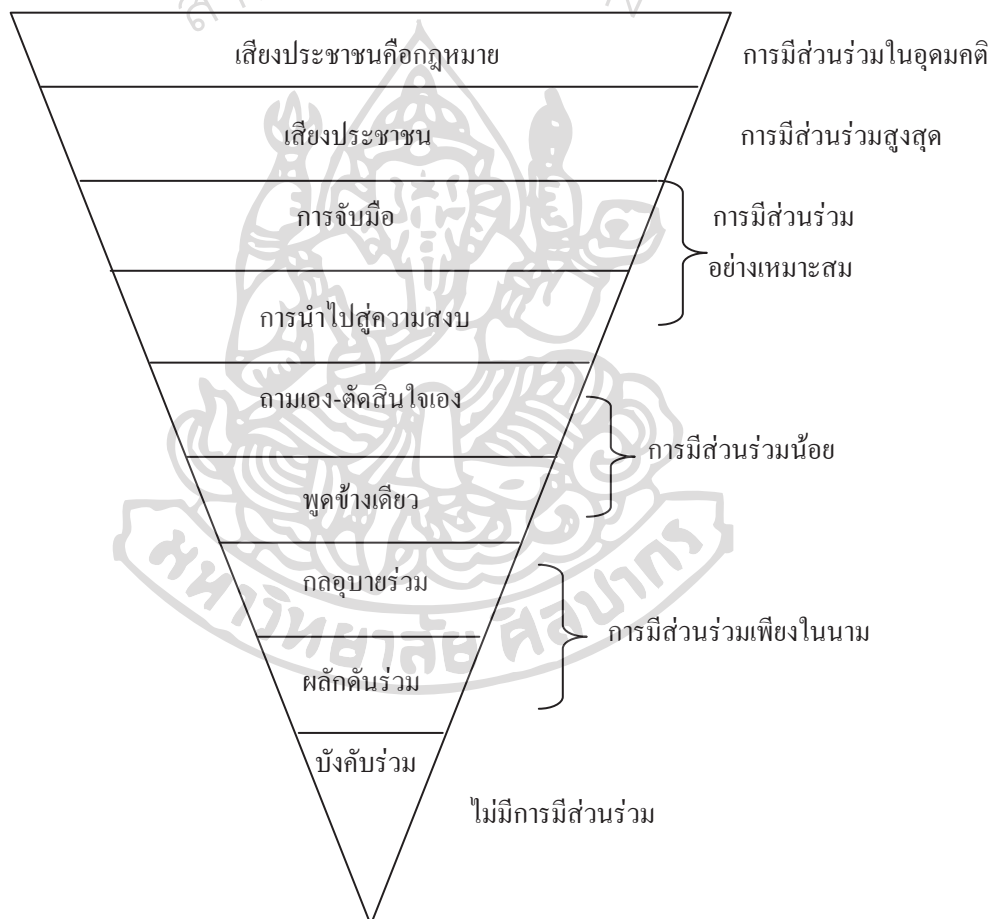
5. ถามเอง-ตัดสินใจเอง(I ask-I decide) ประชาชนจะถูกถามถึงความคิดและข้อเสนอแนะต่างๆแต่ไม่รับประกันว่าความคิดของประชาชนจะได้รับการพิจารณาในการกำหนดวางแผนและดำเนินการในโครงการ วิธีกระทำโดยการประชุม การมีสภาท้องถิ่น การสำรวจ การสอบถามและการไต่สวนสาธารณะ แต่ในความจริงแล้วการมีส่วนร่วมชนิดนี้จะมีเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

6. การนำไปสู่ความสงบ(Peace Pipe) ความคิดเห็นและข้อเสนอของประชาชนจะถูกร้องขอให้มีส่วนร่วมในการวางแผนและบริหารโครงการ ประชาชนจะมีส่วนร่วมจริงๆ ในกลไกการวางแผน แต่การตัดสินใจในเรื่องความสมเหตุสมผลและความคงอยู่ของโครงการยังเป็นสิทธิของผู้กำหนดโครงการ

7. การจับมือกัน (Handclasp) ประชาชนมีส่วนร่วมตั้งแต่การกำหนดโครงการ จนการดำเนินการโครงการ การตัดสินใจจะร่วมกันระหว่างประชาชนและผู้ออกแบบโครงการ ปัญหาและประเด็นต่างๆ จะถูกแก้ไขโดยการเจรจาต่อรอง และการแลกเปลี่ยนความคิดอย่างเสรี มีการร่วมมือกันอย่างเป็นทางการ ระหว่างผู้ได้รับประโยชน์และผู้มอบโครงการ

8. เสียงประชาชน (Vox Populi) เสียงประชาชนจะได้รับการรับฟังและพิจารณา ความคิด ความเห็น ข้อเสนอแนะ และความรู้สึกของประชาชนจะมีน้ำหนักในกระบวนการตัดสินใจ ประชาชนจะมีส่วนร่วมอย่างจริงจังในการตัดสินใจจากการกำหนด จนถึงการประเมินผลโครงการ ถ้ามีผู้จัดทำโครงการและผู้ได้รับประโยชน์จากโครงการเกิดขึ้นมีต้องฟังเสียงประชาชนว่ามีความประสงค์อย่างไร

9. เสียงประชาชนคือกฎหมาย (Vox Populi Est Lex) การมีส่วนร่วมแบบนี้เป็นการที่ความต้องการของประชาชนมีความเข้มแข็งสูงสุด ประชาชนจะตัดสินใจในโครงการด้วยตนเอง ตั้งแต่ชนิดของโครงการ ทิศทางโครงการ ทรัพยากรที่ใช้ แหล่งที่มาของทรัพยากร ผู้ใช้ และช่วงเวลาที่ใช้ การมีส่วนร่วมแบบนี้มีทั้งจากกลุ่มที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ



แผนภูมิที่ 1 ชนิดและระดับการมีส่วนร่วม

ที่มา: ชินรัตน์ สมสืบ,การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท,(กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2539),58-61.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน

สาระสำคัญของการมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นอยู่ที่การเปิดโอกาสให้ประชาชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การริเริ่ม การวางแผน กาดัดสินใจ การร่วมรับผิดชอบ ตลอดจนการร่วมประเมินผลมากน้อยเพียงไร และจะต้องมีองค์ประกอบหรือปัจจัยที่เป็นสิ่งจูงใจ ให้มีความต้องการเข้ามามีส่วนร่วม ซึ่งมีผู้ศึกษาค้นคว้าไว้หลายท่าน ดังนี้

ปาริชาติ วลัยเสถียรและคณะ (2542 : 130-132) ได้กล่าวไว้สามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการจัดการ ปัจจัยต่อไปนี้เป็น การกระตุ้นการมีส่วนร่วมของฝ่ายการดำเนินการและการส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจำแนกได้ 6 ประการ คือ

1.1 พัฒนาการการให้เกิดการมีส่วนร่วมในพันธกิจและเป้าหมาย เป็นงานสำคัญที่ทางฝ่ายจัดการต้องให้ผู้มีส่วนร่วมนั้นต้องร่วมในเป้าหมายและเป็นพันธกิจร่วมกัน ที่แต่ละฝ่ายต้องร่วมมือกันในการพัฒนา

1.2 ส่งเสริมให้เกิดความเข้าใจของการที่จะต้องพึ่งพาอาศัยกันหรือหรือร่วมกัน การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนร่วมนั้นคงไม่ใช่ผู้จัดการเท่านั้น แต่จะต้องกระจายข้อมูลให้ทุกคนได้ทราบกันว่าต่างคนต่างทำงาน โดยไม่ต้องมามีส่วนร่วมกันงานก็จะออกมาอย่างไม่ดีคุณค่า

1.3 หากความเห็นชอบร่วมกันในงานของแต่ละส่วนรับผิดชอบ ความไม่ชัดเจนในบทบาทที่แต่ละฝ่ายรับผิดชอบ มักนำความเสียหายแก่กันได้ โดยเฉพาะบางฝ่ายที่เคยได้อำนาจและต้องสูญเสียอำนาจไป

1.4 การสร้างความไว้วางใจต่อกัน การมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นได้ดีเมื่อแต่ละฝ่ายที่ร่วมทำงานนั้นมีความไว้วางใจกัน แต่ถ้าไม่ไว้วางใจกัน หรือไม่เต็มใจจะร่วมงานกัน หรือไม่เห็นด้วย การทำงานก็จะเกิดปัญหาขึ้น

1.5 ลดการแข่งขันแต่ละฝ่าย จะต้องบริหารจัดการให้แต่ละฝ่ายทำงานร่วมกันไม่ให้เกิดการแข่งขันกันแย่งชิงอำนาจกันซึ่งกันและกัน ให้เกิดความเสมอภาคกัน

1.6 สร้างความมั่นใจว่าแต่ละฝ่ายจะได้รับประโยชน์จากการมีส่วนร่วมกันแล้วเกิดผลดีมากกว่าค่าใช้จ่ายที่เสียไป เป็นการกระตุ้นให้ทุกฝ่ายเห็นคุณค่าของงาน

2. ปัจจัยด้านผู้นำ

2.1 ผู้นำมีความจริงใจที่จะช่วยเหลือบุคคล

2.2 ต้องได้รับการยอมรับจากชาวบ้าน

2.3 มีความสามารถกระตุ้นชาวบ้านให้ค้นปัญหาและเห็นความจำเป็นของการแก้ปัญหาเหล่านั้น ๆ

3. ปัจจัยทางด้านสังคม – จิตวิทยา

3.1 กระตุ้นให้ชาวชุมชนมีความสนใจ และห่วงกังวลในปัญหานั้น ๆ ร่วมกันจนเป็นเจ้าของปัญหานั้นๆ ก็จะเข้ามามีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น

3.2 ต่างตกลงใจร่วมกันที่จะแก้ปัญหานั้น

ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมของประชาชน

ยุทธศาสตร์การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการสร้างจิตสำนึกและสร้างแรงจูงใจให้ประชาชนตระหนักและเข้ามามีส่วนร่วม นเรศ สงเคราะห์สุข (2541:113-114 , อ้างถึงใน สำนักมาตรฐานอุดมศึกษา 2545:118-119) ได้สรุปประสบการณ์การทำงานที่ถือว่าเป็นยุทธศาสตร์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนไว้ 2 ประการ คือ

1. การจัดการกระบวนการเรียนรู้ (Learning process)

การจัดการกระบวนการเรียนรู้สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

1.1 จัดเวทีวิเคราะห์สถานการณ์ของหมู่บ้านเพื่อทำความเข้าใจและเรียนรู้ร่วมกันในประเด็นต่างๆ

1.2 จัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์หรือจัดทัศนศึกษาดูงานระหว่างกลุ่มองค์กรต่างๆ ภายในชุมชนและระหว่างชุมชน

1.3 ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะเฉพาะด้านต่างๆ

1.4 ลงมือปฏิบัติจริง

1.5 ถอดประสบการณ์และสรุปบทเรียนที่จะนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการทำงานที่เหมาะสม

2. การพัฒนาผู้นำเครือข่าย

เพื่อให้ผู้นำเกิดความมั่นใจในความรู้และความสามารถที่มีอยู่ จะช่วยให้สามารถริเริ่มกิจกรรมการแก้ไขปัญหา หรือกิจกรรมการพัฒนาได้ ซึ่งสามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

2.1 แลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้นำทั้งภายในและภายนอกชุมชน

2.2 สนับสนุนการจัดเวทีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง และสนับสนุนข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นอย่างต่อเนื่อง

2.3 แลกเปลี่ยนเรียนรู้และดำเนินงานร่วมกันของเครือข่ายอย่างต่อเนื่องจะทำให้เกิดกระบวนการจัดการและองค์กรร่วมกัน

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการท่องเที่ยว

การวิจัยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วม อันเป็นพฤติกรรมของประชาชน ที่อยู่ร่วมกันในสังคม ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา เพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชน หรือการพัฒนาที่ดีขึ้น ซึ่งมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในลักษณะของบุคคลและกลุ่มอยู่มากายพอสมควร สามารถแยกประเด็นได้ดังนี้

ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540 : 3-50) ได้กล่าวถึงความเกี่ยวข้องของชุมชนท้องถิ่นกับการท่องเที่ยวไว้ว่ามี 2 ลักษณะ คือ

1. ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ ซึ่งมีอยู่ 2 ทาง คือ

1.1 ทางเศรษฐกิจ ได้แก่

เกิดการสร้างงานเกิดขึ้นใหม่สืบเนื่องจากการท่องเที่ยว
 เกิดการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการให้บริการเพิ่มขึ้น
 เกิดระบบตลาดเพื่อจัดหาเครื่องอุปโภคบริโภคที่เป็นปัจจัยต่อการท่องเที่ยว
 เกิดระบบการผลิตวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อป้อนระบบตลาดที่เกิดขึ้น
 มีรายได้จากแหล่งรายได้ใหม่
 ครอบครัวยุคใหม่มีรายได้อันเพิ่มขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม

1.2 ทางสังคม ได้แก่

การพัฒนาด้านการสร้างสรรค์
 การติดต่อทางสังคมที่มีรูปแบบมากขึ้น
 เกิดสัญญาทางสังคมอันเนื่องมาจากการตกลงในสิทธิ หน้าที่ และ
 ความรับผิดชอบร่วมกันของสมาชิกในสังคม
 การพัฒนาระบบสาธารณูปโภค
 การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาตนเอง
 การพัฒนาด้านสาธารณสุข
 ความเอาใจใส่ต่อการบริการทางสังคมของชุมชนดีขึ้น

2. ผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้นกับชุมชน

เกิดการขยายตัวของชุมชน และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารหากไม่มี
 การจัดการที่ดี

วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ถูกกลืนหรือเปลี่ยนไปตามอิทธิพลของ
 วัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาสู่ชุมชน

ดังนั้นการสร้างโอกาส และประโยชน์ในการปรับตัวต่อการพัฒนาที่เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง จะช่วยลดผลกระทบในทางลบที่เกิดขึ้นกับชุมชนได้บ้าง ด้วยเหตุนี้การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นจึงเป็นเป้าหมายสำคัญของกระบวนการท่องเที่ยวแนวใหม่ อันเป็นพื้นฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืนในองค์รวมของระบบ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างมากอยู่แล้ว เพราะชุมชนสามารถเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องได้อย่างดี กล่าวคือ

เชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐ ในฐานะผู้รับนโยบายในเบื้องต้น และมีส่วนผลักดันในระยะยาวในฐานะผู้ใช้ และดำเนินงานตามแผนงาน และแผนปฏิบัติการต่างๆ

เชื่อมโยงกับหน่วยงานภาคเอกชนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของฐานรองรับการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยเอกชน เช่น ร่วมพัฒนาที่พักแรม ร้านค้า การนำเสนอศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

การมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น

พะยอม ธรรมบุตร (เอกสารประกอบการสอน สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2549) ได้กำหนดบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมของการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่นไว้ 4 ระดับ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมระดับการตัดสินใจ (Decision Making Level) ชุมชนท้องถิ่นควรมีโอกาสเข้าร่วมตัดสินใจ ก่อนเริ่มการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน โดยชุมชนควรได้รับข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบทั้งด้านบวก และด้านลบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน ถ้ามีการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนควรจะมีการประชุมแล้วลงความเห็นร่วมกันในการตัดสินใจว่าควรหรือไม่ควรพัฒนาการท่องเที่ยว และถ้าจะพัฒนาไปในลักษณะใด

2. การมีส่วนร่วมระดับการวางแผน (Planning Level) ชุมชนควรร่วมกันวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของชุมชน เพราะชุมชนเป็นเจ้าของทรัพยากร มีหน้าที่ดูแลรักษาทรัพยากร การร่วมวางแผนคือการร่วมรับผิดชอบในบทบาทและหน้าที่ต่างๆ ของการพัฒนา

3. การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว (Implementation Level) ชุมชนควรเป็นเจ้าของธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม ด้านท่องเที่ยว เช่น ที่พักแรม โฮมสเตย์ ร้านอาหารท้องถิ่น ร้านขายสินค้า OTOP บริการนำเที่ยว บริการเช่ารถ เช่าเรือ ดำน้ำ และการเดินป่า

4. การมีส่วนร่วมในการประเมินผลการพัฒนาการท้องถิ่นในชุมชน(Evaluation Level) ชุมชนควรร่วมประเมินผลของการพัฒนาการท้องถิ่นในชุมชนเพื่อการปรับปรุงแผนพัฒนาให้ ยั่งยืน และระยะยาว

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นต้องตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์โดยไม่เบียดบังทำลายทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลท้องถิ่น การเตรียมการจัดการ การวางแผน การควบคุมดูแล การใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การมีส่วนร่วมในบริการ และการได้รับประโยชน์จากการบริการ

การสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน

การดำเนินการในส่วนของการสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน จะประกอบด้วย

1 การสนับสนุนการรวมกลุ่มของประชาชน ชุมชน เพื่อการจัดการพื้นที่ท้องถิ่น
2 การยกระดับชุมชนท้องถิ่นระดับหมู่บ้าน หรือองค์กรปกครองท้องถิ่นที่มีศักยภาพใน การจัดการสิ่งแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน

3 จัดอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจในบทบาทของชุมชนในการมีส่วนร่วมในกระบวนการ ท้องถิ่น โดยเน้นการเรียนรู้ การวางแผน การปฏิบัติการ และการประเมิน

จากลักษณะทางสังคมกับผลกระทบที่ชุมชนได้รับนั้น ส่งผลให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ ต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทางการท้องถิ่นในบางส่วน เพื่อให้ชุมชนเข้ามามีบทบาทและ ส่วนร่วมอย่างแท้จริง

สำหรับทิศทางและแนวทางในการมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นจะต้องมีการมุ่งไปสู่การ ร่วมมือในการใช้ทรัพยากรแหล่งท้องถิ่นเพื่อการรองรับการท้องถิ่นแบบยั่งยืนให้มีความ สมบูรณ์ครบถ้วนตามกรอบและลักษณะการท้องถิ่นแบบยั่งยืนในทุกระดับ ได้แก่

ระดับนโยบาย จะต้องมีการหาทางให้สมาชิกในชุมชนทุกชุมชน ทุกคน ทุกระดับ รับทราบนโยบายการท้องถิ่นแบบยั่งยืน

ระดับแผน จะต้องหาทางให้ชุมชนเข้าใจแบบแผนการท้องถิ่นแบบยั่งยืนให้ชัดเจนทุก ระดับของแผน

ระดับปฏิบัติ ให้สมาชิกชุมชนกลุ่มต่าง ๆ ทุกชุมชนในเขตพื้นที่แหล่งท้องถิ่นศึกษา แผนปฏิบัติ แนวทาง และวิธีการปฏิบัติให้เข้าใจ จนสามารถให้ความร่วมมือและปฏิบัติได้อย่าง ถูกต้อง มีการแนะนำอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอนของการปฏิบัติ จนกว่าจะมั่นใจได้ว่าสมาชิกชุมชนทุก ชุมชนทุกคน ทุกระดับดำเนินการไปถูกทิศทางแล้วมีการติดตามผล และให้การแนะนำอย่าง ต่อเนื่อง

จากที่กล่าวมาในการมีส่วนร่วมของชุมชนควรมีตั้งแต่การเตรียมการจัดการวางแผน การควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากร การมีส่วนร่วมในการบริการ และการได้รับประโยชน์จากการบริการโดยชุมชน ซึ่งจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้การใช้ประโยชน์จะต้องไม่เบียดบังทำลายสิ่งแวดล้อม การมีส่วนร่วมที่ดีจะต้องให้ความสำคัญในรูปแบบของการรวมกลุ่มมากกว่าลักษณะของบุคคล

2. แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นเรื่องของการเดินทาง ทั้งใกล้และไกล เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน และเพื่อเปิดหูเปิดตา มีมานานรวมทั้งมีการบันทึกด้วยตัวอักษร ภาพถ่าย หรืออุปกรณ์ต่างๆตามยุคสมัย การท่องเที่ยวกลายเป็นที่นิยมจนเป็นที่มาของรายได้ซึ่งทำให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมายเพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เราจึงควรศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับชุมชนของตนเอง

ความหมายของการท่องเที่ยว

จากการศึกษา ผู้วิจัยพบว่ามีความหมายของการท่องเที่ยวไว้หลายประการ เช่นองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติ (n.p.,n.d.) ได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่า หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางโดยเป็นไปตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ ดังต่อไปนี้ 1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว 2. การเดินทางนั้นผู้เดินทางเดินทางด้วยความสมัครใจไม่ใช่เป็นการถูกบังคับและ 3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541:1)

มีรายงานว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่กระทำเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากกิจกรรมงานประจำ รวมถึงการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่และได้ให้ความหมายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามเงื่อนไขเป็นสากล 3 ประการ เช่นกันได้แก่ 1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติ ไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2. การเดินทางด้วยความสมัครใจ และ 3. การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตาม ที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ ขณะที่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2547:1) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยว” ในหลักการแล้วอาจกำหนดได้โดยเงื่อนไข 3 ประการ ดังต่อไปนี้ 1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว (Temporary) 2. เดินทางด้วยความสมัครใจ (Voluntary) และ 3.เดินทางด้วย

วัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้ ส่วนสุจารี จันทรสุข (2541: 10) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีมานานหลายศตวรรษ เป็นกิจกรรมทางสังคมเชิงมนุษย์ สัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจ การพักผ่อนหย่อนใจและการเรียนรู้ แต่เดิมนั้นนักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงถิ่นใดก็จะปรับตัวเองให้เข้ากับวัตถุประสงค์และสิ่งแวดล้อมของถิ่นนั้น ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมด้านต่างๆให้เข้ากับนักท่องเที่ยวหรืออำนวยความสะดวกอย่างเต็มที่เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามามากๆ ความหมายของการท่องเที่ยวโดยหลักการนั้นอาจกำหนดได้โดยเงื่อนไข คือ เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจจากที่อยู่อาศัยปกติที่อื่นเป็นชั่วคราว ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ นอกจากนิยามของการท่องเที่ยวแล้ว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2533 : 19-20,อ้างถึงใน ศรีญา วรากุลวิทย์ 2546 : 5) ยังได้กำหนดว่าการท่องเที่ยวต้องมีนักท่องเที่ยวรวมอยู่ด้วยซึ่งแบ่งออกเป็น นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และนักท่องเที่ยวภายในประเทศของประเทศไทย โดยกำหนดลักษณะของนักท่องเที่ยวไว้ดังนี้

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และพำนักอยู่ในการเดินทางครั้งหนึ่งๆไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากไปกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางนั้นๆ เพื่อการท่องเที่ยว การพักผ่อน การรักษาสุขภาพ การเยี่ยมชม ญาติมิตรการศึกษา การดูงาน การร่วมประชุมสัมมนา การติดต่อธุรกิจแต่ไม่ใช่เพื่อหารายได้

นักท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย เดินทางจากที่อยู่ในจังหวัดของตนไปยังจังหวัดอื่นๆหรืออาจจะเดินทางภายในจังหวัดของตนก็ได้ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดๆก็ตามที่ไม่ใช่การหารายได้ในสถานที่ที่ไปเยือน และระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

จากกล่าวมาสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการนันทนาการ จากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวโดยสมัครใจ ไม่ใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้แต่ไปเพื่อการพักผ่อน เพื่อความบันเทิง เพื่อหาความรู้ เพื่อการศึกษาเยี่ยมชมญาติหรือการไปร่วมประชุม และการท่องเที่ยวยังรวมถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวผู้ให้บริการการท่องเที่ยว หน่วยงานรัฐในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยวด้วย

บทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการ ซึ่งมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้าทั้งในด้านเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก รัฐบาลจึงมีนโยบายที่สำคัญ คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ การที่คนไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้เกิดความรัก ความภาคภูมิใจในทรัพยากรธรรมชาติของตนเอง นอกจากนี้การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทำให้เกิดมิตรไมตรี ความเข้าใจ และการยอมรับในความแตกต่างทางเชื้อชาติ และวัฒนธรรมระหว่างชาติได้เป็นอย่างดี

การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทที่สำคัญในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้ (อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ 2548 : 67-72)

1. บทบาทของการท่องเที่ยวต่อสังคม ได้แก่

1. การท่องเที่ยวมีส่วนเสริมสร้างความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี ความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน
2. การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ ใช้ทรัพยากรท้องถิ่นมาผลิต และประดิษฐ์สิ่งของในรูปของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้จำหน่ายแก่ผู้มาเยือน
3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เกิดความภาคภูมิใจ สำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ หวงแหน รักผืนแผ่นดินที่อยู่
4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ และลงทุนด้านการผลิต ทำให้ประชาชนมีงานทำ
5. การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ทำให้ประชาชนในชนบทมีงานทำ

2. บทบาทของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลา ตามความเหมาะสม
2. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก นับเป็นรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่นๆ
3. การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตหมุนเวียนเป็นวงจรภายในประเทศ ทำให้เกิด การสร้างงาน สร้างอาชีพแก่ประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงาน

4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค การพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้นๆ ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปถึง เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

5. รายได้จากการท่องเที่ยว มีผลกระทบต่อทัศนในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

6. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และการนำเอาทรัพยากรของประเทศไทย โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในรูปของการผลิตสินค้าและบริการ

3. บทบาทของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3.1 บทบาทของนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติตัวให้เหมาะสมในระหว่างการเดินทางตามเงื่อนไข และกติกาของท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว

3.2 บทบาทของมัคคุเทศก์ ได้แก่ บทบาทสำคัญในการที่จะช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติได้เป็นอย่างดี เนื่องจากเป็นผู้ที่ใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว จึงเป็นผู้ที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด

3.3 บทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ได้แก่ การให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยวก่อนที่จะมีการเดินทางไปท่องเที่ยว เพื่อลดการสูญเสียทรัพยากรทั้งที่ตั้งใจและไม่ตั้งใจ วิธีการ เช่น การจัดทำแผนการเดินทาง และส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อหลีกเลี่ยงการขายสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมมากเกินไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ที่มีการจัดการที่ไม่เหมาะสม การจัดปฐมนิเทศให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปรากฏการณ์ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่ควรสนใจเป็นพิเศษ รวมทั้งการมีพฤติกรรมที่เหมาะสมในการท่องเที่ยว การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้คน และระบบนิเวศของพื้นที่ที่จะไปเยือน ให้ความรู้เกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติขณะเดินทาง เป็นต้น

3.4 บทบาทของประชาชนในพื้นที่ หมายถึง กลุ่ม 2 กลุ่ม ได้แก่ คนในท้องถิ่น และรัฐบาล ซึ่งมีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงจากทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งด้านบวกและด้านลบ ได้แก่

3.4.1 คนในท้องถิ่น ต้องช่วยกันดูแลหากเห็นสิ่งใดผิดปกติ ต้องแจ้งให้เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องเข้าไปจัดการแก้ไข นอกจากนี้ยังต้องช่วยกันส่งเสริม อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว ธรรมชาติและช่วยกันดูแลความสะอาดของสถานที่ด้วย

3.4.2 รัฐบาล มีหน้าที่โดยตรงในการจัดการระบบการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวให้เป็นระเบียบ ไม่ปล่อยให้กลุ่มใดกลุ่มหนึ่งใช้ประโยชน์จนสูญเสียความสมดุล รัฐบาลต้องกำหนดรูปแบบ กติกา เข้มงวด กวดขันให้มีการปฏิบัติตาม ลงโทษผู้ที่กระทำผิดหรือฝ่าฝืน ให้การสนับสนุนงบประมาณและบุคลากรในการอนุรักษ์ ซึ่งรัฐบาลได้กำหนดวิธีการสงวนรักษา

ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การกำหนดพื้นที่เขตการอนุรักษ์สัตว์ป่า การกำหนดพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ และการกำหนดพื้นที่อุทยานแห่งชาติ

ดังที่กล่าวมาแล้วนั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการและนันทนาการ ที่มีบทบาทที่สำคัญต่อสังคม เศรษฐกิจของประเทศ และ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว ซึ่งนับว่ามีความสำคัญต่อความเจริญทางเศรษฐกิจ และสังคมไทย มีส่วนเสริมสร้างความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ มิมีมิตรไมตรี เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ การสร้างงาน สร้างอาชีพแก่ประชาชนในท้องถิ่น ก่อให้เกิดรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมหาศาล

วาเลิน สมิธ (Valene Smith 1997, อ้างถึงใน ศิริ สยามสุโพธิ์ 2543 : 65 -66) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยว โดยจำแนกตามจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะสังเกตการณ์แสดงออกทางวัฒนธรรม แบบแผนการใช้ชีวิตของคนในท้องถิ่น รวมถึงการไปเยี่ยมท้องถิ่นของตนเอง และการเข้าร่วมกิจกรรม พิธีกรรม และพิธีทางศาสนาต่าง ๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่คล้ายกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ แต่มุ่งให้นักท่องเที่ยวจากถิ่นอื่นเข้ามาเที่ยวในท้องถิ่นโดยเพิ่มสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ประเภทธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการถ่ายภาพการเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและการเข้าร่วมใช้ชีวิตชีวิตเก่า ๆ ที่กำลังจะสูญหายไปบางท้องถิ่น เพื่อให้เข้าใจอย่างลึกซึ้งถึงประวัติความเป็นมา การดำเนินชีวิตที่แตกต่างไปจากวัฒนธรรมของตน เช่น การแสดงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และงานเทศกาล เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวชมพิพิธภัณฑสถานและโบราณวัตถุเก่า ๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต อาจเป็นการไปชมอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วังต่าง ๆ และการแสดงแสงเสียงเหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเด่น คือ การประชุมเพื่อการพบปะกัน การสัมมนา ซึ่งมักรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่นมาไว้ด้วยกัน แหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ จึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท คือ นันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

6. การท่องเที่ยวเพื่อการนันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมในการแข่งขันกีฬา น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสัมมนาในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ดังกล่าว ได้แก่ หาดทราย ชายทะเล การแข่งขันกอล์ฟในสนามชั้นเยี่ยม การแข่งขันเทนนิส เป็นต้น การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวในกลุ่มนี้จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

7. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นการที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน เพื่อการดูงาน ประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และเพื่อนันทนาการ โดยหน่วยงานและบริษัทจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

จากจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวทำให้เห็นถึงความต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จึงทำให้สถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งซึ่งมีความหลากหลายสามารถสนองตอบตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการนำจุดเด่นของตนสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวตามจุดหมายปลายทางที่มุ่งหวังได้

ลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวจะเข้าเยี่ยมชมแต่ละที่นั้นจะต้องมีลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ดังที่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541, อ้างใน มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด 2553: 3-1; ราณี อิศัยกุล 2554: 1-6-1-7) ได้กล่าวถึงหลักการ 5 As ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ควรมีลักษณะ 5 ประการ ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) คือ สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้นๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ ที่แสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ความสวยงามทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น หรือสถานที่ก่อให้เกิดความบันเทิงได้ หรือลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว อันมีสาเหตุจากความงดงามตามธรรมชาติ เช่น ป่าไม้ พันธุ์ไม้ ชายหาด ทรายขาว ปะการังสวยงาม ปลาต่างๆ ทะเลสาบ และรีสอร์ท เป็นต้น และมีลักษณะของเหตุการณ์สำคัญเฉพาะกาล เช่น งานประเพณีในเทศกาลสำคัญของท้องถิ่น การจัดขบวนบุปผชาติ การแสดงแสง สี เสียง ในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เป็น

2. ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเข้าชม หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิด นักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสได้

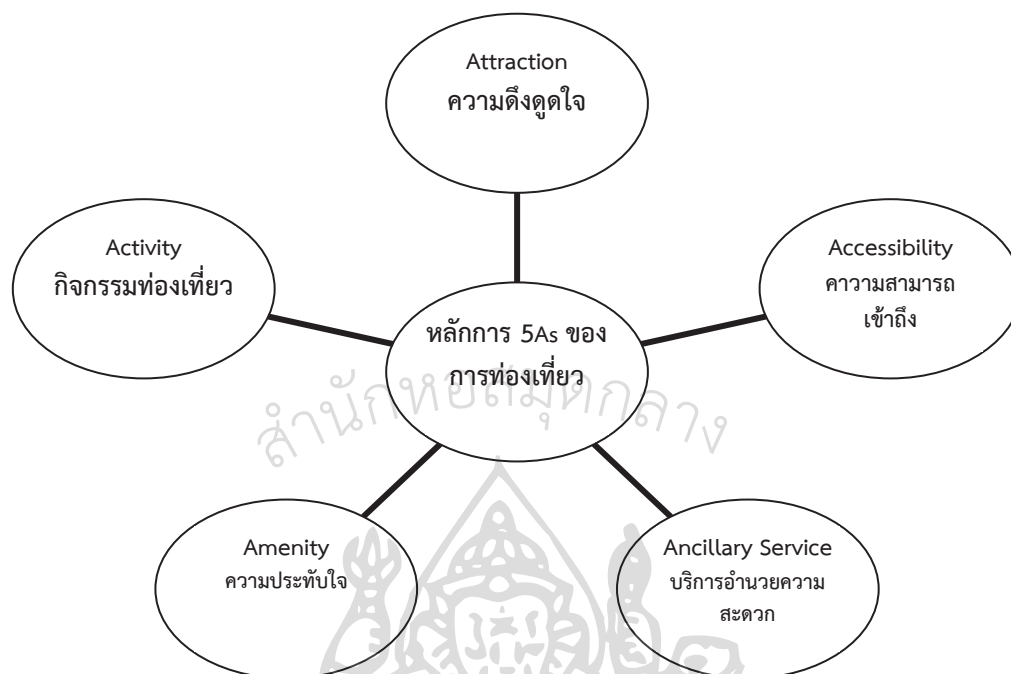
มาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ต้องจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้เข้า-ออกแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวกใน การเข้าถึงแก่นักท่องเที่ยว

3. บริการอำนวยความสะดวก (Ancillary Service) คือ หน่วยงานและภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรจัดสรรบริการด้านต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เพื่ออำนวยความสะดวกและดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้แก่ การบริการด้านการตลาด เช่น การให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น และการมีส่วนร่วมด้านการพัฒนา การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การส่งเสริมให้มีการอนุรักษ์และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจากการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งผู้นำและสมาชิกในชุมชนแหล่งท่องเที่ยวการวางแผน การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพ เป็นต้น

4. ความประทับใจ (Amenity) คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวควรก่อให้เกิดความประทับใจ สุขใจ และซาบซึ้งในการเที่ยวชม เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ อาทิ พระธาตุ ราชวัง วัด โบราณสถานต่างๆ ที่แสดงถึงอารยธรรมในอดีต ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เหมาะสมแก่การพักผ่อน เช่น อุทยานแห่งชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนาน เช่น งานประเพณีสงกรานต์ในประเทศไทย เป็นต้น

5. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activity) คือ ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากนักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดความสนุกสนานเพลิดเพลินและบันเทิงใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่การออกแรง เช่น การเที่ยวชมสถานที่แปลกใหม่ ภูมิทัศน์ของเมือง การสัมผัสหรือชื่นชมธรรมชาติ วัฒนธรรม การซื้อสินค้าที่ระลึก เป็นต้น หรือกิจกรรมที่ใช้การออกแรงหรือผจญภัย มีหลากหลายรูปแบบ เช่น การเดินป่า การปีนเขา การล่องแก่ง และการดำน้ำ เป็นต้น

หลักการ 5As ของการท่องเที่ยว สามารถสรุปผังแผนภูมิที่ 2



แผนภูมิที่ 2 หลักการ 5As ของลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยว

ที่มา : นรินทร์ สังข์รักษา, เครือข่ายสินค้าเกษตรและห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว (รายงานการวิจัย ทุนวิจัย สกว. กรุงเทพมหานคร. สำนักกองทุนวิจัย, 2555), 16-17

หัวใจของการท่องเที่ยว ควรมีลักษณะที่สำคัญ 5 สิ่งคือ สิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย บริการอำนวยความสะดวก ความประทับใจ และ กิจกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองที่จะสามารถทำให้การจัดการท่องเที่ยวในชุมชนประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ชุมชนคาดหวังไว้

แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ยั่งยืน และสืบทอดความอุดมสมบูรณ์ของสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่ออนุชนในอนาคตจะได้ใช้ประโยชน์สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม โดยดำเนินการในลักษณะการจัดการทรัพยากรธรรมชาติเพื่อตอบสนองความจำเป็นทาง

เศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ รวมทั้งสามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และระบบนิเวศธรรมชาติไว้ได้

การดำเนินการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ต้องอยู่บนพื้นฐานความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบของการท่องเที่ยว 7 ส่วน คือ แหล่งท่องเที่ยว การบริการการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว ธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยวและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว ดังนั้น การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงเป็นกระบวนการที่ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมาย ในการพัฒนาสังคม และเศรษฐกิจเป็นสำคัญและยังได้ขยายขอบเขตการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมถึง เรื่องการกำหนดรูปแบบทางการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ที่ต้องให้ความสำคัญกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และมีส่วนร่วมในกิจกรรมดำเนินการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งประเภทแหล่งวัฒนธรรม และแหล่งธรรมชาติ (วสิน อิงคพัฒนากุล 2548 : 57 - 58) คำจำกัดความของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนสะท้อนให้เห็นถึงมิติต่าง ๆ ถึง 7 มิติ ดังนี้คือ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2541 : 7 , อ้างถึงใน สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล 2545 : 30 - 31)

มิติแรก คือ การจัดการทรัพยากร (Resource management) เนื่องจากทรัพยากรมีอยู่อย่างจำกัด จึงจำเป็นต้องมีการจัดการที่ดี และตอบสนองความต้องการในด้านต่าง ๆ ได้

มิติที่สอง คือ ความต้องการทางเศรษฐกิจ โดยคำนึงว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจชนิดหนึ่ง ที่จำเป็นต้องมีความสามารถในการสร้างกำไร เพื่อความอยู่รอดและผลประโยชน์ของชุมชน กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การกำหนดระเบียบหรือกฎหมายด้านสิ่งแวดล้อมจะต้องไม่เข้มงวดจนเกินไป จนทำให้การท่องเที่ยวไม่อาจดำรงอยู่ได้

มิติที่สาม คือ การตอบสนองความต้องการ หรือ พันธะทางสังคม หมายถึง การให้ความสำคัญต่อวิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนต่าง ๆ ความหลากหลายและมรดกเชิงวัฒนธรรม คือ ทรัพยากรที่สำคัญสำหรับการท่องเที่ยวในยามที่โลกปัจจุบันกำลังก้าวสู่สภาวะไร้พรมแดน

มิติที่สี่ คือ สุนทรียภาพ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของสิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะสถานที่แห่งนั้นมีชื่อเสียงหรือไม่ การสร้างไว้ซึ่งสุนทรียภาพของสถานที่เหล่านั้นคือภารกิจที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยว

มิติที่ห้า คือ การคำนึงถึงกระบวนการและขอบเขตทางนิเวศวิทยา เพื่อให้การพัฒนาสามารถดำรงสภาพแวดล้อมต่างๆ ทั้งทางกายภาพและชีวภาพ เช่น การท่องเที่ยวในเขตที่อ่อนไหวต่อผลกระทบทางลบ เช่น ภูเขา ป่าดงดิบ หรือชายหาด เป็นต้น

มิติที่หก คือ การรักษาไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ (Biological diversity) ของพืชพรรณและสัตว์ต่าง ๆ เพราะเป็นทรัพยากรที่สำคัญของการท่องเที่ยว

มิติที่เจ็ด คือ การดำรงไว้ซึ่งระบบสนับสนุนชีวิต (Life supporting systems) ซึ่งจะช่วยให้มนุษย์และสิ่งมีชีวิตทั้งหมดในโลกมีความอยู่รอดได้ต่อไป

จึงกล่าวได้ว่า แนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นมีการริเริ่มมาจากแนวความคิดการท่องเที่ยว ที่พยายามหลีกเลี่ยงการทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว และได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยมีความสัมพันธ์ของทุกองค์ประกอบเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืน แต่ในระยะหลังมีการประยุกต์หลักการอื่น ๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยจะเห็นได้จาก วาระแห่งชาติที่ 21 (Agenda 21) ได้เสนอแนวความคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และบรรจุไว้เป็นส่วนหนึ่งของ Agenda 21 (United Nations, 1992) ซึ่ง United Nations (1992) และ คาเตอร์ โลว์แมน (Cater Lowman 1994) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้น เกิดขึ้นจากแรงผลักดันในลักษณะกระแสดังกล่าว การเปลี่ยนแปลงและพัฒนาการท่องเที่ยวใน 4 ลักษณะ ดังนี้ (วชิรา อิงคพัฒนา กุล 2548 : 58 - 60)

1. กระแสความต้องการการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

กระแสนี้ได้มีการขยายขอบเขตกว้างขวางออกไปทั่วโลก ทั้งในส่วนของอนุรักษ์ระดับท้องถิ่นจนถึงในระดับโลก โดยมุ่งหวังให้มีพัฒนาการไปสู่การป้องกัน แก้ไขวิกฤตการณ์ของโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุรักษ์ระบบนิเวศเพื่อคงความหลากหลายทางชีวภาพ

2. กระแสความต้องการของตลาดการท่องเที่ยว

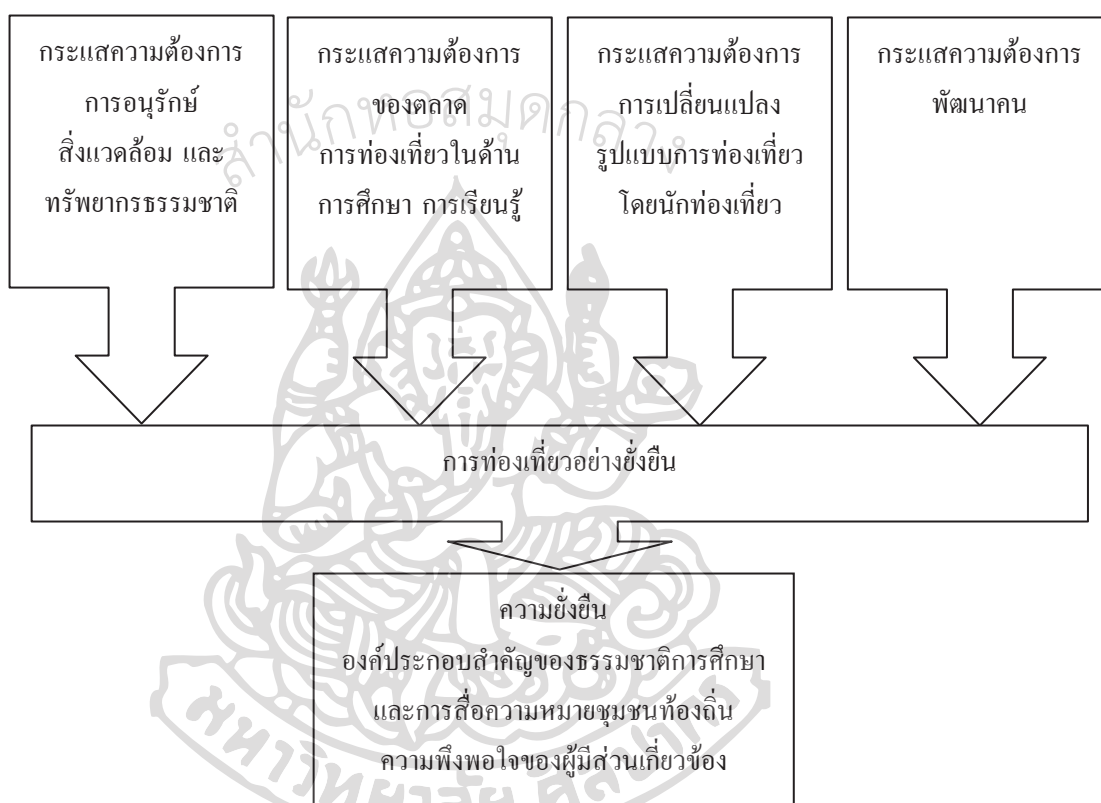
นักท่องเที่ยวใช้เวลาว่างของตนเองเพื่อการท่องเที่ยว และพักผ่อนหย่อนใจเป็นด้านหลักในการเปลี่ยนแปลงความต้องการพื้นฐาน โดยเริ่มให้ความสำคัญกับการเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและอนุรักษ์มากยิ่งขึ้น ดังนั้นตลาดการท่องเที่ยวจึงได้ปรับตนเองเพื่อให้สอดคล้องและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป

3. กระแสความต้องการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเกิดความไม่พึงพอใจกับการใช้ประโยชน์ทรัพยากรการท่องเที่ยวในลักษณะซ้ำซากจำเจ และต้องการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเปรียบเทียบความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวในอดีต กับความเสื่อมโทรมของทรัพยากรการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

4. กระแสความต้องการพัฒนาคน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวความคิดการกระจายอำนาจ ผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมในการจัดการ และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นกระแสความต้องการพัฒนาคนในระดับท้องถิ่นเพื่อเพิ่มศักยภาพและความสามารถในระดับชุมชนท้องถิ่น จึงได้รับความสนใจมากขึ้นตามลำดับ



แผนภูมิที่ 3 พัฒนาการของแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา : วศิน อิงคพัฒนากุล, วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2548), 59.

การดำเนินการตามแนวความคิดพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนในท้องถิ่นโดยรวมนั้น ควรให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม จัดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมด้วยเพื่อสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว รวมทั้งควรมีการจัดการอย่างเป็นระบบภายใต้แนวทางที่ชัดเจน เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศ และทรัพยากร

การท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ควรคำนึงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในขอบเขตความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน

วัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

กระแสความต้องการดังกล่าวที่เกิดขึ้นเป็นแรงผลักดันให้มีการพัฒนาแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนอย่างเป็นทางการและเป็นรูปธรรม และจริงจังมากขึ้น โดยวัตถุประสงค์หลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วย (วสิน อิงคพัฒนากุล 2548 : 60 - 61)

1. ความยั่งยืน เป็นแรงผลักดันที่สำคัญประการหนึ่ง คือ ความต้องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ดังนั้นหลักการที่สำคัญคือ ความยั่งยืนของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งครอบคลุมความยั่งยืนขององค์ประกอบทั้งหมดที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

2. องค์ประกอบสำคัญของธรรมชาติ เป็นส่วนสำคัญของกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เนื่องจากองค์ประกอบสำคัญของธรรมชาตินี้จะครอบคลุมถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวในทุกลักษณะ เช่น มรดกทางธรรมชาติ และมรดกทางวัฒนธรรม ทั้งในระดับชาติและระดับโลก แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. การศึกษาและการสื่อความหมาย ในระหว่างการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ในบางโอกาสผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สามารถให้ข้อมูลความรู้แก่นักท่องเที่ยวในลักษณะต่าง ๆ กัน โดยอยู่บนพื้นฐานแนวทางการสื่อความหมายทางธรรมชาติ ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้และประสบการณ์ทั้งในลักษณะที่เป็นรูปแบบทางการ และไม่เป็นทางการ และการสอดแทรกความรู้ดังกล่าว ต้องไม่เป็นการขัดเขี่ยโดยที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการ

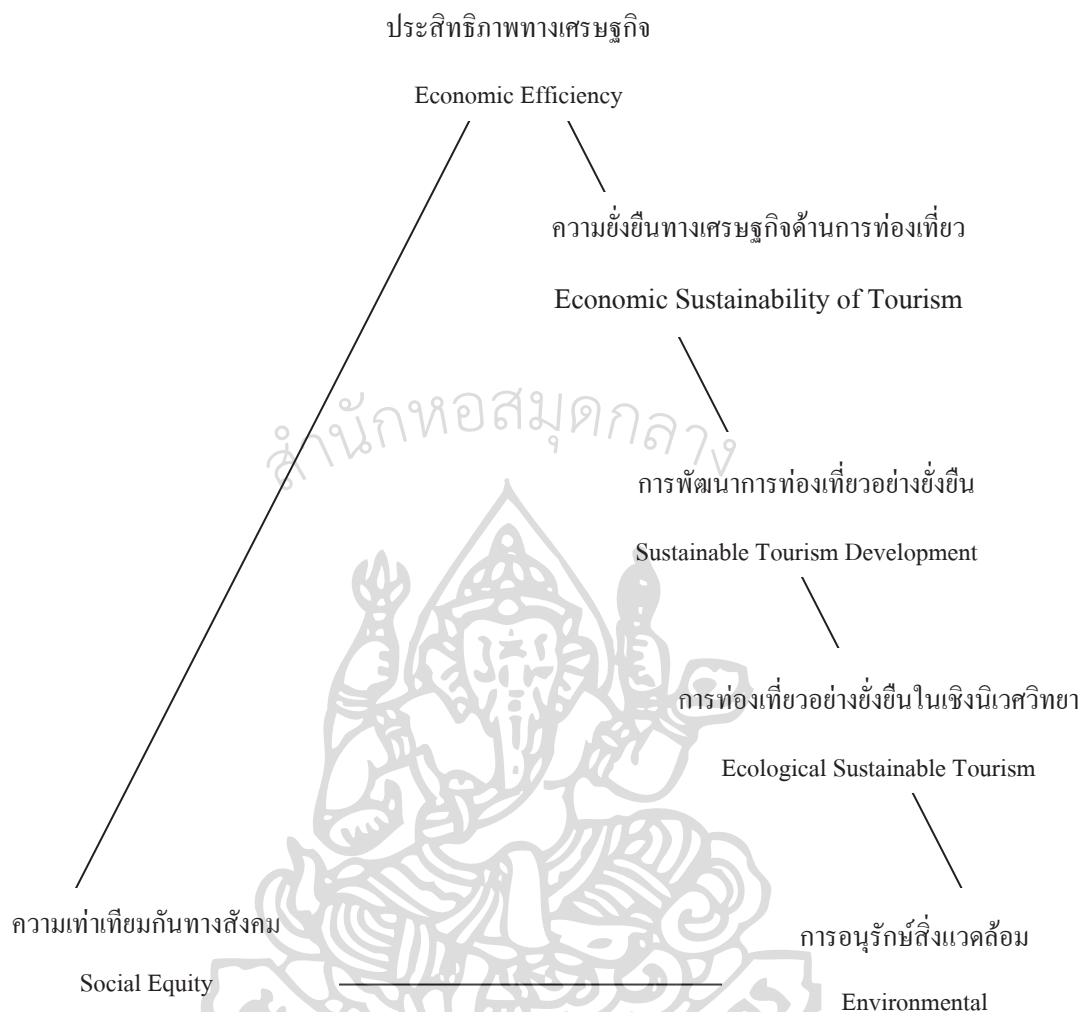
4. ชุมชนท้องถิ่น เป็นกลุ่มของบุคคลที่อยู่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ดังนั้นเมื่อพิจารณาแนวความคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวแล้ว การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นจะเป็นการดำเนินงานที่มุ่งเป้าหมายให้มีการกระจายผลประโยชน์ไปสู่สาธารณชนในรุ่นอายุปัจจุบัน และหากชุมชนท้องถิ่นตระหนักและเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบพัฒนาแล้ว ชุมชนท้องถิ่นจะเป็นกลไกสำคัญในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อสืบทอดต่อไปยังอนุชนรุ่นหลังต่อไป

5. ความพึงพอใจของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำแนกได้ตามความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมด ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปเนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น ชุมชนและสมาชิกในชุมชนจะมีความพึงพอใจในการพัฒนาเศรษฐกิจและสิ่งอำนวยความสะดวกของชุมชน นักท่องเที่ยวจะพึงพอใจในความรู้ และประสบการณ์จริงที่ได้รับจากการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐจะมีความพึงพอใจในผลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้นเป็นต้น

จากความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังกล่าวมาแล้วนั้นพบว่า การกำหนดนิยามนั้นมีพื้นฐานมาจากหลักการพัฒนาอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึง “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา การพัฒนาศักยภาพคน เพิ่มโอกาสการพัฒนา และการกระจายโอกาส และความเสมอภาคของการใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติ ระหว่างบุคคลในรุ่นเดียวกัน และระหว่างบุคคลในรุ่นปัจจุบัน กับอนุชนรุ่นหลัง โดยให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากร ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมการรณรงค์ให้ความรู้ สร้างทัศนคติ จิตสำนึก และการสนับสนุนให้สาธารณชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงความสมดุลระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจ การพิทักษ์รักษาทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ในเรื่องของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว กับประเด็นในเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดความเปลี่ยนแปลงในเรื่องของความสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้องหลัก คือทุกฝ่ายต้องเข้ามามีส่วนร่วม สนับสนุน และเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากขึ้น จึงจะเป็นการช่วยขจัดข้อขัดแย้ง และทำให้การท่องเที่ยวเกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ ต่างจากรูปแบบเดิมที่ทุกฝ่ายไม่ได้มีความร่วมมือกันอย่างเป็นรูปธรรม เพียงแต่รู้ว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างกัน (John Swarbrooke 2000: 150 , อ้างถึงใน สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล 2545 : 32 - 33)

การท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อด้านสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคมเป็นหลักการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ถือเป็น การเพิ่มผลกระทบทางบวกให้เกิดขึ้นมากที่สุด ขณะเดียวกันก็ลดผลกระทบทางลบให้น้อยที่สุด (Maximizing the impacts which are positive and minimizing the negative ones) ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ในการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ดังนั้นสรุปได้ดังแผนภูมิต่อไปนี้



แผนภูมิที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ และสังคม ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล, “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี” (วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนและเมืองมหบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2545),32.

องค์ประกอบของแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีความเกี่ยวข้องกับพัฒนาในด้านอื่น ๆ ซึ่งสรุปเป็นองค์ประกอบของแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้ 6 องค์ประกอบ คือ (สาขาวิชานโยบายและการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยเกริก 2546 : 5 - 6)

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชม โดยมีการประเมินศักยภาพขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วย

2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพคงเดิม หรือในสภาพที่ดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามและประเมินผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

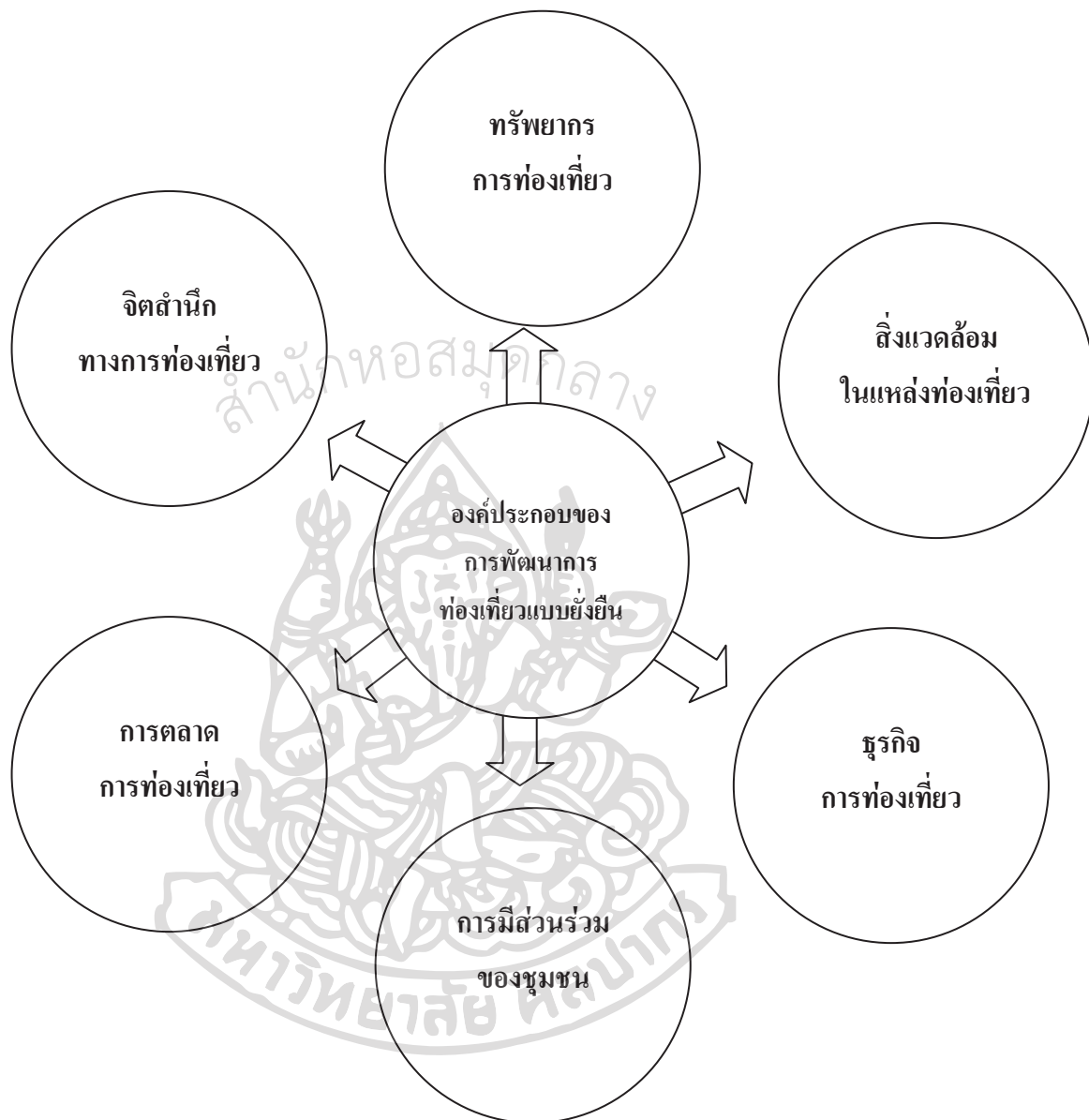
3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนารูปร่างด้านบริการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ โดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการแก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมด้วย

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนาการแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขามีความพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชน ท้องถิ่นทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนาการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนท้องถิ่น ให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเองได้ และให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้เกิดความหวงแหนและรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6. องค์ประกอบการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม

เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ให้ทุกฝ่ายเกิดความรักหวงแหนทรัพยากร
ท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม



แผนภูมิที่ 5 องค์ประกอบการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา: สาขาวิชานโยบายและการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม, รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการหลวง เสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (มหาวิทยาลัยเกริก, ม.ป.ท. 2546),6.

แนวทางการดำเนินการเพื่อก้าวไปสู่ทิศทางการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

แนวทางการดำเนินงานเพื่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีแนวทาง ดังนี้

(ส่วนอุทยานแห่งชาติ สำนักทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้ 2545 : 67)

1. การจัดสรรการใช้พื้นที่อย่างเหมาะสมและชาญฉลาด ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชัดเจนของพื้นที่ การกำหนดเป้าหมาย ทิศทาง แนวทาง นโยบาย และแผนการดำเนินการจัดการอย่างชัดเจน และเป็นรูปธรรม

2. การจัดสรรและดำเนินการบริหารจัดการกิจกรรมต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ และส่งเสริมความรู้ สร้างความเข้าใจ ก่อให้เกิดความสำนึกต่อการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อม และวัฒนธรรมอันดีของชุมชนนั้น ๆ

3. การจัดสรรและดำเนินการบริหารจัดการในด้านต่าง ๆ ต่อกลุ่มท่องเที่ยวในระดับและปริมาณต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับสภาพพื้นที่ และวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว นั้น ๆ

4. การส่งเสริม และพัฒนาความสัมพันธ์อันดีในเชิงสร้างสรรค์ และแสวงหาความร่วมมือในทุกด้าน และทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การมีส่วนร่วมคิด ร่วมทำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่นั้น ๆ

5. การจัดสรรผลประโยชน์อย่างชัดเจนเป็นธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ ภายใต้กรอบกติกาคณะคุณธรรมจริยธรรมที่ยอมรับร่วมกัน โดยแนวทางที่ควรจะเป็นเกี่ยวกับพื้นที่ต่าง ๆ เช่น รวบรวมและเสริมสร้างองค์ความรู้ในพื้นที่นั้น ๆ พร้อมนำเสนอเป็นเรื่องราวอย่างมีสีสัน กระตุ้นการมีส่วนร่วมของบุคคล ดำเนินการพัฒนาอย่างจริงจัง มีการวางแผนอย่างรอบด้าน และดำเนินการจัดการอย่างมีระบบ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยมีผลกระทบในเชิงลบต่อธรรมชาติแวดล้อมน้อยที่สุด หรือไม่มีเลย เป็นต้น

ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว ผู้ใช้จะต้องมีวิจาร์ณญาณในการใช้ทรัพยากร จึงจะไม่ทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวถูกทำลายการใช้ประโยชน์ที่ก่อให้เกิดผลกระทบในระดับต่ำ และมีการสูญเสียทรัพยากรน้อยที่สุด

การอนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

หมายความว่า เป็นการป้องกัน การปรับปรุงแก้ไข การบำรุงรักษาและพัฒนาสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว เป็นสิ่งสิ่งคุณค่าในทางการท่องเที่ยวอันมีค่า และนำหวางหนานให้อยู่ในสภาพดี คงความสวยงาม และคงความมีคุณค่าต่อท้องถิ่นและประเทศชาติตลอดไปโดยมีรายละเอียดดังนี้ (อุคม เขยกีวงส์ และคณะ 2548 : 179 - 182)

1. **สิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ** ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ มีลักษณะเด่นที่สวยงาม มีคุณค่าในการเข้าไปท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อศึกษาหาความรู้ เช่น ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก ถ้ำ เกาะ ชายหาด ฯลฯ แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประกอบด้วย

1.1 การดูแลรักษาความสะอาด แหล่งท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยขยะมูลฝอย และสิ่งปฏิกูล ซึ่งเกิดจากการขาดการดูแลเอาใจใส่เรื่องการรักษาความสะอาด ยังจะส่งผลให้เกิดความเสื่อมโทรมหรือเกิดความเสียหายเร็วขึ้นอีกด้วย

1.2 การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ที่สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้กำหนดไว้ เช่น ห้ามเด็ดดอกไม้ ห้ามล่าสัตว์ ห้ามทิ้งขยะ ห้ามขีดเขียนผนังถ้ำ ฯลฯ เมื่อทุกคนร่วมมือกันจะมีส่วนช่วยในการอนุรักษ์และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ให้คงความงามตามธรรมชาติได้ตลอดไป

1.3 การจัดทำคู่มือเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ควรมีรายละเอียดเกี่ยวกับข้อควรปฏิบัติและไม่ควรปฏิบัติ กฎระเบียบของสถานที่ สถานที่ที่น่าสนใจ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตัวได้ถูกต้อง ไม่ทำลายสถานที่ด้วยความไม่ตั้งใจ

1.4 การป้องกันความเสียหายหรือการเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น การตัดไม้ทำลายป่า หรือการล่าสัตว์ การเกิดไฟไหม้ป่า การเหยียบย่ำพรรณไม้และดอกไม้ ฯลฯ ซึ่งการอนุรักษ์ตามแนวทางนี้อาจทำได้โดยการออกกฎหมายลงโทษผู้กระทำผิด และการจัดเจ้าหน้าที่เพื่อดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวไม่ให้เกิดความเสียหายขึ้นดังกล่าว

1.5 ความรู้สึกตระหนักถึงคุณค่าและหวงแหนสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ว่าแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่มีความมีประโยชน์ไม่เฉพาะคนใดคนหนึ่งเท่านั้นแต่มีคุณค่าสำหรับทุก ๆ คนเมื่อถูกทำลายไป เท่ากับว่าทุกคนได้สูญเสียประโยชน์ด้วยกัน จึงควรต้องรักและหวงแหนสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น

1.6 การจัดเจ้าหน้าที่ให้เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวและควบคุมดูแล ให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎข้อบังคับของสถานที่นั้น ๆ เจ้าหน้าที่ต้องเป็นผู้มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ เป็นอย่างดี และปฏิบัติหน้าที่ดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และความเรียบร้อยของสถานที่ท่องเที่ยวด้วย

1.7 การไม่สร้างสิ่งก่อสร้างในสถานที่ท่องเที่ยวโดยไม่จำเป็น ซึ่งจะทำให้สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติคงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติต่าง ๆ ไว้ได้ ไม่ขาดความสมดุลทางธรรมชาติและความงดงามจะยังคงไม่ถูกทำลายไป แต่ถ้ามีความจำเป็นต้องสร้างจริง ๆ ควรคำนึงถึงความสอดคล้องกับสภาพธรรมชาติ ไม่บดบังทิวทัศน์ที่สวยงาม และก่อสร้างเท่าที่จำเป็นเท่านั้น

2. สิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นมา เช่น ปราสาทราชวัง โบราณสถาน สถานที่ทางประวัติศาสตร์ วัดวาอารามเป็นต้น สถานที่ท่องเที่ยวชนิดนี้มักเสื่อมสลายไปตามกาลเวลา ในขณะที่เดียวกันมนุษย์ยังมีส่วนช่วยทำลายอายุการใช้งานของทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้อีกด้วย แนวทางการอนุรักษ์สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่

2.1 การให้การศึกษาคู่มือและความรู้ที่ถูกต้องกับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไปเกี่ยวกับความสำคัญและความจำเป็นในด้านการอนุรักษ์ โดยที่ทุกฝ่ายต้องให้ความร่วมมือ และมีจิตสำนึกในคุณค่าและวางแผนทรัพยากรการท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนได้ทราบถึงความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว ให้ช่วยดูแลรักษาไม่ให้ถูกทำลาย

2.2 การจัดหาเงินทุนหรืองบประมาณเพื่อการดูแลรักษาและบูรณะซ่อมแซม เพราะการดูแลบูรณะ ปฏิสังขรณ์สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์นั้น จะต้องใช้งบประมาณสูงมาก

2.3 การจัดเจ้าหน้าที่ดูแลรักษาประจำสถานที่ เพื่อไม่ให้เกิดการลักลอบทำลายสถานที่ท่องเที่ยว

2.4 การจัดเก็บโบราณวัตถุและสิ่งมีค่าทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ไว้ในที่ที่ปลอดภัย เช่น การจัดเก็บไว้ในพิพิธภัณฑ์ ซึ่งการนำเอาสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มารวมกันไว้ในที่เดียวกันนอกจากจะสะดวกในการดูแลรักษาแล้ว ยังสามารถจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเปิดให้ประชาชนทั่วไปเข้าชม เพื่อการศึกษาหาความรู้ได้อีกด้วย

2.5 การบูรณะและซ่อมแซมโดยผู้เชี่ยวชาญโบราณสถาน โบราณวัตถุ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มักจะเป็นสิ่งที่เสื่อมสลายไปตามกาลเวลา และอาจถูกมนุษย์ทำลายอีกด้วย จึงจำเป็นต้องมีการบูรณะซ่อมแซมโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านโบราณคดีโดยเฉพาะ 2.6 การออกกฎหมายควบคุมรักษาสถานที่ท่องเที่ยว เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุต่าง ๆ ฯลฯ กำหนดบทลงโทษผู้กระทำความผิด หรือฝ่าฝืนกฎหมายอย่างรุนแรงเพื่อให้คนที่กระทำความผิดเกิดความหวาดกลัว จึงมีส่วนช่วยในการป้องกันไม่ให้มีคนเข้ามาทำลายสถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้

สรุปได้ว่า แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนการจัดการจัดการการท่องเที่ยวต้องเหมาะสมกับศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยว คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วย กระแสการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นเรื่องที่ทุกฝ่ายกำลังให้ความสนใจ มีความตื่นตัวมากขึ้น โดยเฉพาะชุมชนท้องถิ่นต่าง ๆ ซึ่งมีแนวทางในการดำเนินงาน ต่างๆ เช่น การกำหนดให้ “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” เป็นวาระแห่งชาติ การตั้งหน่วยงานประสานงานการปฏิบัติการท่องเที่ยวให้เป็นรูปธรรม และเป็นระบบ ตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการจัดสรรงบประมาณการดำเนินงานด้าน

การท่องเที่ยว ปรับปรุงโครงสร้างต่าง ๆที่จะเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา เป็นต้น ดังนั้นจึงพบว่า การอนุรักษ์และพัฒนาสิ่งแวดล้อมทาง การท่องเที่ยว มีความสำคัญและทวีความจำเป็นมากยิ่งขึ้นตามลำดับ เพื่อตอบสนองการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในทุกกระดับ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจึงควรต้องมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเปรียบเสมือนหัวใจในการดำเนินงานทุกส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องที่ต้องสอดคล้องกับการพัฒนาประเทศโดยองค์รวมเพื่อนำไปสู่เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มาจากคำว่า Ecotourism ซึ่งผสมกันระหว่างคำว่า Ecology (นิเวศวิทยา) กับคำว่า Tourism (การท่องเที่ยว) หมายถึงการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ ในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องในท้องถิ่นเพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้คนในท้องถิ่น ได้มีส่วนร่วมในการจัดการทรัพยากรป่าไม้ และรักษาระบบนิเวศท้องถิ่น พัฒนาเศรษฐกิจ รวมถึงความสามารถและสร้างกำลังใจให้กับชุมชนชนบทได้พึ่งตนเอง

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีผู้ให้คำนิยามไว้มากมาย นับตั้งแต่ Hector Ceballs – Lascurain (1990) ซึ่งเป็นบุคคลแรกที่กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณและสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น ในขณะที่ Elizabeth Boo (1991) ได้ให้นิยามว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีรายได้สำหรับการดูแลรักษาพื้นที่ การสร้างงานให้ชุมชนหรือท้องถิ่นและการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับ The Ecotourism Society (1991) ที่กำหนดคำนิยามการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น (อ้างใน พรพิมล วิกฤษพัฒน์, 2542 : 11)

ส่วน “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ที่ใช้กันอยู่ในประเทศไทย มีการให้ความหมายกันอย่างกว้างขวางเช่นเดียวกับวงการท่องเที่ยวในระดับนานาชาติ ส่วนหนึ่งของนิยามที่ให้รายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวประเภทนี้ค่อนข้างชัดเจนโดยศุภชัย วิกฤษพัฒน์ (2541) ได้ให้ คำว่า

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นศัพท์บัญญัติที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) นำมาใช้อย่างเป็นทางการใน พ.ศ. ๒๕๔๑ โดยให้ความหมายตรงกับคำว่า Ecotourism ในภาษาอังกฤษ ศัพท์บัญญัตินี้ได้รับความเห็นชอบจากราชบัณฑิตยสถาน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบัญญัติศัพท์แล้ว Ecotourism เป็นคำที่เกิดใหม่ในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยนำคำ ๒ คำมารวมกัน ได้แก่ eco และ tourism คำว่า eco แปลตามรูปศัพท์ว่า บ้านหรือที่อยู่อาศัย ส่วน tourism แปลว่า การท่องเที่ยว ecotourism จึงแปลว่า การท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย หมายความว่า การท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อมอันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่างๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์ ส่วนคำว่า นิเวศ ซึ่งเป็นคำภาษาสันสกฤต ที่นำมาใช้ในภาษาไทย ก็แปลว่า บ้านหรือที่อยู่อาศัยเช่นกัน (ดูพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน) ฉะนั้น การท่องเที่ยว เชิงนิเวศจึงเป็นศัพท์บัญญัติที่มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษอย่างเหมาะสม นอกจากคำว่า ecotourism แล้ว ยังมีคำอื่นๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงหรือเกี่ยวข้องกันอีกหลายคำ ได้แก่ green tourism แปลว่า การท่องเที่ยวสีเขียว หมายถึง การท่องเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติ โดยสีเขียวเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ biotourism แปลว่า การท่องเที่ยวเชิงชีวภาพ ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ และ agrotourism แปลว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านเกษตรกรรม เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของพืชผลไร่ นา และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 27:72)

แม้ว่าปัจจุบันจะยังไม่สามารถสรุปคานิยามของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นมาตรฐานในประชาคมโลกได้ แต่นักวิชาการส่วนใหญ่ก็มีมุมมองและความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น แท้จริงแล้วคือการท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือที่เรียกกันในภาษาอังกฤษว่า Nature tourism หรือ Nature-based tourism หรือ Nature-oriented tourism ลักษณะหนึ่งที่แตกแขนงออกมาเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทางธรรมชาติเฉพาะกลุ่ม โดยคนกลุ่มนี้เรียกตัวเองว่า “นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” หรือ “Ecotourist” การแตกแขนงดังกล่าวก่อให้เกิดตลาดเฉพาะที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” ขึ้นในช่วงเวลาที่กระแสความตระหนักในปัญหาการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทั่วโลกมีความเข้มข้นและขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงปลายทศวรรษ 1980 นักวิชาการส่วนใหญ่เชื่อว่า “นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มีความมุ่งหวังที่จะใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องรวมถึงต้องการที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งพื้นที่อนุรักษ์ให้ผู้ที่เข้าไปประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศและวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบความแตกต่างของการท่องเที่ยวแบบมวลชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กิจกรรม	การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism)	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)
1.สถานที่พัก (Accommodation)	-มีความหนาแน่นไม่จำกัดจำนวน -ขนาดใหญ่และมีการตัดแปลง ธรรมชาติ -ผู้เป็นเจ้าของเป็นนักธุรกิจใหญ่หรือ กลุ่มนักธุรกิจจากภายนอก	-มีความเบาบาง จำกัดจำนวน -ขนาดเล็กและอยู่ในสภาพ ธรรมชาติท้องถิ่น -ธุรกิจขนาดเล็กคนในท้องถิ่นเป็นเจ้าของ
2.จุดดึงดูดใจ (Attractions)	-วัฒนธรรมและธรรมชาติที่เป็นธุรกิจ สำหรับนักท่องเที่ยว	-วัฒนธรรมและธรรมชาติที่อนุรักษ์ ไว้สำหรับท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว
3.การตลาด (Marketing)	-ตลาดขนาดใหญ่ -เป็นฤดูกาลหมุนเวียน -ตลาดถูกรอบงำโดยบริษัท	-ตลาดขนาดเล็ก -มีตลอดปี -การตลาดนำโดยท้องถิ่น
4.ผลกระทบทาง เศรษฐกิจ (Economic impact)	-ไม่เชื่อมโยงกับคนท้องถิ่น -มีการรั่วไหลของเศรษฐกิจสูง	-เป็นธุรกิจเชื่อมโยงกับท้องถิ่น -มีการรั่วไหลของเศรษฐกิจต่ำ
5.กฎระเบียบ (Regulation)	-ท้องถิ่นไม่มีส่วนร่วมในการควบคุม -มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวก่อน มีการวางแผนการท่องเที่ยว -เศรษฐกิจเป็นแรงจูงใจ -ไม่มีแผนของการพัฒนาและการ ท่องเที่ยว (No Carrying Capacity)	-ควบคุมโดยท้องถิ่น -มีการวางแผนการท่องเที่ยวก่อนมี การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว -เศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมเป็น แรงจูงใจ -มีแผนของการพัฒนาและการ ท่องเที่ยว (Carrying Capacity)

ที่มา : นำชัย ทนุผล , “ เอกสารประกอบการบรรยายการฝึกอบรมหลักสูตรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
เชิงนิเวศ ”,2540.

เสรี พงศ์พิศ (2547:89) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมายถึงการท่องเที่ยวที่ไปเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ธรรมชาติ อันเป็นที่อาศัยของสิ่งมีชีวิต และไม่มีชีวิตที่อยู่ร่วมกันและสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ การจัดการท่องเที่ยวในที่เหล่านี้จึงต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์สภาพหรือระบบชีวิตหรือระบบนิเวศไม่ให้เกิดการกระทบกระเทือนจนเสียความสมดุลและเสื่อมสลายไป

ภราเดช พัทฒวิเชียร (2545) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง

- 1.การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงธรรมชาติ
- 2.มีการให้ความรู้และสื่อความหมาย
- 3.เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเล็ก
- 4.ลดผลกระทบที่เกิดกับธรรมชาติ
- 5.ก่อประโยชน์แก่ท้องถิ่น
- 6.กระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์

ราฟ บุกเลย์ (Raff Buckley) (อ้างถึงใน มิสรา สามารถ 2543:24) แห่ง International Centre of Ecotourism Research of Griffith University ประเทศออสเตรเลีย นิยามว่า คือ การท่องเที่ยวที่ถูกจัดการดูแลอย่างยั่งยืน อยู่บนพื้นฐานของธรรมชาติ มีการศึกษาเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม และ/หรือสิ่งแวดล้อมเอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์และสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

เบน โบเออร์ (Ben Boer) (อ้างถึงใน มิสรา สามารถ 2543:24) แห่ง Australia Centre for Environmental Law of University of Sydney นิยามว่า คือการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของธรรมชาติที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรียนรู้และแจกแจงตีความของสิ่งแวดล้อมในธรรมชาติและได้ถูกวางแผนเพื่อให้เกิดความยั่งยืนทางนิเวศวิทยา

คาสตาส คริสต์ (Castas Christ) (อ้างถึงใน มิสรา สามารถ 2543:24) แห่ง Ecotourism Society แห่งสหรัฐอเมริกาว่า คือการท่องเที่ยวแบบรับผิดชอบซึ่งจะช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมและยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนท้องถิ่น

จากที่กล่าวมาข้างต้นสรุปได้ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่คำนึงถึงระบบนิเวศและสภาพแวดล้อม ที่ควบคู่ไปกับการได้รับความรู้ในคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

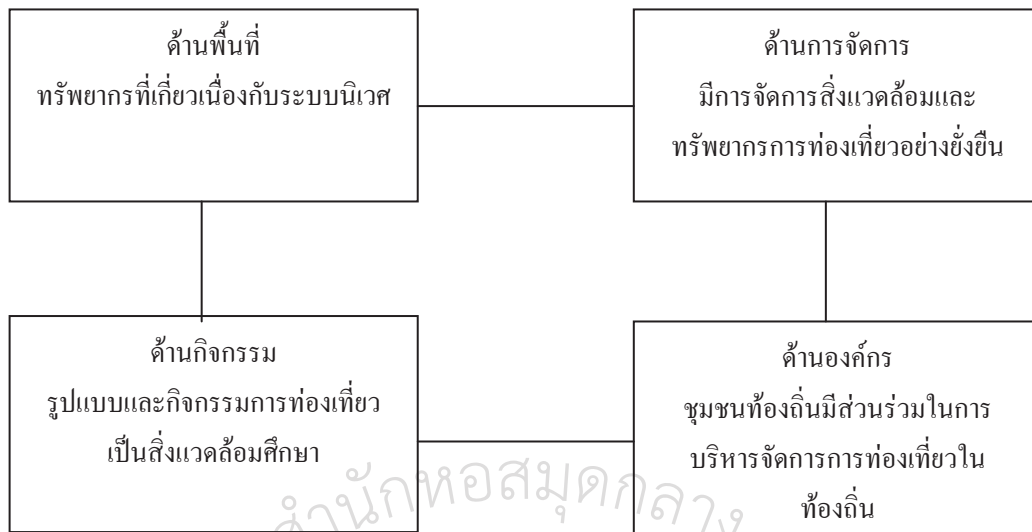
องค์ประกอบหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมี 4 ประการ คือ

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity or Authentic or Endemic or Unique) ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ (Eco-system) ในพื้นที่นั้นๆ ดังนั้นองค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ (Nature - based tourism)

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible travel) โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืนครอบคลุมไปถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainably managed tourism) เพื่อให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อ (Responsible travel) ที่ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental education-based tourism)

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่น (Involvement of local community or People participation) ที่มีส่วนร่วมในการคิด วางแผน ปฏิบัติตามแผน ได้รับประโยชน์ ติดตามตรวจสอบตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว อันจะก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิตและการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย จนในที่สุดท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี่เริ่มต้นจากระดับรากหญ้า (Grass root) จนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่นและอาจรวมไปถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน (Community participation-based tourism)



แผนภูมิที่ 6 องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับโฮมสเตย์(กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2544),3.

องค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542:3-3-3-14, อ้างถึงใน สมชาย เดชะพรหมพันธุ์ 2545:11) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นเอกลักษณ์ไว้ดังนี้

พิจารณาจากความสำคัญของระบบนิเวศ ความสมบูรณ์ ความหลากหลาย ลักษณะที่หายาก และความสัมพันธ์ที่เป็นระบบในพื้นที่

ความโดดเด่นด้านกายภาพ คือ มีความโดดเด่นมาก (มีลักษณะเป็นสัญลักษณ์ชัดเจนมีความแปลกแตกต่างจากทั่วไป) หรือมีความโดดเด่นลดลงตามลำดับ

สภาพที่มีความสวยงามของธรรมชาติ (ทัศนียภาพและองค์ประกอบ) ว่ามีระดับของความงามมากเป็นที่ประทับใจของผู้พบเห็นอย่างไร โดยสรุปแล้วมีความดึงดูดใจมากน้อยแค่ไหน ทั้งนี้รวมถึงความเหมาะสมในการจัดกิจกรรมเชิงนิเวศมีอย่างไร

มีองค์ประกอบทางด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม (ด้านนามธรรม ประวัติศาสตร์ ความเป็นมาที่สำคัญ ด้านวัตถุธรรม ด้านรูปแบบและกิจกรรม ที่มีลักษณะดั้งเดิมของวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ) ที่ผสมผสานหรือเพิ่มความดึงดูดใจมากน้อยอย่างไร

การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มุ่งให้ความรู้ และเพิ่มประสบการณ์ต่อนักท่องเที่ยว มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งหลักเกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะประกอบด้วยข้อกำหนดต่างๆ ตามเกณฑ์ที่กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมไทยการท่องเที่ยวอนุรักษ์และผจญภัย กำหนดขึ้น ดังนี้

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์
2. หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรมจะต้องเป็นที่พักแรมระดับการรักษาสิ่งแวดล้อม
3. มีมีคฤหาสน์ที่ท้องถิ่นที่มีความรอบรู้
4. มีความพร้อมในด้านของการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติ ภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น เคนเตอร์ให้บริการข่าวสาร มุมจัดนิทรรศการ มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ห้องสุขา การจัดการในลักษณะเจ้าของบ้านที่ดี มีความปลอดภัย
5. มีการบริหารจัดการพื้นที่ ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น องค์กรภาครัฐบาล องค์กรเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรบริหารท้องถิ่น (เทศบาล และอบต.)
6. ป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นระยะๆ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
7. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ทั้งเส้นทางไปและกลับทางเดิม เส้นทางแบบทางรอบหรือวงกลม ระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตรเป็นต้นไป
8. มีแผนที่และคู่มือนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมาย เพื่อให้ความรู้ต่อนักท่องเที่ยว
9. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวัน
10. มีแผนพัฒนาบุคลากร และการบริการขึ้นสู่ระดับมาตรฐานสากล
11. มีแผนพัฒนาพื้นที่มีนโยบายต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชัดเจน เช่น การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสีย การจัดการป้องกันมลพิษต่างๆ (อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ 2548:83-85)

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อบริการให้นักท่องเที่ยว เดินทางสะดวก ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ โดยที่แหล่งท่องเที่ยวจะต้องมีคุณภาพมีมาตรฐานในระดับสากลเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เน้นผู้มีส่วนร่วมรับผิดชอบ ในการจัดการท่องเที่ยวต้องดำเนินการวางแผนพัฒนา จัดทำแผนงานและแผนปฏิบัติ เพื่อการดำเนินงานตามขั้นตอน ดังนี้

1. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องมีการวางแผนปรับปรุงพัฒนาคุณภาพระหว่างผู้ประกอบการ ภาครัฐบาล องค์กรพัฒนาเอกชนกับประชาชนท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดำเนินการอย่างเสมอภาคกัน

2. การให้การศึกษาเรื่องการจัดการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ศึกษาต่อประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับ ให้มีการเรียนรู้เพิ่มพูนประสบการณ์ รู้วิธีการบริการ การฝึกอบรม/ดูงาน ให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ทันเหตุการณ์เสมอ

3. การกำจัดของเสีย จะต้องมึระบบการกำจัดน้ำที่มีประสิทธิภาพ การบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งตามธรรมชาติ การกำจัดขยะและปฏิกูล ถือหลักใช้แล้วใช้ซ้ำ และเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์อีก (Reused/Recycle) สำหรับของเสียจากห้องสุขา อาจใช้ระบบการทำแก๊สมูลชีวภาพ (Biogass)

4. การศึกษาวิเคราะห์ความอ่อนไหวของระบบนิเวศ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติและมรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดีโบราณสถานต่างๆ แม้เป็นเพียงเนินดินร้าง ย่อมสะท้อนอดีตกาลที่ทรงคุณค่า ซึ่งสามารถศึกษาค้นคว้าถึงลักษณะการตั้งถิ่นฐานชุมชนโบราณได้

5. ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ควรสร้างห้องสุขาบริการตามระยะทางเดินห่างกันอย่างน้อย 3 กิโลเมตรต่อหนึ่งห้อง ห้องสุขาต้องสะอาด คิดค่าบริการเพื่อเป็นค่าการจัดจ้างแรงงานดูแล

6. การเดินทางเข้าชมสะดวก ทางเดินในแหล่งธรรมชาติที่เปราะบาง ควรทำทางเดินข้าม (Board Walk) คำนึงถึงความปลอดภัยมีระบบการสื่อความหมายที่ดี (แม้เดินเที่ยวคนเดียวก็ได้) รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเมื่อมีเหตุฉุกเฉิน ป้ายชี้ทางป้ายสื่อความหมาย ควรออกแบบใช้ได้ทนทาน

7. การรักษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยว รักษาไว้ให้มีสภาพดั้งเดิมมากที่สุด และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี (สะอาด) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

8. การตรวจสอบผลกระทบ การประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว จะต้องกำหนดสถานภาพให้เหมาะสม โดยหารายละเอียด รวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในที่แห่งนั้นว่าควรอยู่ในระดับไหน หากความสมดุลระหว่างความสามารถรองรับของพื้นที่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการยอมรับของชุมชนท้องถิ่นต่อการพัฒนา รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลจะต้องมีความสัมพันธ์กัน เป้าหมายของการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องจากฝ่ายบริหารทุกระดับ การจัดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการลงทุน ต้นทุนของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมด้วย

9. การจัดการ การบริการ ควรคำนึงถึงระดับมาตรฐานสากล ปัจจุบัน คือ ISO 900 / ISO 14000 / ISO 18000 ด้วย

10. การศึกษาและสำรวจแหล่งพลังงาน เพื่อนำมาใช้ก่อประโยชน์มากที่สุด อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานกระแสมลม พลังงานความร้อนใต้พิภพ ควรใช้พลังงานจากธรรมชาติมากที่สุด หลีกเลี่ยงการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลให้ได้อย่างคุ้มค่า หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องปรับอากาศมากที่สุด

11. การจัดการสาธารณสุขปศุสัตว์พื้นฐานต้องคำนึงถึงขีดความสามารถขอบเขตในการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว(จำนวนนักท่องเที่ยว) โดยใช้หลักการสภาพแวดล้อม ขีดความสามารถการรองรับทางกายภาพ (Physical Carrying Capacity) และขีดความสามารถการรองรับทางสภาพแวดล้อม (Environmental Carrying Capacity) อาทิ น้ำประปา ไฟฟ้า ขยะมูลฝอย ต้องมีแผนการจัดการอย่างดีเพียงพอต่อการใช้

12. การออกแบบสิ่งก่อสร้างสิ่งบริการอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว (ที่จอดรถ ที่พัก การเดินทาง ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้องสุขา) ต้องกลมกลืนกับธรรมชาติสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นไม่เป็นสิ่งแปลกปลอมเข้าไป อนึ่ง การก่อสร้างควรคำนึงถึงความสะดวกของคนพิการด้วย ควรหลีกเลี่ยงสิ่งต่างๆ เช่น การตัดต้นไม้เป็นสำคัญ ต้องคำนึงถึงกระแสจราจรไม่ก่อให้เกิดการพังทลายและไม่กีดขวางเส้นทางเดินของสัตว์ป่า

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

1. จัดให้มีเครือข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อให้เกิดการประสานงานด้านข้อมูลข่าวสาร และการจัดการร่วมกันทุกระดับ

2. การควบคุม ดูแล รักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด โดยเน้นการแนะนำคัดเตือนและการสร้างวินัยการท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วยกัน

3. การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของประชาชน และองค์กรท้องถิ่น ในการจัดการทรัพยากร การบริหาร การแลกเปลี่ยนความรู้และวัฒนธรรมของชุมชนในกระบวนการท่องเที่ยว รวมทั้งการมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนา หรือให้ประชาชนมีตัวแทนเป็นคณะกรรมการร่วมในทุกระดับ

4. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงการพัฒนาด้านการให้การศึกษา การสร้างจิตสำนึกที่ดีในการรักษาระบบนิเวศร่วมกัน มากกว่าการมุ่งเน้นความเจริญทางเศรษฐกิจ และรายได้เพียงอย่างเดียว

5. จัดทำแนวทางปฏิบัติ หรือคู่มือการจัดการ (Code of Conduct) แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างถูกต้อง

6. ต้องมีการศึกษา วิจัย และติดตามประเมินผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดแนวทางการจัดการ การแก้ไขปัญหา และการปรับปรุงแผนอย่างเป็นขั้นตอน

7. การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงศักยภาพของทรัพยากรที่มีอยู่ มีการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่ และปรับปรุงให้เหมาะสมกับรูปแบบ หรือกิจกรรมเดิมที่มีอยู่โดยหลีกเลี่ยงความขัดแย้งอย่างรุนแรงต่อการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น

8. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องมีการควบคุมดูแลรักษา และจัดการทรัพยากรให้คงสภาพเดิมไว้มากที่สุด หลีกเลี่ยงหรือลดเว้นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่อ่อนไหวง่ายต่อการถูกรบกวนและฟื้นตัวได้ยาก (อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ 2548:107-108)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นที่สามารถใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่มาจัดการท่องเที่ยวและนำผลตอบแทนที่ได้กลับมาพัฒนาท้องถิ่นและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้คงอยู่ เพื่อรักษาองค์ประกอบหากการท่องเที่ยวใดมีองค์ประกอบที่สมบูรณ์ตามลักษณะดังกล่าวข้างต้น จัดได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สมบูรณ์ หากขาดหรือปราศจากข้อใดข้อหนึ่งไป ความสมบูรณ์จะลดน้อยลงจนอาจกลายเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ

นโยบายการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. ส่งเสริมและพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งด้านธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นให้เกิดคุณภาพ มีระบบการสื่อความหมายที่ดี และคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว

2. ประสานงานให้เกิดความร่วมมือระหว่างทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง มุ่งเน้นที่การสร้างความรู้ รับผิดชอบต่อระบบนิเวศ โดยต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายหรือไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรม

3. สร้างสำนึกด้านการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดวิถีทางแห่งการอนุรักษ์ การคืนประโยชน์สู่ระบบนิเวศ

4. ดำเนินการให้มีการวางแผนและปรับปรุงพัฒนากฎระเบียบ องค์การการจัดการด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้มีประสิทธิภาพ เกิดการประสานงานและเกื้อหนุนซึ่งกันและกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนท้องถิ่น

5. ส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

พรรณิพา วีระเมธีวงศ์ (2546:17-18) กล่าวว่าในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์นั้นเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว ในด้านระบบนิเวศของทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยธรรมชาติ ป่าไม้และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตลอดจนคุณค่า ความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม ฯลฯ ของชุมชนนั้นๆ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบนิเวศของ

สิ่งแวดล้อม หรือต่อสังคมหรือต่อชุมชนนั้น สามารถจำแนกองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว
แนวอนุรักษ์ 5 ประการ

1. ต้องมีผลกระทบน้อยที่สุด ต่อทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจน
ขนบธรรมเนียม และประเพณีของคนในท้องถิ่น
2. ต้องให้ความรู้และความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบของสื่อต่างๆ ตลอดจนการอธิบาย
การตีความ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวมีความรู้ความเข้าใจ ได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้ง
สร้างจิตสำนึกในด้านการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและให้มีความตระหนักถึงคุณค่า หรือ
คุณประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งวัฒนธรรม ความเชื่อ ค่านิยม ฯลฯ ของชุมชนนั้นๆ จน
นักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังช่วยป้องกันและช่วยกันลดผลกระทบในด้านต่างๆ ที่อาจจะมีต่อ
ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมหรือต่อวิถีชีวิตของชุมชนนั้นๆ
3. ต้องให้ผลประโยชน์แก่ชาวบ้านในท้องถิ่น ในการจ้างงานทั้งโดยทางตรงและทางอ้อม
เช่น การบริการการจัดนำเที่ยว การให้บริการนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ การขายอาหาร การขายของที่ระลึก ฯลฯ เป็นต้น
4. ต้องให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผน การตัดสินใจในการจัดการและ
การพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ท้องถิ่นของเขา ซึ่งจะช่วยให้ชาวบ้านในท้องถิ่นเกิดความภูมิใจ มี
ความรู้สึกเป็นเจ้าของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ธรรมชาติ สังคมและชุมชนนั้นๆ แล้ว
ผนึกกำลังร่วมแรงร่วมใจช่วยกันพัฒนาและอนุรักษ์ทรัพยากรนั้นไว้อย่างยั่งยืน
5. ต้องให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ การสร้างสรรค์ให้เกิดประสบการณ์และความพึงพอใจใน
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แก่นักท่องเที่ยว จะมีผลต่อการที่ชุมชนจะได้รับผลประโยชน์จาก
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไปในระยะยาวอย่างยั่งยืน และอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นข้อมูลข่าวสาร
ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วนและ
สมบูรณ์ ต้องมีการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวดโดยประสบการณ์ ในการ
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวจะต้องเท่ากับหรือมากกว่าความ
คาดหวังของนักท่องเที่ยวเพื่อให้เขาเกิดความพึงพอใจ โดยจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพ
ของการให้บริการและให้ความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวเป็นอันดับสองรองจากการมุ่งอนุรักษ์
ดูแลและป้องกันแหล่งท่องเที่ยวที่พานักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชม

วัตถุประสงค์ของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. เพื่อให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยพัฒนาไปสู่ทิศทางแบบยั่งยืน
2. เพื่อกระตุ้นให้เกิดการสร้างจิตสำนึก(Awareness) และความเข้าใจ (Understanding) ที่ถูกต้องต่อการท่องเที่ยวอย่างได้ความรู้และมีความรับผิดชอบ
3. เพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพที่ดีของแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นที่แหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. แนวทางการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม
 - 1.1 พิจารณาการจัดการแบบแบ่งเขตภายในแหล่งท่องเที่ยวและเขตอนุรักษ์ ทั้งนี้ โดยดำเนินการตามแผนการจัดการ (Management Plan) ที่จัดทำขึ้น
 - 1.2 พิจารณามาตรการจำกัดนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ที่เปราะบางให้เข้มงวดและจริงจัง
 - 1.3 กำหนดบทบาทของ ททท. ให้ชัดเจนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตอนุรักษ์และเปราะบาง
 - 1.4 พิจารณาข้อกำหนด/วินัยของนักท่องเที่ยว
2. แนวทางการสื่อความหมาย บริการความรู้
 - 2.1 จัดทำสื่อประกอบการท่องเที่ยวทั้งในแง่ธรรมชาติและวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์
 - 2.2 พิจารณาสับสนับสนุนงบประมาณการจัดทำสื่อให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
 - 2.3 พิจารณาส่งเสริมบุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้ ให้เป็นมัคคุเทศก์เฉพาะทางที่มีคุณภาพ และถูกกฎหมาย พร้อมทั้งพัฒนาหลักสูตรมัคคุเทศก์ให้กับทิศทางการพัฒนา
3. แนวทางการส่งเสริมให้ประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับประโยชน์
 - 3.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการให้การศึกษาและเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจ ในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในสื่อต่างๆ ทั้งในระบบและนอกระบบแก่เยาวชน ประชาชน หรือผู้นำท้องถิ่น
 - 3.2 ส่งเสริมให้ธุรกิจท่องเที่ยวในท้องถิ่นรวมตัวกันเป็นชมรมองค์กรหรือสหกรณ์เพื่อร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาอนุรักษ์ และเพื่อความเข้มแข็ง มีอำนาจต่อรองทางการตลาด อันจะทำให้ธุรกิจของท้องถิ่นสามารถดำรงอยู่ได้ในเชิงธุรกิจ โดยให้องค์กรพัฒนาเอกชนและนักวิชาการได้เข้ามามีส่วนร่วมเป็นที่ปรึกษา แนะนำการจัดการ

3.3 ในกรดำเนินการใดๆ ควรพิจารณาถึงทรัพยากรท้องถิ่นเป็นอันดับแรก ไม่ว่าจะเป็นบุคลากร วัสดุ อุปกรณ์ ปัญหาท้องถิ่น และเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

1. กำหนดมาตรฐานการให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ ดำเนินถึงผลกระทบทางวัฒนธรรม เช่น ไม่สร้างความแปลกแยกทางวัฒนธรรม แต่ควรปฏิบัติตนให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น(ไม่รุกรานสิทธิส่วนตัว หรือแสดงอาการดูถูก ดูหมิ่น ประชาชนท้องถิ่น หรือมองว่าเป็นตัวแปลกประหลาด แต่ควรมีเกียรติ สุภาพ ยึดหลักความเท่าเทียมกันและสิทธิมนุษยชน)
2. การเปลี่ยนแปลงใด ๆ ควรคำนึงถึงผลกระทบต่อชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานจากการศึกษาอย่างถ่องแท้ และให้ความเคารพวัฒนธรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. การนำเสนอวัฒนธรรมดั้งเดิมให้นักท่องเที่ยวชม ควรคำนึงถึงความถูกต้องทางวิชาการ ความเห็นชอบของชุมชนท้องถิ่น และข้อจำกัดในวัฒนธรรมและพิธีการต่างๆ ไม่ควรเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมหรือพิธีกรรม เพราะเพียงคำนึงถึงทิศทางการตลาด หรือเอาใจนักท่องเที่ยว

แนวทางการตลาด

1. ส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในหมู่เยาวชนและนักท่องเที่ยวทั่วไป ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ
2. กำหนดมาตรฐานของการจัดนำเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ให้ชัดเจน โดยเน้นที่คุณภาพของนักท่องเที่ยวมากกว่าปริมาณ
3. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
4. ส่งเสริมสนับสนุน และอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมนานาชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
5. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์อุปกรณ์ โสตทัศนูปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2539)

ดังที่กล่าวมานั้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ที่ทุกฝ่ายมีส่วนเกี่ยวข้องรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ ระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น ตลอดจนร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว ก่อให้เกิดผลประโยชน์ในท้องถิ่น ทั้งกระจายรายได้ ยกกระดับคุณภาพชีวิตและในที่สุดท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ที่ชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ในระยะยาวอย่างยั่งยืน

2.8 แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism) คือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน (โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ, 2540)

องค์ประกอบของการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยวโดยชุมชน มีอยู่ 4 ด้าน กล่าวคือ

1. ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
2. องค์กรชุมชน
3. การจัดการ
4. การเรียนรู้

ประเด็นสำคัญของแต่ละองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่

1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม
 - 1.1 ชุมชนมีฐานทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ และมีวิธีการผลิตที่พึ่งพาและใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน
 - 1.2 ชุมชนมีวัฒนธรรมประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่
2. ด้านองค์กรชุมชน
 - 2.1 ชุมชนมีระบบสังคมที่เข้าใจกัน
 - 2.2 มีปราชญ์ หรือผู้มีความรู้ และทักษะในเรื่องต่าง ๆ หลากหลาย
 - 2.3 ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและเข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา
3. ด้านการจัดการ
 - 3.1 มีกฎ กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว
 - 3.2 มีองค์กรหรือกลไกในการทำงานเพื่อจัดการการท่องเที่ยว และสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนโดยรวมได้
 - 3.3 มีการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม
 - 3.4 มีกองทุนที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนด้านการเรียนรู้
 - 3.5 ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง
 - 3.6 มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

3.7 สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

4. ด้านการเรียนรู้

4.1 ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างการรับรู้ และความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง

4.2 มีระบบจัดการให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ระหว่างชาวบ้านกับผู้มาเยือน

4.3 สร้างจิตสำนึกเรื่องการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมทั้งในส่วนของชาวบ้านและผู้มาเยือน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน กับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม

การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวม เนื่องจากทรัพยากรการท่องเที่ยว กับทรัพยากรที่ชุมชนใช้เป็นฐานการผลิตเป็นทรัพยากรเดียวกัน วัฒนธรรมและสังคมเป็นตัวขับเคลื่อนเรื่องจิตวิญญาณของชุมชน ในการสร้างสัมพันธ์กันภายในชุมชนและการสัมพันธ์ภายนอก ควรจะเชื่อมโยงให้เห็นการท่องเที่ยวกับการพัฒนาชุมชนอย่างเป็นองค์รวมความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น

Ecotourism (อีโคทัวร์ริซึม) ภาษาราชการเรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” แต่หลายชุมชนหรือหลายองค์กรเรียก “การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์” ซึ่งความแตกต่างของอีโคทัวร์ริซึม กับการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชน เน้นที่ชุมชนเป็นศูนย์กลางในการทำงาน แต่อีโคทัวร์ริซึม ธรรมชาติเป็นศูนย์กลาง ชุมชนเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่ง

โฮมสเตย์ (Homestay) ภาษาราชการเรียกว่า “ที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท” มีความแตกต่างจาก CBT คือเน้นบ้านเป็นศูนย์กลาง แต่ CBT ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการบริหารจัดการที่ชัดเจนในรูปองค์กรชุมชน

การท่องเที่ยว : เครื่องมือในการพัฒนาชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเครื่องมือสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชนบท ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว

ในขณะเดียวกันในภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้เข้าไปมีบทบาทในการสร้างคุณภาพใหม่ของการท่องเที่ยวให้มีความหมายมากกว่าการพักผ่อน ความสนุกสนาน และความบันเทิง หากได้เปิดมิติของการท่องเที่ยวเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และเคารพคนในท้องถิ่น

หลักการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนมีหลักการ ดังนี้

1. ชุมชนเป็นเจ้าของ
2. ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางและตัดสินใจ
3. ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง
4. ยกย่องคุณภาพชีวิต
5. มีความยั่งยืนทางด้านสิ่งแวดล้อม
6. คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น
7. ก่อให้เกิดการเรียนรู้ระหว่างคนต่างวัฒนธรรม
8. เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์
9. เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น
10. มีการกระจายรายได้สู่สาธารณประโยชน์ของชุมชน

การที่จะให้ชุมชนดำเนินการท่องเที่ยวตามหลักการดังกล่าวข้างต้น มีความจำเป็นที่จะต้องเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนในการจัดการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันก็ต้องรณรงค์กับคนในสังคมให้เห็นความแตกต่างของการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับการท่องเที่ยวทั่วไป กระตุ้นให้คนในสังคมเห็นความสำคัญและเป็นนักท่องเที่ยวที่สนใจการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของบ้านกับผู้มาเยือน นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มการรับรู้และความเข้าใจในบทบาทของชุมชนท้องถิ่นต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและเป็นการกำลังใจหรือสนับสนุนให้เกิดความต่อเนื่องในการทำงานอนุรักษ์ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวโดยชุมชนไม่ได้เกิดจากการตอบคำถามว่า ชุมชนจะได้ประโยชน์อย่างไรจากการท่องเที่ยว? แต่เป็นการสร้างโจทย์ใหม่ว่า การท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาชุมชนได้อย่างไร?

ความสัมพันธ์ของชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540 : 3-50) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ของชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมี 2 ลักษณะ

1. ประโยชน์ที่ชุมชนได้รับ ซึ่งมีอยู่ 2 ทาง คือ

1.1 ทางเศรษฐกิจ ได้แก่

เกิดการสร้างงานเกิดขึ้นใหม่สืบเนื่องจากการท่องเที่ยว

เกิดการพัฒนาอาชีพที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการให้บริการเพิ่มขึ้น
 เกิดระบบตลาดเพื่อการจัดหาเครื่องอุปโภคบริโภคที่เป็นปัจจัยต่อการท่องเที่ยว
 เกิดระบบการผลิตวัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อป้อนระบบตลาดที่เกิดขึ้น
 มีรายได้จากแหล่งรายได้ใหม่
 ครอบครัวยุคใหม่มีรายได้เพิ่มขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อม

1.2 ทางสังคม ได้แก่

การพัฒนาด้านการสร้างสรรค์
 การติดต่อทางสังคมที่มีรูปแบบมากขึ้น
 เกิดสัญญาทางสังคมอันเนื่องมาจากการตกลงในสิทธิ หน้าที่ และความรับผิดชอบ
 ร่วมกันของสมาชิกในสังคม

การพัฒนาระบบสาธารณูปโภค
 การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาตนเอง
 การพัฒนาด้านสาธารณสุข
 ความเอาใจใส่ต่อบริการทางสังคมของชุมชนดีขึ้น

2. ผลกระทบทางลบที่เกิดขึ้นกับชุมชน

เกิดการขยายตัวของชุมชน และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารหากไม่มี
 การจัดการที่ดี
 วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชน ถูกกลืนหรือเปลี่ยนไปตามอิทธิพลของ
 วัฒนธรรมภายนอกที่เข้ามาสู่ชุมชน

ดังนั้นการสร้างโอกาส และประโยชน์ในการปรับตัวต่อการพัฒนาที่เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่นได้
 อย่างแท้จริง จะช่วยลดผลกระทบในทางลบที่เกิดขึ้นกับชุมชนได้บ้าง ด้วยเหตุนี้การมีส่วนร่วมของ
 ชุมชนท้องถิ่นจึงเป็นเป้าหมายสำคัญของกระบวนการท่องเที่ยวแนวใหม่ อันเป็นพื้นฐานของการ
 พัฒนาที่ยั่งยืนในองค์รวมของระบบ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วม
 ของชุมชนอย่างมากอยู่แล้ว เพราะชุมชนสามารถเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ
 และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องได้อย่างดี กล่าวคือ

เชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐ ในฐานะผู้รับนโยบายในเบื้องต้น และมีส่วนผลักดันในระยะยาวในฐานะผู้ใช้ และดำเนินงานตามแผนงาน และแผนปฏิบัติการต่างๆ

เชื่อมโยงกับหน่วยงานภาคเอกชนในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของฐานรองรับการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยเอกชน เช่น ร่วมพัฒนาที่พักแรม ร้านค้า การนำเสนอศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ต้องตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีกิจกรรมในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์โดยไม่เบียดบังทำลายทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลท้องถิ่น การเตรียมการจัดการ การวางแผน การควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ การมีส่วนร่วมในบริการ และการได้รับประโยชน์จากการบริการ

การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน

หลักการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ในการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนนั้นจะต้องมีการคำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการพัฒนา และวัตถุประสงค์นั้นจะต้องมีความสอดคล้องและเกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ทุกฝ่าย ดังนั้นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนจะต้องมีการคำนึงถึงผู้เกี่ยวข้องในทุกฝ่าย ซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยว ประชากรในชุมชน ผู้รับผิดชอบและดำเนินการพัฒนา ซึ่งทั้ง 3 ฝ่ายนี้ ต่างมองหรือคาดหวังผลที่จะได้แตกต่างกันไปคือ

สิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังจะได้เห็น ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่าง ๆ ของประเทศ ในลักษณะที่แปลกไปจากที่เคยพบเห็น อัน ได้แก่ เอกลักษณ์ของพื้นที่ถิ่น วิถีทางการดำเนินชีวิตของคนพื้นที่นั้น และการได้มีส่วนได้สัมผัสกับประชากรที่เป็นเจ้าของพื้นที่ ตลอดจนความสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความร่มรื่นของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวของท้องถิ่นนั้น

สิ่งที่ชุมชนท้องถิ่นคาดหวัง ประชากรที่อาศัยอยู่ในแต่ละชุมชนท้องถิ่นอาจมีความคาดหวังและค่านิยมที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวเล็กน้อยหรือตรงกันข้าม ทั้งนี้ประชาชนในท้องถิ่นอาจมีแนวโน้มต้องการเห็นความเปลี่ยนแปลง ไม่จำเจเหมือนของเดิม ต้องการการพัฒนาที่ทันสมัยไปจากเดิม แต่อย่างไรก็ตามสิ่งที่ประชากรในชุมชนคาดหวังจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวก็คือ การที่ได้มีที่พักผ่อนหย่อนใจเพิ่มขึ้น ได้อยู่อาศัย และดำเนินชีวิตในสิ่งแวดล้อมที่ดี มีความรื่นรมย์ และสร้างความปีติมากขึ้นกว่าเดิม เกิดความภาคภูมิใจต่อชุมชนของตนเองยิ่งขึ้น และได้รับประโยชน์อื่นร่วมกับนักท่องเที่ยว เช่น ความสะดวกในการเดินทางมากขึ้น

สิ่งที่ผู้รับผิดชอบและดำเนินการพัฒนาคาดหวัง ก็คือ การใช้งบประมาณน้อยหรือสามารถแบ่งโครงการพัฒนาออกเป็นขั้นตอนได้โดยง่าย โดยทั้งนี้จะต้องเป็นโครงการพัฒนาที่ไม่ขัดแย้งกับหน่วยงานอื่นหรือประชาชนในท้องถิ่น คือเป็นโครงการที่ได้รับความเห็นชอบ ได้รับความร่วมมือจากประชาชนส่วนใหญ่ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งเป็นโครงการที่จะได้รับผลตอบแทน หรือมีผลกระทบต่อสังคมในทางบวกสูง และเร่งส่งเสริมสนับสนุนการอนุรักษ์ทรัพยากร และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมของประเทศหรือท้องถิ่น

แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

จากหลักการที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าแนวทางในการพัฒนาจะต้องมีความสอดคล้องกับความหวังของทั้ง 3 ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง และในขณะเดียวกันต้องเป็นไปตามหลักวิชาการ ดังนั้น ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาจะต้องมีการพิจารณา และตรวจสอบปัจจัยสำคัญต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ

จะดำเนินการพัฒนาอะไร
การบ่งชี้ปัญหาของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
จะดำเนินการพัฒนาอย่างไร
การจัดลำดับความสำคัญ และขั้นตอนในการพัฒนา
งบประมาณในการพัฒนา

กระบวนการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับกระบวนการในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชน อาจแบ่งเป็นลำดับขั้นตอนออกได้เป็น

ขั้นตระหนักและรับรู้ถึงปัญหา ซึ่งเกิดจากแรงกระตุ้นภายนอก ได้แก่ ผลกระทบโดยตรงจากปัญหาของแหล่งท่องเที่ยว เสียงเรียกร้องของประชาชนในชุมชน จากนักท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งแรงกระตุ้นเหล่านี้จะทำให้ผู้เกี่ยวข้องรับรู้ถึงปัญหาและมีความมุ่งมั่นที่จะเข้าไปแก้ไขปัญหา

ขั้นการเรียนรู้ ซึ่งหมายถึงการศึกษาถึงหลักการ และแนวทางการพัฒนาต่าง ๆ ของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างถูกหลักการ

ขั้นสำรวจพื้นที่ เพื่อทำความเข้าใจพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวของชุมชนอย่างละเอียด ทั้งนี้เพื่อนำมาวิเคราะห์ และแจกแจงสภาพของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็นส่วน ๆ อย่างเป็นระบบ ซึ่งงานในขั้นนี้ได้แก่ การรวบรวมแผนที่ที่เกี่ยวข้อง การจัดเก็บข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็น รวมทั้งการสำรวจ

ภาคสนาม ทำการบันทึกข้อมูล ข้อสังเกตต่าง ๆ ที่พบเห็นได้ไว้เป็นลายลักษณ์อักษร พร้อมทั้งการถ่ายภาพไว้โดยตลอด

ขั้นบ่งชี้ปัญหา ซึ่งได้แก่การจำแนกปัญหาออกเป็นกลุ่ม ๆ หรือเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ ปัญหาเรื่องงบประมาณ ปัญหาความเพียงพอ ปัญหาเรื่องตำแหน่งที่ตั้ง ปัญหาเรื่องความงามและความเหมาะสม ปัญหาเรื่องการดูแลรักษา พร้อมทั้งสามารถบอกต้นเหตุแห่งปัญหาว่าเกิดจากอะไรบ้าง โดยทำการบ่งชี้ปัญหาตามองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

ขั้นของการกำหนดวิธีการแก้ปัญหาหรือวิธีพัฒนา ซึ่งได้แก่การวางแผนทางแก้ปัญหาที่เป็นไปได้และมีเหตุผลหลาย ๆ ทางเลือก ซึ่งขั้นตอนนี้จะได้แนวทางแก้ปัญหา หรือวิธีการพัฒนาที่ชัดเจนจับต้องได้ แต่ยังมีหลายทางเลือกอยู่

ขั้นของการประเมิน และเลือกวิธีการแก้ปัญหาด้วยการนำเอาทางเลือกต่าง ๆ มาพิจารณาอย่างละเอียดในแง่มุมต่าง ๆ เช่น ด้านค่าใช้จ่าย ความยากง่ายของการปฏิบัติตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ผลกระทบที่อาจจะมีปัญหา หรือผลที่ได้รับด้านประชาสัมพันธ์ ซึ่งเมื่อนำมาประเมินอย่างละเอียดแล้วก็จะได้ทางเลือกที่ดีที่สุดเพื่อนำมาวางโครงการ

ขั้นของการวางโครงการ ซึ่งได้แก่การนำทางเลือกที่ดีที่สุดมาจัดทำเป็นโครงการการกำหนดงบประมาณ การจัดหาแหล่งเงิน จัดทำขั้นตอนการดำเนินการ ระยะเวลาของโครงการ ตลอดจนแนวทางการพัฒนาที่มีความละเอียดยิ่งขึ้น สำหรับการนำไปบรรจุไว้ในแผนพัฒนารวมของชุมชนท้องถิ่นหรือของจังหวัดต่อไป เมื่อได้รับอนุมัติแผนและโครงการแล้วก็พร้อมที่จะดำเนินการให้เป็นจริงได้

ขั้นของการดำเนินการให้เป็นจริง โดยจะเริ่มต้นด้วยการหาผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางมาเป็นผู้ดำเนินการออกแบบ เพื่อพัฒนาให้เป็นที่มาตามวัตถุประสงค์และแนวทางของโครงการที่ได้วางไว้ โดยผู้ออกแบบจะต้องจัดเตรียมแบบแปลน ข้อกำหนดการก่อสร้าง เอกสารการประมูล ตลอดจนราคากลาง เพื่อให้ชุมชนหรือเมื่อดำเนินการ ซึ่งจะต้องมีการจัดตั้งกรรมการเปิดซองประมูล และกรรมการตรวจสอบการจ้างตามระเบียบ และเมื่อมีการก่อสร้างแล้วเสร็จก็ควรจะได้มีการจัดเตรียมการดูแลรักษาให้มีประสิทธิภาพต่อไป

สำนักกองทุนทรัพยากรกองทุนการวิจัย (สกว.) (สินธุ์ สโรบล, 2546) ได้สรุปประสบการณ์การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนี้

1. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวอันหลากหลายของชุมชน การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของทรัพยากรอันหลากหลาย ตั้งอยู่บนแนวคิดที่เน้นความสำคัญของการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อม อัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีวิถีชีวิตและประเพณีแตกต่างกันออกไป การเคารพต่อความเชื่อ

วัฒนธรรม ประเพณี และพิธีกรรมของชุมชนท้องถิ่น โดยมีจุดมุ่งหมายให้ชุมชนท้องถิ่นมีสำนึกและความภาคภูมิใจ ในอัตลักษณ์และวัฒนธรรมประเพณีของตน สามารถอธิบายให้คนนอกหรือนักท่องเที่ยวได้รับรู้ และเข้าใจว่ามีความสวยงามและมีคุณค่าอย่างไร อันรวมไปถึงพัฒนาการของวัฒนธรรม ประเพณี ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ซึ่งกันและกัน

2 .การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของการจัดการการพิจารณาในประเด็นที่เน้นการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนเงื่อนไขของการจัดการที่มีความรับผิดชอบผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม รวมทั้งมีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขตโดยเน้นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ภายใต้เงื่อนไขของความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่น กับธรรมชาติในฐานะเป็นวิถีชีวิตที่เกื้อกูลในระบบนิเวศเดียวกัน ซึ่งไม่อาจแบ่งแยกออกจากกันได้ ภายใต้หลักการที่ว่า ผู้ที่ดูแลรักษาทรัพยากรย่อมสมควรได้รับประโยชน์จากการดูแลรักษา การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการจัดกระบวนการทัศนของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่เน้นปฏิสัมพันธ์ระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับธรรมชาติ ในลักษณะเป็นการเกื้อหนุนกันระหว่างการอนุรักษ์ทรัพยากร การท่องเที่ยวกับการพัฒนาของชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งยิ่งขึ้น รวมทั้งมีความพยายามในการนำเสนอแนวความคิดเกี่ยวกับความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ซึ่งแนวทางดังกล่าวจะเป็นการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวออกไปในวงกว้างไม่เพียงแต่ชุมชนเท่านั้นหากรวมถึงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมด้วยอย่างไรก็ตามความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนขึ้นอยู่กับหลักการสำคัญของการสร้างแรงจูงใจ ให้ผู้เข้าร่วมขบวนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ทำการอนุรักษ์ธรรมชาติแวดล้อมและได้รับประโยชน์โดยตรงจากการกระทำของตนอีกด้วย

3. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทของกระบวนการและกิจกรรมการพิจารณาในประเด็นนี้ เน้นให้มีการสร้างระบบการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยมีมีการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้อง ทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งอาจเรียกได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อมศึกษา ทั้งนี้การท่องเที่ยวอาจสร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกของชุมชนในฐานะ ภายใต้บริบทของสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างต่อเนื่อง มีการสร้างดุลยภาพระหว่างการผลิตในภาคเกษตรกรรมกับการประกอบอาชีพของชาวบ้านที่ผูกโยงกับฐานทรัพยากรของชุมชน รวมทั้งการจรรโลงสร้างสรรค์ความเป็นธรรมภายในสังคม และการรวมตัวกันเพื่อต่อสู้การเอารัดเอาเปรียบของบริษัทนำเที่ยวจากภายนอก

การท่องเที่ยวโดยชุมชนอาจไม่จำกัดอยู่แต่เพียงชุมชนใดชุมชนหนึ่ง หรือหมู่บ้านแห่งใดแห่งหนึ่งอย่างโดด ๆ ได้ แต่อาจมีการรวมตัวกันของชุมชนหลาย ๆ แห่ง สร้างเครือข่ายการจัดการการท่องเที่ยวร่วมกัน เพื่อให้การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีเป้าหมายในการให้การศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ ความประทับใจ สร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องทั้งต่อนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยว องค์กรเครือข่ายที่เกี่ยวข้องในการสร้างกระบวนการเรียนรู้ทางสังคม เพื่อการจัดทรัพยากรของชุมชนท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยว

4. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในบริบทการมีส่วนร่วมของชุมชนการพิจารณาการท่องเที่ยวโดยชุมชนด้านนี้ เป็นการคำนึงถึงความสำคัญในการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ทั้งนี้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น และหมายรวมถึงการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนโดยมีจุดหมายปลายทางในการกลับมาบำรุงดูแลรักษา และจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย

ในทางปฏิบัติ ท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในที่นี้อาจเริ่มต้นจากชุมชนระดับรากหญ้า จนถึงองค์กรการปกครองท้องถิ่นและอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง

5. การท่องเที่ยวโดยชุมชนในมิติของการพัฒนาองค์กรชุมชนการพิจารณาในบริบทนี้เป็นความพยายามจะชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในการพัฒนาองค์กรชุมชนท้องถิ่นควบคู่กับการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติแวดล้อมอย่างยั่งยืนซึ่งชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่กำลังดำเนินอยู่ และกำลังจะดำเนินการต่อไปนั้นเป็นเครื่องมือและกลไกของชุมชนท้องถิ่น ในฐานะที่เป็นกระบวนการแสวงหาทางเลือก เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นโดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัฒนธรรม ประเพณีอันหลากหลายของชุมชน และกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ นอกจากนี้ยังเป็นความพยายามในการอนุรักษ์ฟื้นฟูธรรมชาติแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่น

ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงเป็นส่วนหนึ่งของทางเลือกใหม่ ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นหลากหลายด้าน เช่น เศรษฐกิจของชุมชน การจัดการทรัพยากรของชุมชน ทางเลือกในการประกอบอาชีพ รวมทั้งการสร้างเสริมให้เกิดกระบวนการเรียนรู้อย่างแท้จริงในชุมชนท้องถิ่น

3. ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว

3.1 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้

ความหมายของการรับรู้ (Perception)

สุชา จันท์ธอม (2541 : 128) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่มีระดับตั้งแต่ง่ายที่สุดถึงซับซ้อนที่สุดจนยากแก่การเข้าใจ นักจิตวิทยาได้ให้ความหมายการรับรู้แตกต่างกันออกไป เช่น

1. การรับรู้ คือ การตีความหมายจากการรับสัมผัส ในการรับรู้ นั้น เราไม่เพียงแต่มองเห็น ได้ยินหรือได้กลิ่นเท่านั้น แต่ต้องรับรู้ได้ว่า วัตถุหรือสิ่งที่เรารับรู้ นั้น คือ อะไร มีรูปร่างอย่างไร อยู่ทิศใด ไกลกว่าเรามากน้อยแค่ไหน เป็นต้น ทั้งหมดที่เรายกได้นี้เป็นการใส่ความหมายให้กับสิ่งต่าง ๆ ที่ผ่านเข้ามาในการรับสัมผัส

2. ในแง่ของพฤติกรรม การรับรู้เป็นขบวนการที่เกิดแทรกอยู่ระหว่างสิ่งเร้าและการตอบสนองต่อสิ่งเร้า ดังนี้

แผนภูมิที่ 7 แสดงขบวนการรับรู้



ที่มา: สุชา จันท์ธอม, จิตวิทยาทั่วไป. (กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช, 2541)

ไสว เลี่ยมแก้ว (2548 : 1) กล่าวว่า การรับรู้ คือ การรู้สึกสัมผัสที่ได้รับการตีความให้เกิดความหมายแล้วเช่น ในขณะที่เราอยู่ในภาวะการรับรู้ (Conscious) คือ สติมาตื่นอยู่ในทันใดนั้น เรา รู้สึกได้ยินเสียงดังปึงมาแต่ไกล การรู้สึกสัมผัส (Sensation) แต่ไม่รู้ความหมายคือไม่รู้ว่า เป็นเสียงอะไร จึงยังไม่เกิดการรับรู้ ต่อมาเมื่อมีคนบอกว่าเป็นเสียงระเบิดของยางรถยนต์ เราจึงเกิดการรับรู้ความหมายของการรู้สึกสัมผัสนั้น ดังนี้เรียกว่าเรเกิดการรับรู้

สันติชัย นำจิตรชื่น (2549 : 1) กล่าวว่า การรับรู้ คือ ขบวนการที่เกี่ยวข้องกับขั้นตอน การเลือกสิ่งเร้า (Selection) การประมวลสิ่งเร้า (Organization) การแปลผลที่ความสิ่งเร้า (Interpretation)

สรุป การรับรู้ หมายถึง การแปลหรือตีความหมายจากการที่เราได้สัมผัสโดยผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 และอาศัยประสบการณ์เดิมเข้ามามีส่วนช่วยในการแปลความหมาย

ธรรมชาติของการรับรู้

การรับรู้เป็นสิ่งที่เรียนรู้ (Perception is learned) ถ้าปราศจากการเรียนรู้หรือประสบการณ์จะไม่มีกรรับรู้ มีเพียงแต่การรับสัมผัสเท่านั้น

การรับรู้เป็นสิ่งเลือกสรร (Perception is selective) เราอยู่ท่ามกลางสิ่งเร้ามากมาย ในขณะที่ขณะหนึ่งเราไม่ได้รับรู้ไปหมดทุกอย่างแต่เราเลือกรับรู้สิ่งเร้าเป็นบางอย่าง

อิทธิพลของสิ่งเร้าที่มีต่อการรับรู้

1. สิ่งเร้าภายนอก คุณสมบัติของสิ่งเร้าภายนอกจะมีอิทธิพลของการรับรู้มากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับคุณลักษณะดังนี้

1.1 ความเปลี่ยนแปลงของสิ่งเร้าการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอย่อมดึงดูดความสนใจและเอาใจใส่ต่อสิ่งเร้านั้น

1.2 การเคลื่อนไหวต่อสิ่งเร้า การเคลื่อนไหวจะช่วยกระตุ้นเรตินาในนัยน์ตา ทำให้เกิดพลังงานประสาทสมอง

องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้ แยกออกเป็น 2 องค์ประกอบใหญ่ๆ คือ (โยชิน สันสนยุทธและคณะ 2533 : 43-45)

องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า ประกอบไปด้วย

1. ความเข้มและขนาด (Intensity and size) เสียงดัง แสงสว่าง ขนาดใหญ่ ทำให้เราเลือกรับรู้มากกว่าสิ่งเร้าที่มีขนาดเข้มน้อยกว่าและขนาดเล็กกว่า

2. ความผิดเพี้ยนกัน (Contrast) ขณะที่กำลังอ่านหนังสืออยู่ในห้องเงียบๆ แล้วมีคนเปิดวิทยุเราจะหันไปสนใจกับเสียงวิทยุ นั้น แต่เมื่ออยู่ไปสักพักจนชินกับเสียงวิทยุและเมื่อมีคนปิดวิทยุเราจะหันกลับมาสนใจ

3. การกระทำ (Repetition) การกระทำซ้ำๆจะเป็นสิ่งที่เรียกร้องความสนใจ เราจะเห็นคำที่สะกดผิดในหน้าหนังสือ ถ้าคำผิดปรากฏซ้ำ

4. การเคลื่อนไหว (Movement) สิ่งเร้าที่เคลื่อนไหวจะเรียกร้องความสนใจได้ดีกว่าสิ่งเร้าที่อยู่นิ่ง

องค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคล การเลือกรับรู้นั้นอาจขึ้นอยู่กับความสนใจหรือความคาดหวังกับบุคคลนั้น

1. ความสนใจ (Interest) คนเราจะเลือกรับรู้ในสิ่งที่เราสนใจ

2. ความคาดหวัง (Expectancy) ถ้าเราคาดหวังสิ่งใดไว้ การรับรู้ของเราจะเป็นไปตามที่คาดหวัง

3. ความต้องการ (Need) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้

4. การเห็นคุณค่า (Value) การรับรู้ขึ้นกับการเห็นคุณค่าในสิ่งนั้น Bruner และ

กู๊ดแมน (Bruner and Goodman 1947 : 33-44)

องค์ประกอบของกระบวนการรับรู้

การรับรู้ของมนุษย์จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพียงใดขึ้นอยู่กับองค์ประกอบ ดังนี้

1. อาการรับสัมผัส หมายถึงอวัยวะรับสัมผัสต่างๆ ได้รับกระตุ้นจากสิ่งเร้าและจะแปลความหมายโดยอาศัยประสบการณ์เข้ามาช่วย

2. การแปลความหมายของอาการสัมผัส การแปลความหมายของสิ่งเร้าที่รับเข้ามาจะถูกต้องเพียงใดขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ประการ คือ

2.1 ปัจจัยทางด้านสรีระ (Physiological Factor) เป็นขีดจำกัดความสามารถของอวัยวะรับสัมผัสที่ตอบสนองต่อสิ่งเร้า เช่น ขนาดของสิ่งเร้า ความลึกหรือของอวัยวะรับสัมผัส เป็นต้น

2.2 ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factor) เนื่องจากสิ่งเร้าที่มากกระทบกับอวัยวะรับสัมผัสมีมาก มนุษย์จะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งเร้าที่มีความหมาย แต่การรับรู้ดังกล่าวจะเกิดขึ้นหรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านจิตวิทยา เช่น

1. ความตั้งใจ โดยมีสาเหตุหลายประการ เช่น ความเปลี่ยนแปลง ความแปลกใหม่ ขนาดและความเข้ม การกระทำซ้ำเคลื่อนไหว เป็นต้น

2. สติปัญญา ทำให้บุคคลเข้าใจเหตุการณ์หรือสิ่งต่างๆ ได้ช้า หรือรวดเร็วต่างกัน

3. ความระวังระไว เป็นความคล่องแคล่วหรือไวต่อการรับรู้สิ่งเร้าต่างๆ

4. คุณภาพของจิตใจ ความเหนื่อยล้า หรือความแจ่มใสของจิตใจย่อมมีผลกระทบต่อความเข้าใจสิ่งเร้าต่างๆ ได้

5. บุคลิกภาพ ผู้ที่มีบุคลิกภาพเปิดเผยชอบสังคมกับผู้มีบุคลิกภาพเก็บตัวมักจะรับรู้ในสิ่งทางตรงข้ามเสมอ

3. ประสบการณ์เดิม บุคคลจะรับรู้สิ่งต่างๆ ด้วยการคาดคะเน หรือตั้งสมมติฐานไว้ก่อน เมื่อได้รับสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นแล้ว ประสบการณ์เดิมที่เคยมีมาก่อนจะช่วยให้สามารถยืนยันการคาดคะเนได้ หรือทำการแก้ไขการคาดคะเนเสียใหม่กรณีสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่เข้มแข็งกว่าและสามารถพิสูจน์ได้ว่าประสบการณ์นั้นผิดพลาดอย่างแน่นอน (ศิริ โสภากย์ บุรพาเดช 2529 : 93-37)

กล่าวโดยสรุป การรับรู้เป็นการตีความข่าวสารที่สมองได้รับ และตีความดังกล่าวขึ้นอยู่กับหลายองค์ประกอบ เช่น จากประสาทสัมผัส จากธรรมชาติของเร้า จากประสบการณ์เดิม ความคาดหวัง ความสนใจ ซึ่งแต่ละคนจะรับรู้แตกต่างกันออกไปแม้ว่าจะได้รับสิ่งเร้าเดียวกัน

การรับรู้ที่มีต่อตนเอง

มนุษย์ไม่ได้รับรู้เฉพาะสิ่งแวดล้อมเท่านั้น แต่จะมีการรับรู้เกี่ยวกับตนเองด้วย การรับรู้ที่บุคคลมีต่อตนเองเกิดจากการที่บุคคลนั้นสังเกตปฏิกิริยาที่ผู้อื่นมีต่อตน และเกิดจากประสบการณ์ที่ได้รับอันจะก่อให้เกิดการรับรู้ว่าตนเป็นคนดีหรือไม่ มีความสามารถมากน้อยเพียงใด บุคคลที่ประสบความสำเร็จในสิ่งที่กระทำ ได้รับคำชมเชยจากผู้ใหญ่หรือเพื่อนจะเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง มีการรับรู้ที่ดีต่อตนเอง หรือถ้าพ่อแม่ผู้ปกครองปฏิบัติต่อเด็กด้วยความรัก ความเอาใจใส่ เด็กจะเกิดความรู้สึกว่าตนเองมีคุณค่าในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลทำสิ่งใดผิดหรือประสบความสำเร็จล้มเหลวแล้วได้รับการดูว่าจากผู้อื่น เขาจะเกิดความรู้สึกด้อย พิจารณาตนเองว่าเป็นที่สังคมไม่ยอมรับ หรือเป็นคนที่ไม่มีความสามารถ มีการรับรู้ในแง่ลบเกี่ยวกับตนเอง เป็นต้นว่าถ้าผู้ปกครองตั้งระดับความหวังไว้สูงมากเกินไป เด็กไม่มีความสามารถพอที่จะทำได้ จึงมีแนวโน้มจะประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำ ผลก็คือ เด็กเกิดความรู้สึกด้อยว่าตนไร้ความสามารถ ผู้ที่มีการรับรู้ในแง่ลบเกี่ยวกับตนเองมากๆ หรือบ่อยๆ เป็นบ่อเกิดของปมด้อยและความไม่เชื่อมั่นในตนเอง แต่ไม่ได้หมายความว่าในการอบรมเลี้ยงดูเด็ก เราจะพยายามปกป้องไม่ให้เด็กเกิดความรู้สึกในแง่ลบเกี่ยวกับตนเองเสียทีเดียว เพราะเป็นธรรมดาที่มนุษย์ย่อมมีทั้งข้อดีและข้อบกพร่อง การรับรู้เกี่ยวกับข้อบกพร่องของตนเองกลับจะเป็นประโยชน์ที่ช่วยให้บุคคลพิจารณาสิ่งต่างๆ ได้ตรงต่อข้อเท็จจริง ไม่หลอกตนเอง และเมื่อรับรู้ข้อบกพร่องของตนเองแล้วต้องรีบแก้ไขหรือปรับปรุง สำหรับกรณีที่เด็กทำผิดต่อผู้ใหญ่ไม่ควรแสดงที่ตำหนิหรือขู่เด็ก หรือใช้อารมณ์ดูว่า ประณาม หรือลงโทษอย่างรุนแรง เช่น ถ้าลูกทำแจกันแตก แม่ควรชี้แจงให้ลูกเข้าใจด้วยเหตุผลว่า ลูกจะต้องระมัดระวังให้มากกว่านี้ อะไรที่แม่ห้ามไม่ควรทำ มิฉะนั้นจะต้องมีการลงโทษบ้าง และถ้าเด็กทำดีหรือแสดงความสามารถให้ปรากฏ ผู้ใหญ่ควรชมเชยเพื่อเป็นกำลังใจให้เขาเกิดความรู้สึกในแง่บวก มีความภูมิใจในตนเองซึ่งจะก่อให้เกิดความเชื่อมั่นในตนเองตามมา (โยชิน สันสนยุทธ และคณะ 2533 : 49)

กล่าวโดยสรุป การรับรู้ เป็นการตีความหมายการสัมผัส ออกเป็นสิ่งหนึ่งสิ่งใดที่อาศัยประสบการณ์ตรงหรือการเรียนรู้ ธรรมชาติของการรับรู้จะมีการรับรู้เป็นสิ่งที่เรียนรู้และการรับรู้เป็นสิ่งเลือกสรร ซึ่งมีองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการเลือกรับรู้ แยกออกเป็น 2 องค์ประกอบใหญ่ๆ คือ องค์ประกอบอันเนื่องมาจากสิ่งเร้า และองค์ประกอบอันเนื่องมาจากบุคคล ดังนั้น ในการดำเนินงานวัฒนธรรมจึงต้องศึกษาถึงการรับรู้ของบุคคลที่จะมาดำเนินงานวัฒนธรรมเพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จและเกิดประสิทธิวิภาพสูงสุด

3.2 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับจิตสำนึกสาธารณะ

3.2.1 ความหมายจิตสำนึกสาธารณะ

สยามรัฐ เรื่องนาม (2542:25) ได้ใช้คำที่มีความหมายใกล้เคียงคือ ความสำนึกเชิงสังคม หมายถึง การตื่นตัว ความรู้สึกนึกคิด และความปรารถนาต่างๆ ของบุคคลในสังคมที่ต้องการเข้าไปแก้วิกฤติการณ์หรือสภาพปัญหาของสังคม (ประชาชน) ในลักษณะที่เป็นหุ้นส่วนกัน ก่อให้เกิดจิตสำนึกร่วมกันโดยมีวัตถุประสงค์หลัก คือ การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนและเป็นการให้ความสำคัญกับเรื่องจริยธรรม บางครั้งปัจเจกต้องสละความสุขส่วนตัวเพื่อประโยชน์ส่วนรวม เป็นความรู้สึก ที่คนในสังคมตระหนักว่าเรื่องส่วนรวมเป็นเรื่องของตนเอง

จิตสำนึกทางสังคม(Social Consciousness) หรือจิตสำนึกสาธารณะ (Public Consciousness) คือ การตระหนักรู้ และคำนึงถึงส่วนรวมร่วมกัน หรือคำนึงถึงผู้อื่นที่ร่วมความสัมพันธ์เป็นกลุ่มเดียวกันกับตน (ราชบัณฑิตยสถาน,2524:81 อ้างใน มัลลิกา มัติโก,2541:8) จุรี วิจิตรวาทการ (2543:180) ได้กล่าวถึงจิตสำนึกสาธารณะไว้ว่า จิตสำนึกสาธารณะ คือ การมองเห็นประโยชน์ของส่วนรวมเป็นประโยชน์ของคนส่วนใหญ่ ไม่ใช่เฉพาะตัวเรา ครอบครัวเรา องค์กรเรา นอกเหนือจากสิ่งที่เกี่ยวข้องพันด้วย อะไรคือส่วนรวม จิตสำนึกสาธารณะมักจะโยงถึงเรื่องผลประโยชน์ของสาธารณะ การตรวจสอบสาธารณะ ความรับผิดชอบสาธารณะ

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์ (2544:20) ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกประชาสังคมซึ่งมีความหมายคล้ายคลึงกับจิตสำนึกสาธารณะไว้ว่า จิตสำนึกประชาสังคมหรือ Civil Consciousness หมายถึง ความตื่นตัวของสังคมและการยอมรับในสาธารณะชนถึงความสำคัญของคุณธรรมแห่งประชาสังคม โดยการเห็นความสำคัญและเคารพในคุณค่าของความดีริเริ่มอิสระของปัจเจกบุคคลที่จะทำงานเพื่อสังคมส่วนรวม โดยไม่ต้องอยู่ใต้อาณัติของอำนาจการเมืองที่เป็นทางการ และเน้นการมีส่วนร่วมโดยสมัครใจในการสร้างสรรค์สังคม

พระไพศาล วิสาโล (2544:20) ได้กล่าวว่าประชาสังคม และพุทธศาสนาสามารถเป็นส่วนเสริมของกันและกันได้ เมื่อประชาสังคมมีจิตจำกัคบางส่วน ในขณะที่ประชาสังคมมีพื้นที่ที่น่าเรียนรู้โดยนำหลักศาสนาเข้าไปมีบทบาทในสังคมมากขึ้น โดยจิตสำนึกสาธารณะ (Civic Mind) หมายถึงความใส่ใจ และพร้อมที่จะมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณะ รวมถึงความเคารพหวงแหนในสมบัติส่วนรวม “ส่วนรวม” ในจิตสำนึกดังกล่าวไม่ใช่เพียงแค่ ครอบครัว ญาติมิตร คนรอบข้าง หรือชุมชนละแวกบ้านตนเองเท่านั้น หากครอบคลุมไปถึงคนอื่นๆอีกมากมายซึ่งอยู่ห่างไกลออกไป แม้ไม่รู้จัก ไม่เคยเห็น แต่ก็รู้ที่อยู่เป็นส่วนหนึ่งของ “สังคม” ที่ตนสังกัด

หฤทัย อาจปฤษฎ (2544:36) ให้ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะไว้ว่า “จิตสำนึกสาธารณะ” หมายถึง ความตระหนักของบุคคลถึงปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม ทำให้เกิดความรู้สึกปรารถนาที่จะ

ช่วยเหลือสังคม ต้องการเข้าไปแก้วิกฤตการณ์ โดยรับรู้สิทธิควบคู่ไปกับหน้าที่และความรับผิดชอบ สำนักพลังของคนที่สามารถร่วมแก้ปัญหาได้ และลงมือกระทำเพื่อให้เกิดการแก้ปัญหาด้วยวิธีการต่างๆ โดยการเรียนรู้และแก้ไขร่วมกันกับคนในสังคม

สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (อ้างถึงใน อรพินทร์ ชูชม อัจรา สุขารมณ์ อุษา ศรีจินดารัตน์ , 2547: 10) ได้ให้ความหมายของจิตสำนึกสาธารณะคือ การรู้จักเอาใจใส่ เป็นธุระและเข้าร่วมในเรื่องของส่วนรวมที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศชาติ มีความสำนึกและยึดมั่นในระบบคุณธรรม และจริยธรรมที่ดีงามละอายต่อสิ่งที่ผิด เน้นความเรียบร้อย ประหยัด และมีความสมดุลระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติในปัจจุบันจิตสำนึกสาธารณะ เป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของคนในสังคมอย่างกว้างขวางเนื่องจาก สังคมจะพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืน คนในสังคมต้องร่วมมือร่วมใจกัน เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัว มีจิตสำนึกที่จะบำเพ็ญตน ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม รักและหวงแหนทรัพยากรท้องถิ่น และสาธารณสมบัติของชุมชนเอง ซึ่งอาจไปหมกมุ่นกับอบายมุข ในปัจจุบันสังคมไทยกำลังประสบปัญหามากมาย

3.2.2 คุณลักษณะของผู้มีจิตสำนึกสาธารณะ

ยุทธนา วรณปิติ (2542:181-183) กล่าวถึงบุคคลที่มีจิตสาธารณะว่าต้องมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. การทุ่มเทและอุทิศตน สิทธิของพลเมืองจะต้องสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม บุคคลไม่เพียงแต่ปฏิบัติตามสิทธิเท่านั้น แต่ต้องปฏิบัติเพื่อช่วยเหลือให้บริการแก่บุคคลอื่น เพื่อพัฒนาสังคมด้วย
2. เคารพความแตกต่างระหว่างบุคคล จากกระแสปัจเจกชนนิยม ส่งผลให้คนในสังคมมีลักษณะปิดกั้นตนเอง ไม่ไว้วางใจผู้อื่น เลือกลงเฉพาะกลุ่มที่มีความเหมือนกัน ไม่สนใจการเมือง ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติภารกิจของสังคมเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม เกิดข้อขัดแย้ง การยุติข้อขัดแย้งโดยการฟังเสียงข้างมาก ไม่นำไปสู่ประโยชน์ของส่วนรวม ดังนั้นผู้มีจิตสำนึกสาธารณะต้องเป็นพลเมืองในฐานะที่เป็นเอกลักษณ์ทางการเมืองสมัยใหม่ มีความอดทน ตระหนักว่าการมีส่วนร่วมไม่ทำให้ได้ในสิ่งที่ต้องการเสมอไป ต้องเคารพและยอมรับความแตกต่างที่หลากหลาย และหาวิธีอยู่ร่วมกับความขัดแย้งโดยการแสวงหาทางออกร่วมกัน การจำแนกประเด็นปัญหา การใช้เหตุผลในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตัดสินใจ ต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างกันให้ได้มากที่สุด เพื่อหาข้อยุติ สร้างการเข้าร่วมรับรู้ ตัดสินใจและผนึกกำลังเพื่อให้เกิดการยอมรับจากทุกฝ่าย
3. คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตัวและส่วนรวม คนในสังคมต้องคิดถึงการเมืองในฐานะกิจการเพื่อส่วนรวมและเพื่อคุณธรรม

4. การลงมือกระทำ การวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพียงอย่างเดียวไม่สามารถทำให้สถานการณ์ดีขึ้น ต้องลงมือทำ โดยเริ่มจากครอบครัวในการวางพื้นฐานให้การอบรมด้านจริยธรรมของพลเมือง สถาบันการศึกษาไม่เพียงเป็นสถานที่ฝึกทักษะและให้ความรู้ต้องรับช่วงต่อในการสร้างค่านิยมที่เหมาะสมต่อจากครอบครัว รวมทั้ง เครือข่ายสังคมที่เกิดขึ้น ระหว่างเพื่อนบ้าน ที่ทำงาน สโมสร สมาคมต่างๆ เชื่อมโยงบุคคลที่สนใจเรื่องของตนเองเข้าเป็นกลุ่มที่ใส่ใจผู้อื่น ช่วยดำรงรักษาประชาสังคม สังคม และกฎจริยธรรม รวมทั้งสถาบันที่มีอิทธิพลสูงต่อสังคม คือ สถาบันศาสนา และสื่อมวลชน นับว่ามีบทบาทสำคัญในการร่วมสร้างให้สังคมแข็งแรง

3.2.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเกิดจิตสำนึกสาธารณะ

สถาบันการเรียนรู้และการพัฒนาประชาสังคม(CIVICNET) สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา (TDRI) และมหาวิทยาลัยมหิดล ได้จัดการประชุมทางวิชาการประชาสังคมครั้งที่ 1 ในการประชุม ได้มีการเปิดเวทีอภิปรายกลุ่มย่อยในหัวข้อเรื่อง “สิทธิพลเมืองความรับผิดชอบของรัฐ” มี ดร.ศรีประภา เพ็ชรมิศรี ใดเป็นผู้ดำเนินรายการ และได้ตั้งคำถามในการอภิปรายถึงความหมายของคำว่า “จิตวิญญาณสาธารณะ” ซึ่งให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้อภิปรายร่วมกัน ได้ข้อสรุปว่า “สาธารณะ” มีหลายมุมมองด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นรูปธรรม เช่น สิ่งของ สถานที่ และนามธรรม อันได้แก่ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ หรือในเชิงนามธรรม เป็นเรื่องของส่วนรวม การมีส่วนร่วม มีกฎเกณฑ์รองรับ พร้อมกับการอนุรักษ์และเสริมสร้าง คำว่า “สาธารณะ” อาจจะเป็นเรื่องของวิถีชีวิต ซึ่งประกอบด้วยปัจเจก หรืออาจจะเป็นการใดๆ ตามแต่ที่มีความเปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ หรือการมีสิทธิ มีความเสมอภาค มีขอบเขตสิทธิ มีการใช้ประโยชน์และรับผิดชอบร่วมกัน การที่สังคมและชุมชนมีส่วนร่วมกัน เป็นเจ้าของร่วมกัน รวมไปถึงของหลวงที่รัฐมีหน้าที่ดูแลรักษาตลอดจนนโยบายต่างๆ ด้วย (จามะรี เชียงทอง 2543:206-210)

สำหรับปัจจัยซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการเกิดจิตสำนึกสาธารณะ เมื่อมองจากทฤษฎีทางสังคมวิทยา จะเห็นได้ว่ามีส่วนที่จะก่อให้เกิดจิตสำนึกสาธารณะ ซึ่งนั่นคือองค์กรที่สำคัญที่ทำหน้าที่ขัดเกลาทางสังคม (สมพร เทพสิทธิ์า 2541) ได้แก่

1. ครอบครัว
2. กลุ่มเพื่อน
3. สถานศึกษา
4. สำนักงานหรือองค์กรที่บุคคลสังกัดอยู่
5. สถาบันทางศาสนา
6. สื่อสารมวลชน

ครอบครัว ในกระบวนการขัดเกลาทางสังคม กระบวนการขัดเกลาขั้นต้น (Primary Socialization) คือ ครอบครัว ผ่านกระบวนการ

Interaction การปฏิสัมพันธ์

Imitation การเลียนแบบพ่อแม่

Observation การสังเกตการณ์ จะทำตัวอย่างไรให้อยู่ในวัฒนธรรมนี้ได้

หน้าที่ทางด้านการขัดเกลาทางสังคม หรือการถ่ายทอดความรู้ระเบียบแบบแผนทางสังคมให้กับสมาชิกในครอบครัว จะเริ่มตั้งแต่ในวัยที่ยังเป็นเด็ก จนกระทั่งเป็นผู้ใหญ่ ในช่วงที่ยังเป็นเด็ก บิดามารดาจะเป็นผู้ให้การอบรม บอกให้ลูกรับรู้และเข้าใจ ค่านิยม และบรรทัดฐานของพฤติกรรมเบื้องต้น ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมของสังคม อะไรควรปฏิบัติหรือไม่ควรปฏิบัติซึ่งโดยทั่วไปจะเกี่ยวข้องกับ หลักศีลธรรม จริยธรรม และหลักปฏิบัติทางศาสนา ทักษะด้านการเข้าสังคม การแต่งกายให้เหมาะสมกับกาลเทศะในโอกาสต่างๆ การแสดงกิริยามารยาทที่เหมาะสม การพูดจา รวมทั้งการเลือกแนวทางการศึกษาและการวางแผนงานอาชีพในอนาคต

ครอบครัว เป็นสถาบันพื้นฐานที่ขัดเกลามนุษย์ให้รู้ว่าสิ่งใดควรทำหรืออะไรถูกอะไรผิดเป็นต้น เป็นสถาบันที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาบุคลิกภาพอย่างลึกซึ้ง และมีอิทธิพลต่ออารมณ์ ทศคติ และความประพฤติของเด็กเป็นอย่างมาก

กลุ่มเพื่อน เป็นกลุ่มที่มีอายุระดับใกล้เคียงกัน โดยอาจรวมกันเป็นกลุ่มเพื่อนธรรมดาจนถึงชมรม สมาคมที่ตนสนใจ เช่นเพื่อนร่วมชั้น ชมรมฟุตบอล เนตบอล สมาคมนักเรียนเก่า ฯลฯ

สถานศึกษา โรงเรียนเสมือนบ้านที่สองของเด็กในการที่จะได้รับความรู้ความคิดต่างๆ และวิชาการต่างๆ อย่างเป็นทางการ โดยเฉพาะสังคมปัจจุบันโรงเรียนเป็นสถานที่สำคัญในเรื่องการขัดเกลาแก่เด็ก ตลอดจนทำให้เด็กมีโอกาสพบปะสมาคมกับเพื่อนวัยเดียวกัน ซึ่งปัญหาที่เกิดจากการขัดเกลาของโรงเรียนอาจจะไม่ตรงกับพ่อแม่ ผู้ปกครอง เด็กสับสนไม่ทราบว่าของใครจะถูกกว่ากัน เช่น แม่ว่าอย่าง ครูว่าอีกอย่าง ครูว่าผิด แม่บอกว่าถูก ครูว่าไม่ดี พ่อแม่ว่าดี เป็นต้น อีกปัญหาหนึ่งที่พบได้บ่อยก็คือ สอนในลักษณะที่เป็นทฤษฎีหรืออุดมคติจนเกินไป อาจจะไม่ตรงกับสิ่งที่ปฏิบัติในชีวิตจริง เช่น ทำดีได้ดี แต่เด็กเห็นคนทำชั่วได้ดี ส่วนคนทำดีได้ชั่ว เด็กอาจเสื่อมศรัทธาได้

สำนักงานหรือองค์กรที่บุคคลสังกัดอยู่ เป็นกลุ่มอาชีพต่างๆ ในสังคม ซึ่งและกลุ่มอาชีพจะมีคุณค่าหรือระเบียบกฎเกณฑ์ไปตามอาชีพของตน เช่น ครูต้องสอนศิษย์ด้วยความเมตตา

นักสังคมสงเคราะห์ไม่เปิดเผยความลับของผู้มารับการสงเคราะห์ แพทย์รักษาคนไข้ด้วย จรรยาบรรณไม่เห็นแก่เงิน เป็นต้น แต่ละอาชีพจึงมีบุคลิกภาพแตกต่างกันไป เช่น ตำรวจก็แตกต่าง จากแพทย์ นางพยาบาลก็แตกต่างจากพ่อค้า ครูต่างจากวิศวกร

สถาบันศาสนา เป็นตัวแทนที่ขัดเกลาคนหรือแนะแนวทางให้คนเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจเพื่อ เป็นเป้าหมายในการกระทำ โดยเฉพาะศาสนาพุทธได้สอนให้คนเราไม่ต้องอยู่ในความประมาท เพราะหลายสิ่งในโลกไม่มีความแน่นอน จึงต้องยึดมั่นในสิ่งที่ดีงาม มีศีลธรรม จริยธรรม และความ ประพฤติในทางที่ถูกที่ควร

สื่อมวลชน สื่อมวลชนเหล่านี้มีหลายประเภท เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ภาพยนตร์ นวนิยาย วรรณคดี เป็นต้น ซึ่งมีส่วนในการขัดเกลาทางสังคมแก่มนุษย์ในด้านต่างๆ ตั้งแต่ความคิด ความเชื่อแบบของความประพฤติ เพราะสื่อมวลชนมีทั้งการให้ความรู้และความเพลิดเพลิน โดยเฉพาะอิทธิพลของสื่อมวลชนที่สำคัญคือการให้ข่าวสาร ข่าวสารนี้มักเป็นลายลักษณ์อักษร และ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับข่าวนั้นไม่ว่าจะเป็นนักเขียน บรรณาธิการ และผู้จัดทำ มีส่วนช่วยครอบครอง โรงเรียนในการขัดเกลา เช่น หนังสือพิมพ์เสนอข่าวเด็กเรียนดี พ่อแม่อาจจะสั่งสอนให้ลูกอ่าน หนังสือเพื่อเป็นการเอาเยี่ยงอย่าง หรือครู ปัจจุบันก็สั่งให้นักเรียนคัดข่าวมารายงานหน้าชั้นหรือติด ที่บอร์ดหน้าห้อง หรือกลุ่มเพื่อนเห็นแฟชันแปลกๆ ใหม่ๆ อาจจะลอกเลียนแบบไปก็ได้เพื่อให้เข้า สมัยนิยม

จากที่กล่าวมานั้น จิตสำนึกสาธารณะการมองเห็นประโยชน์ของส่วนรวม ไม่ใช่เฉพาะตัว มักจะโยงถึงเรื่องผลประโยชน์ของสาธารณะ มีจิตสำนึกที่จะบำเพ็ญตน ให้เป็นประโยชน์ต่อสังคม รักและหวงแหนทรัพยากรท้องถิ่น มีการใช้ประโยชน์และรับผิดชอบร่วมกัน การที่สังคมและ ชุมชนมีส่วนร่วมกัน เป็นเจ้าของร่วมกัน ผู้มีจิตสำนึกสาธารณะต้องเป็นผู้ที่ตระหนักว่าการมีส่วนร่วม ไม่ทำให้ได้ไม่ได้อย่างที่ต้องการเสมอไป ต้องการพบและยอมรับความแตกต่างที่หลากหลาย และหาวิธีอยู่ร่วมกับความขัดแย้งโดยการแสวงหาทางออกร่วมกัน

3.3 แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวกับความคาดหวัง

ความหมายของความคาดหวัง

มีผู้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ดังนี้

ชิษณุกร พรภาณวิษุทธิ์ (2540 : 6) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความรู้สึก ความ คิดเห็น การรับรู้ การตีความ หรือการคาดการณ์ต่อเหตุการณ์ต่างๆ ที่ยังไม่เกิดขึ้นของบุคคลอื่น ที่

คาดหวังในบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตน โดยคาดหวังหรือต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนเองต้องการหรือคาดหวังเอาไว้

นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล (2540 : 8) และสมลักษณ์ เพชรช่วย (2540 :10) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความมุ่งหวัง หรือคาดคะเนของบุคคลที่มีต่อคนอื่นให้กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตนปรารถนาให้เป็นไปในอนาคต

ฟินน์ (Finn 1962 : 390) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง การประเมินค่าบุคคลหรือตนเองด้านจิตใต้สำนึก และใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดตนเองด้านจิตใต้สำนึก และใช้ความคาดหวังนั้นมาเป็นแนวทางในการกำหนดพฤติกรรมที่จะมีต่อบุคคลที่ตนคาดหวัง หรือต่อตนเองในลักษณะที่ตนคิดว่าถูกต้อง

ฟังก์ และแวกนอลส์ (Funk and Wagnalls 1963:239) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังต่อการกระทำหรือสถานการณ์ ว่าเป็นความเชื่อมั่นที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งว่าน่าจะมี น่าจะเป็นอย่างที่คิดไว้

เกทเซลส์ , เจมส์ และโรนอล (Getzels , James and Ronall 1964 :390-398) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ความคาดหวังของบุคคลย่อมแตกต่างกัน เพราะแต่ละคนมีความคิดและความต้องการต่างกัน อันทำให้พฤติกรรมทางสังคมที่ถูกกำหนดจากความคาดหวังของบุคคลอื่นและความต้องการส่วนตัวของตนเองต่างกันด้วย

รีดเดอร์ (Reeder 1971 :157) อธิบายว่า ความคาดหวัง หมายถึง ทำที่ของบุคคลที่มีต่อพฤติกรรมของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับตัว โดยความคาดหวังหรือความต้องการให้บุคคลนั้นประพฤติปฏิบัติในสิ่งที่ตนต้องการ

เมอร์เรย์ (Murray อ้างถึงใน สุพิศรา คงขำ 2545 : 10 - 11) ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า หมายถึง ระดับผลงานที่บุคคลกำหนดว่าจะทำได้ เพื่อให้บุคคลทำงานที่ตนเองเคยทำและความคาดหวังนั้น เป็นระดับที่บุคคลปรารถนาจะไปให้ถึงเป้าหมายที่กำหนดไว้ในการทำงานแต่ละครั้ง และเขาได้กล่าวถึงบทบาทที่คาดหวัง (Role expectation) ว่าหมายถึง ความคิดเห็นที่มีต่อบุคคลซึ่งอยู่ในตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่ง ทั้งกระทำหรือไม่กระทำ ดังนั้น บทบาทที่คาดหวังนั้นจะออกมาในรูปของการกระทำที่บุคคลคิดว่าควรทำตามสิทธิหรือหน้าที่ในตำแหน่งนั้น ๆ ที่ตนครอบครองอยู่

สรุปว่า “ความคาดหวัง” หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่มีต่อคนอื่นให้กระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ตนปรารถนา โดยใช้ความคาดหวังเป็นแนวทางกำหนดพฤติกรรมทางสังคม ที่มีต่อการกระทำหรือสถานการณ์ว่าน่าจะมีหรือน่าจะเป็น

ประเภทของความคาดหวัง

ความคาดหวังที่บุคคลตั้งไว้ มีทั้งความคาดหวังในระยะสั้น และความคาดหวังในระยะยาว นอกจากนี้ยังมีความคาดหวังในทางบวกและความคาดหวังในทางลบ (Hurlock 1973 :184-185) ความคาดหวังนี้จะนำไปสู่พฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

สรุปได้ว่า ความคาดหวังมีทั้งในทางบวกและทางลบ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และความคาดหวังนี้เองที่เป็นตัวกระตุ้นหรือสิ่งเร้าให้เกิดพฤติกรรมต่างๆ ความคาดหวังทางบวกเป็นไปในทางที่ดีมักทำให้เกิดความพยายามและอดทน ส่วนความคาดหวังด้านลบนั้นทำให้เกิดความกลัว ความวิตกกังวล ขาดความ สมดุลชีวิต

พลังของความคาดหวัง

ความเข้มข้นหรือความรุนแรงของความคาดหวัง ขึ้นอยู่กับเป้าหมายที่ต้องการอยู่ใกล้หรือไกลจากตัวเรามากน้อยเพียงใด และขึ้นอยู่กับความสำคัญของเป้าหมาย ถ้าหากได้มายากลำบาก ต้องต่อสู้มากก็จะทำให้เกิดพลังความหวังสูงขึ้น ส่วนเป้าหมายที่สูงเกินความสามารถ อาจทำให้เกิดความท้อใจได้ (Hurlock 1973 :185-186)

แบนดูรา (Bandura 1997 : 84-85) อธิบายความคาดหวังที่เกี่ยวกับความสามารถบุคคลเป็น 3 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 เกี่ยวกับปริมาณความคาดหวัง (Magnitude) ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนในการกระทำพฤติกรรมหนึ่งจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล หรือแตกต่างกันไปในบุคคลเดียวกัน เมื่อต้องทำพฤติกรรมที่มีความยากง่ายแตกต่างกัน เป็นการคาดหวังของบุคคลว่าตนจะทำงานสำเร็จถึงระดับใด เมื่อต้องทำงานที่มีระดับความยากง่ายแตกต่างกัน

มิติที่ 2 เกี่ยวกับการแผ่ขยาย (Generality) ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนอาจจะแผ่ขยายจากสถานการณ์หนึ่ง ไปสู่สถานการณ์อื่นในปริมาณที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ประสบการณ์บางอย่าง ไม่ทำให้ความคาดหวังแผ่ขยายไปสู่สถานการณ์อื่น

มิติที่ 3 เกี่ยวกับความเข้ม (Strength) ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนมีความเข้มข้นน้อย คือ ไม่มั่นใจในความสามารถของตน เมื่อไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จะทำให้ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนลดลง แต่ถ้ามีความเข้มหรือมั่นใจมาก บุคคลจะมีความบากบั่นมานะพยายาม แม้จะประสบความล้มเหลวบ้างก็ตาม

สรุปว่า ความคาดหวังของบุคคลจะมีอิทธิพลสูงสุด ขึ้นอยู่กับความสำคัญของเป้าหมายและความใกล้หรือไกลจากตัวเรา เมื่อบุคคลประสบความสำเร็จในความคาดหวังก็จะทำให้เพิ่มคุณค่ามาก

ขึ้นจะทำให้มีความต้องการสูงขึ้น เข้มข้นขึ้น ส่วนเป้าหมายที่สูงเกินความสามารถ อาจทำให้เกิดความท้อใจได้

องค์ประกอบของความคาดหวัง

เลอวิน และคณะ (Lewin and Others 1944 : 133) กล่าวว่า องค์ประกอบพื้นฐาน ในการสร้างระดับความคาดหวัง ได้แก่มาตรฐานของสังคม แรงผลักดัน ความขัดแย้ง การตัดสินใจ ลักษณะของพฤติกรรม ค่านิยม ความสำเร็จ ความล้มเหลว และพัฒนาการของบุคลิกภาพ

วรูม กล่าวว่า (Vroom 1964 : 91-103) ปัจจัยหลักทฤษฎีความคาดหวังมี 4 ประการ คือ

1. ความคาดหวัง หรือความคาดหวัง คือ ความเชื่อเกี่ยวกับความน่าจะเป็นพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งจะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่ง โดยเฉพาะความมากน้อยของความเชื่อจะอยู่ในช่วงระหว่าง 0 (ไม่มีความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำ และ ผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งเลย) และ 1 (มีความแน่ใจว่าการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง จะก่อให้เกิดผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ)

2. ความพอใจ คือ ความรุนแรงของความต้องการของพนักงานสำหรับผลลัพธ์ อย่างใดอย่างหนึ่งความพอใจอาจจะเป็นบวกหรือลบ ได้ภายในสถานการณ์ของการทำงานเราอาจคาดหวังได้ว่าผลลัพธ์ เช่น ผลตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง และการยกย่อง โดยผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางบวกผลลัพธ์ เช่น ความขัดแย้งกับเพื่อนร่วมงาน หรือการตำหนิจากผู้บังคับบัญชาจะให้ความพอใจในทางลบ ในทางทฤษฎีแล้วผลลัพธ์อย่างใดอย่างหนึ่งจะต้องให้ความพอใจ เพราะ ว่าผลลัพธ์ดังกล่าวนี้จะเกี่ยวข้องกับความต้องการของบุคคล

3. ผลลัพธ์ คือ ผลที่ติดตามมาของพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งและอาจจะแยกประเภทเป็นผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองผลลัพธ์ระดับที่หนึ่งจะหมายถึงผลการปฏิบัติงานที่สืบเนื่องมาจากการใช้กำลังความพยายามของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เช่น ผลตอบแทนเพิ่มขึ้น หรือการเลื่อนตำแหน่ง เป็นต้น

4. สื่อกลาง หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และระดับที่สองตามทัศนะของ Vroom นั้น สื่อกลางหรือความคาดหวังแบบที่สองจะอยู่ภายในช่วง +1.0 ถ้าหากว่าไม่มีความสัมพันธ์ใด ๆ ระหว่างผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง และผลลัพธ์ระดับที่สองแล้ว สื่อกลางจะมีค่าเท่ากับ 0 Vroom จึงให้เห็นว่า ความคาดหวัง และความพอใจ จะเป็นสิ่งที่กำหนดกำลังความพยายาม หรือแรงจูงใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ถ้าหากว่าความพอใจ หรือความคาดหวังเท่ากับศูนย์แล้ว แรงจูงใจจะเท่ากับศูนย์ด้วย หากพนักงานคนหนึ่งต้องการ เลื่อนตำแหน่งเป็นอย่างมาก (ความพอใจสูง) แต่ไม่มีความเชื่อว่า เขามีความสามารถ หรือทักษะสำหรับการปฏิบัติงานที่มอบหมายให้ได้ (ความคาดหวังต่ำ) หรือถ้าหากว่า พนักงานมีความเชื่อว่า เขาสามารถปฏิบัติงานที่มอบหมายให้ได้ (ความคาดหวังสูง) แต่ผลที่ติดตามมาไม่มีคุณค่าสำหรับเขา(ความพอใจต่ำ)

แรงจูงใจของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีน้อยมาก ตามที่เสนอของ Vroom การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งย่อมจะขึ้นอยู่กับ กระบวนการของความคิดดังต่อไปนี้ ซึ่งกระบวนการของความคิดดังกล่าวนี้อาจจะเป็นจิตสำนึกของจิตใต้สำนึกก็ได้

1. ผลลัพธ์ระดับที่สองที่แตกต่างกันมีความสำคัญมากน้อยแค่ไหน เช่น การเลื่อนตำแหน่ง การเพิ่มเงินเดือน (ความพอใจ)
2. ผลลัพธ์ระดับที่หนึ่ง (ผลการปฏิบัติงานที่ดี) จะนำไปสู่การเลื่อนตำแหน่ง หรือ การเพิ่มเงินเดือนหรือไม่ (สื่อกลาง)
3. การใช้กำลังความพยายาม จะประสบความสำเร็จทางด้านผลการปฏิบัติงานที่ดี หรือไม่ (ความคาดหวัง)

จึงเห็นได้ว่า ความคาดหวังเป็นนี้มีพื้นฐานมาจากแรงผลักดัน ความขัดแย้ง การตัดสินใจ ลักษณะของพฤติกรรม ก่านิยม ความสำเร็จ ความล้มเหลว และมาตรฐานทางสังคม ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล เป็นความรู้สึกของบุคคลถึงพฤติกรรม ที่เหมาะสมของตนเอง หรืออาจเป็นความรู้สึกถึงความเหมาะสมในบทบาทของผู้อื่น เป็นความรู้สึกของบุคคลต่อตนเองอย่างหนึ่งว่าตนเองควรจะทำพฤติกรรมใดอย่างไรในสถานการณ์ต่าง ๆ หรือต่องานที่ตนรับผิดชอบอยู่ ความคิดดังกล่าวนี้ยังรวมไปถึงการคิดถึงบุคคลอื่น เช่น ผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และผู้ร่วมงาน

ปัจจัยที่ทำให้ความคาดหวังแตกต่างกัน

บุคคลมีความคาดหวังต่างกันทั้งสิ่งที่คาดหวัง และระดับของความคาดหวัง อันเนื่องจากปัจจัยต่อไปนี้คือ (Hurlock 1973 :191-194)

1. วัฒนธรรม (Cultural Ideals) วัฒนธรรมที่แตกต่างกันย่อมทำให้มาตรฐานความคาดหวังของบุคคลต่างกัน ซึ่งมาตรฐานนี้ครอบคลุมถึงระดับความสำเร็จ และทัศนคติต่อความสำเร็จ เมื่อเด็กเข้าสู่วัยรุ่นจะรับรู้ความคาดหวังของสังคมที่มีต่อตนเอง และความรับผิดชอบของตนที่มีต่อสังคม การตั้งความคาดหวังของบุคคลในสังคมจึงแตกต่างกันไป

2. ประเภทของครอบครัว (Kind of Family) วัยรุ่นที่มาจากครอบครัวที่มั่นคงมีแนวโน้มที่จะตั้งจุดมุ่งหมายในอนาคตสูงกว่าวัยรุ่นที่มาจากครอบครัวไม่มั่นคง วัยรุ่นที่ต้องโยกย้ายถิ่น บ่อยๆ ไม่สามารถคาดหวังหรือวางแผนอนาคตของตนเองได้ชัดเจนเท่าผู้ที่ไม่ต้องย้ายถิ่น

ขนาดของครอบครัวมีอิทธิพลต่อการตั้งเป้าหมายของวัยรุ่น วัยรุ่นที่มาจากครอบครัวขนาดเล็กมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จ มากกว่าวัยรุ่นที่มาจากครอบครัวขนาดใหญ่ เพราะครอบครัว

ขนาดเล็กสามารถบังคับ และทุ่มเทส่งเสริม ตลอดทั้งสามารถวางแผนทางให้วัยรุ่นไปสู่ความสำเร็จ ได้มากกว่าครอบครัวขนาดใหญ่

3. สถานภาพทางสังคม (Ordinal Position) ครอบครัวที่มีฐานะเศรษฐกิจปานกลางและฐานะเศรษฐกิจสูง บิดามารดาจะให้ความคาดหวังและโอกาสแก่ลูกคนแรกมากที่สุด โดยเฉพาะลูกชาย ซึ่งตรงกันข้ามกับครอบครัวที่ฐานะทางเศรษฐกิจต่ำ ลูกคนสุดท้องจะได้รับการส่งเสริมจากบิดามารดา และพี่ๆ มากที่สุด เพราะบิดามารดา มีฐานะทางเศรษฐกิจดีขึ้นที่เติบโตและมี งานทำ เพื่อให้สมาชิกคนอื่นในครอบครัวได้ขยับฐานะทางเศรษฐกิจและสังคมสูงขึ้น

4. วินัย (Discipline) วัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบอิตาเลียนไปโดย มักจะตั้งความคาดหวัง ไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง ในทางตรงกันข้ามวัยรุ่นที่ได้รับการอบรมเลี้ยงดูแบบประชาธิปไตยจะตั้งความที่สอดคล้องกับความเป็นจริง

5. สถานภาพในกลุ่ม (Group Status) กลุ่มจะมีอิทธิพลมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับฐานะของวัยรุ่นในกลุ่ม และความคาดหวังของกลุ่มที่มีต่อวัยรุ่นเอง ถ้าฐานะในกลุ่มมีความมั่นคง และไม่จำเป็นต้องสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกในกลุ่ม ระดับความคาดหวังของวัยรุ่นก็จะใกล้เคียงความเป็นจริง แต่คนที่ไม่มีความสำคัญ และต้องการเลื่อนขั้นตนเองเข้าสู่ผู้นำชุมชน ทำให้การตั้งความคาดหวังหลายๆ อย่าง ไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริง

6. การใช้กลไกทางจิต (Use of Escape Mechanisms) การใช้กลไกทางจิตที่มีผลต่อ การตั้งความคาดหวังมากที่สุดคือ การฝันกลางวัน เช่น ฝันอยากเป็นพระเอกหรือนางเอก วัยรุ่นจะตั้งความคาดหวังไว้ว่าจะต้องประสบความสำเร็จ และหลีกเลี่ยงความล้มเหลว ซึ่งอาจจะเป็นการตั้งความคาดหวังที่ไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริง

7. การบอกความคาดหวัง (Verbalization of Aspirations) ความคาดหวังที่วัยรุ่นบอกกล่าวมักจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง มากกว่าคนที่เก็บไว้และคิดอยู่คนเดียว และความคาดหวังที่บอกเพื่อนสนิทเป็นลักษณะความใฝ่ฝัน ไม่ค่อยใกล้เคียงกับความเป็นจริงเท่ากับที่บอกกับบิดามารดา ครู หรือผู้ที่ไม่คุ้นเคย เพราะเป็นการทำทนายให้พิสูจน์ตนเอง ให้พยายามทำตามทีพูด เพื่อไม่ต้องการเห็นคนอื่นมองด้วยสายตาผิดหวัง

8. ความล้มเหลวและความสำเร็จในอดีต (Past failures and Successes) บุคคลที่ประสบความสำเร็จเสมอๆ มีแนวโน้มที่จะตั้งความคาดหวังว่าจะได้รับความสำเร็จอีก ในทำนองเดียวกับบุคคลที่ผิดหวังซ้ำๆ มักคิดว่าจะผิดหวังอีก ประสบการณ์เช่นนี้มีผลต่อการตั้งความคาดหวังในอนาคตว่าจะตั้งได้เหมาะสมกับสภาพความเป็นจริงหรือไม่เพียงใด ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ดีเซคโค (Dececco, 1986, p. 167) ที่ว่าบุคคลกำหนดความคาดหวังไว้อย่างไรนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา

นั่นคือบุคคลที่ประสบผลสำเร็จมาก่อนความคาดหวังในการทำงานครั้งต่อไปจะสูง และใกล้เคียงความสามารถจริงมากขึ้น หากประสบการณ์ล้มเหลวติดต่อกันเป็นเวลานาน ความคาดหวังจะลดต่ำลงมา เพื่อป้องกันมิให้เกิดความรู้สึกว่าตนไร้ค่า

9. เพศ (Sex) บรรยากาศของบ้านและโรงเรียนมักจะกระตุ้นให้วัยรุ่นชาย ตั้งความคาดหวังสูงกว่าวัยรุ่นหญิง บิดามารดาคาดหวังในตัวลูกชายมากกว่าตัวลูกสาว เด็กชายถูกกระตุ้นให้มีความคาดหวังทางการกีฬา การงานและการประกอบอาชีพ

10. เซาวิปัญญา (Intelligence) เมื่อวัยรุ่นอยู่ในกลุ่มที่มีค่านิยมต่อความสำเร็จสูงมักจะตั้งความคาดหวังให้ตนประสบความสำเร็จเหนือเพื่อนๆ ในกลุ่ม ซึ่งอาจไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริง คนที่ฉลาดจะตั้งความคาดหวังจากความสนใจ และความสามารถของตนมากกว่าทำตามจุมุ่งหมายและค่านิยมของกลุ่มที่ตั้งไว้

11. บุคลิกภาพ (Personality) บุคลิกภาพมีอิทธิพลต่อความคาดหวัง ในเรื่องการชดเชย บุคคลที่ไม่ยอมรับความสามารถตนเองจะตั้งความคาดหวังไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริงเพื่อเป็นการปกปิด บุคคลที่มีความมั่นใจในตนเองจะตั้งความคาดหวังสอดคล้องกับความจริง ส่วนบุคคลที่มีความวิตกกังวลต่ำมีแนวโน้มตั้งความคาดหวังไว้สูง เพราะเชื่อมั่นในความสำเร็จมากกว่าความล้มเหลว บุคคลที่มีความวิตกกังวลสูงจะอยู่กับความล้มเหลวในอดีตทำให้มองอนาคตในแง่ดีน้อยกว่าที่ควรจะเป็น บุคคลที่มีปัญหาทางอารมณ์ มักจะมีความกลัวและความกังวลใจในความสำเร็จ มีแนวโน้มตั้งความคาดหวังต่ำหรือสูงกว่าความเป็นจริงมาก

สรุปได้ว่า ความคาดหวังมีความแตกต่างกันออกไป โดยเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมและความเป็นไปได้ในอนาคตของบุคคล การที่บุคคลตั้งความหวังย่อมได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งแวดล้อมและประสบการณ์ของตนเอง บุคคลที่ประสบผลสำเร็จมาก่อนความคาดหวังในการทำงานครั้งต่อไปจะสูง แต่หากประสบการณ์ล้มเหลวติดต่อกันเป็นเวลานาน ความคาดหวังจะลดต่ำลง การตั้งความคาดหวังไว้ว่าจะต้องประสบความสำเร็จ และหลีกเลี่ยงความล้มเหลว ซึ่งอาจจะเป็นการตั้งความคาดหวังที่ไม่อยู่บนรากฐานของความเป็นจริง คนที่ฉลาดจะตั้งความคาดหวังจากความสนใจและความสามารถของตน

3.3 แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการสนับสนุนทางสังคม

การสนับสนุนทางสังคมเป็นปรากฏการณ์ทางสังคมที่เกิดขึ้น จากการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ การที่บุคคลได้รับการสนับสนุนทางสังคมจะทำให้เกิดความรู้สึกมีคุณค่าในตัวเอง มีอารมณ์มั่นคงและเกิดความรู้สึกมั่นใจ ตลอดจนการเลือกแนวทางที่เหมาะสมในการที่จะปฏิบัติ และแก้ไขปัญหาให้บุคคลรู้สึกปลอดภัย มีความมั่นคงในสถานะที่เกิดขึ้น ดังนั้นการสนับสนุนทางสังคม (Social support) จึงมีบทบาทสำคัญในงานขององค์กรต่างๆที่มีหน้าที่นำนโยบายไปปฏิบัติ รวมทั้งงานด้านวัฒนธรรม

ความหมายของการสนับสนุนทางสังคม

คาห์น (Kahn 1979 : 85) กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคม เป็นปฏิสัมพันธ์อย่างมีจุดมุ่งหมายระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง มีการช่วยเหลือด้านวัตถุประสงค์ของซึ่งกันและกัน ขอมรับในพฤติกรรมของกันและกัน แสดงออกถึงความรู้สึกที่ดีต่อกัน รับรู้ถึงการแสดงออก ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจเกิดเพียงอย่างเดียวอย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า

ทอยท์ (Thoit 1982 : 147-148) อธิบายการสนับสนุนทางสังคมไว้ว่าเป็นระดับของความต้องการพื้นฐาน ได้แก่ ความต้องการความรัก การยอมรับ การยกย่อง การเห็นคุณค่า การเป็นเจ้าของ ความมีชื่อเสียง และความปลอดภัย ที่จะได้รับการตอบสนอง โดยติดต่อสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม

เปรมฤดี เจริญพร (2542 : 40) กล่าวว่า แรงสนับสนุนทางสังคม เป็นการที่บุคคลได้รับความช่วยเหลือจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม ทั้งทางด้านอารมณ์ ด้านข้อมูล ข่าวสาร ด้านการเงิน แรงงาน หรือวัตถุประสงค์ของต่าง ๆ ซึ่งบุคคลอื่นในสังคมนั้นอาจเป็นสมาชิกในครอบครัวญาติพี่น้อง เพื่อน หรือหลายบุคคลร่วมกันทำให้ผู้ได้รับการสนับสนุนทางสังคมเกิดความผูกพัน

คอบบ์ (Cobb 1976 : 300-301) กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคม เป็นข้อมูลข่าวสารที่ช่วยให้บุคคลเชื่อว่า มีบุคคลให้การดูแลเอาใจใส่ มีคนรักคนสนใจ มีคนยกย่อง และมองเห็นคุณค่าและรู้สึกี่ว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งหรือมีส่วนร่วม ในสังคม

แคปแลน คัสเซล และกอร์ (Kaplan, Cassel and Gore 1977 : 50-51 อ้างถึงใน สุพิศตรา เก้าประดิษฐ์) ได้ให้ความหมายของการสนับสนุนทางสังคมไว้ 2 แนวทางคือ

1. การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง ความพอใจต่อความจำเป็นพื้นฐานทางสังคมของตน โดยผ่านการติดต่อสัมพันธ์สัมพันธ์กับกลุ่มชนในสังคม ได้แก่ การได้รับความรัก การยกย่องว่ามี

คุณค่า การช่วยเหลือ การเป็นส่วนหนึ่งของสังคมและการได้รับความปลอดภัยโดยได้รับการปฏิบัติสัมพันธ์กับบุคคลอื่น

2. การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ที่มีอยู่หรือขาดหายไปจากคนที่มีความสัมพันธ์ต่อบุคคลนั้น ได้รับการจากกลุ่มสังคมที่ให้การสนับสนุนถือได้ว่ากลุ่มสังคมเป็นแหล่งที่มีความสำคัญต่อบุคคลนั้น

กอตต์เลียบ (Gottlieb 1982: 32 อ้างถึงใน วันทนีษ์ วาสีกะสิน 2543 : 98) กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคมว่าเป็นผลที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ของบุคคล ซึ่งอยู่ในเครือข่ายทางสังคมที่มีโครงสร้างแน่ชัดปฏิสัมพันธ์นี้เป็นการมีส่วนร่วมของบุคคลที่เกี่ยวข้อง และเป็นการแลกเปลี่ยนทรัพยากรกับบุคคลที่รู้จักคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี

ปิลิสุก (Pilisuk 1982 : 20 อ้างถึงใน เกื้อกุล ธนอมกิจ 2543 : 34) กล่าวถึง การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่ไม่เฉพาะแต่การช่วยเหลือ ด้านวัตถุ และความมั่นคงทางอารมณ์เท่านั้น แต่รวมถึงการที่บุคคลได้รับการยอมรับและความรู้ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของสังคมด้วย

แมกไควย์ (Maguire 1983 : 51 อ้างถึงในเฉลิม วงศ์จันทา 2543 : 41) ได้กล่าวถึง การสนับสนุนทางสังคม หมายถึง ความรู้สึกหรือเจตนา ที่รับรู้ถึงความสนใจ เมตตากรุณา การช่วยเหลือที่ได้รับจากญาติพี่น้องเพื่อนร่วมงาน เมื่อบุคคลเหล่านี้มารวมกันหรือประสานกันโดยมีจุดประสงค์ในการช่วยเหลือ ก็จะเกิดเครือข่ายของการสนับสนุนทางสังคม

โดยสรุป การสนับสนุนทางสังคม เป็นปฏิสัมพันธ์อย่างมีจุดมุ่งหมาย ระหว่างบุคคลมีการติดต่อสัมพันธ์กัน เป็นการสนับสนุนด้านอารมณ์ แสดงออกถึงความเห็นใจ เห็นคุณค่า ได้รับการยกย่อง มีความผูกพันซึ่งกันและกัน มีความรู้สึกเป็นส่วนร่วมในสังคมเดียวกัน มีการให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น การให้คำแนะนำ การให้สิ่งของ การประเมินเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น การช่วยเหลือโดยมาเป็นแรงงาน เวลา ความคิดเห็น ข้อมูลข่าวสาร การสนับสนุนทางสังคมมีผลต่อภาวะจิตใจ อารมณ์ มีขอบเขตครอบคลุมทั้งการให้และการรับ จากบุคคล เช่น ผู้บังคับบัญชา เพื่อนร่วมงาน คนในชุมชน บุคลากรวิชาชีพต่างๆที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งเป็นความพอใจต่อความจำเป็นพื้นฐานทางสังคมที่ได้รับการติดต่อสัมพันธ์กับคนในกลุ่มสังคม เพื่อให้บุคคลที่ได้รับการสนับสนุนทางสังคมดำเนินงานไปตามจุดมุ่งหมายที่ต้องการ

ชนิดของการสนับสนุนทางสังคม

คอบบ์ (Cobb 1976 : 300-301 อ้างถึงใน สังเวียน สีแดงน้อย 2546 :19) ได้แบ่งการสนับสนุนทางสังคมออกเป็น 3 ชนิดคือ

1. การสนับสนุนทางด้านอารมณ์ (Emotional support) บุคคลเชื่อว่าเขาได้รับความรัก ได้รับการดูแลเอาใจใส่ และมีความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดมีความผูกพันซึ่งกันและกัน
2. การสนับสนุนด้านการยอมรับและเห็นคุณค่า (Esteem support) เป็นข้อมูลที่ทำให้บุคคลรู้สึกว่าตนเป็นคนมีคุณค่า เป็นที่ยอมรับของบุคคลอื่น
3. การสนับสนุนด้านการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Socially support or network) เป็นข้อมูลที่ทำให้บุคคลรู้สึกว่าตนเป็นสมาชิก หรือเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายทางสังคม และมีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

แคปแลน (Kaplan 1977 อ้างถึงใน เกื้อกูล ถนอมกิจ 2543: 36) ได้อธิบายถึงการสนับสนุนทางสังคมออกเป็น 3 ชนิดคือ

1. การสนับสนุนด้านเครื่องมือ (Instrumental aid) หมายถึง การได้รับความช่วยเหลือด้านแรงงาน วัสดุอุปกรณ์ สิ่งของ เงินทอง ที่จะทำให้บุคคลได้รับนั้นสามารถดำรงบทบาทหรือหน้าที่รับผิดชอบได้ตามปกติ
2. การได้รับการสนับสนุนด้านข้อมูลข่าวสาร (Information aid) หมายถึง การได้รับข้อมูล ข่าวดังรวมทั้งการได้รับคำแนะนำและการป้อนกลับ
3. การได้รับการสนับสนุนด้านอารมณ์และสังคม (Socioemotional aid) หมายถึง การได้รับความรัก การดูแลเอาใจใส่ การได้รับการยอมรับเห็นคุณค่าและรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (Group Belonging)

คาห์น (Kahn 1979 :85) แบ่งการสนับสนุนเป็น 3 ชนิด คือ

1. ความผูกพันทางอารมณ์และความคิด (Affection) เป็นการแสดงออกถึงอารมณ์ในทางบวกของบุคคลหนึ่งที่มีต่อบุคคลหนึ่ง ซึ่งแสดงออกในรูปของความผูกพันการยอมรับ การเคารพหรือด้วยความรัก

2. การยืนยันและยอมรับพฤติกรรมของกันและกัน (Affirmation) เป็นการแสดงออกถึงการเห็นด้วย การยอมรับในความถูกต้องเหมาะสม ทั้งในการกระทำและความคิดของบุคคล

การให้ความช่วยเหลือ (Aid) เป็นปฏิสัมพันธ์ที่มีต่อบุคคลอื่น โดยการให้สิ่งของ หรือการช่วยเหลือโดยตรง การช่วยเหลือเหล่านั้นอาจจะเป็นวัตถุ เงินทอง ข้อมูลข่าวสาร หรือเวลา

นอกจากนี้ Jacobson ได้แบ่งการสนับสนุนทางสังคมเป็น 3 ประเภท (Jacobson อ้างถึงในระพีพรรณ คำหอม 2544 : 98)

1. การสนับสนุนด้านอารมณ์ (Emotional support) เป็นพฤติกรรมที่ทำให้บุคคลเกิดความสบายใจเชื่อว่าได้รับการยกย่อง เคารพนับถือ และได้รับความรัก รวมทั้งได้รับการเอาใจใส่ และให้ความมั่นใจ

2. การสนับสนุนทางด้านสติปัญญา (Cognitive Support) หมายถึง การให้ข้อมูล ข่าวสาร คำแนะนำที่จะช่วยให้บุคคลเกิดความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ จนสามารถนำไปเป็นประโยชน์ ในการปรับตนต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิตได้

3. การสนับสนุนด้านทางด้านสิ่งของ (Materials Support) หมายถึง การช่วยเหลือด้วย สิ่งของ และบริการที่จะช่วยแก้ปัญหาในขณะนั้นได้

ระดับของการสนับสนุนทางสังคม

เลน (Lain) 1986, อ้างถึงใน อับดุลกอเคร์ บือแนสะเตง 2541 : 27) อธิบายว่า ปัจเจกบุคคลมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับสภาวะแวดล้อมทางสังคมได้ 3 ระดับ คือ

1. ระดับชุมชน โดยผ่านกลไกบูรณาการทางสังคม (Social integration)
2. ระดับเครือข่ายทางสังคม (Social networks) โดยผ่านการปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการแลกเปลี่ยนทางสังคม
3. ระดับสัมพันธ์ภาพที่ใกล้ชิด โดยการที่บุคคลมีความใกล้ชิดสนิทสนม การแสวงหา คำแนะนำและการชี้แนะเกี่ยวกับชีวิตความเป็นอยู่ส่วนตัว

กอทเลียบ (Gottlieb 1994, อ้างใน จริยาวัตร คมพักษณ์ 2531 : 101) ได้แบ่งระดับของการสนับสนุนทางสังคมออกเป็น 3 ระดับ คือ

1. ระดับกว้าง (Macro level) เป็นการพิจารณาถึงการเข้าร่วมหรือการมีส่วนร่วมในสังคมอาจวัดได้จากความสัมพันธ์กับทางสถาบันในสังคม การเข้าร่วมกลุ่มต่าง ๆ ด้วยความสมัครใจและการดำเนินชีวิตอย่างไม่เป็นทางการในสังคม

2. ระดับกลุ่มเครือข่าย (Mezzo level) เป็นการมองที่โครงสร้างและหน้าที่ของเครือข่ายสังคม ด้วยการวัดอย่างเฉพาะเจาะจงถึงกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสม่ำเสมอ เช่น กลุ่มเพื่อน ชนิดของการสนับสนุนทางสังคมในระดับนี้คือ การให้คำแนะนำ การช่วยเหลือด้านวัสดุ ความเป็นมิตรและการสนับสนุนทางด้านอารมณ์ และการยกย่อง

3. ระดับแคบ หรือ ระดับลึก (Micro level) เป็นการพิจารณาความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมมากที่สุด ทั้งนี้มีความเชื่อว่า คุณภาพของความสัมพันธ์มีความสำคัญมากกว่าปริมาณ คือ ขนาด จำนวนและความถี่ของความสัมพันธ์ การสนับสนุนในระดับนี้ ได้แก่ สามี ภรรยา บุตร และสมาชิกในครอบครัวหรือคนรัก ซึ่งมีความใกล้ชิดทางอารมณ์ ให้การสนับสนุนทางจิตใจ แสดงความรักและห่วงใย

จากที่กล่าวมานั้นพบว่า สนับสนุนทางสังคมไว้ว่าเป็นระดับของความถี่พื้นฐาน วัตถุประสงค์ สิ่งของ เงินทอง รวมถึงความใกล้ชิดสนิทสนม มีผลต่อระดับของการสนับสนุนทางสังคม ทางด้านจิตใจ การยอมรับและเห็นคุณค่า เป็นส่วนหนึ่งของสังคม การให้ความช่วยเหลือ ทำให้บุคคลเกิดความสบายใจ มั่นใจ มีคุณค่าและรู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม

5. แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติที่เป็นเลิศ

ความหมายของการปฏิบัติที่เป็นเลิศ

ศูนย์สร้างผลผลิต และคุณภาพแห่งอเมริกา (American productivity & quality center : APQC) ได้ให้คำจำกัดความว่า การปฏิบัติที่ดี คือ การปฏิบัติทั้งหลายที่สามารถก่อให้เกิดผลที่เป็นเลิศ

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ (2545) ได้ให้ความหมาย การปฏิบัติที่เป็นเลิศว่าเป็นวิธีการปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรืออาจกล่าวได้ว่า คือ การปฏิบัติที่ทำให้องค์กรสู่ความเป็นเลิศ

อันที่จริงแล้ว คำว่า ดีที่สุด (best) ของคำว่า “การปฏิบัติที่เป็นเลิศ” นี้เป็นคำที่ให้ความหมายในเชิงเทียบเคียง คือ ขึ้นอยู่กับสถานการณ์และเป้าหมายเป็นหลัก คำว่า ดีที่สุด อาจจะไม่ได้อ้างอิงถึงดีที่สุจริตจริงๆ ขององค์กรทั้งหมด แต่อาจจะเฉพาะสำหรับองค์กรใดองค์กรหนึ่งเท่านั้น เพราะแต่ละองค์กรมีวัฒนธรรมวิสัยทัศน์ สภาพธุรกิจและปัจจัยภายในขององค์กรที่แตกต่างกันไป ดังนั้นการปฏิบัติที่ดี จึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเรื่องๆ เดียว หรือกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ดีที่สุดในแต่ละองค์กรมองหา (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ 2545 : 10-12 อ้างใน นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ 2551:62)

1. ประเภทของการเปรียบเทียบสมรรถนะ

การจำแนกการเปรียบเทียบสมรรถนะได้ 2 แบบ (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ 2545 : 10-12) คือ

1.1 แบบอ้างอิงเกณฑ์ (criterion reference) เป็นการระบุคุณลักษณะ (attributes) ของปฏิบัติการที่ดีเกี่ยวกับหน้าที่ การเปรียบเทียบสมรรถนะ คือ การวัดความสำเร็จในการบรรลุเกณฑ์นั้น เช่น ในเรื่องเงินอัตราส่วนสภาพคล่องควรมีค่ามากกว่าหนึ่ง ถ้าองค์กรสามารถผ่านเกณฑ์ดังกล่าวได้ หมายความว่า ผ่านเกณฑ์เปรียบเทียบสมรรถนะ เกณฑ์เปรียบเทียบสมรรถนะอาจเป็นเพียงรายการตรวจสอบ (check list) คุณลักษณะสำคัญของการปฏิบัติที่เป็นเลิศก็ได้ว่ามีจุดไหนที่ยังบกพร่องอยู่เพื่อให้เกิดการปรับปรุงขึ้น

1.2 แบบเชิงปริมาณ (quantitative) ในบางกรณีเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องจำแนกความแตกต่างตามระดับการบรรลุผล ซึ่งแตกต่างกันไปตามสถานการณ์บ่อยครั้งที่เดียวที่ความแตกต่างนี้ เป็นสัญญาณที่บ่งชี้ถึงการปฏิบัติที่เป็นเลิศ

ในขณะที่เดียวกันได้มีการแบ่งการเปรียบเทียบผลปฏิบัติงาน แบ่งได้ 4 ประเภท ดังนี้ (ธีรยุทธ วัฒนาสุโขโชค 2545 : 29-31)

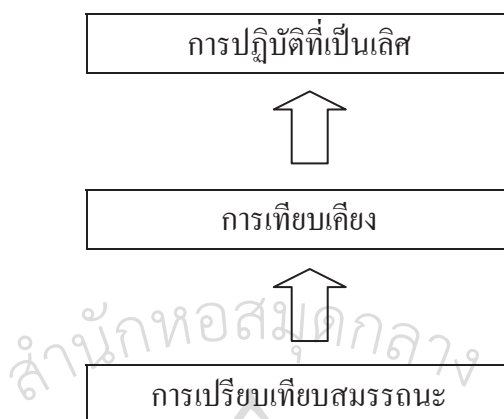
1. เปรียบเทียบกับผลการปฏิบัติงาน (performance benchmarking) คือ การเปรียบเทียบเฉพาะผลการปฏิบัติงานหลักๆ ของกิจการเรากับกิจการอื่นๆ ว่าแตกต่างกันอย่างไร เช่น เปรียบเทียบผลกำไรสุทธิ ยอดขาย ต้นทุนการผลิต สัดส่วนของเสียจากการผลิต สภาพคล่องส่วนเกิน ต้นทุนด้านบุคลากร แต่มักเป็นการเปรียบเทียบขั้นต้นเท่านั้น เพื่อให้ทราบถึงผลการปฏิบัติที่แตกต่างกัน โดยที่ยังไม่สามารถวิเคราะห์ลงลึกไปถึงสาเหตุ หรือวิธีการในการปรับปรุงที่จะตามมา

2. เปรียบเทียบกระบวนการ (process benchmarking) เป็นการเปรียบเทียบโดยมุ่งเน้นที่จะเรียนรู้ถึงวิธีปฏิบัติที่ดีกว่ากิจการอื่นๆ แล้วนำมาปรับใช้กับกิจการของเรา เช่น บริษัทในแวดวงคอมพิวเตอร์ เปรียบเทียบการให้บริการลูกค้าต่อบริการของบริษัทไอบีเอ็มที่มีชื่อเสียงด้านนี้มานาน หรือการที่บริษัทในอุตสาหกรรมคอนกรีตเมอร์โปรดักซ์ ศึกษากระบวนการสร้างตราสินค้าจากบริษัทโคคาโคล่า ที่มีมูลค่าของแบรนด์ดีอันดับสูงสุดแห่งหนึ่งของโลก

3. เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ (product benchmarking) คือ การเปรียบเทียบคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์/บริการของเราต่อผลิตภัณฑ์/บริการของกิจการอื่น ในด้านความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็ง แล้วนำไปปรับปรุงพัฒนาในแง่มุมต่างๆ ต่อไป

4. เปรียบเทียบกลยุทธ์ (strategy benchmarking) เป็นการศึกษาเปรียบเทียบกลยุทธ์ระหว่างกิจการเรากับกิจการอื่นๆ ที่ประสบความสำเร็จ ซึ่งต้องใช้ทักษะการวิเคราะห์ และเก็บข้อมูลภายในอย่างลึกซึ้งเนื่องจากการมองที่ครอบคลุมการดำเนินการทุกๆ ด้านขององค์กร

2. ความสัมพันธ์ของการเทียบเคียง (benchmark) การเปรียบเทียบสมรรถนะ (benchmarking) และการปฏิบัติที่เป็นเลิศ (best practices) ความสัมพันธ์ทั้งสามแสดงได้ดังแผนภูมิที่ 7



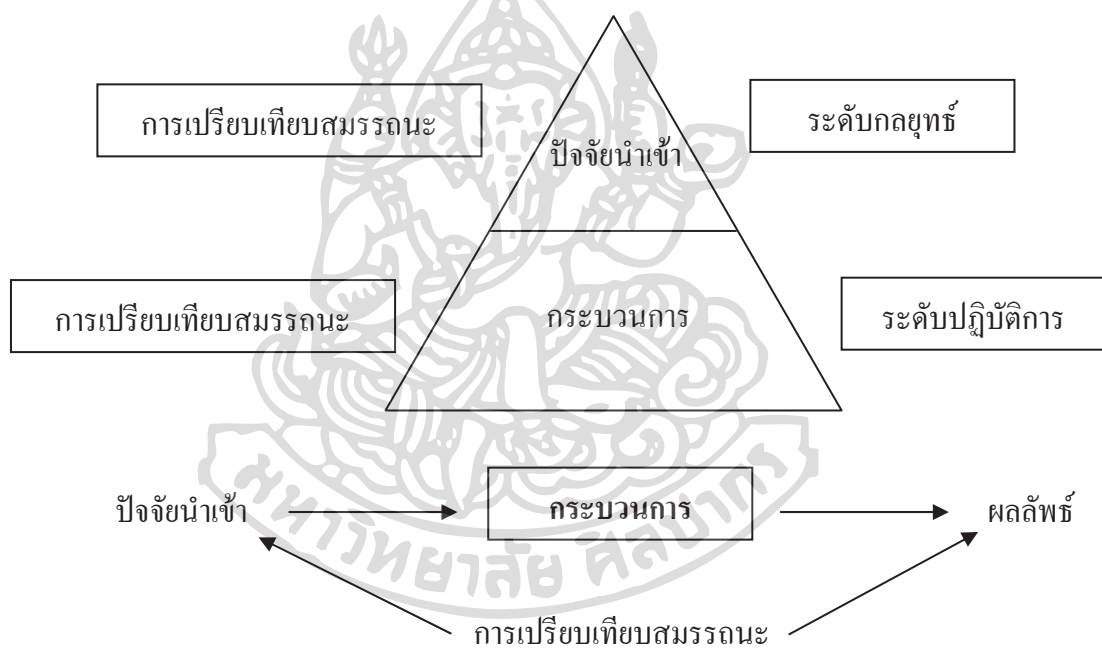
แผนภูมิที่ 8 แสดงความสัมพันธ์ของการเปรียบเทียบ การเทียบเคียง และการปฏิบัติที่เป็นเลิศ
ที่มา: นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ. เครือข่ายสินค้าเกษตรและห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว
รายงานการวิจัย ทุนวิจัย สกว. (กรุงเทพมหานคร.สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2552),63.

จากรูปชี้ให้เห็นว่ากระบวนการทำการเปรียบเทียบสมรรถนะนำไปสู่การค้นหาผู้ที่สามารถนำมาเทียบเคียงว่าเป็นใคร และผู้ที่นำมาเทียบเคียง สามารถตอบคำถามเราได้ว่า วิธีการปฏิบัติที่ดีที่สุดใดที่นำไปสู่ความเป็นเลิศ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า การเปรียบเทียบสมรรถนะเป็นกระบวนการเรียนรู้วิธีปฏิบัติจากผู้อื่นซึ่งเป็นการกระทำอย่างเปิดเผย เป็นระบบ และมีจุดประสงค์ไม่ใช่เพียงการออกแบบ แต่เป็นการนำวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศที่ได้เรียนรู้มาประยุกต์ให้เหมาะสมกับตนเอง ทั้งนี้การเปรียบเทียบสมรรถนะไม่จำเป็นต้องทำเฉพาะกับคู่แข่งเท่านั้น เราสามารถที่จะทำกับใครที่มีวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ และต้องการที่จะเรียนรู้จากเขา บางคนอาจเข้าใจว่า การเปรียบเทียบสมรรถนะเน้นเฉพาะที่การเปรียบเทียบตัววัด แต่อันที่จริงแล้วการเปรียบเทียบตัววัดเป็นเพียงส่วนเดียวของการทำการเปรียบเทียบสมรรถนะเท่านั้น แท้ที่จริงแล้วเป็นการศึกษาวิธีปฏิบัติที่ดีที่สุดจากผู้อื่น แล้วนำวิธีการปฏิบัตินั้นมาใช้ปรับปรุงตนเอง (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ 2545 : 11-12 อ้างถึงใน นรินทร์ สังข์รักษา 2551:64)

ขอบเขตของการทำการเปรียบเทียบสมรรถนะ

การทำการเปรียบเทียบสมรรถนะไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแก่การทำที่กระบวนการใด กระบวนการหนึ่ง หรือระดับใดระดับหนึ่งเท่านั้น การเปรียบเทียบสมรรถนะสามารถนำไปใช้ได้ทั่วทุกที่ในองค์กรทั้งระดับกลยุทธ์และระดับปฏิบัติการ หรือการเปรียบเทียบสมรรถนะกระบวนการ โดยเปรียบเทียบที่ปัจจัยนำเข้า (input) กระบวนการ (process) หรือผลลัพธ์ (result) ของกระบวนการ เราสามารถทำการเปรียบเทียบสมรรถนะได้ทุกเรื่องแล้วแต่ว่าจะนำไปใช้เรื่องอะไรอาจทำการเปรียบเทียบสมรรถนะระบบ 5ส ขององค์กรเรากับองค์กรอื่น หรืออาจทำการเปรียบเทียบสมรรถนะขั้นตอนการรับส่งสินค้าของเรา หรือกระบวนการจ่ายเงินของเรา หรือกระบวนการฝึกอบรมทุกขั้นตอน ทุกงานเราสามารถที่จะทำการเปรียบเทียบสมรรถนะได้ทั้งนั้น ดังแผนภูมิที่ 8



แผนภูมิที่ 9 แสดงการเปรียบเทียบสมรรถนะ สามารถทำได้ทั้งระดับกลยุทธ์ และระดับปฏิบัติการ และปัจจัยนำเข้า กระบวนการหรือผลลัพธ์ที่ได้

ที่มา: นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ. เครือข่ายสินค้าเกษตรและห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว รายงานการวิจัย ทุนวิจัย สกว. (กรุงเทพมหานคร.สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2552),64.

แนวทางการทำการเปรียบเทียบสมรรถนะ

การทำการเปรียบเทียบสมรรถนะ สามารถเลือกทำได้ 2 แนวทาง คือ 1) การเปรียบเทียบสมรรถนะแบบกลุ่ม และ 2) การเปรียบเทียบสมรรถนะแบบเดี่ยว

การเปรียบเทียบสมรรถนะแบบกลุ่ม การทำการเปรียบเทียบสมรรถนะโดยเราเข้าไปรวมกลุ่มกับองค์กรอื่นที่มีความต้องการทำการเปรียบเทียบสมรรถนะเหมือนกัน การรวมกลุ่มอาจมีบุคคลที่สามเป็นผู้ประสาน และดำเนินการในการเก็บข้อมูลให้ โดยบุคคลที่สามนี้อาจเป็นสมาคมตัวแทนสถาบัน หรือที่ปรึกษาก็ได้ ข้อดีของการรวมกลุ่มในลักษณะนี้คือ ไม่ต้องเสียเวลาในการหาคู่เปรียบเทียบ เพราะคู่เปรียบเทียบก็คือแต่ละองค์กรที่เข้ามารวมกลุ่มนั่นเอง ซึ่งทำให้ประหยัดเวลาในการดำเนินการ รวมทั้งเป็นการสร้างเครือข่ายการแลกเปลี่ยนข้อมูลอีกด้วย เนื่องจากการรวมกลุ่มแต่ละครั้งองค์กรสามารถมีปฏิสัมพันธ์ถึงกันทำให้เกิดความไว้วางใจกัน ดังนั้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลจึงมีความสะดวกใจมากขึ้น แต่ข้อจำกัดคือ องค์กรแต่ละองค์กรไม่สามารถทำตามสิ่งที่ต้องการ ได้หมดทุกอย่างเนื่องจากต้องฟังเสียงข้างมากของทุกองค์กรในกลุ่มว่าต้องการเน้นเรื่องใด แบบไหน เวลาที่ใช้การดำเนินการค่อนข้างตายตัวอาจทำให้มีปัญหาได้

การเปรียบเทียบสมรรถนะแบบเดี่ยว การทำการเปรียบเทียบสมรรถนะโดยองค์กรเดียวมีความต้องการที่จะทำการเปรียบเทียบสมรรถนะ จึงกำหนดที่ต้องการทำ และดำเนินการตามกระบวนการการเปรียบเทียบสมรรถนะตามที่ได้วางแผนเอาไว้ การทำการเปรียบเทียบสมรรถนะแบบเดี่ยวนี้นี้ต้องเป็นผู้ดำเนินการคนเดียวทั้งหมดนับตั้งแต่กำหนดที่ หากคู่เปรียบเทียบ เก็บข้อมูลพัฒนาแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปข้อมูล ข้อดีของการทำแบบเดี่ยว คือ องค์กรสามารถเลือกสิ่งที่ตนเองมีความสนใจจะทำการเปรียบเทียบสมรรถนะได้ หรืออาจเน้นเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่อยู่ในความสนใจ และสามารถควบคุมระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการทั้งหมดได้ รวมถึงสามารถเลือกผู้ที่จะเป็นคู่เปรียบเทียบได้ ข้อเสียของการทำแบบนี้คือ ค่อนข้างจะใช้เวลายาวนานกว่าแบบกลุ่ม เพราะต้องเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด หากเป็นองค์กรเล็กๆ การหาคู่ที่จะมาเปรียบเทียบกับค่อนข้างทำได้ลำบาก (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ 2545 : 18-20 อ้างถึงใน นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ 2551:65)

กรณีตัวอย่างการเปรียบเทียบสมรรถนะของมหาวิทยาลัยในประเทศออสเตรเลีย ที่ได้กำหนดเกณฑ์การเปรียบเทียบสมรรถนะที่ประกอบด้วย ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ 2544 : 12-17 อ้างถึงใน นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ 2551:65)

1. การปกครอง และความเป็นผู้นำ (governance and leadership) แสดงถึงปฏิบัติการที่ดีในการประสานงานระหว่างการปกครอง และการจัดการ ประสิทธิภาพของคณะกรรมการปกครองในการทบทวนปฏิบัติการของตนเอง กำหนดขอบเขตความเป็นผู้นำ และการนำเสนอรวมถึง

ปฏิบัติการเพื่อให้บรรลุความเชื่อมั่น และประสิทธิภาพที่สูง เกณฑ์เปรียบเทียบสมรรถนะที่มุ่งเน้นที่ระบบ และการจัดการเพื่อการปกครอง และความเป็นผู้นำมากกว่าการทำงานของแต่ละบุคคล

2. การวางแผนระดับมหาวิทยาลัย (university-wide planning) ความต้องการหลักอย่างหนึ่งคือการมีแผนงานที่ระบุอย่างชัดเจนถึงทิศทางของมหาวิทยาลัย ดังนั้น ลักษณะความเป็นผู้นำ การดูแลปฏิบัติการ และแผนงานต่างๆ รวมถึงการสนับสนุนจากคณะกรรมการปกครองจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมากในการสร้างความมั่นใจต่อการปฏิบัติตามแผน และสิ่งสำคัญเทียบเท่ากัน คือ การมีส่วนร่วม ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของมหาวิทยาลัย หรืออย่างน้อยที่สุดการยอมรับในแผนงานจากพนักงาน

3. ความคิดริเริ่มเชิงกลยุทธ์ เน้นการเปลี่ยนแปลง และนวัตกรรม (change & innovation) มหาวิทยาลัยอยู่ในสภาพที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ใช่แค่ปริมาณ และแหล่งเงินทุนสนับสนุนเท่านั้น แต่ยังรวมถึงเทคโนโลยี โครงสร้างสังคม วัตถุประสงค์ ฯลฯ มีการค้นพบสิ่งใหม่ๆ ความรู้สึกใหม่ๆ ตลอดเวลา โดยมีความเชื่อว่า บรรยากาศ และการจัดการภายในมหาวิทยาลัยเป็นส่วนช่วยอย่างสำคัญในการก่อเกิดนวัตกรรมที่หมายถึง การเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบทางการของมหาวิทยาลัย ซึ่งอาจได้แก่การเปลี่ยนแปลงการทำงานของพนักงาน มหาวิทยาลัย หลักสูตร วิธีการเรียนการสอน การทำงานวิจัย ฯลฯ การส่งเสริมให้เกิดนวัตกรรมสามารถกระทำโดยการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของพนักงานให้มากขึ้น หรือการสร้างระบบสนับสนุนขึ้นมาในองค์กร

4. การวางแผนความเสมอภาค (equity planning) กำหนดขึ้นเพื่อให้มีความเสมอภาคเกิดขึ้นซึ่งประเมินได้จากการเอาใจใส่ของฝ่ายบริหาร นโยบายการเรียนการสอน ระบบพันธมิตร รวมถึงการเลื่อนตำแหน่งพนักงาน การวางแผนความเสมอภาคจะครอบคลุมทุกกิจกรรมหลักของมหาวิทยาลัย แนวทางการทำงานของแผนเสมอภาคต้องเป็นระบบ และเชิงวิเคราะห์ที่มีการทบทวน และจะส่งผลคืออย่างยิ่ง ถ้าสามารถวางแผนความเสมอภาคให้ประสานกับกระบวนการอื่น เพื่อการส่งเสริม และให้ประกันคุณภาพการศึกษา

5. การระบุขอบเขตความรับผิดชอบ และการตัดสินใจอย่างชัดเจน (clearly defined lines of responsibility & decision making)

6. ระบบธุรกิจหลัก (core business system) เป็นการประเมินว่าระบบธุรกิจเป็นไปตามที่ต้องการหรือไม่ ระบบหลักในมหาวิทยาลัยจำเป็นต้องสามารถรองรับการลงทะเบียนของนักศึกษาได้เป็นอย่างดี เก็บข้อมูลพัฒนาการของนักศึกษา ให้การศึกษาจนจบ และการชำระเงินอย่างรวดเร็ว

7. การจัดการความเสี่ยง (risk management) การจัดการความเสี่ยงแต่เดิมใช้กับเฉพาะในธุรกิจการเงินเท่านั้น แต่ต่อมาได้มีการนำไปใช้กับธุรกิจอื่นๆ มากมาย เนื่องจากความสำคัญของการ

จัดการความเสี่ยงมีมากมาย ระบบธุรกิจหลักของมหาวิทยาลัยต้องสามารถให้ข้อมูลที่ช่วยในการประเมินความเสี่ยงจากตลาดเป็นการประเมินความเสี่ยงจากการปฏิบัติการประจำวันว่า เป็นส่วนหนึ่งของการทำงานปกติ หรือเป็นความเสี่ยงที่ต้องการคำปรึกษาจากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

8. อัตราส่วนค่าใช้จ่ายงานวิจัย และการสอน (teaching and research expenditure ratio) เนื่องจากทรัพยากรมีจำกัดทำให้ต้องมีการใช้ทรัพยากรสำหรับการศึกษาเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดในขณะเดียวกันก็ต้องลดค่าใช้จ่ายงานบริหารที่ไม่จำเป็นให้ต่ำที่สุด เกณฑ์เปรียบเทียบสมรรถนะส่วนนี้เพื่อวิจัย และการสอน และอัตราส่วนค่าใช้จ่ายงานบริหารที่จำเป็นต้องมีการกำหนดค่าจำกัดความมาตรฐานรวมถึงประเภท และการจำแนกค่าใช้จ่ายให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

9. ระบบข้อมูลโดยรวม (corporate information) ครอบคลุมความจำเป็นที่ต้องมีระบบข้อมูลโดยรวม และแผนปฏิบัติการซึ่งจำเป็นต้องมีการดูแลเว็บไซต์เป็นการดี รวมถึงการมีผู้จัดการระบบที่มีความรู้มีการทดสอบประสิทธิภาพการใช้งานอย่างสม่ำเสมอ และมีการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานอย่างสม่ำเสมอ

10. บรรยากาศองค์กร (organizational climate) เกี่ยวข้องกับความสามารถของมหาวิทยาลัยในการจัดการกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ความภูมิใจ และความพึงพอใจต่องานที่ทำให้เกิดแก่พนักงาน การสร้างบรรยากาศองค์กรที่ดีให้แกพนักงาน ทั้งองค์กรเป็นงานที่ยากละเอียดอ่อนมาก โดยเฉพาะในช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญ และเป็นงานที่มีความสำคัญอย่างมากต่อความสำเร็จของมหาวิทยาลัย

จากที่กล่าวมาในแนวทางของการปฏิบัติที่เป็นเลิศนั้นมีความแตกต่างกันออกไปโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยภายในขององค์กรนั้นๆ ที่มองหาการปฏิบัติที่ดีต่างกันออกไป ดังนั้นการปฏิบัติที่เป็นเลิศจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเรื่องๆ เดียว หรือกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับสิ่งที่ดีที่สุดในแต่ละองค์กรมองหา

6. บริบทของชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

รู้จักสุพรรณบุรี

ในสมัยก่อนหากคนสุพรรณบุรีจะเดินทางมายังกรุงเทพฯ ต้องนั่งรถข้ามวันข้ามคืนและก่อนจะมีถนนสายหลักก็ต้องนั่งรถอ้อมไปทาง จังหวัดนครปฐม หรือ จังหวัดอ่างทอง แต่ปัจจุบันจังหวัดสุพรรณบุรี มีถนนกว้างใหญ่ทั่วถึง จนมีคำพูดติดตลกว่า “มีแต่ถนนนาเท่านั้นแหละที่ไม่ได้ลาดยาง”

จังหวัดสุพรรณบุรีได้ชื่อว่าเป็นเมืองยุทธหัตถี คือเป็นสถานที่กระทำยุทธหัตถีระหว่างสมเด็จพระนเรศวรมหาราชกับพระมหาอุปราชา โดยฝ่ายไทยได้รับชัยชนะและรักษาเอกราชไว้ได้ แม้จะมีข้อขัดแย้งทางประวัติศาสตร์เรื่องของสถานที่กระทำยุทธหัตถีว่าอยู่เขต จ.สุพรรณบุรี หรือ จังหวัดกาญจนบุรี แต่คนทั่วไปก็จดจำกันว่าอยู่ที่ดอนเจดีย์ สุพรรณบุรี ประกอบกับมีอนุสาวรีย์ตั้งอยู่กลางเมือง ทั้งมีการจัดงานอนุสรณ์ดอนเจดีย์เป็นงานประจำปียิ่งใหญ่ทุกปีด้วย

และสำหรับผู้ที่ชื่นชอบงานวรรณคดีจะจดจำเกี่ยวกับสุพรรณบุรีจากเสภาเรื่องขุนช้างขุนแผน อันมีเรื่องราวเกี่ยวข้องกับผู้คนและสถานที่ต่างๆ ในละแวกนี้ ทั้งวัดป่าเลไลยก์และวัดแก่งขนแผนไป ร่ำเรียนวิชาอาคม ปัจจุบันเราสามารถพบเห็นชื่อตัวละครในเสภาเรื่องนี้ปรากฏเป็นชื่อถนนในตัวเมืองหลายสาย เช่น ถนนนครแก้ว ถนนพระพันวษา ถนนนางพิม ถนนม้าสีหมอก ถนนดาบฟ้าฟื้น ถนนขุนช้าง ถนนพลายแก้ว เป็นต้น

นอกจากนี้ จังหวัดสุพรรณบุรียังเป็นกรุพระแห่งใหญ่ของประเทศไทย ด้วยมีประวัติศาสตร์อันยาวนาน มีการค้นพบกรุพระที่วัดต่างๆ มาโดยตลอด บางแห่งพบพระพิมพ์จำนวนมากถึงขนาดบรรจุในไหได้หลายไห แต่พระพิมพ์ที่โด่งดังที่สุดก็คือพระผงสุพรรณจากกรุวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ซึ่งนักเลงพระยกย่องให้เป็นหนึ่งในพระเบญจภาคี มีมูลค่าการเช่าหลักล้าน

ชาวสุพรรณบุรีนอกจากเป็นคนไทยแท้ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของจังหวัดแล้ว ยังมีคนไทยเชื้อสายจีนซึ่งสมัยโบราณอาศัยอยู่ตามตลาดริมน้ำ ทั้งตลาดที่อำเภอสามชุก ตลาดที่อำเภอศรีประจันต์ และตลาดเก้าห้อง ที่อำเภอบางปลาม้า นอกจากนี้ก็มีชาวไทพวนที่อพยพโยกย้ายเข้ามาตั้งแค้มป์กรุงธนบุรีถึงรัตนโกสินทร์ เช่นที่ชุมชนบ้านโพธิ์ศรี อำเภอบางปลาม้า และชาวไทยทรงดำหรือลาวโซ่งที่บ้านดอนมะเกลืออำเภออู่ทอง รวมทั้งชาวกระเหรี่ยงและละว้าที่อำเภอด่านช้าง

มีสิ่งหนึ่งเกี่ยวกับจังหวัดนี้ที่คนทั่วไปไม่ค่อยทราบ คือ มีป่าสนสองใบอันคมสมบูรณ์ที่อุทยานแห่งชาติพุเตย ในเขต จังหวัดสุพรรณบุรี นับเป็นป่าสนที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มากที่สุด (จารุภัทร วิมุตเสรษฐ์:2548.38-39)

ที่ตั้งและอาณาบริเวณ

จังหวัดสุพรรณบุรี ตั้งอยู่ในเขตภาคกลาง ด้านตะวันตกระหว่างเส้นละติจูด 14 องศา 3 ลิปดา 30 พิลิปดาเหนือ ถึง 15 องศาเหนือ และระหว่างเส้นลองจิจูด 99 องศา 25 ลิปดาตะวันออก 30 พิลิปดา ถึง 100 องศา 18 ลิปดา 36 พิลิปดาตะวันออก สูงกว่าระดับน้ำทะเลปานกลาง อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 107 กิโลเมตร มีเนื้อที่ 5,358.008 ตารางกิโลเมตรหรือ 3,348,755 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง 7 จังหวัด

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดชัยนาท และจังหวัดอุทัยธานี

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดนครปฐม

ทิศตะวันออกติดต่อกับ จังหวัดอ่างทอง จังหวัดสิงห์บุรี และจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดกาญจนบุรี และจังหวัดอุทัยธานี

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศของจังหวัดสุพรรณบุรี แบ่งออกเป็น 2 เขต คือ บริเวณพื้นที่ราบลุ่มอยู่ทางทิศตะวันออกของจังหวัดตลอดแนว ตั้งแต่เหนือจรดใต้ เป็นบริเวณพื้นที่ราบลุ่มแม่น้ำท่าจีนหรือแม่น้ำสุพรรณบุรี ครอบคลุมพื้นที่ของอำเภอเดิมบางนางบวช อำเภอสามชูก อำเภอดอนเจดีย์ อำเภอศรีประจันต์ อำเภอเมืองสุพรรณบุรี อำเภอบางปลาม้า อำเภอสองพี่น้อง และบางส่วนของอำเภออู่ทอง

บริเวณพื้นที่คอนลาคสลับบอนชั้น จนถึงเทือกเขาสูง เริ่มตั้งแต่ด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันตกเฉียงใต้ของอำเภออู่ทอง ทอดขึ้นไปทางเหนือลักษณะพื้นที่ลูกคลื่นลอนลาด สลับเชิงเขา ส่วนทางด้านตะวันตกของอำเภอด่านช้าง มีสภาพเป็นลูกคลื่นลอนลาดสลับบ้างชันจนถึงเทือกเขาสูงชัน มียอดเขาสูงที่สุด อยู่ใกล้กับบ้านห้วยหินดำ มีลำธารเล็ก ๆ หลายสายไหลผ่าน และลงสู่ลำห้วยกระเสียว ซึ่งอยู่ในที่ราบหุบเขา และบริเวณหุบเขาแห่งนี้ มีเขื่อนกระเสียว เป็นเขื่อนดินถัดจากที่ราบหุบเขามาทางทิศตะวันออก จะเป็นแนวลูกคลื่นลอนชัน ถึงเนินเขาแล้วค่อย ๆ ลาดเทลงมาทางทิศตะวันออก จนถึงแม่น้ำท่าจีน

ลักษณะภูมิอากาศ

จังหวัดสุพรรณบุรีมี 3 ฤดูกาล คือ ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่กลางเดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคม โดยได้รับอิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้พัดผ่านจากทะเลอันดามัน ฤดูหนาวตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ ด้วยอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงเดือนกลางเดือนพฤษภาคม ด้วยอิทธิพลจากลมฝ่ายตะวันตก

ในปี พ.ศ. 2541 อุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ย 37.6 องศาเซลเซียส เดือนที่มีอากาศร้อนที่สุด คือ เดือนเมษายน อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ย 21.7 องศาเซลเซียส เดือนที่มีอากาศหนาวเย็นที่สุดคือเดือนธันวาคม เดือนที่มีฝนตกชุกที่สุดคือเดือนตุลาคม ปริมาณน้ำฝน 1305.4 มม./ปี และฝนตกเฉลี่ย 104 วัน/ปี

แหล่งน้ำตามธรรมชาติ

แหล่งน้ำตามธรรมชาติที่สำคัญได้แก่

- แหล่งน้ำในอากาศ ได้แก่ น้ำฝน จังหวัดสุพรรณบุรีมีช่วงฤดูฝนยาวประมาณ 6 เดือน
- แหล่งน้ำผิวดินมีแม่น้ำสายสำคัญคือแม่น้ำท่าจีนนอกจากนั้นยังมีลำน้ำอื่นอีกมากมาย
- แหล่งน้ำใต้ดิน คือ น้ำบาดาล เป็นแหล่งน้ำที่สามารถขุดเจาะนำมาใช้เพื่อการ

อุปโภค บริโภค และเพื่อการเกษตรได้

จังหวัดสุพรรณบุรี มีการพัฒนาแหล่งน้ำ ได้แก่ การสร้างเขื่อน เช่น เขื่อนกระเสียว ซึ่งเป็นเขื่อนดินสามารถเก็บน้ำได้สูงสุด 250 ล้านลูกบาศก์เมตร จ่ายให้พื้นที่เพาะปลูก 130,000 ไร่ อ่างเก็บน้ำ เช่น บึงฉวาก เป็นบึงธรรมชาติเก็บน้ำได้ 10 ล้านลูกบาศก์เมตร เพื่อให้สำหรับพื้นที่เกษตร รอบบึง 6,500 ไร่ และยังมีประตูระบายน้ำ คลองส่งน้ำตลอดจนการขุดลอกคูคลอง มีโครงการบำบัดน้ำเสียในเขตเทศบาลเป็นการคืนชีวิตให้แก่แม่น้ำท่าจีนซึ่งเป็นแม่น้ำสายหลัก

ทรัพยากรป่าไม้

พื้นที่ป่าไม้ในจังหวัดสุพรรณบุรี มีรวมกันถึง 376,250 ไร่ คิดเป็น ร้อยละ 11.24 ของพื้นที่จังหวัด กระจายอยู่ทางตอนเหนือและตะวันตกของจังหวัด ส่วนใหญ่เป็นป่าไม้เบญจพรรณ ประกอบด้วย ไม้เต็ง รัง มะค่าโมง มะค่าแต้ ชิงชัน ชาก ตะเคียนทอง เขตที่ยังคงสภาพป่ามากที่สุดคือ ทางทิศตะวันตกของอ่างเก็บน้ำกระเสียว ซึ่งเป็นเขตติดต่อกับพื้นที่ป่า จังหวัดกาญจนบุรี และอุทัยธานี ประกอบด้วยป่าสงวนแห่งชาติ ป่าองค์พระ ป่าเขาระกา ป่าเขาห้วยพลูและในเขตนวนอุทยานแห่งชาติ เขาพุเตย มีป่าสนสองใบ ซึ่งมีแห่งเดียวในภาคกลาง

ทรัพยากรแร่ชาติ

จังหวัดสุพรรณบุรี มีแร่ธาตุอยู่หลายชนิด อาทิ ดินบุก วุลแฟรม ซิลิเกต แมงกานีส เฟลด์สปาร์ สังกะสี ตะกั่ว เงิน ยิบซั่ม ดินขาว มีปริมาณไม่มากพอในเชิงพาณิชย์ จะมีก็แต่ดินบุก

สภาพทางสังคม

จังหวัดสุพรรณบุรี มีประชากรทั้งหมด 863,404 คน แยกเป็นชาย 420,807 คน หญิง 442,497 คน ความหนาแน่นของประชากร 161 คน ต่อตารางกิโลเมตร ประชากรเป็นคนไทย คนไทยเชื้อสายจีน ลาว (ลาวเวียง พวน โข่ง กุ้ง) กะเหรี่ยง ละว้า เขมร มอญ และญวน โดยกระจายอยู่ในอำเภอต่าง ๆ เช่น คนไทยเชื้อชาติลาว แบ่งออกเป็นลาวเวียง มีในเขต อำเภอเมือง เดิมบางนางบวช อุทุมพร บางปลาม้า เชื้อชาติกระเหรี่ยง มีในเขตอำเภอด่านช้าง

ภาษาพูด

ประชาชนส่วนใหญ่ พูดภาษาไทยกลาง และมีลักษณะโดดเด่นของสำเนียงพูดที่เรียกว่า “พูดเหน่อ” ในหลาย ๆ ท้องที่ ภาษาเฉพาะเชื้อสายมีพูดกันเฉพาะกลุ่ม

ศาสนา

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนา มีวัดจำนวน 506 วัด โบสถ์ศาสนาคริสต์ จำนวน 9 แห่ง มัสยิด 1 แห่ง

สภาพทางเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์ประชาชาติของจังหวัดสุพรรณบุรี เกิดจากภาคเกษตรกรรม ซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจหลัก การค้าปลีก และค้าส่งเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญ เป็นลำดับที่สอง การอุตสาหกรรมและบริการเป็นลำดับรองลงมา

การประกอบอาชีพ

กสิกรรม ได้แก่ ข้าว อ้อย มันสำปะหลัง ข้าวโพด ฯลฯ ข้าวที่ผลิตได้ในจังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่จะส่งเข้าแปรสภาพในโรงสีข้าว มีมาตรฐานการสีเป็นข้าวคุณภาพดี ระดับข้าวส่งออก มีตลาดกลางข้าวเปลือกที่อำเภอศรีประจันต์ ส่วนอ้อย จังหวัดสุพรรณบุรีมีโรงงานน้ำตาล 3 โรง อำเภอสามชุก อำเภอด่านช้าง อำเภออู่ทอง

ปศุสัตว์ ได้แก่ การเลี้ยงสัตว์ ประเภทโค กระบือ สุกร เป็ด ไก่

ประมง ได้แก่ การเลี้ยงปลาช่อน ปลาดุก กุ้งก้ามกราม ปลานิล กบ และจระเข้

รายได้เฉลี่ยของประชากรจังหวัดสุพรรณบุรี 15,618 บาท /คน /ปี

การอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องเพื่อการแปรรูปผลิตผลการเกษตร เช่น โรงสีข้าว โรงงานน้ำตาล โรงน้ำแข็ง โรงงานทำมันเส้น มันอัดเม็ด โรงงานสร้างและซ่อมอุปกรณ์ การเกษตร สำหรับอุตสาหกรรมในครัวเรือน มีเครื่องกระป๋อง อาทิ หัวกระป๋อง กระจับกระป๋อง หน่อไม้ฝรั่ง วานหางจระเข้กระป๋อง เป็นต้น อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออก เช่น โรงงานผลิตรองเท้าผลิตไฟแช็ก

ภาคหัตถกรรม สินค้าหัตถกรรมที่ขึ้นชื่อ คือ ไม้กวาดโยมะพร้าว ผลิตภัณฑ์จากทองเหลือง การผลิตเครื่องเบญจรงค์ทอง

การคมนาคม

จังหวัดสุพรรณบุรี มีความสะดวกในการติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียงทุกจังหวัด ถนนได้มาตรฐาน มีเกาะกลางถนนรุ่มรื่น สวยงามไปด้วยไม้ประดับเป็นที่ประทับใจผู้มาเยือน การคมนาคมมี 3 ทาง

1. ทางรถยนต์ ประชาชนส่วนใหญ่ ในจังหวัดสุพรรณบุรีเดินทางโดยเส้นทางรถยนต์สามารถติดต่อทั่วถึงทุกอำเภอ
2. ทางรถไฟ มีทางรถไฟ 1 สาย สุพรรณบุรี - กรุงเทพมหานคร เดินทางวันละ 2 เที่ยว ใช้รถดีเซลรางปรับอากาศ
3. ทางเรือ การคมนาคมทางน้ำ อาศัยลำน้ำต่าง ๆ และแม่น้ำท่าจีน ในการเดินเรือและขนส่งสินค้า

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของ จังหวัดสุพรรณบุรี

1. อำเภอเมือง ส่วนใหญ่เป็นวัด วัดสำคัญคือวัดป่าเลไลยก์และวัดพระศรีรัตนมหาธาตุ ส่วนวัดพระนอนและวัดพระลอยอยู่ติดแม่น้ำสุพรรณบุรีอุทยานมัจฉาให้เที่ยวชม มีจุดชมทิวทัศน์ที่ หอคอยบรรหาร-แจ่มใส ที่อยู่ในสวนเฉลิมภัทรราชินีซึ่งเหมาะสำหรับเดินเล่นพักผ่อนยามเย็น นอกจากนี้ก็มีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สุพรรณบุรี และโรงละครแห่งชาติภาคตะวันตกฯ ซึ่งมีการแสดงทุกวันเสาร์
2. อำเภออู่ทอง มีพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ อู่ทอง ซึ่งจัดแสดงพระพุทธรูปสมัยอู่ทองและธรรมจักรศิลา ซึ่งอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์รวมทั้งโบราณวัตถุจำนวนมาก นอกจากนี้ที่วัดเขาดีสลักก็มีรอยพระพุทธรูปให้แวะสักการะ ที่วัดพระศรีสรรเพชญารามมีมณฑปบนยอดเขาลักษณะคล้ายที่วัดพระพุทธรูป จังหวัดสระบุรี
3. อำเภอสามชุก และ อำเภอเดิมบางนางบวช ที่ อำเภอสามชุกมีตลาดร้อยปีให้ได้สัมผัสบรรยากาศตลาดเก่าและวัดสามชุกซึ่งมีรอยพระพุทธรูปสำริด ส่วนในเขต อ.เดิมบางนางบวชมีวัดเจ้านางบวชซึ่งพระอาจารย์ธรรมโชติเคยจำพรรษาอยู่ มีรูปปั้นของท่านอยู่ในโบสถ์และมีวิหารอาจารย์ธรรมโชติซึ่งเป็นวิหารเก่าแก่และที่เที่ยวน่าสนใจอีกแห่งของอำเภอนี้คือบึงฉวากเฉลิมพระเกียรติซึ่งจัดแสดงพันธุ์สัตว์น้ำขนาดใหญ่ มีอุโมงค์ได้นำเดินชมปลาได้อย่างใกล้ชิด
4. อำเภอคอนเจดีย์ และ อำเภอด่านช้าง ใน อำเภอคอนเจดีย์มีพระบรมราชานุสรณ์คอนเจดีย์ ซึ่งสร้างขึ้นเพื่อระลึกถึงวีรกรรมของสมเด็จพระนเรศวรมหาราชในการกระทำยุทธหัตถีกับพระมหาอุปราชา ประดิษฐานพระรูปของสมเด็จพระนเรศวรฯ พระรูปสมเด็จพระเอกาทศรถและพระนางสุพรรณกัลยา บริเวณวัดลาดสิงห์ที่อยู่ห่างออกไปราว 10 กิโลเมตร ก็มีอนุสาวรีย์ทั้งสามพระองค์ประดิษฐานอยู่เช่นกัน

ส่วน อำเภอด่านช้างซึ่งอยู่ห่างจาก อำเภอเมือง 80 กิโลเมตร พื้นที่เป็นภูเขา มีป่าสนสองใบ และน้ำตกขนาดเล็กหลายแห่งในเขต อุทยานแห่งชาติพุเตย และหมู่บ้านตะเพินคีซึ่งเป็นชุมชนชาว กะเหรี่ยง นอกจากนี้ใกล้ตัวอำเภอก็มีเขื่อนกระเสียวเป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจอีกแห่งหนึ่ง

5. อำเภอศรีประจันต์ ที่เที่ยวสำคัญ ได้แก่ วัดบ้านกร่างซึ่งเป็วัดเก่าแก่ หน้าวัดมีอุทยานมัจฉา ฝั่งตรงข้ามเป็นตลาดศรีประจันต์ซึ่งยังคงมีเรือนแถวไม้เก่าหาชมได้ยากตั้งอยู่ ไม่ไกลจากวัดบ้าน กร่างมรที่เที่ยวที่น่าสนใจมากแห่งหนึ่งนั่นคือหมู่บ้านอนุรักษ์ควายไทย เป็นที่รวบรวมพันธุ์ควาย มี การแสดงให้นักท่องเที่ยวได้ชมความสามารถของควาย และมีการสาธิตการทำนททุกวัน

6. อำเภอบางปลาม้า มีตลาดเก่าห้อง ตลาดเก่าริมน้ำให้เดินเที่ยวชมบรรยากาศช้อยๆและ วิถีชีวิตของชาวบ้านอันเรียบง่ายและมีอุทยานมัจฉาที่วัดป่าพุทธย์ หากนักท่องเที่ยวสนใจงานจัก สานฝีมือประณีต ควรแวะไปที่บ้านโพธิ์ศรีซึ่งเป็นชุมชนชาวไทยพวน นอกจากนี้บางปลาม้ายังมี เมนูเด่นคือปลาม้าให้ได้ลิ้มรสด้วย

7. อำเภอสองพี่น้อง มีที่เที่ยวเป็นวัดสามแห่ง คือ วัดไผ่โรงวัวซึ่งมีสิ่งก่อสร้างน่าสนใจ วัดทับกระดานซึ่งเกี่ยวข้องกับราชินีลูกทุ่ง พุ่มพวง ดวงจันทร์ และวัดอัมพวันหรือวัดคอนมะดัน มี พระนอนองค์ใหญ่และมณฑปสวยงาม (จารุภัทร วิมุตเศรษฐ์:2548.50-52)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สำนักงานสุพรรณบุรี จัดโครงการ“สนุกเที่ยวอร่อย อิ่มริมแม่น้ำท่าจีน” เพื่อเป็นการขยายฐานกลุ่มขับรถท่องเที่ยวและส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบวิถีหา อดีต สัมผัสวิถีชีวิตชุมชนริมแม่น้ำท่าจีน ภายใต้การเดินทางรูปแบบ”เที่ยวสุขใจได้เงาอดีต” โดย กำหนดให้มี 7 ตลาด ดังนี้

1. ตลาดบ้านสุค เป็นตลาดที่ตั้งอยู่บนคลองบางยี่หน (แยกจากแม่น้ำท่าจีน) ก่อนจะออก จาก จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นตลาดเก่าแก่ ส่วนที่อยู่ติดน้ำจะเป็น 2 ชั้น เวล่าน้ำหลากก็ขน สินค้าขึ้นไปขายชั้นบน มีก๋วยเตี๋ยวโบราณบั้งโก้ การแพโบราณ ไว้ให้ชวนชิม

2. ตลาดเก่าห้อง เป็นตลาดเก่าแก่ อดีตเคยเป็นย่านการค้าที่มีความเจริญรุ่งเรืองอยู่ริมแม่ น้ำท่าจีน ตลาดแห่งนี้เป็ตลาดริมน้ำไทย-จีน แบบดั้งเดิม มร “หอดูโจร” เพื่อใช้เป็นที่เฝ้ายามระวัง โจรที่เข้ามาปล้นตลาด มีขนมเปี๊ยะ กะหรี่ปั๊บ ผัดไทย ไว้รอชิมความอร่อย

3. ตลาดเก่าเมืองสุพรรณ(ทรัพย์สิน) เป็นตลาดริมน้ำ ตั้งอยู่บนฝั่งตะวันออกของแม่น้ำ ท่าจีน มีอายุกว่า 100 ปี ตลาดแห่งนี้มีการจัดจำหน่ายสินค้าต่างๆ มากมาย ได้แก่เนื้อเค็ม ปลาเค็ม แดดเดียว ข้าวหมูแดง ทำเรือแม่ล้ สาลี(ต้นตำรับ) คือคาโค

4. ตลาดโพธิ์พระยา เป็นตลาดดั้งเดิมที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน มีความเจริญรุ่งเรืองทาง การค้ามาแต่อดีต ปัจจุบันทำเป็นตลาดสด สะอาด ได้มาตรฐานตลาดสดดีเด่น มีอาหารขึ้นชื่อเช่น ผักสด ปลาสด ปลาร้า เป็ดพะโล้ ขนมจีน (OTOP หัวดาว)

5. ตลาดศรีประจันต์ เป็นตลาดเก่าริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน บ้านเรือนเป็นสถาปัตยกรรมสมัยเก่า ได้รับรางวัลดีเด่นประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สถานที่ที่น่าสนใจ คือ บ้านเจ้าคุณ ป.อ.ปยุตโต เป็นพระสงฆ์ไทยที่ได้รับการยกย่องเป็นกวีทางศาสนาพุทธและเป็นเพชรน้ำเอกของโลก อาหารอร่อยเช่น ก๋วยเตี๋ยวเส้นทำเอง ทองม้วนโบราณ ขนมปัง

6. ตลาดร้อยปีสามชุก เป็นชุมชนชาวจีนเก่าแก่ที่ยังคงสภาพบ้านเรือน และตลาดแบบดั้งเดิมมีพิพิธภัณฑสถานจีน ร้านถ่ายรูปโบราณ อาหารอร่อยคือ เป็ดย่าง บะหมี่ ข้าวห่อใบบัว ปลาต้มเค็ม กาแฟโบราณ ทองม้วนโบราณ น้ำพริก

7. ตลาดท่าช้าง เป็นตลาดเก่าแก่ของอำเภอเดิมบางนางบวช เป็นตลาดเล็กๆ มีก๋วยเตี๋ยวเส้นสด ก๋วยทอด มันทอด ข้าวเม่าทอด กาแฟโบราณ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย2552.5)



ตารางที่ 2 สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ. 2548 – 2550

รายการ	2548 (2005)	2549 (2006)	25450 (2007)	Item
จำนวนผู้มาเยือน	890,241	1,020,463	1,236,905	Number of visitors
ชาวไทย	867,476	990,52	1,221,082	Thai
ชาวต่างประเทศ	22,765	29,942	15,877	Foreigner
เพศ	890,241	1,020,463	1,236,905	Sex
ชาย	X	X	X	Male
หญิง	X	X	X	Female
กลุ่มอายุ(ปี)	890,241	1,020,463	1,236,905	Age group (year)
15-24	X	X	X	15-24
25-34	X	X	X	25-34
35-44	X	X	X	35-44
45-54	X	X	X	45-54
55-60	X	X	X	55-60
65 ขึ้นไป	X	X	X	65 and over
วัตถุประสงค์	890,241	1,020,463	1,236,905	Purpose of Visit
ท่องเที่ยว/พักผ่อน/เยี่ยมญาติ/ เพื่อน/ประชุมอบรม/สัมมนา/ งาน/ชมนิทรรศการ	X	X	X	Holiday
แสดงสินค้า/ได้รับรางวัล	X	X	X	Convention
ติดต่อธุรกิจ	X	X	X	Business
ปฏิบัติราชการ	X	X	X	Official Visit
อื่นๆ	X	X	X	Others

ที่มา : สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาคกลาง เขต1,อ้างถึงใน “ รายงานสถิติจังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ. 2552 ” 2552.

ตลาด 100 ปี สามชุก

ถึงนามสามชุกถ้ำ	ป่าดง
เกรียงไร่ได้ฟ้ายลง	แลกล้ำ
เรือค้าทำน้ันคง	คอยเกรียง เรียงเอย
รายจอดทอดทำน้ำ	นับฟ้ายขายของ

(โคลงนิราศสุพรรณ ของสุนทรภู่)

จากคำประพันธ์ที่ยกมานี้ แสดงว่าสามชุกนั้นมีมาก่อนพ.ศ. 2385 ซึ่งสุนทรภู่เดินทางมาว่า ร้อยปี ที่ผ่านมตลาดสามชุกคือจุดแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างชาวเรือและพวกชาวกะเหรี่ยง ลาว ละว้า ที่อยู่อาศัยแถบตะวันตกของแม่น้ำท่าจีน แม่น้ำท่าจีนมีต้นน้ำอยู่ที่จังหวัดชัยนาทที่เรียกบริเวณ นั้นว่าปากคลองมะขามเฒ่า มีชื่อเรียกกันออกไป ผ่านจังหวัดสุพรรณบุรี เรียกแม่น้ำสุพรรณบุรี ผ่านจังหวัดนครปฐม เรียกแม่น้ำนครชัยศรี ลงสู่อ่าวไทยที่ จังหวัดสมุทรสาคร เรียกแม่น้ำท่าจีน สินค้าที่นำมาแลกเปลี่ยนจากชาวเรือ เช่น เกลือ ปูน ส่วนชาวบ้านก็จะนำพืชผลจากป่า เช่น ฝ้าย แร่ ไม้ฝาง หนังสัตว์ ชันช่อ น้ำมันยาง สมุนไพร ฯลฯ จุดแลกเปลี่ยนนั้นอยู่บนบ้านท่ายางบนฝั่งตะวันตก ของแม่น้ำท่าจีนฝั่งตรงข้ามกับวัดสามชุก (คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ : 2551.5)

สามชุก เป็นเมืองเล็กๆ ในจังหวัดสุพรรณบุรี โดยในอดีตสามชุกคือแหล่งที่ผู้คน หลากหลายเชื้อชาติทั้งไทย จีน มอญ ฯลฯ มาสัมผัสกันต่อกันในลักษณะของการแลกเปลี่ยน และ ซื้อขายสินค้า จนพัฒนาไปสู่ การลงหลักปักฐาน สร้างเมืองที่มั่นคงขึ้นมาตาม ประวัติของเมือง สามชุก กล่าวไว้ว่า ตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2437 ในสมัยรัชกาลที่ 5 เดิมชื่ออำเภอ “นางบวช” ตั้งอยู่บริเวณ ตำบลนางบวช โดยมีขุนพรหมสภา (บุญรอด) เป็นนายอำเภอคนแรก ซึ่งยังมีภาพถ่ายปรากฏอยู่จนถึง ปัจจุบัน ต่อมาในปี 2457 ต้นรัชกาลที่ 6 ได้ย้ายอำเภอมายังที่บ้าน “ลำเพ็ญ” ซึ่งเป็นย่านการค้าที่สำคัญ ในสมัยนั้น จนกระทั่งปี 2481 สมัยรัชกาลที่ 8 ได้เปลี่ยนชื่อจาก “อำเภอนางบวช” มาเป็น “อำเภอ สามชุก” และย้ายมาตั้ง อยู่ที่ริมลำน้ำสุพรรณบุรี (ท่าจีน) ซึ่งแยกมาจากแม่น้ำเจ้าพระยา โดยผ่านคลอง มะขามเฒ่า แต่เดิมบริเวณที่ตั้งอำเภอสามชุกเรียกว่า “ท่ายาง” มีชาวบ้านนำของป่าจากทิศตะวันตก มาค้าขายให้กับพ่อค้าที่เป็นชาวเรือ บ้างก็มาจากทางเหนือ บ้างก็มาจากทางใต้ เป็น 3 สาย จึงเรียก บริเวณที่ค้าขายนี้ว่า “ สามแพร่ง ” ต่อมาได้เพี้ยน เป็น สามเพ็ง และลำเพ็ญในที่สุด ดังปรากฏ หลักฐานกล่าวไว้ในนิทานพื้นบ้านย่านสุพรรณมีเรื่องกล่าวต่อไปว่า ในระหว่างที่คนมารอขาย สินค้าก็ได้ตัดไม้ไผ่มาสานเป็นภาชนะสำหรับใส่ของขาย เรียกว่า “กระชุก” ชาวบ้านจึงเรียกว่า “สามชุก” มาถึงปัจจุบัน

เดิมราชพัสดุซึ่งเป็นเจ้าของที่ดินบริเวณนี้ มีนโยบายรื้อตลาดเก่า ซึ่งทรุดโทรมเพื่อสร้างใหม่ แต่ประชาชนในพื้นที่ทั้งพ่อค้า แม่ค้า ชาวบ้าน ข้าราชการ นักการเมืองท้องถิ่น รวมตัวกันตั้งเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มีการประชุมระดมความคิด หาแนวทางในการอนุรักษ์และพัฒนาตลาด ทั้งได้เดินทางไปศึกษาดูงานจากชุมชนอื่น โดยมีมูลนิธิชุมชนไทยช่วยให้คำปรึกษาด้วยความร่วมมือร่วมใจของหลายฝ่าย ปัจจุบันตลาดนี้จึงเป็นที่เที่ยวอันโดดเด่นแห่งหนึ่งของจังหวัด

ตลาดสามชุกกลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้งด้วยความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชน จนเป็นที่รู้จักของผู้คนในวงกว้าง ในปี พ.ศ.2547 นอกจากอาคารเก่าแก่ อาหารหลากหลายแล้ว เสน่ห์อีกอย่างหนึ่งของตลาดสามชุกคือ อธิยาศัยไมตรีของคนในตลาดที่ยิ้มแย้มแจ่มใส สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน(จารุภัทร วิมุตเสรษฐ:2548.99-100)

ชุมชนตลาดสามชุกเป็นชุมชนหนึ่งที่ประสบปัญหาทางเศรษฐกิจความล้มสมัยของตลาดเก่าริมแม่น้ำซึ่งในอดีตคือลมหายใจของชุมชนกลับซบเซาด้วยวิถีชีวิตที่พึ่งพาร้านค้าทันสมัยที่มีพร้อมสรรพ ให้เลือกสรรในสภาพทันสมัยซึ่งไม่หลงเหลือวัฒนธรรมของคนไทยให้เห็น ซึ่งเป็นไปตามกระแสทุนนิยม แต่ด้วยพลังชุมชนได้ร่วมกันต่อสู้เพื่ออนุรักษ์ชุมชนให้ดำรงอยู่ได้เพื่อชนรุ่นหลังกลายเป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ทำให้ชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุกประสบความสำเร็จในด้านจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงอนุรักษ์จนได้รับรางวัลจาก องค์การศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) ประจำปีประเทศไทย ได้ประกาศผลการประกวดโครงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชีย และแปซิฟิก ประจำปี 2552 โดยสามชุกตลาดร้อยปีได้รับรางวัล “อนุรักษ์ดี (Award of Merit)” ประกาศเมื่อวันที่ 28 ส.ค. 2552 จากภาพความสำเร็จนี้ทำให้เป็นที่น่าสนใจในการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีผลต่อการจัดการท่องเที่ยวจนประสบผลสำเร็จในการคืนชีวิตให้ตลาดเก่าริมแม่น้ำท่าจีนแห่งนี้ที่เคยซบเซากลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้ง พร้อมทั้งยังมีแนวทางการจัดการที่นำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เทศบาลตำบลสามชุก ตั้งอยู่ทางตอนเหนือของจังหวัดสุพรรณบุรี อยู่ห่างจากที่ว่าการอำเภอเมืองสุพรรณบุรีตามเส้นทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 340 ระยะทางประมาณ 38.6 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 33 ตารางกิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อดำบลกระเสี้ยว และตำบลนางบวช อำเภอเดิมบางนางบวช
ทิศใต้	ติดต่อดำบลย่านยาว
ทิศตะวันออก	ติดต่อดำบลวังลึก และตำบลย่านยาว
ทิศตะวันตก	ติดต่อดำบลบ้านสระ ตำบลหนองผักนาก และตำบลกระเสี้ยว

เขตการปกครอง

การแบ่งเขตการปกครอง โดยแบ่งตามลักษณะเขตการปกครองท้องที่ แบ่งออกเป็น 3 ตำบล 11 หมู่บ้าน ประกอบด้วย ตำบลสามชุก หมู่ที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6 ตำบลย่านยาว หมู่ที่ 1, 4, 6, 9 และตำบลกระเสี้ยว หมู่ที่ 8 และแบ่งตามรูปแบบเทศบาล โดยแบ่งออกเป็น 20 ชุมชน

ประชากร

ปัจจุบันเทศบาลตำบลสามชุกมีจำนวนประชากรตามสถิติการทะเบียนราษฎร ดังนี้

หมู่บ้าน	จำนวนประชากร		จำนวนครัวเรือน
	ชาย	หญิง	
หมู่ 1	660	719	385
หมู่ 2	2,098	2,221	2,228
หมู่ 3	944	945	627
หมู่ 4	392	437	228
หมู่ 5	534	570	371
หมู่ 6	552	566	336

ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไป มีสภาพพื้นที่เป็นที่ลุ่ม มีแม่น้ำท่าจีนหรือสุพรรณบุรีไหลผ่านพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่เกษตรกรรม มีระบบชลประทานครอบคลุมทุกพื้นที่ และมีแหล่งน้ำธรรมชาติขนาดใหญ่ ได้แก่ บึงระหารอยู่ทางทิศตะวันออกของ เทศบาลสามชุก ซึ่งทำให้พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์

สภาพเศรษฐกิจ

โดยรวมของเทศบาลตำบลสามชุก พิจารณาจากรายได้เฉลี่ยของประชาชนตามเกณฑ์ ข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน(จปฐ.) ประจำปี พ.ศ. 2550 มีรายได้เฉลี่ยประมาณ 52,651 บาท ต่อคนต่อปี ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากภาคการผลิตต่างๆ ดังนี้

1. ภาคเกษตรกรรม ปัจจุบันมีพื้นที่ทำการเกษตรทั้งสิ้นประมาณ 19,500 ไร่ พื้นที่ส่วนใหญ่ใช้ประกอบอาชีพ ทำนา รองลงมาทำสวน ปศุสัตว์ และประมง ภาคอุตสาหกรรม

2. การอุตสาหกรรม ส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมทางการเกษตรการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ได้แก่ โรงสีข้าว โรงน้ำตาล อุตสาหกรรมในครัวเรือน และอุตสาหกรรมขนาดย่อม ได้แก่ การผลิตเครื่องมือเครื่องใช้ทางการเกษตร โรงงานซ่อมสร้างเครื่องจักร โรงน้ำแข็ง

3. ภาคบริการและการพาณิชย์กรรม เป็นศูนย์กลางด้านการค้าและบริการ มีการจำหน่ายสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน และการประกอบอาชีพ มีทั้งร้านค้าปลีก ร้านค้าส่งและบริการด้านต่างๆ เช่น สถานีบริการน้ำมัน ธนาคาร โรงแรม ฯลฯ

4. การท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิมมีอายุกว่า 100 ปี ซึ่งเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในนาม "สามชุกตลาดร้อยปี" เป็นตลาดห้องแถวไม้ 2 ชั้น ขนาดใหญ่ตั้งอยู่ริมน้ำท่าจีน หรือแม่น้ำสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นตลาดที่ยังคงสภาพบรรยากาศบ้านเรือนในอดีตและดั้งเดิมไว้ไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ ในช่วงเวลากว่าร้อยปีที่ผ่านมา นอกจากสามชุกตลาดร้อยปีแล้ว ทั้งนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่สำคัญที่ตั้งอยู่ในบริเวณ สามชุกตลาดร้อยปี คือ พิพิธภัณฑสถานบ้านขุนจันทน์จันทน์ นอกจานี้ยังมีพิพิธภัณฑสถานวัดสามชุก รอยพระพุทธรูปบาทจำลองวัดคลองหอม และบึงระหาร

รางวัลที่ได้รับ

1. สมาคมสถาปนิกสยาม ในพระบรมราชูปถัมภ์ได้มอบรางวัล "อนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมดีเด่น ประจำปี ๒๕๕๘ ประเภทองค์กร" ให้กับคณะกรรมการตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์

2. ได้รับรางวัล "ชุมชนพัฒนาท่องเที่ยวดีเด่น" จาก สำนักพัฒนาท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา โดยคัดเลือกจาก 200 ชุมชนทั่วประเทศ แล้วคัดเลือก 28 ชุมชน สุดท้ายแล้วเหลือ 11 ชุมชน โดย สามชุกตลาดร้อยปีติด 1 ใน 11 ชุมชน ซึ่งทางคณะกรรมการตลาดจะไปรับรางวัล "ชุมชนพัฒนาท่องเที่ยวดีเด่น" จาก ดร. สุวิทย์ ยอดมณี รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในขณะนั้น ในวันที่ 19 พฤศจิกายน 2550

3. เนื่องในโอกาสสมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้มอบรางวัล "ชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยว ในโครงการประกวดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย(Thailand Tourism Awards) ปี ๒๕๕๐"

4. หนังสือพิมพ์เส้นทางผู้นำ มอบโล่ประกาศเกียรติคุณ "คนดีศรีแผ่นดิน ประจำปี ๒๕๕๐" เพื่อยกย่องเชิดชูเกียรติ นายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์ ในวันที่ 29 ธันวาคม 2550

5. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา ประกาศเรื่อง "การยกย่องสังคมแห่งการเรียนรู้ต้นแบบ" ให้แก่ สามชุกตลาดร้อยปี ลงวันที่ 20 พฤษภาคม 2551

6. องค์การศึกษาวិทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (ยูเนสโก) ประจำประเทศไทย ได้ประกาศผลการประกวดโครงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชีย และแปซิฟิก ประจำปี 2552 โดยสามชุกตลาดร้อยปีได้รับรางวัล "อนุรักษ์ดี (Award of Merit)" ประกาศเมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2552 <http://www.samchuk.in.th/flight-market.html> เข้าถึงเมื่อวันที่ 15 ธันวาคม 2552

“ตลาดสามชุก ตลาดร้อยปี” เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญและน่าสนใจแห่งหนึ่งของจังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากยังคงมีกลิ่นอายของบรรยากาศตลาดโบราณ อาคารบ้านเรือนซึ่งเป็นสถาปัตยกรรมในช่วงรัชกาลที่ ๕ นอกจากนี้ สามชุกยังมีความโดดเด่นในเรื่องราวความเป็นมา พัฒนาการ การปรับตัวและเปลี่ยนแปลงที่นับเนื่องจากอดีต อันเป็นประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่มีความเชื่อมโยงตามเส้นทางการค้าขาย และความสัมพันธ์กับทั้งผู้คนทั้งภายนอกและภายในท้องถิ่น (สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ:2552,คำนำ)

สุพรรณบุรีเป็นเมืองแห่งท้องทุ่งและสายน้ำ ที่ผูกพันกับชีวิตของคนสุพรรณฯในอดีตแต่ปัจจุบันความเจริญทางการคมนาคมเข้ามาบีบหนทางในการดำรงชีวิตทันสมัยที่ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการเดินทางหรือทำธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงทำให้ ผู้คนจำภาพในอดีตได้อย่างเลื่อนรางและคนรุ่นใหม่ยิ่งไม่เคยสัมผัสเลยนั้น ทำให้เกิดการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวที่เล่าขานถึงอดีตในวันเก่าๆ ที่รุ่งเรืองของชุมชนตลาดสามชุก ตลาดริมแม่น้ำท่าจีนที่อายุราร้อยปี ซึ่งนอกจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินแล้วนั้น ก็ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของชุมชนที่มีความรุ่งเรืองในอดีตที่เคยเป็นย่านการค้า และยังคงบอกถึงปัจจุบันที่คนในชุมชนมีความรักในถิ่นฐานบ้านช่อง และสามัคคีที่จะอนุรักษ์และพัฒนาเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเอกลักษณ์และคงอยู่อย่างยั่งยืน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยภายในประเทศ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงอนุรักษ์ ได้มีผู้ทำการศึกษาไว้ ดังนี้

กอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ(2546: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมของบ้านทุ่งสง จังหวัดกระบี่ พบว่า ป้าชุมชนบ้านทุ่งสงมีสิ่งที่นำเสนอใจมากมาย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ประเพณี วัฒนธรรม

ภคพล วีระหงส์ (2548 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า จังหวัดนครนายก พบว่า ประชาชนที่มาท่องเที่ยวโครงการการท่องเที่ยวประชาชนภายในหน่วยงานทหารฯ มีส่วนร่วมน้อย ในเรื่องการบริหารจัดการและการประเมินผลการท่องเที่ยว แต่มีส่วนร่วมในเรื่องการร่วมเสนอแนะความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ในเรื่อง เพศ อาชีพ รายได้ ลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยว กลุ่มในการท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการท่องเที่ยว พบว่า มีผลในการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

สถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย(2548) ได้ศึกษาโครงการนำร่องเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนาสภาพแวดล้อมคลองอัมพวาสรุปว่า การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชนอัมพวา คือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยใช้รูปแบบการท่องเที่ยวฐานชุมชน คือประชาชนในท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในทุกขั้นตอน โดยมีคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะดังนี้

1.ริเริ่มโดยชุมชน-ประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการคิดและช่วยสนับสนุนการดำเนินงาน

2.สร้างและพัฒนาโดยชุมชน-ใช้แรงงานและวัสดุในชุมชนใช้เทคนิคและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นหลัก

3.บริการและดำเนินงานท่องเที่ยวโดยชุมชน-รายได้ส่วนใหญ่ตกอยู่กับคนในชุมชน

4.ผลประโยชน์และรายได้คืนสู่ชุมชน-ภาษี กองทุนกลุ่มอนุรักษ์ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

5.เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในชุมชน-ไม่ส่งผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมของชุมชน

6.สนับสนุนการอนุรักษ์ชุมชน-สร้างแรงจูงใจมีการอนุรักษ์วิถีชีวิต วัฒนธรรมที่ดั้งเดิม

พะจิต ตามประทีป (2549 : 216-217) ได้ทำการศึกษา การวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่างยั่งยืนจังหวัดชัยนาท พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพื้นฐานความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นอย่างดี ทุกคนแสดงความรู้สึกรักถิ่นที่อยู่หวงแหนทรัพยากรที่มีค่าในท้องถิ่นของตนทุกคนเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าควรมีการอนุรักษ์และบูรณาการแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนทุกคนพร้อมที่จะสนับสนุนและให้ความร่วมมือกับจังหวัดในด้านความคิด แรงงาน และการสนับสนุนทางการเงินบ้างและสังเกตเห็นความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่พบขณะให้ตอบแบบสอบถามการทำวิจัยแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดชัยนาท ทุกคนล้วนต่างยินดีให้ความเห็นและให้ความร่วมมือดีมาก แต่ประชาชนขาดผู้นำที่มีทักษะทางด้านอนุรักษ์ และขาดผู้นำในการเรียกร้องให้มีการบูรณะแก้ไขหรือการจัดการเชิงอนุรักษ์ รอให้เป็นหน้าที่ของจังหวัด คงปล่อยให้แหล่งท่องเที่ยวขาดมาตรฐานและรอการพัฒนาจากภาครัฐต่อไป

รัตติยา คีตานนท์ (2549:บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา การเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของจังหวัดสมุทรสงคราม ภายใต้การมีส่วนร่วมของภาครัฐและประชาชน พบว่า จังหวัดสมุทรสงครามเป็นเมืองที่ใกล้กรุงเทพมหานคร มีสภาพแวดล้อมที่ดี มีเรื่องราวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ทางการท่องเที่ยวมาก ตลอดจนเป็นเมืองอาหารทะเลและผลไม้ปลอดสารพิษ แต่ยังคงขาดการวางแผนบูรณาการ ขาดการวางแผนยุทธศาสตร์ด้านการตลาดและมีการสูญเสียป่าชายเลน มลภาวะทางน้ำจากจังหวัดใกล้เคียง ขาดความคล่องตัวในการเชื่อมโยงการคมนาคมระดับภูมิภาคโดยรวม ปัญหาในการจัดการกับระบบนิเวศ 3 น้ำ

วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะและคณะ(2550:58)ทำการศึกษาเรื่อง “การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน:ศึกษากรณี ชุมชนท่าคา อำเภอบ้านแหลม จังหวัดสมุทรสงคราม” พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำไปสู่ความร่วมมือ ดังนั้นการมีผู้นำกลุ่มที่มีความเข้มแข็ง การเสียดสละ มีภาวะผู้นำ มีวิสัยทัศน์กว้างไกล มีความเข้าใจในการจัดการ การท่องเที่ยวและเป็นผู้ที่ชุมชนยอมรับให้ความเคารพนับถือ จึงเป็นแกนนำสำคัญในการจัดการการท่องเที่ยวในชุมชน และยังมีการคัดสรรผู้นำกลุ่มแต่ละกลุ่มโดยการคัดเลือกและโหวตเสียงในที่ประชุมตามกลุ่มอาชีพต่าง ๆ เพื่อให้การบริการการท่องเที่ยวกระจายหน้าที่ความรับผิดชอบในกลุ่มต่าง ๆ เพื่อให้หลายฝ่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมและให้การท่องเที่ยวเป็นอาชีพเสริมให้กับชุมชน โดยอาชีพหลักยังคงเป็นอาชีพด้านการเกษตรเช่นเดิม

วัชรภรณ์ เครือพันธ์ (2553 : บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาฟื้นฟูย่านการค้าเก่าชุมชนบ้านสิงห์ท่า จังหวัดยโสธร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพัฒนาการการตั้งถิ่นฐาน รวมถึงบทบาทของชุมชนริมน้ำดั้งเดิม และเอกลักษณ์ของชุมชน เครื่องมือที่ใช้เป็นการวิเคราะห์เอกสาร และการสัมภาษณ์ระดับลึก ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนบ้านสิงห์ท่า เป็นชุมชนย่านการค้าเก่ามีเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะบริเวณพื้นที่ที่เป็นเอกลักษณ์ ยังคงรูปแบบเก่าชัดเจน ลักษณะเฉพาะของเมืองและชุมชนนั้น มีองค์ประกอบ 3 ด้านด้วยกัน คือ 1. ด้านวิวัฒนาการการตั้งถิ่นฐาน 2. ด้านสภาพสังคมเศรษฐกิจและความคิดเห็นด้านการอยู่อาศัย และ 3. ด้านสถาปัตยกรรมและคุณภาพการอยู่อาศัย ซึ่งในปัจจุบันจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งมีผลให้พื้นที่ความชบเซา จากที่เคยมีความรุ่งเรืองทางด้านการค้า รวมถึงภาพลักษณ์ของความเป็นชุมชนริมน้ำของชุมชนบ้านสิงห์ท่าถูกลบเลือนไป หลงเหลือเพียงอาคารเก่า

7.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องของต่างประเทศ มีดังนี้

คัฟแมน (Kaufman : 528) ได้ศึกษาเรื่อง “Participation in Organization Activities in Selected Kentucky Localities” พบว่า อายุ เพศ การศึกษา ขนาดครอบครัว อาชีพ รายได้ และระยะเวลาอาศัยอยู่ในท้องถิ่น มีความสัมพันธ์กับระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยบุคคลที่มีสภาพทางสังคมและเศรษฐกิจต่ำจะเข้าร่วมในกิจกรรมต่างๆ ของชุมชนน้อยกว่าบุคคลที่มีสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจสูง

เวลส์ (Wells 1993) ได้ทำการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศเนปาล ซึ่งมีอยู่ตามอุทยานแห่งชาติต่างๆ ว่า เงินรายได้จำนวนมหาศาลมิได้ตกอยู่ที่การอนุรักษ์อย่างแท้จริง คือรายได้ในปีค.ศ. 1988-1989 ประมาณ 27 ล้านดอลลาร์สหรัฐและในการบริหารอุทยานจะต้องใช้เงินประมาณ 4.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่จำนวนงบประมาณที่ได้รับจริงไม่ถึง 1 ล้านเหรียญสหรัฐ ผลจากการท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจในเมืองกาญจมาณฑุเจริญรุ่งเรืองดี แต่คนในท้องถิ่นไม่ได้เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ในส่วนนี้ มีการจ้างกองกำลังรักษาป่าป้องกันมิให้ชาวบ้านเข้าไปตัดไม้ที่มีค่าใช้จ่ายสูงถึง 4 ใน 5 ส่วนของงบประมาณทั้งหมด ดังนั้นพวกเขาจึงไม่สามารถเข้าป่าล่าสัตว์ หาพืชผักได้อีกต่อไป เพราะต้องเก็บไว้ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาชื่นชม ผลกำไรสุทธิทางด้านสิ่งแวดล้อมก็ยังเป็นสิ่งที่เห็นไม่ชัดเจน ถึงแม้สิ่งแวดล้อมจะมีการปกป้องมิให้ชาวบ้านเข้ามาทำลาย แต่นักท่องเที่ยวก็เข้ามาจำนวนมากกว่าชาวบ้านและก็สร้างความเสียหายทางสภาพแวดล้อมเช่นกัน เวลส์ ได้เสนอทางออกของปัญหาว่า ควรจะมีการลงทุนในด้านการจัดการมากกว่านี้ พร้อมกับหาทางช่วยคนในท้องถิ่นให้ได้รับผลตอบแทนมากขึ้น

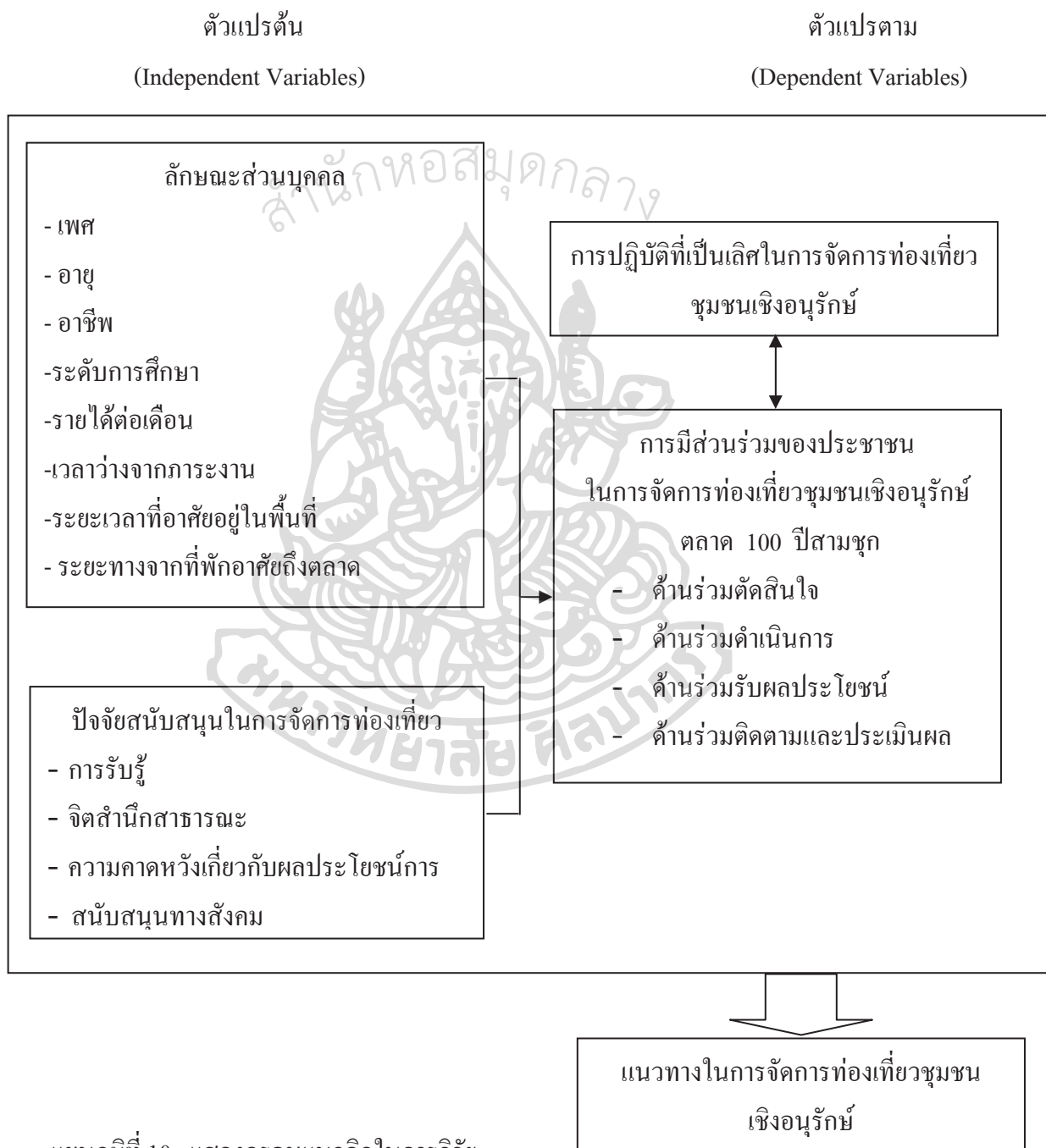
เซบาลอส ลาสกูเรน (Celballos Lascrain. 1998: 111-112) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณอ่าวรอกซ์ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็น ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการบริเวณอ่าวรอกซ์ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย จำนวน 240 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ อัตรส่วน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับต่ำ ปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการ คือ ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การได้รับการอบรม เกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือสุขภาพสิ่งแวดล้อม ระดับการศึกษา และการให้คุณค่าต่อธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม มีผลต่อความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากงานวิจัยที่กล่าวมาได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการมีส่วนร่วมที่ต้องมาจากการรวมกลุ่มและความต้องการของชุมชน พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในด้านการจัดการท่องเที่ยว นั้นส่วนสำคัญ คือ ต้องให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มของชุมชน และคำนึงถึงความต้องการของชุมชนจึงจะนำมาซึ่งความสำเร็จในกระบวนการมีส่วนร่วม โดยความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สิ่งจูงใจ ความพร้อม ระยะเวลาที่อยู่ในพื้นที่ ความสัมพันธ์ และอุปสรรค เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่วนทางด้านงานวิจัยของต่างประเทศนั้นพบว่าลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ขยายไปสู่ประชากรกลุ่มต่างๆ โดยมีแนวโน้มของที่พักอาศัยที่มีขนาดใหญ่และเป็นสากลขึ้น แต่การให้ความสำคัญของสิ่งแวดล้อม การจ้างงาน และการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นยังน้อยเกินไป ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงต้องการที่จะหาแนวทางการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อให้เกิดการเพื่อพัฒนามีส่วนร่วมของชุมชน ด้วยกรอบแนวคิดในแผนภูมิที่ 9



กรอบแนวความคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดของการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี



แผนภูมิที่ 10 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยมีวัตถุประสงค์ คือ 1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 2. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตามลักษณะส่วนบุคคล 3. เพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 4. เพื่อศึกษาการปฏิบัติที่เป็นเลิศของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สำหรับเชิงปริมาณเป็นการใช้เทคนิคของการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการส่วนเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก(In-depth interview) จากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีสร้างเครื่องมือในการวิจัย
4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล
6. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ผู้นำชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก จำนวน 3 คน ได้แก่ นายกเทศมนตรี ผู้ใหญ่บ้าน และประธานชุมชน
2. ผู้ที่ให้การสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จำนวน 400 คนจากข้อมูลทะเบียนราษฎร หมู่ 2 และทะเบียนผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว วันที่ 30 กันยายน 2554 ในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จำนวน 6 คน จากเอกสารในการให้ความร่วมมือที่ศูนย์ดำเนินงานพัฒนาตลาด 100 ปี สามชุก

กลุ่มตัวอย่าง ได้จากการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Yamane's ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 %
(Yamane Taro, 1973) ดังสูตร

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$\begin{aligned} \text{แทนค่า } n &= \frac{327}{1 + 327(0.05)^2} \\ &= 179.92 \end{aligned}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 N = ขนาดของประชากร
 e = ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่าง
 ซึ่งกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.05 หรือ 5%

กลุ่มที่ 1 ผู้นำชุมชน คือ ผู้นำคูแลชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก ต.สามชุก ได้แก่ นายเทศมนตรี ผู้ใหญ่บ้านและประธานชุมชน โดยการสุ่มแบบเจาะจง เฉพาะผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วม ตั้งแต่เริ่มพัฒนาตลาด จำนวน 3 คน

กลุ่มที่ 2 ผู้ที่ให้การสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้ที่อาศัยอยู่ในชุมชน ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว จากข้อมูลทะเบียนราษฎร หมู่ 2 และทะเบียนผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว วันที่ 30 กันยายน 2554 จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 179.92 คน จึงปัดเศษเป็น 180 คน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยวิธีการจับฉลากตามสัดส่วนที่คำนวณ

กลุ่มที่ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น หน่วยงานภาครัฐ เอกชนและ มูลนิธิต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาตลาด 100 ปี สามชุก จำนวน 6 คน

ตัวแปรที่ศึกษา

2.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยส่วนบุคคล

2.1.1.1 เพศ

2.1.1.2 อายุ

2.1.1.3 อาชีพ

2.1.1.4 ระดับการศึกษา

2.1.1.5 รายได้ต่อเดือน

2.1.1.6 เวลาว่างจากภาระงาน

2.1.1.7 ระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาด

2.1.1.8 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่

2.1.2 ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์

2.1.3.1 การรับรู้

2.1.3.2 จิตสำนึกสาธารณะ

2.1.3.3 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์

2.1.3.4 การสนับสนุนทางสังคม

2.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้แก่

2.2.1 การมีส่วนร่วมของประชาชน 4 ด้าน

2.2.1.1 ร่วมในการตัดสินใจ

2.2.1.2 ร่วมในการดำเนินการ

2.2.1.3 ร่วมในการรับผลประโยชน์

2.2.1.4 ร่วมในการติดตามและประเมินผล

2.2.2. การปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษารั้ครั้งนี้ได้ดำเนินการศึกษาใน 2 ลักษณะคือ การศึกษาจากข้อมูลทางเอกสาร (Documentary research) เป็นการศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ตำราบทความทางวิชาการและการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้วิธีการเชิงคุณภาพด้วยเทคนิคการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth interview) และกลุ่มบุคคล (Focus Group Discussion) ข้อมูล

1. วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวความคิด พร้อมทฤษฎี วรรณกรรมงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลตามแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) ซึ่งเป็นปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน เวลาว่างจากภาระงาน ระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาด และระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ แบบสอบถามเป็นลักษณะแบบกำหนดตัวเลือก (Forced Choice) จำนวน 10 ข้อ

ตอนที่ 2 เป็นปัจจัยส่วนสนับสนุน ส่วนที่ 1 การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check List) จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 จิตสำนึกสาธารณะ ส่วนที่ 3 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ ส่วนที่ 4 ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 24 ข้อ มี 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด
- 4 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงมาก
- 3 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงปานกลาง
- 2 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงน้อย
- 1 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 สอบถามการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก เป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 46 ข้อ มี 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด
- 4 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงมาก
- 3 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงปานกลาง
- 2 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงน้อย
- 1 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความเป็นจริงน้อยที่สุด

สอบถามปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open Ended) จำนวน 1 ข้อ

2.วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบไปด้วย การสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล กลุ่มบุคคล การสนทนากลุ่ม การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมเพื่อรับฟังความคิดเห็นของบุคคลที่เกี่ยวข้องด้านการปฏิบัติที่เป็นเลิศในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ดังนี้

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) จากผู้มีส่วนร่วมในการวิจัยอันได้แก่ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ท ร้านค้า ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และ ประชาชนชุมชน โดยใช้เทคนิค ลูกบอลหิมะ (Snowball Technique) จนข้อมูลอิ่มตัว (Saturate Data)

2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ผู้ประกอบการโรงแรมและรีสอร์ท ร้านค้า ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และ ประชาชนชุมชน คัดเลือกผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในแต่ละกลุ่ม เพื่อสอบถามความคิดเห็นเชิงลึก สรุปผลการประชุม โดยใช้การสนทนากลุ่ม ของผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 9 คน

คุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. เป็นผู้เกี่ยวข้องที่อยู่ในพื้นที่ อย่างน้อย 1 ปี
2. รับผิดชอบเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก
3. เป็นผู้ที่มีความสนใจให้ร่วมมือและเต็มใจในการให้ข้อมูลทำวิจัยเป็นอย่างดี

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อให้การดำเนินการวิจัยครั้งนี้ สามารถตรวจสอบวัดได้ตรงตามกรอบแนวคิดของการศึกษา และบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังต่อไปนี้

1. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ

ขั้นที่ 1 ศึกษาจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง ปริญญาผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับข้อมูลในการสร้างเครื่องมือ แล้วนำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม

ขั้นที่ 2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวลเพื่อกำหนดเป็นโครงสร้างของแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ตรวจสอบเพื่อให้ข้อเสนอแนะแล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข

ขั้นที่ 3 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขแล้วไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษา (Content Validity) แล้วนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

มีความเหมาะสมสอดคล้อง ให้ +1 คะแนน

ไม่สอดคล้อง ให้ -1 คะแนน

ไม่แน่ใจ ให้ 0 คะแนน

แล้วนำมาหาค่าความสอดคล้อง (IOC) จากสูตร
$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

IOC แทน ค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม

$\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

โดยพิจารณาเลือกประเด็นที่มีค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับลักษณะของกลุ่มพฤติกรรม สามารถนำไปใช้ได้ โดยผลการวิเคราะห์แบบสอบถามการวิจัยครั้งนี้ ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องมีค่าระหว่าง 0.50 ถึง 1 แสดงว่าข้อคำถามสามารถนำไปใช้ได้

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการพิจารณาตรวจสอบแก้ไขจากผู้ทรงคุณวุฒิ มาทำการแก้ไขปรับปรุง และขอความเห็นชอบจากอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

ขั้นที่ 5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว ไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชาชนที่อาศัย ตลาด 100 ปีสามชุก ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน

ขั้นที่ 6 หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α - Coefficient) ซึ่งมีสูตรดังนี้ (ธีรศักดิ์ อุ่ออารมย์เลิศ 2548 : 69 - 70)

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right]$$

โดยที่ α = ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา

K = จำนวนข้อคำถาม

s_i^2 = ความแปรปรวนของคะแนนรายข้อ

s_t^2 = ความแปรปรวนของคะแนนทั้งหมด

ค่าความเชื่อมั่นการรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยว เท่ากับ .9281

ค่าความเชื่อมั่นจิตสำนึกสาธารณะ เท่ากับ .9170

ค่าความเชื่อมั่นความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ เท่ากับ .9122

ค่าความเชื่อมั่นปัจจัยสนับสนุนทางสังคม เท่ากับ .9253

ค่าความเชื่อมั่นการมีส่วนร่วมด้านร่วมตัดสินใจ เท่ากับ .9075

ค่าความเชื่อมั่นการมีส่วนร่วมด้านร่วมดำเนินการ เท่ากับ .8980

ค่าความเชื่อมั่นการมีส่วนร่วมด้านร่วมรับผลประโยชน์ เท่ากับ .9088

ค่าความเชื่อมั่นการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผล เท่ากับ .8874

ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม .9227

ขั้นที่ 7 จัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บข้อมูลต่อไป

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษาในเชิงคุณภาพครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง(Unstructured Interview) โดยสร้างแนวคำถามแบบกว้างๆเพื่อเป็นแนวคำถามไว้ล่วงหน้าซึ่งข้อคำถามต่างๆสามารถยืดหยุ่นได้ไม่กำหนดตายตัวเพื่อให้ได้ข้อมูลระดับลึกที่เข้าถึงความเป็นจริงมากที่สุด เพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็น ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาใช้ในการสร้างเครื่องมือ โดยแบบสัมภาษณ์จะใช้ในการสัมภาษณ์ประชาชนที่อาศัยอยู่บริเวณชุมชนตลาด 100 ปี สามชุกและผู้มีส่วนร่วมกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ภูมิศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In – Depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) คือประชาชนที่อาศัยอยู่ในตลาด 100 ปี สามชุกและผู้มีส่วนร่วมในการดำเนินการจัดการท่องเที่ยวได้แก่

1. ผู้นำชุมชน
2. ผู้ให้การสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยว
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

แบ่งออกเป็นส่วนต่างๆได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับแนวทางของการมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ส่วนที่ 4 เป็นปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด 100 ปีสามชุก ความต้องการ และข้อเสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดต่อไป

ส่วนที่ 5 แนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศของตลาด 100 ปี สามชุก รวมถึงวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

การรวบรวมข้อมูล

ก. เชิงปริมาณ

1. ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยเพื่อขอความร่วมมือให้เทศบาลตำบลสามชุกและคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ให้ความอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้

2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยส่งแบบสอบถาม พร้อมหนังสือขอความร่วมมือจากบัณฑิตวิทยาลัยไปยัง เทศบาลตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยประสานกับเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนของเทศบาลตำบลสามชุก ช่วยเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถาม และนัดสัมภาษณ์ ด้านคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ผู้วิจัยจะดำเนินการ การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม รวมถึงการตอบแบบสอบถามผู้ประกอบการ ผู้วิจัยรับผิดชอบอยู่จะดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

3. ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มที่ได้รับคืน ตรวจสอบความสมบูรณ์ ก่อนนำไปวิเคราะห์

ข. เชิงคุณภาพ

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก(In – Depth Interview) จะสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลัก(Key Informants) คือตามผู้ให้ข้อมูลหลักที่อาศัยอยู่ในชุมชน และผู้มีส่วนร่วมกับการดำเนินงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ใช้แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างโดยสร้างแนวคำถามแบบกว้างๆเพื่อเป็นแนวคำถามไว้ล่วงหน้าซึ่งข้อคำถามต่างๆสามารถยืดหยุ่นได้ไม่กำหนดตายตัว มีทั้งคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบได้แสดงความคิดเห็น

2. จัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) ได้แก่ ผู้นำชุมชน คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ผู้ประกอบการ โรงแรมและรีสอร์ท ร้านค้า ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว และประชาชนชุมชน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยใช้เทคนิคลูกบอลหิมะ (Snow Ball) ในแต่ละกลุ่ม เพื่อสอบถามความคิดเห็นเชิงลึก สรุปผลการประชุม โดยใช้การสนทนากลุ่ม ของผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 9 คน หรือจนข้อมูลอิ่มตัว(Saturate Data)

3. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม คือการสังเกตภาคสนามโดยผู้วิจัยจะเข้าไปเป็นนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในชุมชน ร่วมกิจกรรมต่างๆ เพื่อสังเกตถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ที่เกิดขึ้นรวมถึง สภาพแวดล้อม วิถีชีวิตของชาวตลาด 100 ปีสามชุก

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป ทางสังคมศาสตร์และการวิเคราะห์ผลการวิจัย ดังนี้

ก. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. นำแบบสอบถาม ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ(Percentage)

2. ตอนที่ 2 ส่วนที่ 1 การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยว มาแจกแจงความถี่ (Frequency) และหาค่าร้อยละ(Percentage)

ส่วนที่ 2 จิตสำนึกสาธารณะ ส่วนที่ 3 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ ส่วนที่ 4 ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์การประเมินตามเกณฑ์ของเบส (Best 1981 : 179 – 187) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง เป็นจริงในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง เป็นจริงในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง เป็นจริงในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง เป็นจริงในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง เป็นจริงในระดับน้อยที่สุด

3. การวิเคราะห์ข้อมูลการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ค่าเฉลี่ย \bar{X} และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์การประเมินตามเกณฑ์ของเบส (Best 1981 : 179 - 187) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง เป็นจริงในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง เป็นจริงในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง เป็นจริงในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง เป็นจริงในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง เป็นจริงในระดับน้อยที่สุด

4. การเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว โดยชุมชนเชิงอนุรักษ์ ใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One- Way Analysis of Variance) และเมื่อพบความแตกต่างอย่างนัยสำคัญทางสถิติ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ ด้วยวิธีการของเชฟเฟ้ (Scheffe)

5. การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Stepwise Multiple Regression Analysis)

6. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ซึ่งเป็นแบบสอบถามชนิดปลายเปิด (Open-ended) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ข. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

1. ตรวจสอบแบบสัมภาษณ์และคัดเลือกฉบับที่สมบูรณ์ที่ต้องการตรวจสอบข้อมูล ในกรณีที่มีข้อมูลไม่สอดคล้องกันจะทำการตรวจสอบโดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ทั้ง บุคคล เวลา และสถานที่ โดยนำข้อมูลไปตรวจสอบกับแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เช่น จากเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเปรียบเทียบและหาเหตุผลในการอธิบายปรากฏการณ์หรือเรื่องราวต่างๆ ให้ได้ตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษาอย่างครบถ้วน ถูกต้องสมบูรณ์มากที่สุด

2. วิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยวิเคราะห์โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการอ่านทำความเข้าใจข้อมูลที่ได้มา และกำหนดประเด็นหลัก จัดหมวดหมู่ของเรื่องและตีความหาความเชื่อมโยงของข้อมูล ตรวจสอบความหมายและข้อมูลของแต่ละคน แต่ละด้านว่ามีความสมบูรณ์และมีความละเอียดเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์หรือไม่ หากข้อมูลยังมีความไม่ชัดเจนจะทำการสัมภาษณ์ใหม่ เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นนำไปสู่การเรียบเรียงเนื้อหา เพื่อหาข้อสรุป และผู้วิจัยได้เรียบเรียงนำเสนอข้อมูลในรูปแบบพรรณนา (Description)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

สำหรับการวิจัยเรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ภูมิศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ” ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามจำนวนทั้งสิ้น 180 ฉบับ และได้รับคืนและเป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 100 นำมาวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางประกอบคำบรรยายจำนวน 4 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวและปัจจัยสนับสนุนทางสังคมของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ภูมิศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 4 การศึกษาปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ภูมิศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ภูมิศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ภูมิศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 180 คน เมื่อจำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน เวลาว่างจากภาระงาน ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ระยะทางจากที่พักอาศัยถึงตลาด และการดำรงตำแหน่งในชุมชน ผู้วิจัยวิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) รายละเอียด ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ	ชาย	53	29.40
	หญิง	127	70.60
	รวม	180	100.00
2.อายุ	อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี	80	44.40
	31 – 40 ปี	50	27.80
	41 – 50 ปี	18	10.00
	51 ปีขึ้นไป	32	17.80
	รวม	180	100.00
3.อาชีพ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	33	18.33
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	21	11.67
	รับจ้างทั่วไป	26	14.44
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	100	55.56
	รวม	180	100.00

ตารางที่ 3 (ต่อ)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
4.ระดับการศึกษา			
	ประถมศึกษา	10	5.55
	มัธยมศึกษาตอนต้น	35	19.40
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	6.70
	อนุปริญญา/เทียบเท่า	37	20.55
	ปริญญาตรี	74	41.10
	สูงกว่าปริญญาตรี	12	6.70
	รวม	180	100.00
5. รายได้ต่อเดือน			
	ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	32.22
	10,001 – 20,000 บาท	47	26.11
	20,001 – 30,000 บาท	44	24.45
	30,001บาท ขึ้นไป	31	17.22
	รวม	180	100.00
6.ระยะเวลาในการมีส่วนร่วมของท่านต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์			
	วันหยุดนักขัตฤกษ์	45	25.00
	เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์	47	26.11
	เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์	22	12.23
	ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์	24	13.33
	ตลอดสัปดาห์	42	23.33
	รวม	180	100.00
7.การอาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก			
	อยู่	93	51.70
	ไม่อยู่	87	48.30
	รวม	180	100.00
8.ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก			
	ต่ำกว่า 5 ปี	100	55.56
	6 ปีขึ้นไป	80	44.44
	รวม	180	100.00

ตารางที่ 3 (ต่อ)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
9. ระยะทางจากที่พักอาศัยถึง ตลาด 100 ปี สามชุก			
	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร	74	41.11
	.501 – 2 กิโลเมตร	32	17.77
	2.500 – 3 กิโลเมตร	28	15.56
	3 กิโลเมตร ขึ้นไป	46	25.56
	รวม	180	100.00

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ภูมิศึกษา ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 70.60 เพศหญิง จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 29.40 และ อายุ ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 30 ปี มากที่สุด จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 รองลงมาคือ อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 27.80 และ น้อยที่สุด อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 อาชีพ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 55.56 รองลงมาคือ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 18.33 และ น้อยที่สุดคือ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 ระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุดจำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 41.10 รองลงมาคือ อนุปริญญา/เทียบเท่า จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 20.55 และ ประถมศึกษา น้อยที่สุด จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.55 รายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 32.22 รองลงมาคือ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ และน้อยที่สุดคือ 30,001บาท ขึ้นไป จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 17.22 ระยะเวลาในการมีส่วนร่วมของท่านต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ มากที่สุด จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 26.11 รองลงมาคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์ จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และ น้อยที่สุดคือ เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 12.23 การอาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก อยู่ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 51.70 และ ไม่อยู่ 87 คน คิดเป็นร้อยละ 48.33 ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก ต่ำกว่า 5 ปี มากที่สุด จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 55.60 และ 6 ปีขึ้นไป จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 44.40 ระยะทางจากที่พักอาศัยถึง ตลาด 100 ปี สามชุก ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร มากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 41.11 รองลงมาคือ 3 กิโลเมตร ขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 25.56 และ น้อยที่สุดคือ ระยะทาง 2.500 – 3 กิโลเมตร จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.56

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวด้านการรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนของ ประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และระดับของปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ในเรื่องแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก

การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
1.รับรู้ข่าวสาร				
	ทราบ	160	88.89	
	ไม่ทราบ	20	11.11	
	รวม	180	100.00	
2.แหล่งข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก				
2.1 แหล่งข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต				
	ไม่ได้รับ	94	52.2	
	ได้รับ	86	47.8	1
	รวม	180	100.00	
2.3 แหล่งข่าวสารจากวิทยุ				
	ไม่ได้รับ	124	68.90	
	ได้รับ	56	31.10	6
	รวม	180	100.00	
2.4 แหล่งข่าวสารจากวารสาร/นิตยสาร				
	ไม่ได้รับ	152	84.40	
	ได้รับ	28	15.60	10
	รวม	180	100.00	

ตารางที่ 4 (ต่อ)

การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
2.5 แหล่งข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ความรู้				
	ไม่ได้รับ	145	80.60	
	ได้รับ	35	19.40	8
	รวม	180	100.00	
2.6 แหล่งข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ				
	ไม่ได้รับ	150	83.30	
	ได้รับ	30	16.70	9
	รวม	180	100.00	
2.7 แหล่งข่าวสารจากการสนทนากับเพื่อนบ้าน				
	ไม่ได้รับ	108	60.00	
	ได้รับ	72	40.00	3
	รวม	180	100.00	
2.8 แหล่งข่าวสารจากโทรทัศน์				
	ไม่ได้รับ	97	53.90	
	ได้รับ	83	46.10	2
	รวม	180	100.00	
2.9 แหล่งข่าวสารจากหอกระจายข่าว				
	ไม่ได้รับ	121	67.20	
	ได้รับ	59	32.80	4
	รวม	180	100.00	
2.10 แหล่งข่าวสารจากหนังสือพิมพ์				
	ไม่ได้รับ	136	75.60	136
	ได้รับ	44	24.40	7
	รวม	180	100.00	
2.11 แหล่งข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์				
	ไม่ได้รับ	123	68.30	
	ได้รับ	57	31.70	5
	รวม	180	100.00	

ตารางที่ 4 (ต่อ)

การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
2.12 แหล่งข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ขององค์กรอิสระ/มูลนิธิ				
	ไม่ได้รับ	153	85.00	
	ได้รับ	27	15.00	11
	รวม	180	100.00	
2.13 แหล่งข่าวสารจากแหล่งอื่นๆ				
	ไม่ได้รับ	164	91.10	
	ได้รับ	16	8.90	12
	รวม	180	100.00	

จากตารางที่ 4 พบว่า การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ในเรื่องแหล่งข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ได้รับรู้ข่าวสารจำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 88.89 และไม่รู้ข่าวสาร จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 แหล่งข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก แหล่งข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 47.80 แหล่งข่าวสารจากโทรทัศน์ จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 46.10 แหล่งข่าวสารจากการสนทนากับเพื่อนบ้าน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 แหล่งข่าวสารจากหอกระจายข่าว จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 แหล่งข่าวสารจากป้ายประชาสัมพันธ์ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 31.70 แหล่งข่าวสารจากวิทยุ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 31.10 แหล่งข่าวสารจากหนังสือพิมพ์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 24.40 แหล่งข่าวสารจากเอกสารเผยแพร่ความรู้ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 19.40 แหล่งข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 16.70 แหล่งข่าวสารจากวารสาร/นิตยสาร จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 15.60 ข่าวสารจากเจ้าหน้าที่ขององค์กรอิสระ/มูลนิธิ จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 และแหล่งข่าวสารจากแหล่งอื่นๆจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 8.90

ตารางที่ 5 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และระดับของปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ในเรื่องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการได้รับรางวัลในจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลอด 100 ปี สามชุก

การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
3.รับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการได้รับรางวัลในจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลอด 100 ปี สามชุก				
	ทราบ	145	80.56	
	ไม่ทราบ	35	19.44	
	รวม	180	100.00	
4. การได้รับรางวัลต่างของตลอด 100 ปี สามชุก				
4.1 รางวัลอนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมดีเด่น ประจำปี 2548 ประเภทองค์กร				
	ไม่ทราบ	108	60.00	
	ทราบ	72	40.00	2
	รวม	180	100.00	
4.2 รางวัลชุมชนพัฒนาท่องเที่ยวดีเด่น				
	ไม่ทราบ	125	69.40	
	ทราบ	55	30.60	3
	รวม	180	100.00	
4.3 รางวัลชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวไทย				
	ไม่ทราบ	138	76.70	
	ทราบ	42	23.40	4
	รวม	180	100.00	
4.4 คนดีศรีแผ่นดิน				
	ไม่ทราบ	155	86.10	
	ทราบ	25	13.90	6
	รวม	180	100.00	
4.5 รางวัลการยกย่องสังคมแห่งการเรียนรู้ต้นแบบ				
	ไม่ทราบ	151	83.90	
	ทราบ	29	16.20	5
	รวม	180	100.00	

ตารางที่ 5 (ต่อ)

การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
4.6 รางวัลอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ประจำปี 2552 ประเภทดี				
	ไม่ทราบ	96	53.30	
	ทราบ	84	46.70	1
	รวม	180	100.00	

จากตารางที่ 5 พบว่า ด้านรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ในเรื่องการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการได้รับรางวัลในจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ทราบ จำนวน 145 คน ตลาด 100 ปี สามชุก คิดเป็นร้อยละ 80.56 รางวัลอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ประจำปี 2552 ประเภทดี ทราบ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 การได้รับรางวัลต่างของรางวัลอนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมดีเด่น ประจำปี 2548 ประเภทองค์กร ทราบ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 รางวัลชุมชนพัฒนาท่องเที่ยวดีเด่น ทราบ จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 30.60 รางวัลชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวไทย ทราบ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 รางวัลการยกย่องสังคมแห่งการเรียนรู้ต้นแบบ ทราบ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 และคนดีศรีแผ่นดิน ทราบ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 13.90



ตารางที่ 6 แสดงค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) และระดับของปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ในเรื่องหน่วยงานที่ให้การช่วยเหลือ ในการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก

การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์		จำนวน	ร้อยละ	ลำดับที่
5. หน่วยงานที่ให้การช่วยเหลือในการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก				
5.1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย				
	ไม่ทราบ	97	53.90	
	ทราบ	83	46.10	3
	รวม	180	100.00	
5.2 มูลนิธิชุมชนไท				
	ไม่ทราบ	114	63.30	
	ทราบ	66	35.70	4
	รวม	180	100.00	
5.3 สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน(องค์กรมหาชน)				
	ไม่ทราบ	132	73.30	
	ทราบ	48	26.70	5
	รวม	180	100.00	
5.4 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ(สสส.)				
	ไม่ทราบ	68	38.80	
	ทราบ	112	62.20	2
	รวม	180	100.00	
5.5 เทศบาลตำบลสามชุก				
	ไม่ทราบ	68	38.80	
	ทราบ	112	62.20	2
	รวม	180	100.00	
5.6 อื่นๆ				
	ไม่ทราบ	41	22.80	
	ทราบ	139	77.30	1
	รวม	180	100.00	

จากตารางที่ 6 พบว่า การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ด้านรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ในเรื่องหน่วยงานที่ให้การช่วยเหลือในการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ทราบ เทศบาลตำบลสามชุก 112 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ(สสส.) จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 62.20 ทราบ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 46.10 ทราบ มูลนิธิชุมชนไท จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 35.70 ทราบ สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน(องค์กรมหาชน) จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 26.70 ทราบ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุน ด้านจิตสำนึกสาธารณะ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนของ ประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านจิตสำนึกสาธารณะ

(n = 180 คน)

จิตสำนึกสาธารณะ	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
1. ท่านสละทรัพย์สินเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	2.84	1.098	ปานกลาง	7
2. ท่านสละแรงกายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.07	1.136	ปานกลาง	6
3. ท่านสละเวลาว่างบำเพ็ญประโยชน์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.10	1.154	ปานกลาง	5
4. ท่านสนใจปัญหาและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.33	1.205	ปานกลาง	3
5. ท่านเสนอความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	2.71	1.222	ปานกลาง	9

ตารางที่ 7 (ต่อ)

จิตสำนึกสาธารณะ	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
6. ท่านร่วมพัฒนากิจกรรมจิตอาสาในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	2.80	1.380	ปานกลาง	8
7. ท่านอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่รับค่าตอบแทนทุกครั้งที่มีโอกาส	3.96	1.285	มาก	2
8. ท่านยินดีช่วยเหลือชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุกโดยไม่รับค่าตอบแทน	4.03	1.022	มาก	1
9. ท่านได้ร่วมแรงร่วมใจจัดตั้งกลุ่มดูแลพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.14	1.132	ปานกลาง	4
รวม	3.21	.899	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 7 พบว่า ปัจจัยสนับสนุนด้านจิตสำนึกสาธารณะของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.21$, S.D. = .899) เมื่อพิจารณาเป็นหลักการพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ท่านยินดีช่วยเหลือชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุกโดยไม่รับค่าตอบแทน ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 1.022) รองลงมา ท่านอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่รับค่าตอบแทนทุกครั้งที่มีโอกาส ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = 1.285) และ น้อยที่สุด ท่านสนใจปัญหาและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 1.205) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านเสนอความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 2.71$, S.D. = 1.222)

ตารางที่ 8 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์

(n = 180 คน)

ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
1. ท่านคาดหวังผลประโยชน์ในการขายสินค้าจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.21	1.319	ปานกลาง	4
2. ท่านคาดหวังผลประโยชน์ด้านการบริการจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.38	1.278	ปานกลาง	2
3. ชุมชนของท่านคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.67	1.350	มาก	1
4. ท่านคาดหวังว่าหน่วยงานพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ของท่านได้รับงบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	2.91	1.023	ปานกลาง	5
5. ท่านคาดหวังว่าสถานศึกษาในชุมชนได้ผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.26	1.003	ปานกลาง	3
รวม	3.28	.793	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 8 พบว่า ปัจจัยสนับสนุนด้านความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.28$, S.D. = .793) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า จากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือหน่วยงานพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ของท่านได้รับงบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 1.350) รองลงมาท่านได้รับผลประโยชน์ด้านการบริการจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X}=3.38$, S.D. = 1.278) และ 3) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านได้รับผลประโยชน์ในการขายสินค้าจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 3.21$, S.D. = 1.319)

ตารางที่ 9 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของปัจจัยสนับสนุน
ด้านปัจจัยสนับสนุนทางสังคม

(n = 180 คน)

ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
1. ท่านให้การสนับสนุนกิจกรรมต่างๆในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.41	.920	ปานกลาง	4
2. ท่านสนับสนุนการอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น ตลาด 100 ปี สามชุก	3.65	.868	มาก	3
3. ท่านมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	3.73	.883	มาก	2
4. ท่านรักษาความสะอาดบ้านเรือน ร้านค้า และที่สาธารณะประโยชน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	4.19	.975	มาก	1
5. ในตลาด 100 ปี สามชุก มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพอและเหมาะสม	3.22	1.028	ปานกลาง	5
6. ในตลาด 100 ปี สามชุก มีการจัดบริการเพื่อรองรับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์	3.06	1.127	ปานกลาง	7
7. ในตลาด 100 ปี สามชุก มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อบริการนักท่องเที่ยวสะดวก เหมาะสม และเพียงพอ	3.08	.822	ปานกลาง	6
8. ในตลาด 100 ปี สามชุก มีแผนที่และป้ายแสดงสถานที่ต่างๆ ชัดเจนและเหมาะสม	2.91	.861	ปานกลาง	8
9. ท่านรู้สึกว่าคุณเองมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	2.83	.920	ปานกลาง	10
10. ท่านได้รับการสนับสนุนข้อมูลข่าวสารในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	2.86	1.278	ปานกลาง	9
รวม	3.29	.643	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 9 พบว่า ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวด้านปัจจัยสนับสนุนทางสังคมของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$, S.D. = .643) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ท่านรักษาความสะอาดบ้านเรือน ร้านค้า และที่สาธารณะประโยชน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = .975) รองลงมาท่านมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 3.73$, S.D. = .883) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด

คือ ท่านรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 2.83$, S.D. = .920)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 10 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านร่วมตัดสินใจ

(n = 180 คน)

ร่วมตัดสินใจ	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
1. ท่านมีส่วนร่วมสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก	2.49	.948	น้อย	8
2. ท่านมีส่วนร่วมสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	2.55	1.058	ปานกลาง	6
3. ท่านเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาวิธีการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน	2.58	1.062	ปานกลาง	4
4. ท่านเคยร่วมพูดคุย ปรึกษาหารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับปัญหาในตลาด 100 ปี สามชุก	2.90	1.149	ปานกลาง	1
5. ท่านเคยร่วมพูดคุย ปรึกษาหารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	2.79	1.093	ปานกลาง	2
6. ท่านมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการได้รับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	2.56	.922	ปานกลาง	5
7. ท่านมีส่วนร่วมลงมติ เกี่ยวกับการได้รับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	2.61	1.257	ปานกลาง	3
8. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจการก่อสร้างสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	2.51	1.368	ปานกลาง	7
9. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรในชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก เช่น น้ำ ไฟฟ้า จำนวนผู้เข้าชม ลานจอดรถ แผงร้านค้าเอกชน เป็นต้น	2.24	1.327	น้อย	10
10. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจเพื่อกิจกรรม หรือ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	2.32	1.055	น้อย	9

ตารางที่ 10 (ต่อ)

จิตสำนึกสาธารณะ	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
11.ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ เป็นต้น	2.19	1.056	น้อย	11
รวม	2.52	.898	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 10 พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านร่วมตัดสินใจ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.52$, S.D. = .898) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ คือ 1) ท่านเคยร่วมพูดคุยปรึกษาหารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับปัญหาในตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X}= 2.90$, S.D. = 1.149) 2)ท่านเคยร่วมพูดคุยปรึกษาหารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X}= 2.79$, S.D. = 1.093) 3) ท่านมีส่วนร่วมลงมติ เกี่ยวกับการได้รับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X}= 2.61$, S.D. = 1.257) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ เป็นต้น ($\bar{X}= 2.19$, S.D. = 1.056)

ตารางที่ 11 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านร่วมดำเนินการ

(n = 180 คน)

ด้านร่วมดำเนินการ	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
1. ท่านให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	2.76	1.021	ปานกลาง	3
2. ท่านให้ความร่วมมือเมื่อมีการประชุมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	2.60	1.122	ปานกลาง	7
3. ท่านร่วมประชุมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนจัดสถานที่บริเวณ ตลาด 100 ปี สามชุก ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว	2.31	1.026	น้อย	17
4. ท่านมีส่วนร่วมออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	2.27	1.098	น้อย	18
5. ท่านมีส่วนร่วมเสนอแนะในที่ประชุมเพื่อกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	2.40	1.071	น้อย	12
6. ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนระบบดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว	2.51	1.198	ปานกลาง	9
7. ท่านมีส่วนร่วมจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	2.33	1.056	น้อย	15
8. ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์ให้ประชาชนในท้องถิ่นสนใจบำรุงรักษาชุมชนในแหล่งสภาพที่อยู่ดีเสมอ	2.94	1.190	ปานกลาง	1
9. ท่านมีส่วนร่วมประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน	2.61	1.116	ปานกลาง	6
10. ท่านมีส่วนร่วมจัดประชุมชี้แจงนโยบายเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ	2.37	1.143	น้อย	14
11. ท่านมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แผนงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการรับทราบอย่างสม่ำเสมอ	2.44	1.069	น้อย	10
12. ท่านมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนในกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก	2.87	1.239	ปานกลาง	2
13. ท่านมีส่วนร่วมปรับปรุง แก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในกิจกรรมท่องเที่ยว	2.76	1.043	ปานกลาง	4

ตารางที่ 11 (ต่อ)

ด้านร่วมดำเนินการ	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
14. ท่านมีส่วนร่วมประสานกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	2.43	.992	น้อย	11
15. ท่านมีส่วนร่วมรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินและป้องกันการเอาเปรียบเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว	2.73	1.060	ปานกลาง	5
16. ท่านมีส่วนร่วมปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	2.38	.917	น้อย	13
17.ท่านมีส่วนร่วมบริหารจัดการและเชื่อมโยงวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน	2.32	1.050	น้อย	16
18. ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้ประกอบการค้าจากการท่องเที่ยวให้มีความรู้ทักษะและมาตรฐานบริการและการจัดการ	2.59	1.050	ปานกลาง	8
รวม	2.54	.879	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 11 พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านร่วมดำเนินการ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.54$, S.D. = .879) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยจากมากที่สุด คือ ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์ให้ประชาชนในท้องถิ่นสนใจบำรุงรักษา ชุมชนให้คงสภาพที่อยู่ดีเสมอ ($\bar{X}= 2.94$, S.D. = 1.190) รองลงมาท่านมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนในกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X}= 2.87$, S.D. = 1.239) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านมีส่วนร่วมออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{x} = 2.27$, S.D. = 1.098)

ตารางที่ 12 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านร่วมรับผลประโยชน์

(n = 180 คน)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
1. ท่านได้รับผลประโยชน์ในการประกอบกิจการค้าจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	3.15	1.466	ปานกลาง	7
2. ท่านได้รับผลประโยชน์ในการประกอบกิจการด้านบริหารจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	3.21	1.199	ปานกลาง	4
3. ชุมชนของท่านได้รับผลประโยชน์ในการดูแลรักษาชุมชนให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.66	1.069	มาก	2
4. ชุมชนของท่านได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดการท่องเที่ยวตลาด 100 ปี สามชุก	2.91	1.076	ปานกลาง	9
5. ชุมชนของท่านได้รับการสนับสนุนจากเอกชนในการจัดการท่องเที่ยวตลาด 100 ปี สามชุก	3.09	1.090	ปานกลาง	8
6. สถานศึกษาในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	3.19	1.119	ปานกลาง	5
7. ชุมชนได้รับการยกย่องและเป็นตัวอย่างที่ดีด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์	3.83	.902	มาก	1
8. คนในชุมชนภูมิใจ รู้คุณค่าของการอนุรักษ์และรักษาวัฒนธรรมของชุมชน	3.48	1.085	ปานกลาง	3
9. ท่านได้รับประโยชน์ด้านสังคมอย่างยั่งยืนจากธุรกิจ ร้านค้าในหมู่บ้าน เช่น ข้าวสารด้านการท่องเที่ยวสาธิตปลูก	3.16	1.139	ปานกลาง	6
รวม	3.30	.786	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 12 พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.30$, S.D. = .786) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ชุมชนได้รับการยกย่องและเป็นตัวอย่างที่ดีด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ($\bar{X}=3.83$, S.D. = .902) รองลงมา ชุมชนของท่านได้รับผลประโยชน์ในการดูแลรักษาชุมชนให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ($\bar{X}=3.66$, S.D. = 1.069)

และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ชุมชนของท่านได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดการท่องเที่ยว
ตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 2.91, S.D. = 1.076$)

ตารางที่ 13 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับการมีส่วนร่วมของ
ประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ด้านร่วมติดตามและประเมินผล

(n = 180 คน)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล	ค่าสถิติ		ระดับ	ลำดับ
	(\bar{X})	(S.D.)		
1.ท่านมีส่วนร่วมติดตามและประเมินผลกิจกรรมการท่องเที่ยว ต่างๆในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก	2.77	1.089	ปานกลาง	1
2.ท่านมีส่วนร่วมประเมินผลกระทบที่เกิดจากกิจกรรมในบริเวณ ตลาด 100 ปี สามชุก	2.56	1.074	ปานกลาง	3
3.ท่านมีส่วนร่วมสนับสนุนให้นำรายได้จากการจัดเก็บภาษี บำรุงท้องที่มาปรับปรุงสาธารณูปโภคภายในชุมชน	2.29	1.075	น้อย	6
4.ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการเข้าร่วมบูรณะ ซ่อมแซมและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวในชุมชน	2.58	1.073	ปานกลาง	2
5.ท่านมีส่วนร่วมจัดทำเอกสารรายงานผลในภาพรวมของการ ท่องเที่ยวในพื้นที่ให้แก่หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ	2.29	1.055	น้อย	7
6.ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลความร่วมมือ ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนรู้จักประวัติ การอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวคง อยู่สภาพเดิมมาเรื่อยๆ	2.52	1.257	ปานกลาง	4
7.ท่านมีส่วนร่วมตรวจสอบการจัดเก็บผลประโยชน์และจัดสรร ประโยชน์เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม	2.18	1.274	น้อย	8
8.ท่านมีส่วนร่วมประเมินผลเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ของชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก	2.36	1.227	น้อย	5
รวม	2.44	1.013	น้อย	-

จากตารางที่ 13 พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชน
เชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก
จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านร่วมติดตามและประเมินผล ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.44, S.D. =$
 1.013) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ท่านมีส่วน

ร่วมติดตามและประเมินผลกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ($\bar{X} = 2.77$, S.D. = 1.089) รองลงมา ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการเข้าร่วมบูรณะซ่อมแซมและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ($\bar{X} = 2.58$, S.D. = 1.073) และค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ ท่านมีส่วนร่วมตรวจสอบการจัดเก็บผลประโยชน์และจัดสรรประโยชน์ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม ($\bar{X} = 2.18$, S.D. = 1.274)

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล คือ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ระยะเวลาในการมีส่วนร่วมของท่านต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ การอาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก ระยะทางจากที่พักอาศัยถึง ตลาด 100 ปี สามชุก การดำรงตำแหน่งในชุมชน โดยการทดสอบค่าที (t-test) และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way ANOVA) ดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการเปรียบเทียบตัวแปรเพศกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test)

(n=180)

การมีส่วนร่วม	เพศ	n	\bar{X}	S.D.	t	
ด้านร่วมตัดสินใจ	ชาย	53	2.93	.791	4.115*	.000
	หญิง	127	2.35	.888		
ด้านร่วมดำเนินการ	ชาย	53	2.52	.773	-1.05	.917
	หญิง	127	2.54	.923		
ด้านร่วมรับผลประโยชน์	ชาย	53	3.08	.882	-2.445*	.015
	หญิง	127	3.39	.727		
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล	ชาย	53	2.18	.619	-2.242*	.026
	หญิง	127	2.55	1.122		
รวม	ชาย	53	2.68	.654	-.240	.811
	หญิง	127	2.71	.859		

จากตารางที่ 14 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรเพศกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวมและด้านร่วมดำเนินการ ไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านร่วมตัดสินใจ แตกต่างกัน โดยเพศชายมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านตัดสินใจมากกว่าเพศหญิง ($\bar{X} = 2.93$, $\bar{X} = 2.35$ ตามลำดับ) ด้านร่วมรับผลประโยชน์ โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านร่วมรับผลประโยชน์มากกว่าเพศชาย ($\bar{X} = 3.39$, $\bar{X} = 3.08$ ตามลำดับ) และด้านร่วมติดตามและประเมินผล โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านการติดตามและประเมินผลมากกว่าเพศชาย ($\bar{X} = 2.55$, $\bar{X} = 2.18$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 15 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามอายุ

(n=180)

การมีส่วนร่วม	อายุ	n	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านร่วมตัดสินใจ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี	80	2.79	.738	ปานกลาง	1
	31 – 40 ปี	50	2.17	.964	น้อย	4
	41 – 50 ปี	18	2.78	.397	ปานกลาง	2
	51 ปี ขึ้นไป	32	2.27	1.105	น้อย	3
ด้านร่วมดำเนินการ	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี	80	2.64	.933	ปานกลาง	3
	31 – 40 ปี	50	2.00	.669	น้อย	4
	41 – 50 ปี	18	2.96	.567	ปานกลาง	1
	51 ปี ขึ้นไป	32	2.86	.810	ปานกลาง	2
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี	80	3.22	.897	ปานกลาง	4
	31 – 40 ปี	50	3.24	.685	ปานกลาง	3
	41 – 50 ปี	18	3.65	.587	มาก	1
	51 ปี ขึ้นไป	32	3.37	.698	ปานกลาง	2
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี	80	2.56	.940	น้อย	3
	31 – 40 ปี	50	1.93	.861	น้อยที่สุด	4
	41 – 50 ปี	18	3.10	.499	ปานกลาง	1
	51 ปี ขึ้นไป	32	2.58	1.278	ปานกลาง	2

ตารางที่ 15 (ต่อ)

ภาพรวม	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี	80	2.80	.794	ปานกลาง	2
	31 – 40 ปี	50	2.33	.707	น้อย	4
	41 – 50 ปี	18	3.12	.459	ปานกลาง	1
	51 ปี ขึ้นไป	32	2.77	.926	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 15 แสดงว่า ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามอายุ

ด้านร่วมตัดสินใจ อยู่ระดับปานกลาง อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี และ อายุ 41 – 50 ปี ($\bar{X} = 2.79$, $\bar{X} = 2.78$ ตามลำดับ) อยู่ระดับน้อย อายุ 51 ปี ขึ้นไปและ อายุ 31 – 40 ปี ($\bar{X} = 2.27$, $\bar{X} = 2.17$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมดำเนินการ อยู่ระดับปานกลาง อายุ 41 – 50 ปี อายุ 51 ปี ขึ้นไป และ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี ($\bar{X} = 2.96$, $\bar{X} = 2.86$ และ $\bar{X} = 2.64$ ตามลำดับ) อยู่ระดับน้อย และ อายุ 31 – 40 ปี ($\bar{X} = 2.00$)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ระดับมาก อายุ 41 – 50 ปี ($\bar{X} = 3.65$) อยู่ระดับปานกลาง อายุ 51 ปี ขึ้นไป อายุ 31 – 40 ปี และ อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี ($\bar{X} = 3.37$, $\bar{X} = 3.24$ และ $\bar{X} = 3.22$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล อยู่ระดับปานกลาง อายุ 41 – 50 ปี และ 51 ปี ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.10$, $\bar{X} = 2.58$ ตามลำดับ) อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี อยู่ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.56$) อายุ 31 – 40 ปี อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ภาพรวม อยู่ระดับปานกลาง อายุ 41 – 50 ปี อายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ30 ปี และ อายุ 51 ปี ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.12$, $\bar{X} = 2.80$ และ $\bar{X} = 2.77$ ตามลำดับ) อยู่ระดับน้อย และ อายุ 31 – 40 ปี ($\bar{X} = 2.33$)

ตารางที่ 16 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอายุ

(n=180)

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	
ด้านร่วมตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	15.285	5.095	6.945*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	129.126	.734		
	รวม	179	144.411			
ด้านร่วมดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	3	21.945	7.315	11.053*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	116.484	.662		
	รวม	179	138.430			
ด้านร่วมรับผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	3	3.113	1.038	1.699	.169
	ภายในกลุ่ม	176	107.505	.611		
	รวม	179	110.617			
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	3	22.594	7.531	8.231*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	161.041	.915		
	รวม	179	183.635			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	10.881	3.627	6.108*	.001
	ภายในกลุ่ม	176	104.508	.594		
	รวม	179	115.389			

จากตารางที่ 16 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมและรายด้านคือ ด้านร่วมตัดสินใจ ด้านร่วมดำเนินการ ด้านร่วมติดตามและประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05 ส่วนด้าน ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 17 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการ
ท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก
ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ ด้วยวิธีของ
เชฟเฟ้ (Scheff's Method)

ด้านร่วมตัดสินใจ				
อายุ	ต่ำกว่า30ปี ($\bar{X} = 2.79$)	31 – 40 ปี ($\bar{X} = 2.17$)	41 – 50 ปี ($\bar{X} = 2.78$)	51 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.27$)
ต่ำกว่า30ปี ($\bar{X} = 2.79$)	-			
31 – 40 ปี ($\bar{X} = 2.17$)	.6225*	-		
41 – 50 ปี ($\bar{X} = 2.78$)	.0120	-.6105	-	
51 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.27$)	.5227*	-.0998	.5107	-
ด้านร่วมดำเนินการ				
อายุ	ต่ำกว่า30ปี ($\bar{X} = 2.64$)	31 – 40 ปี ($\bar{X} = 2.00$)	41 – 50 ปี ($\bar{X} = 2.96$)	51 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.86$)
ต่ำกว่า30ปี ($\bar{X} = 2.64$)	-			
31 – 40 ปี ($\bar{X} = 2.00$)	.6451*	-		
41 – 50 ปี ($\bar{X} = 2.96$)	-.3178	-.9630*	-	
51 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.86$)	-.2142	-.8594*	.1036	-

ตารางที่ 17 (ต่อ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล				
อายุ	ต่ำกว่า30ปี (\bar{X} =2.56)	31 – 40 ปี (\bar{X} =1.93)	41 – 50 ปี (\bar{X} =3.10)	51 ปีขึ้นไป (\bar{X} =2.58)
ต่ำกว่า30ปี (\bar{X} =2.56)	-			
31 – 40 ปี (\bar{X} =1.93)	.6309*	-		
41 – 50 ปี (\bar{X} =3.10)	-.5363	-1.1672*	-	
51 ปีขึ้นไป (\bar{X} =2.58)	-.0211	-.6520*	.5152	-
ภาพรวม				
อายุ	ต่ำกว่า30ปี (\bar{X} =2.80)	31 – 40 ปี (\bar{X} =2.33)	41 – 50 ปี (\bar{X} =3.12)	51 ปีขึ้นไป (\bar{X} =2.76)
ต่ำกว่า30ปี (\bar{X} =2.80)	-			
31 – 40 ปี (\bar{X} =2.33)	.4680*	-		
41 – 50 ปี (\bar{X} =3.12)	-.3196	-.7876*	-	
51 ปีขึ้นไป (\bar{X} =2.76)	.0335	-.4346	.3531	-

จากตารางที่ 17 แสดงให้เห็นว่า เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่

ในด้านร่วมตัดสินใจ อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 2.79$, $\bar{X} = 2.17$ ตามลำดับ) และ อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 51 ปีขึ้นไป ($\bar{X} = 2.79$, $\bar{X} = 2.27$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมดำเนินการ อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 2.64$, $\bar{X} = 2.00$ ตามลำดับ) อายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 2.96$, $\bar{X} = 2.00$ ตามลำดับ) และ อายุต่ำกว่า 51 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 2.86$, $\bar{X} = 2.00$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 2.56$, $\bar{X} = 1.93$ ตามลำดับ) อายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.10$, $\bar{X} = 1.93$ ตามลำดับ) อายุ 51 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 2.58$, $\bar{X} = 1.93$ ตามลำดับ)

ภาพรวม อายุต่ำกว่า 30 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 2.80$, $\bar{X} = 2.33$ ตามลำดับ) อายุ 41 - 50 ปี มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า อายุ 31 - 40 ปี ($\bar{X} = 3.12$, $\bar{X} = 2.33$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 18 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ

การมีส่วนร่วม	อาชีพ	n	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านร่วมตัดสินใจ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	33	1.87	1.297	น้อย	4
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	21	2.63	.443	ปานกลาง	2
	รับจ้างทั่วไป	26	2.61	1.019	ปานกลาง	3
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	100	2.69	.662	ปานกลาง	1
ด้านร่วมดำเนินการ	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	33	2.04	1.123	น้อย	3
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	21	2.17	1.179	น้อย	4
	รับจ้างทั่วไป	26	2.49	1.036	น้อย	2
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	100	2.79	.515	ปานกลาง	1
ด้านร่วมรับผลประโยชน์	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	33	2.96	.639	ปานกลาง	4
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	21	3.43	.645	ปานกลาง	2
	รับจ้างทั่วไป	26	3.00	1.403	ปานกลาง	3
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	100	3.46	.560	ปานกลาง	1
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	33	1.47	.529	น้อยที่สุด	4
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	21	2.55	.947	ปานกลาง	2
	รับจ้างทั่วไป	26	2.29	1.134	น้อย	3
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	100	2.78	.905	ปานกลาง	1
ภาพรวม	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	33	2.08	.847	น้อย	4
	พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	21	2.70	.795	ปานกลาง	2
	รับจ้างทั่วไป	26	2.60	1.140	ปานกลาง	3
	ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว	100	2.93	.543	ปานกลาง	1

จากตารางที่ 18 แสดงว่าค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามอาชีพ ดังนี้

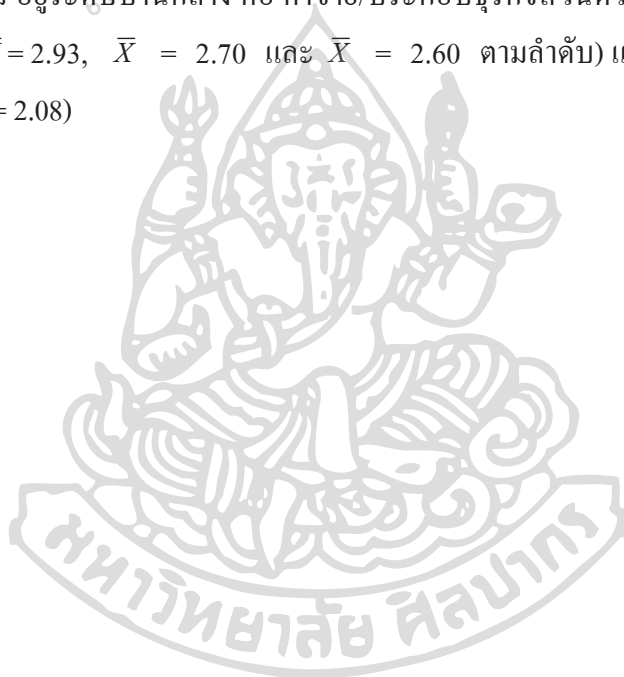
ด้านร่วมตัดสินใจ อยู่ระดับปานกลาง คือ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท/ห้างร้าน รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 2.69$, $\bar{X} = 2.63$ และ $\bar{X} = 2.61$ ตามลำดับ) และระดับน้อย รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 1.87$)

ด้านร่วมดำเนินการ อยู่ระดับปานกลาง คือ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ($\bar{X} = 2.79$) และระดับน้อย รับจ้างทั่วไป พนักงานบริษัท/ห้างร้าน รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 2.49$, $\bar{X} = 2.17$ และ $\bar{X} = 2.04$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ อยู่ระดับปานกลาง คือ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท/ห้างร้าน รับจ้างทั่วไป และ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.46$, $\bar{X} = 3.43$, $\bar{X} = 3.00$ และ $\bar{X} = 2.96$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล อยู่ระดับปานกลาง คือ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท/ห้างร้าน ($\bar{X} = 2.78$ และ $\bar{X} = 2.55$) ระดับน้อย รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 2.29$) และระดับน้อยที่สุด รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 1.47$)

ภาพรวม อยู่ระดับปานกลาง คือ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว พนักงานบริษัท/ห้างร้าน รับจ้างทั่วไป ($\bar{X} = 2.93$, $\bar{X} = 2.70$ และ $\bar{X} = 2.60$ ตามลำดับ) และระดับน้อย รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 2.08$)



ตารางที่ 19 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิง
อนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก
จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	
ด้านร่วมตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	17.354	5.785	8.013*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	127.057	.722		
	รวม	179	144.411			
ด้านร่วมดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	3	17.299	5.766	8.378*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	121.131	.688		
	รวม	179	138.430			
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	3	8.973	2.991	5.179*	.002
	ภายในกลุ่ม	176	101.644	.578		
	รวม	179	110.617			
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	3	43.516	14.505	18.220*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	140.119	.796		
	รวม	179	183.635			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	18.054	6.018	10.882*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	97.335	.553		
	รวม	179	115.389			

จากตารางที่ 19 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการ
จัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก
อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05

ตารางที่ 20 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการ
ท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก
อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้
(Scheff's Method)

ด้านร่วมตัดสินใจ				
อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =1.87)	พนักงานบริษัท/ห้าง ร้าน (\bar{X} =2.63)	รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =2.61)	ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว (\bar{X} =2.69)
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =1.87)	-	-	-	-
พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน (\bar{X} =2.63)	-0.7615*	-	-	-
รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =2.61)	-0.7414*	0.0201	-	-
ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว (\bar{X} =2.69)	-0.8213*	-0.0598	-0.0799	-
ด้านร่วมดำเนินการ				
อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =2.04)	พนักงานบริษัท/ห้าง ร้าน (\bar{X} =2.17)	รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =2.45)	ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว (\bar{X} =2.79)
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =2.04)	-	-	-	-
พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน (\bar{X} =2.17)	-0.1359	-	-	-
รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =2.45)	-0.4506	-0.3147	-	-

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ด้านร่วมดำเนินการ				
ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว (\bar{X} =2.79)	-0.7491*	-0.6132*	-0.2985	-
ด้านร่วมรับผลประโยชน์				
อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =2.96)	พนักงานบริษัท/ห้าง ร้าน (\bar{X} =3.43)	รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =3.00)	ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว(\bar{X} = 3.46)
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =2.96)	-	-	-	-
พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน (\bar{X} =3.43)	-0.4723	-	-	-
รับจ้างทั่วไป (\bar{X} = 3.00)	-0.0480	-0.4243	-	-
ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว(\bar{X} = 3.46)	-0.5004*	-0.0281	-0.4524	-
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล				
อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =1.47)	พนักงานบริษัท/ห้าง ร้าน (\bar{X} =2.55)	รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =2.29)	ค้าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว (\bar{X} =2.78)
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =1.47)	-	-	-	-
พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน (\bar{X} =2.55)	-1.0779*	-	-	-
รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =2.29)	-0.8236*	0.2543	-	-

ตารางที่ 20 (ต่อ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล				
ค่าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว (\bar{X} =2.78)	-1.3116*	-0.2336	-0.4880	-
ภาพรวม				
อาชีพ	รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =2.08)	พนักงานบริษัท/ห้าง ร้าน (\bar{X} =2.70)	รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =2.60)	ค่าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว (\bar{X} =2.93)
รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} =2.08)	-			
พนักงานบริษัท/ ห้างร้าน (\bar{X} =2.70)	-0.6119*	-		
รับจ้างทั่วไป (\bar{X} =2.60)	-0.5159	0.0960	-	
ค่าขาย/ประกอบ ธุรกิจส่วนตัว (\bar{X} =2.93)	-0.8456*	-0.2337	-0.3297	-

จากตารางที่ 20 แสดงให้เห็นว่า เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามอาชีพ เป็นรายคู่

ด้านร่วมตัดสินใจ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน, รับจ้างทั่วไป และค่าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} = 2.63, \bar{X} = 2.61, \bar{X} = 2.69 และ \bar{X} = 1.87 ตามลำดับ)

ด้านร่วมดำเนินการ ค่าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ (\bar{X} = 2.79, \bar{X} = 2.04)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 3.46$, $\bar{X} = 2.96$)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล พนักงานบริษัท/ห้างร้าน, รับจ้างทั่วไป และค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 2.55$, $\bar{X} = 2.29$, $\bar{X} = 2.78$ และ $\bar{X} = 1.47$ ตามลำดับ)

ภาพรวม พนักงานบริษัท/ห้างร้าน และค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัวมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{X} = 2.70$, $\bar{X} = 2.93$ และ $\bar{X} = 2.08$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 21 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา

การมีส่วนร่วม	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านร่วมตัดสินใจ	ประถมศึกษา	10	3.80	.613	มาก	1
	มัธยมศึกษาตอนต้น	35	2.67	.298	ปานกลาง	3
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	1.86	.873	น้อย	4
	อนุปริญญา/เทียบเท่า	37	2.73	.637	ปานกลาง	2
	ปริญญาตรี	74	2.34	1.090	น้อย	5
	สูงกว่าปริญญาตรี	12	2.15	.224	น้อย	6
ด้านร่วมดำเนินการ	ประถมศึกษา	10	3.66	.726	มาก	1
	มัธยมศึกษาตอนต้น	35	2.83	.479	ปานกลาง	2
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	1.67	.545	น้อย	5
	อนุปริญญา/เทียบเท่า	37	2.44	.371	น้อย	3
	ปริญญาตรี	74	2.38	.108	น้อย	4
	สูงกว่าปริญญาตรี	12	2.83	.164	ปานกลาง	2

ตารางที่ 21 (ต่อ)

การมีส่วนร่วม	ระดับการศึกษา	n	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	ประถมศึกษา	10	3.98	.984	มาก	1
	มัธยมศึกษาตอนต้น	35	3.44	.423	ปานกลาง	4
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	2.00	.994	น้อย	6
	อนุปริญญา/เทียบเท่า	37	3.57	.530	มาก	3
	ปริญญาตรี	74	3.16	.726	ปานกลาง	5
	สูงกว่าปริญญาตรี	12	3.59	.711	มาก	2
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	ประถมศึกษา	10	4.15	1.265	มาก	1
	มัธยมศึกษาตอนต้น	35	2.68	.566	ปานกลาง	3
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	1.71	.862	น้อย	6
	อนุปริญญา/เทียบเท่า	37	2.59	.927	ปานกลาง	4
	ปริญญาตรี	74	2.08	.914	น้อย	5
	สูงกว่าปริญญาตรี	12	2.83	.862	ปานกลาง	2
ภาพรวม	ประถมศึกษา	10	3.90	.897	มาก	1
	มัธยมศึกษาตอนต้น	35	2.90	.399	ปานกลาง	2
	มัธยมศึกษาตอนปลาย	12	1.81	.782	น้อย	6
	อนุปริญญา/เทียบเท่า	37	2.83	.496	ปานกลาง	4
	ปริญญาตรี	74	2.49	.875	น้อย	5
	สูงกว่าปริญญาตรี	12	2.85	.408	ปานกลาง	3

จากตารางที่ 21 แสดงว่า ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามระดับการศึกษา ดังนี้

ด้านร่วมตัดสินใจ ประถมศึกษาอยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาคือ อนุปริญญา/เทียบเท่าและ มัธยมศึกษาตอนต้นอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.73$ และ $\bar{X} = 2.67$) และมัธยมศึกษาตอนปลาย อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.86$)

ด้านร่วมดำเนินการ ประถมศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรีและ มัธยมศึกษาตอนต้น อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$) และมัธยมศึกษาตอนปลาย อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.67$)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ประถมศึกษา สูงกว่าปริญญาตรี และ อนุปริญญา/เทียบเท่า อยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 2.29$, $\bar{X} = 2.78$ และ $\bar{X} = 1.47$ ตามลำดับ) และ มัธยมศึกษาตอนปลาย ($\bar{X} = 2.00$)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล ประถมศึกษา อยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 4.15$) รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรีมัธยมศึกษาตอนต้นและ อนุปริญญา/เทียบเท่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$, $\bar{X} = 2.68$ และ $\bar{X} = 2.59$ ตามลำดับ) และมัธยมศึกษาตอนปลาย อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.71$)

ภาพรวม ประถมศึกษา อยู่ระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) รองลงมาคือ มัธยมศึกษาตอนต้น สูงกว่าปริญญาตรีและ อนุปริญญา/เทียบเท่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.90$, $\bar{X} = 2.85$ และ $\bar{X} = 2.83$ ตามลำดับ) และมัธยมศึกษาตอนปลาย อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.81$)

ตารางที่ 22 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	
ด้านร่วมตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	5	27.811	5.562	8.300*	.000
	ภายในกลุ่ม	174	116.600	.670		
	รวม	179	144.411			
ด้านร่วมดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	5	27.707	5.541	8.708*	.000
	ภายในกลุ่ม	174	110.722	.636		
	รวม	179	138.430			
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	5	30.772	6.154	13.412*	.000
	ภายในกลุ่ม	174	79.845	.459		
	รวม	179	110.617			
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	5	50.079	10.016	13.049*	.000
	ภายในกลุ่ม	174	133.556	.768		
	รวม	179	183.635			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	5	29.418	5.884	11.908*	.000
	ภายในกลุ่ม	174	85.971	.494		
	รวม	179	115.389			

จากตารางที่ 22 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 23 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheff's Method)

ด้านร่วมตัดสินใจ						
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา (\bar{X} =3.80)	มัธยมศึกษา ตอนต้น (\bar{X} =2.67)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (\bar{X} =1.86)	อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =2.72)	ปริญญาตรี (\bar{X} =2.34)	สูงกว่า ปริญญาตรี (\bar{X} =2.15)
ประถมศึกษา (\bar{X} =3.80)	-					
มัธยมศึกษาตอนต้น (\bar{X} =2.67)	1.1273*	-				
มัธยมศึกษาตอน ปลาย (\bar{X} =1.86)	1.9364*	.8091	-			
อนุปริญญา/ เทียบเท่า(\bar{X} =2.72)	1.0752*	-.0521	-.8612	-		
ปริญญาตรี (\bar{X} =2.34)	1.4548*	.3275	-.4816	.3796	-	
สูงกว่าปริญญาตรี (\bar{X} =2.15)	1.6485*	.5212	-.2879	.5733	.1937	-

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ด้านร่วมดำเนินการ						
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา (\bar{X} =3.66)	มัธยมศึกษา ตอนต้น (\bar{X} =2.83)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (\bar{X} =1.67)	อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =2.44)	ปริญญาตรี (\bar{X} =2.38)	สูงกว่า ปริญญาตรี (\bar{X} =2.83)
ประถมศึกษา (\bar{X} =3.66)	-					
มัธยมศึกษาตอนต้น (\bar{X} =2.83)	.8254	-				
มัธยมศึกษาตอน ปลาย (\bar{X} =1.67)	1.9889*	1.1635*	-			
อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =2.44)	1.2141*	.3887	-.7748	-		
ปริญญาตรี (\bar{X} =2.38)	1.2704*	.4450	-.7185	.0563	-	
สูงกว่าปริญญาตรี (\bar{X} =2.83)	.8222	-.0032	-1.1667*	-.3919	-.4482	-
ด้านร่วมรับผลประโยชน์						
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา (\bar{X} =3.98)	มัธยมศึกษา ตอนต้น (\bar{X} =3.44)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (\bar{X} =2.00)	อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =3.57)	ปริญญาตรี (\bar{X} =3.57)	สูงกว่า ปริญญาตรี (\bar{X} =3.59)
ประถมศึกษา (\bar{X} =3.98)	-					
มัธยมศึกษาตอนต้น (\bar{X} =3.44)	.5397	-				
มัธยมศึกษาตอน ปลาย (\bar{X} =2.00)	1.9778*	1.4381*	-			
อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =3.57)	.4042	-.1355	-1.5736*	-		
ปริญญาตรี (\bar{X} =3.57)	.8171*	.2774	-1.1607*	.4129	-	
สูงกว่าปริญญาตรี (\bar{X} =3.59)	.3852	-.1545	-1.5926*	-.0190	-.4319	-

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล						
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา (\bar{X} =4.15)	มัธยมศึกษา ตอนต้น (\bar{X} =3.44)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (\bar{X} =1.71)	อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =2.59)	ปริญญาตรี (\bar{X} =2.08)	สูงกว่า ปริญญาตรี (\bar{X} =2.83)
ประถมศึกษา (\bar{X} =4.15)	-					
มัธยมศึกษาตอนต้น (\bar{X} =3.44)	1.4679*	-				
มัธยมศึกษาตอน ปลาย (\bar{X} =1.71)	2.4417*	.9738	-			
อนุปริญญา/ เทียบเท่า(\bar{X} =2.59)	1.5554*	.0875	-.8863	-		
ปริญญาตรี (\bar{X} =2.08)	2.0706*	.6028	-.3711	.5152	-	
สูงกว่าปริญญาตรี (\bar{X} =2.83)	1.3167*	-.1512	-1.1250	-.2387	-.7539	-
ภาพรวม						
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา (\bar{X} =3.90)	มัธยมศึกษา ตอนต้น (\bar{X} =2.91)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (\bar{X} =1.81)	อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =2.83)	ปริญญาตรี (\bar{X} =2.49)	สูงกว่า ปริญญาตรี (\bar{X} =2.85)
ประถมศึกษา (\bar{X} =3.90)	-					
มัธยมศึกษา ตอนต้น (\bar{X} =2.91)	.9900*	-				
มัธยมศึกษาตอน ปลาย (\bar{X} =1.81)	2.0862*	1.0961*	-			
อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =2.83)	1.0622*	.0722	-1.0239*	-		

ตารางที่ 23 (ต่อ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล						
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา (\bar{X} =4.15)	มัธยมศึกษา ตอนต้น (\bar{X} =3.44)	มัธยมศึกษา ตอนปลาย (\bar{X} =1.71)	อนุปริญญา/ เทียบเท่า (\bar{X} =2.59)	ปริญญาตรี (\bar{X} =2.08)	สูงกว่า ปริญญาตรี (\bar{X} =2.83)
ปริญญาตรี (\bar{X} =2.49)	1.4032*	.4132	-.6829	.3410	-	
สูงกว่าปริญญาตรี (\bar{X} =2.85)	1.0431*	.0531	-1.0430*	-.0191	-.3601	-

จากตารางที่ 23 แสดงให้เห็นว่า เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่

ด้านร่วมตัดสินใจ ประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น, มัธยมศึกษาตอนปลาย, อนุปริญญา/เทียบเท่า, ปริญญาตรี และปริญญาตรีสูงกว่า (\bar{X} = 3.80, \bar{X} = 2.67, \bar{X} = 1.87, \bar{X} = 2.72, \bar{X} = 2.34 และ \bar{X} = 2.15 ตามลำดับ)

ด้านร่วมดำเนินการ ประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย, อนุปริญญา/เทียบเท่า และปริญญาตรี (\bar{X} = 3.66, \bar{X} = 1.67, \bar{X} = 2.44 และ \bar{X} = 2.30 ตามลำดับ) มัธยมศึกษาตอนต้น มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย (\bar{X} = 3.66 และ \bar{X} = 1.67) สูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย (\bar{X} = 2.83 และ \bar{X} = 1.67)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญา/เทียบเท่า ปริญญาตรีและปริญญาตรีสูงกว่ามีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย (\bar{X} = 3.98, \bar{X} = 3.44, \bar{X} = 3.57, \bar{X} = 3.57, \bar{X} = 3.59 และ \bar{X} = 2.00 ตามลำดับ) และ ประถมศึกษามีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า ปริญญาตรี (\bar{X} = 3.98 และ \bar{X} = 3.57)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล ประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น, มัธยมศึกษาตอนปลาย,

อนุปริญญา/เทียบเท่า, ปริญญาตรี และปริญญาตรีสูงกว่า ($\bar{X} = 4.15$, $\bar{X} = 3.44$, $\bar{X} = 1.71$, $\bar{X} = 2.59$, $\bar{X} = 2.08$ และ $\bar{X} = 2.83$ ตามลำดับ)

ภาพรวม ประถมศึกษา มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า มัธยมศึกษาตอนต้น, มัธยมศึกษาตอนปลาย, อนุปริญญา/เทียบเท่า, ปริญญาตรี และปริญญาตรีสูงกว่า ($\bar{X} = 3.90$, $\bar{X} = 2.91$, $\bar{X} = 1.81$, $\bar{X} = 2.83$, $\bar{X} = 2.49$ และ $\bar{X} = 2.85$ ตามลำดับ) มัธยมศึกษาตอนต้น, อนุปริญญา/เทียบเท่า และปริญญาตรีสูงกว่า มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า มัธยมศึกษาตอนปลาย ($\bar{X} = 2.91$, $\bar{X} = 2.83$, $\bar{X} = 2.85$ และ $\bar{X} = 1.81$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 24 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีโดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การมีส่วนร่วม	รายได้	n	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านร่วมตัดสินใจ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.55	.818	ปานกลาง	3
	10,001 – 20,000 บาท	47	2.77	.724	ปานกลาง	2
	20,001 – 30,000 บาท	44	2.03	1.046	น้อย	4
	30,001 บาท ขึ้นไป	31	2.79	.803	ปานกลาง	1
ด้านร่วมดำเนินการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.65	.724	ปานกลาง	2
	10,001 – 20,000 บาท	47	2.95	.586	ปานกลาง	1
	20,001 – 30,000 บาท	44	1.99	1.156	น้อย	4
	30,001 บาท ขึ้นไป	31	2.46	.669	น้อย	3
ด้านร่วมรับผลประโยชน์	ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.83	.706	ปานกลาง	4
	10,001 – 20,000 บาท	47	3.78	.539	มาก	2
	20,001 – 30,000 บาท	44	3.02	.863	ปานกลาง	3
	30,001 บาท ขึ้นไป	31	3.82	.194	มาก	1

ตารางที่ 24 (ต่อ)

การมีส่วนร่วม	รายได้	n	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล	ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.18	.563	น้อย	3
	10,001 – 20,000 บาท	47	3.33	1.005	ปานกลาง	1
	20,001 – 30,000 บาท	44	1.91	1.044	น้อย	4
	30,001บาท ขึ้นไป	31	2.35	.780	น้อย	2
ภาพรวม	ต่ำกว่า 10,000 บาท	58	2.55	.642	ปานกลาง	3
	10,001 – 20,000 บาท	47	3.21	.630	ปานกลาง	1
	20,001 – 30,000 บาท	44	2.24	.982	น้อย	4
	30,001บาท ขึ้นไป	31	2.86	.537	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 24 แสดงว่า ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน ดังนี้

ด้านร่วมตัดสินใจ ต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001บาท ขึ้นไป อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.55$, $\bar{X} = 2.77$ และ $\bar{X} = 2.79$ ตามลำดับ) และ 20,001 – 30,000 บาท อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.55$)

ด้านร่วมดำเนินการ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.65$ และ $\bar{X} = 2.95$) และ 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001บาท ขึ้นไป อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.99$ และ $\bar{X} = 2.46$)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001บาท ขึ้นไป อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$ และ $\bar{X} = 3.82$) และ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.83$ และ $\bar{X} = 3.02$)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล 10,001 – 20,000 บาท อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) ต่ำกว่า 10,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001บาท ขึ้นไป อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.18$, $\bar{X} = 1.91$ และ $\bar{X} = 2.35$)

ภาพรวม ต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001บาท ขึ้นไป อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.55$, $\bar{X} = 3.21$ และ $\bar{X} = 2.86$) และ 20,001 – 30,000 บาท อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.24$)

ตารางที่ 25 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	
ด้านร่วมตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	15.768	5.256	7.191*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	128.644	.731		
	รวม	179	144.411			
ด้านร่วมดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	3	21.892	7.297	11.021*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	116.538	.662		
	รวม	179	138.430			
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	3	35.739	11.913	28.001*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	74.878	.425		
	รวม	179	110.617			
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	3	54.058	18.019	24.475*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	129.577	.736		
	รวม	179	183.635			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	23.484	7.828	14.991*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	91.905	.522		
	รวม	179	115.389			

จากตารางที่ 25 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ตารางที่ 26 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการ
ท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก
อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้
(Scheff's Method)

ด้านร่วมตัดสินใจ				
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.55)	10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =2.77)	20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =2.03)	30,001บาท ขึ้นไป (\bar{X} =2.79)
ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.55)	-			
10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =2.77)	-.2127	-		
20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =2.03)	.5223*	.7350*	-	
30,001บาท ขึ้นไป (\bar{X} =2.79)	-.2414	-.0288	-.7637*	-
ด้านร่วมดำเนินการ				
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.65)	10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =2.95)	20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =1.99)	30,001บาท ขึ้นไป (\bar{X} =2.46)
ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.65)	-			
10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =2.95)	-.2947	-		
20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =1.99)	.6596*	.9543*	-	
30,001บาท ขึ้นไป (\bar{X} =2.46)	.1927	.4874	-.4669	-

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์				
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.83)	10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =3.78)	20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =3.02)	30,001บาทขึ้นไป (\bar{X} =3.82)
ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.83)	-			
10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =3.78)	-.9554*	-		
20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =3.02)	-.1907	.7647*	-	
30,001บาทขึ้นไป (\bar{X} =3.82)	-.9913*	-.0359	-.8006*	-
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล				
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.18)	10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =3.33)	20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =1.91)	30,001บาทขึ้นไป (\bar{X} =2.35)
ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.18)	-			
10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =3.33)	-1.1536*	-		
20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =1.91)	.2698	1.4234*	-	
30,001บาทขึ้นไป (\bar{X} =2.35)	-.1679	.9857*	-.4377	-
ภาพรวม				
รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.56)	10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =3.21)	20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =2.24)	30,001บาทขึ้นไป (\bar{X} =2.86)
ต่ำกว่า 10,000 บาท (\bar{X} =2.56)	-			
10,001 – 20,000 บาท (\bar{X} =3.21)	-.6541*	-		
20,001 – 30,000 บาท (\bar{X} =2.24)	.3152	.9693*	-	
30,001บาทขึ้นไป (\bar{X} =2.86)	-.3020	.3521	-.6172*	-

จากตารางที่ 26 แสดงให้เห็นว่า เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีจำแนกตามรายได้ต่อเดือน เป็นรายคู่

ด้านร่วมตัดสินใจ ต่ำกว่า 10,000 บาท, 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 2.55$, $\bar{X} = 2.77$, $\bar{X} = 2.79$ และ $\bar{X} = 2.03$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมดำเนินการ ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 10,001 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 2.65$, $\bar{X} = 2.95$ และ $\bar{X} = 1.99$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ 10,001 – 20,000 บาท และ 30,001บาท ขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{X} = 3.78$, $\bar{X} = 3.82$ และ $\bar{X} = 2.83$ ตามลำดับ) 10,001 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.78$ และ $\bar{X} = 3.02$) 30,001บาท ขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.82$ และ $\bar{X} = 3.02$)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล 10,001 – 20,000 บาทมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่าต่ำว่า 10,000 บาท, 20,001 – 30,000 บาท และ 30,001บาท ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.33$, $\bar{X} = 2.18$, $\bar{X} = 1.91$, และ $\bar{X} = 2.35$ ตามลำดับ)

ภาพรวม 10,001 – 20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า ต่ำกว่า 10,000 บาท และ 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 3.21$, $\bar{X} = 2.56$ และ $\bar{X} = 2.24$ ตามลำดับ) 30,001บาท ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 20,001 – 30,000 บาท ($\bar{X} = 2.86$ และ $\bar{X} = 2.24$)

ตารางที่ 27 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีโดยจำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วม	ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม	n	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านร่วมตัดสินใจ	วันหยุดนักขัตฤกษ์	45	2.86	.632	ปานกลาง	2
	เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์	47	1.99	1.056	น้อย	4
	เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์	22	1.54	.359	น้อย	5
	ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์	24	2.74	.293	ปานกลาง	3
	ตลอดสัปดาห์	42	3.14	.587	ปานกลาง	1
ด้านร่วมดำเนินการ	วันหยุดนักขัตฤกษ์	45	3.28	.373	ปานกลาง	1
	เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์	47	1.88	1.019	น้อย	5
	เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์	22	2.06	.717	น้อย	4
	ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์	24	2.73	.314	ปานกลาง	2
	ตลอดสัปดาห์	42	2.62	.701	ปานกลาง	3
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	วันหยุดนักขัตฤกษ์	45	3.74	.699	มาก	1
	เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์	47	2.87	.523	ปานกลาง	4
	เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์	22	2.59	.986	ปานกลาง	5
	ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์	24	3.05	.476	ปานกลาง	3
	ตลอดสัปดาห์	42	3.82	.486	มาก	2
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	วันหยุดนักขัตฤกษ์	45	3.15	.898	ปานกลาง	1
	เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์	47	1.63	.546	น้อย	5
	เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์	22	1.67	.492	น้อย	4
	ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์	24	2.76	.363	ปานกลาง	3
	ตลอดสัปดาห์	42	2.83	1.117	ปานกลาง	2
ภาพรวม	วันหยุดนักขัตฤกษ์	45	3.26	.604	ปานกลาง	1
	เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์	47	2.09	.725	น้อย	5
	เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์	22	1.96	.564	น้อย	4
	ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์	24	2.82	.239	ปานกลาง	3
	ตลอดสัปดาห์	42	3.10	.640	ปานกลาง	2

จากตารางที่ 27 แสดงว่า ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วนร่วม ดังนี้

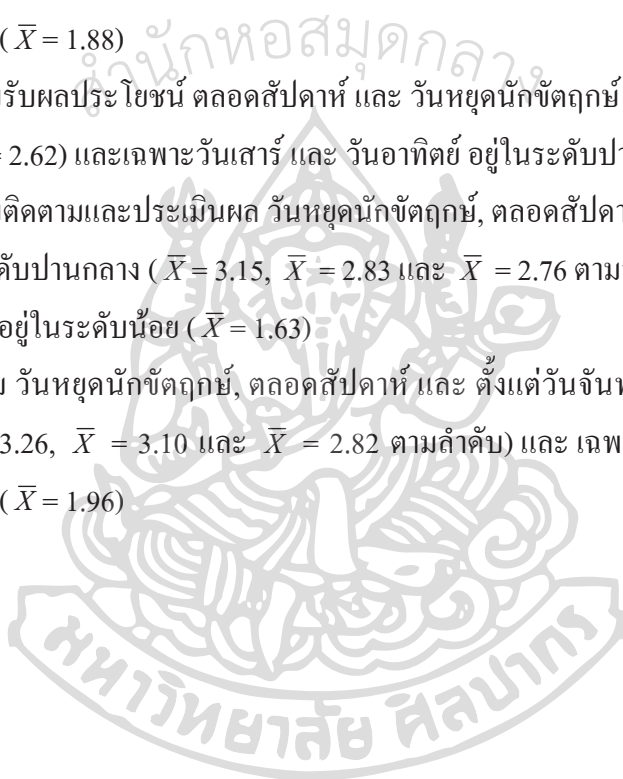
ด้านร่วมตัดสินใจ ตลอดสัปดาห์ วันหยุดนักขัตฤกษ์ และ ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$, $\bar{X} = 2.86$ และ $\bar{X} = 2.74$ ตามลำดับ) เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.54$)

ด้านร่วมดำเนินการ วันหยุดนักขัตฤกษ์ ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ ตลอดสัปดาห์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$, $\bar{X} = 2.73$ และ $\bar{X} = 2.62$ ตามลำดับ) เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.88$)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ตลอดสัปดาห์ และ วันหยุดนักขัตฤกษ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 2.73$ และ $\bar{X} = 2.62$) และเฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.59$)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล วันหยุดนักขัตฤกษ์, ตลอดสัปดาห์ และ ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$, $\bar{X} = 2.83$ และ $\bar{X} = 2.76$ ตามลำดับ) และ เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.63$)

ภาพรวม วันหยุดนักขัตฤกษ์, ตลอดสัปดาห์ และ ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, $\bar{X} = 3.10$ และ $\bar{X} = 2.82$ ตามลำดับ) และ เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.96$)



ตารางที่ 28 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วนร่วม

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	p-value
ด้านร่วมตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	4	56.680	14.170	28.265*	.000
	ภายในกลุ่ม	175	87.732	.501		
	รวม	179	144.411			
ด้านร่วมดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	4	51.346	12.836	25.796*	.000
	ภายในกลุ่ม	175	87.084	.498		
	รวม	179	138.430			
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	4	41.246	10.312	26.013*	.000
	ภายในกลุ่ม	175	69.371	.396		
	รวม	179	110.617			
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	4	75.219	18.805	30.354*	.000
	ภายในกลุ่ม	175	108.416	.620		
	รวม	179	183.635			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	50.314	12.579	33.827*	.000
	ภายในกลุ่ม	175	65.074	.372		
	รวม	179	115.389			

จากตารางที่ 28 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วนร่วม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

ตารางที่ 29 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการ
ท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก
ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วน
ร่วม เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheff's Method)

ด้านร่วมตัดสินใจ					
ระยะเวลาในการ มีส่วนร่วม	วันหยุดนักขัต ฤกษ์ (\bar{X} =2.86)	เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.99)	เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.54)	ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.74)	ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =3.13)
วันหยุดนักขัต ฤกษ์ (\bar{X} =2.86)	-				
เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.99)	.8743*	-			
เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.54)	1.3192*	.4449	-		
ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.74)	.1222	-.7521*	-1.1970*	-	
ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =3.13)	-.2739	-1.1482*	-1.5931*	-.3961	-

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ด้านร่วมวางแผน					
ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม	วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.28)	เฉพาะวันเสาร์หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.88)	เฉพาะวันเสาร์และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =2.06)	ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.73)	ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =2.62)
วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.28)	-				
เฉพาะวันเสาร์หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.88)	1.3995*				
เฉพาะวันเสาร์และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =2.06)	1.2210*	-.1785	-		
ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.73)	.5497	-.9498*	-.6713*	-	
ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =2.62)	.6549*	-.7446*	-.5661	.1052	-
ด้านร่วมรับผลประโยชน์					
ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม	วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.74)	เฉพาะวันเสาร์หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =2.87)	เฉพาะวันเสาร์และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =2.58)	ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =3.04)	ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =3.82)
วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.74)	-				
เฉพาะวันเสาร์หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =2.87)	.8658*	-			
เฉพาะวันเสาร์และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =2.58)	1.1499*	.2841	-		

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์					
ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม	วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.74)	เฉพาะวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ (\bar{X} =2.87)	เฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์ (\bar{X} =2.58)	ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =3.04)	ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =3.82)
ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =3.04)	.6895	-.1763	-.4604	-	
ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =3.82)	-.0817	-.9475*	-1.2316*	-.7712*	-



ตารางที่ 29 (ต่อ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล					
ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม	วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.15)	เฉพาะวันเสาร์หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.63)	เฉพาะวันเสาร์และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.67)	ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.76)	ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.76)
วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.15)	-				
เฉพาะวันเสาร์หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.63)	1.5196*	-			
เฉพาะวันเสาร์และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.67)	1.4768*	-0.0428	-		
ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.76)	.3868	-1.1328*	-1.0900*	-	
ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =2.82)	.3228	-1.1967	-1.1540*	-0.640	-

ตารางที่ 29 (ต่อ)

ภาพรวม					
ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม	วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.26)	เฉพาะวันเสาร์หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =2.09)	เฉพาะวันเสาร์และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.96)	ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.82)	ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =3.10)
วันหยุดนักขัตฤกษ์ (\bar{X} =3.26)	-				
เฉพาะวันเสาร์หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} =2.09)	1.1648*				
เฉพาะวันเสาร์และ วันอาทิตย์ (\bar{X} =1.96)	1.2917*	.1269	-		
ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์ (\bar{X} =2.82)	.4371	-.7277*	-.8547*	-	
ตลอดสัปดาห์ (\bar{X} =3.10)	.1555	-1.0093*	-1.1362*	-.2815	-

จากตารางที่ 29 แสดงให้เห็นว่า เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระยะเวลาในการมีส่วนร่วม เป็นรายคู่ ดังนี้

ด้านร่วมตัดสินใจ วันหยุดนักขัตฤกษ์ มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ (\bar{X} = 2.88, \bar{X} = 1.99 และ \bar{X} = 1.54 ตามลำดับ) ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ และตลอดสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ (\bar{X} = 2.74, \bar{X} = 3.13 และ \bar{X} = 1.99 ตามลำดับ) ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ และ ตลอดสัปดาห์ มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า เฉพาะวันเสาร์ และ วันอาทิตย์ (\bar{X} = 2.74, \bar{X} = 3.13 และ \bar{X} = 1.54 ตามลำดับ)

ตารางที่ 30 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการเปรียบเทียบตัวแปรการอาศัยในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test)

(n=180)

การมีส่วนร่วม	อาศัย	n	\bar{X}	S.D.	t	
ด้านร่วมตัดสินใจ	อยู่	93	2.96	.672	9.957*	.000
	ไม่อยู่	87	1.89	.703		
ด้านร่วมดำเนินการ	อยู่	93	2.88	.625	8.490*	.000
	ไม่อยู่	87	1.96	.755		
ด้านร่วมรับผลประโยชน์	อยู่	93	3.55	.513	7.325*	.000
	ไม่อยู่	87	2.83	.726		
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล	อยู่	93	2.69	.853	5.379*	.000
	ไม่อยู่	87	1.94	.930		
รวม	อยู่	93	3.02	.504	9.134*	.000
	ไม่อยู่	87	2.16	.693		

จากตารางที่ 30 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรการอาศัยอยู่ในตลาด 100 ปีกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีทุกด้านแตกต่างกัน ดังนี้ ส่วนด้านร่วมตัดสินใจ แตกต่างกันโดย อาศัยอยู่ในตลาดมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าไม่อาศัยอยู่ ($\bar{X} = 2.96$, $\bar{X} = 1.89$ ตามลำดับ) ด้านร่วมดำเนินการ อาศัยอยู่ในตลาดมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าไม่อาศัยอยู่ ($\bar{X} = 2.88$, $\bar{X} = 1.96$ ตามลำดับ) ด้านร่วมรับผลประโยชน์ โดย อาศัยอยู่ในตลาดมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าไม่อาศัยอยู่ ($\bar{X} = 3.55$, $\bar{X} = 2.83$ ตามลำดับ) ด้านร่วมติดตามและประเมินผล โดย อาศัยอยู่ในตลาดมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าไม่อาศัยอยู่ ($\bar{X} = 2.69$, $\bar{X} = 1.94$ ตามลำดับ) และภาพรวม โดย อาศัยอยู่ในตลาดมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าไม่อาศัยอยู่ ($\bar{X} = 3.02$, $\bar{X} = 2.16$ ตามลำดับ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 31 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการเปรียบเทียบตัวแปร
ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุกกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อ
การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก
ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยใช้การทดสอบค่าที (t-test)

(n=180)

การมีส่วนร่วม	ระยะเวลา	n	\bar{X}	S.D.	t	
ด้านร่วมตัดสินใจ	ต่ำกว่า 5 ปี	100	2.09	.846	-8.500*	.000
	6 ปีขึ้นไป	80	3.06	.664		
ด้านร่วมดำเนินการ	ต่ำกว่า 5 ปี	100	2.20	.902	-6.461*	.000
	6 ปีขึ้นไป	80	2.96	.662		
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	ต่ำกว่า 5 ปี	100	3.05	.843	-5.995*	.000
	6 ปีขึ้นไป	80	3.66	.509		
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	ต่ำกว่า 5 ปี	100	2.15	1.009	-4.567*	.000
	6 ปีขึ้นไป	80	2.83	.914		
รวม	ต่ำกว่า 5 ปี	100	2.37	.839	-6.910*	.000
	6 ปีขึ้นไป	80	3.13	.532		

จากตารางที่ 31 พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรตัวแปรระยะเวลาที่
อาศัยอยู่ในชุมชนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของ
ประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ทุกด้าน
แตกต่างกัน ดังนี้ ด้านร่วมตัดสินใจ 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยว
ชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าต่ำกว่า 5 ปี ($\bar{X} = 3.06$, $\bar{X} = 2.09$ ตามลำดับ) ด้านร่วมดำเนินการ 6 ปี
ขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าต่ำกว่า 5 ปี ($\bar{X} =$
2.96, $\bar{X} = 2.20$ ตามลำดับ) ด้านร่วมรับผลประโยชน์ 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการ
จัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าต่ำกว่า 5 ปี ($\bar{X} = 3.66$, $\bar{X} = 3.05$ ตามลำดับ) ด้านร่วม
ติดตามและประเมินผล 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์
มากกว่าต่ำกว่า 5 ปี ($\bar{X} = 2.83$, $\bar{X} = 2.15$ ตามลำดับ) ภาพรวม 6 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วม
ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ มากกว่าต่ำกว่า 5 ปี ($\bar{X} = 3.13$, $\bar{X} = 2.37$ ตามลำดับ)

ตารางที่ 32 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และระดับของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามระยะทางจากที่พักอาศัยถึง ตลาด 100 ปี สามชุก

การมีส่วนร่วม	ระยะทาง	n	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านร่วมตัดสินใจ	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร	74	3.07	.617	ปานกลาง	1
	.501 – 2 กิโลเมตร	32	2.63	1.013	ปานกลาง	2
	2.500 – 3 กิโลเมตร	28	2.38	.685	น้อย	3
	3 กิโลเมตร ขึ้นไป	46	1.65	.557	น้อย	4
ด้านร่วมดำเนินการ	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร	74	2.85	.657	ปานกลาง	2
	.501 – 2 กิโลเมตร	32	3.16	.739	ปานกลาง	1
	2.500 – 3 กิโลเมตร	28	2.33	.692	น้อย	3
	3 กิโลเมตร ขึ้นไป	46	1.72	.746	น้อย	4
ด้านร่วมรับผลประโยชน์	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร	74	3.61	.505	มาก	2
	.501 – 2 กิโลเมตร	32	3.75	.805	มาก	1
	2.500 – 3 กิโลเมตร	28	2.99	1.116	ปานกลาง	3
	3 กิโลเมตร ขึ้นไป	46	2.66	.265	ปานกลาง	4
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร	74	2.79	.852	ปานกลาง	1
	.501 – 2 กิโลเมตร	32	2.76	1.013	ปานกลาง	2
	2.500 – 3 กิโลเมตร	28	2.58	1.232	ปานกลาง	3
	3 กิโลเมตร ขึ้นไป	46	1.58	.494	น้อย	4
ภาพรวม	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร	74	3.08	.497	ปานกลาง	1
	.501 – 2 กิโลเมตร	32	3.08	.831	ปานกลาง	2
	2.500 – 3 กิโลเมตร	28	2.57	.437	ปานกลาง	3
	3 กิโลเมตร ขึ้นไป	46	1.90	.437	น้อย	4

จากตารางที่ 32 แสดงว่า ค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยจำแนกตามระยะทางจากที่พักอาศัยถึง ตลาด 100 ปีสามชุก ดังนี้

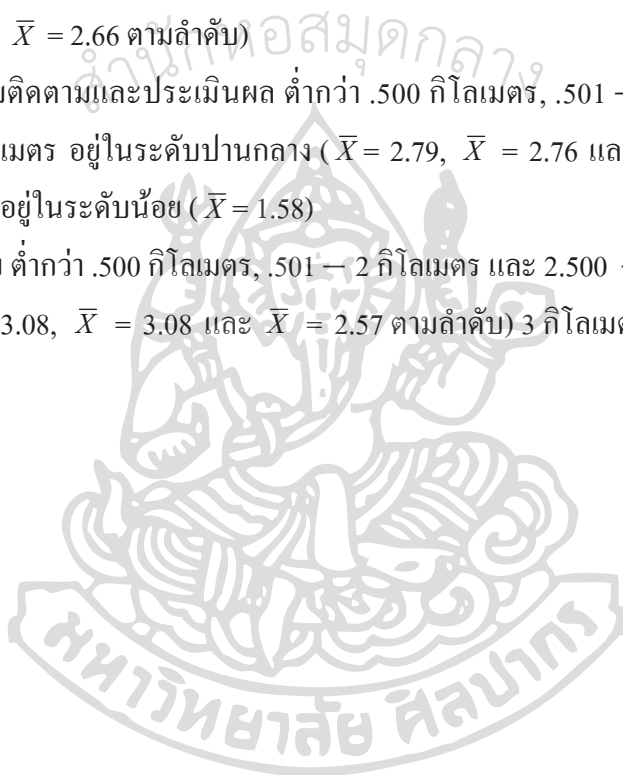
ด้านร่วมตัดสินใจ ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร, .501 – 2 กิโลเมตร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.07$, $\bar{X} = 2.63$ ตามลำดับ) 2.500 – 3 กิโลเมตร และ 3 กิโลเมตร ขึ้นไป อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.63$, $\bar{X} = 1.65$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมดำเนินการ .501 – 2 กิโลเมตร และ ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$, $\bar{X} = 2.85$ ตามลำดับ) 2.500 – 3 กิโลเมตร และ 3 กิโลเมตร ขึ้นไป อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.33$, $\bar{X} = 1.72$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ 501 – 2 กิโลเมตร และ ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$, $\bar{X} = 3.75$ ตามลำดับ) 2.500 – 3 กิโลเมตร และ 3 กิโลเมตร ขึ้นไป อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$, $\bar{X} = 2.66$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร, .501 – 2 กิโลเมตร และ 2.500 – 3 กิโลเมตร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.79$, $\bar{X} = 2.76$ และ $\bar{X} = 2.58$ ตามลำดับ) 3 กิโลเมตร ขึ้นไป อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.58$)

ภาพรวม ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร, .501 – 2 กิโลเมตร และ 2.500 – 3 กิโลเมตร อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.08$, $\bar{X} = 3.08$ และ $\bar{X} = 2.57$ ตามลำดับ) 3 กิโลเมตร ขึ้นไป อยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.90$)



ตารางที่ 33 แสดงการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระยะทาง

	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	
ด้านร่วมตัดสินใจ	ระหว่างกลุ่ม	3	58.848	19.616	40.349*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	85.563	.486		
	รวม	179	144.411			
ด้านร่วมดำเนินการ	ระหว่างกลุ่ม	3	52.026	17.342	35.325*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	86.404	.491		
	รวม	179	138.430			
ด้านร่วมรับ ผลประโยชน์	ระหว่างกลุ่ม	3	35.067	11.689	27.231*	.002
	ภายในกลุ่ม	176	75.550	.429		
	รวม	179	110.617			
ด้านร่วมติดตามและ ประเมินผล	ระหว่างกลุ่ม	3	46.822	15.607	20.078*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	136.813	.777		
	รวม	179	183.635			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	45.143	15.048	37.702*	.000
	ภายในกลุ่ม	176	70.246	.399		
	รวม	179	115.389			

จากตารางที่ 33 พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระยะทาง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05

ตารางที่ 34 เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการ
ท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก
อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามระยะทาง เป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheff's Method)

ด้านร่วมตัดสินใจ				
ระยะทาง	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} =$ 3.07)	.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.63$)	2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} =$ 2.38)	3 กิโลเมตร ขึ้น ไป ($\bar{X} = 1.65$)
ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} =$ 3.07)	-	-	-	-
.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.63$)	.4443*	-	-	-
2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.38$)	.6951*	.2508	-	-
3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 1.65$)	1.4287*	.9844*	.7336*	-
ด้านร่วมดำเนินการ				
ระยะทาง	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.85$)	.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.16$)	2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.33$)	3 กิโลเมตร ขึ้น ไป ($\bar{X} = 1.72$)
ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.85$)	-	-	-	-
.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.16$)	-.3111	-	-	-
2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.33$)	.5247*	.8358*	-	-
3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 1.72$)	1.1347*	1.4458*	.6100*	-

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์				
ระยะทาง	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.61$)	.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.75$)	2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.98$)	3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 2.66$)
ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.61$)	-	-	-	-
.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.75$)	-.1339	-	-	-
2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.98$)	.6245*	.7584*	-	-
3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 2.66$)	.9508*	1.0847*	.3263	-
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล				
ระยะทาง	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.79$)	.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.76$)	2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.58$)	3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 1.58$)
ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.79$)	-	-	-	-
.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.76$)	.0288	-	-	-
2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.58$)	.2146	.1858	-	-
3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 1.58$)	1.2090*	1.1802*	.9944*	-

ตารางที่ 34 (ต่อ)

ภาพรวม				
ระยะทาง	ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.08$)	.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.08$)	2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.57$)	3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 1.90$)
ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.08$)	-	-	-	-
.501 – 2 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.08$)	.0070	-	-	-
2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.57$)	.5147*	.5077*	-	-
3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 1.90$)	1.1808*	1.1738*	.6661*	-

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่า เปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามทาง เป็นรายคู่ ดังนี้

ด้านร่วมตัดสินใจ ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 501 – 2 กิโลเมตร, 2.500 – 3 กิโลเมตร และ 3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.07$, $\bar{X} = 2.63$, $\bar{X} = 2.38$ และ $\bar{X} = 1.65$ ตามลำดับ) .501 – 2 กิโลเมตร และ 2.500 – 3 กิโลเมตร มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 2.63$, $\bar{X} = 2.38$, และ $\bar{X} = 1.65$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมดำเนินการ ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร และ .501 – 2 กิโลเมตร มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 2.85$, $\bar{X} = 3.15$, และ $\bar{X} = 2.33$ ตามลำดับ) ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร, .501 – 2 กิโลเมตร และ 2.500 – 3 กิโลเมตร มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 2.85$, $\bar{X} = 3.16$, $\bar{X} = 2.33$ และ $\bar{X} = 1.72$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร และ .501 – 2 กิโลเมตร มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.61$, $\bar{X} = 3.75$ และ $\bar{X} = 2.98$ ตามลำดับ) ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร และ .501 – 2 กิโลเมตร มี

ค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ 3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.61$, $\bar{X} = 3.75$ และ $\bar{X} = 2.66$ ตามลำดับ)

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร, 501 – 2 กิโลเมตร และ 2.500 – 3 กิโลเมตร มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า และ 3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 2.79$, $\bar{X} = 2.76$, $\bar{X} = 2.58$ และ $\bar{X} = 1.58$ ตามลำดับ)

ภาพรวม ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร และ 501 – 2 กิโลเมตร มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า 2.500 – 3 กิโลเมตร ($\bar{X} = 3.08$, $\bar{X} = 3.08$ และ $\bar{X} = 2.57$ ตามลำดับ) ต่ำกว่า .500 กิโลเมตร, 501 – 2 กิโลเมตร และ 2.500 – 3 กิโลเมตร มีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มากกว่า และ 3 กิโลเมตร ขึ้นไป ($\bar{X} = 3.08$, $\bar{X} = 3.08$, $\bar{X} = 2.57$ และ $\bar{X} = 1.90$ ตามลำดับ)

ตอนที่ 5 การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

การวิเคราะห์ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ จิตสำนึกสาธารณะ (X_1) ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ (X_2) และ การสนับสนุนทางสังคมได้แก่ (X_3) ที่ส่งผลหรือทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ (Y) ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ จิตสำนึกสาธารณะ (X_1) ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ (X_2) และ การสนับสนุนทางสังคมได้แก่ (X_3) ที่ส่งผลหรือทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ (Y) ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีวิเคราะห์โดยใช้สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Product moment Correlation Coefficient) ปรากฏดังตารางที่ 35

ตารางที่ 35 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสนับสนุนกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ (Y) ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปร (n = 180)	X ₁	X ₂	X ₃	Y
X ₁	1	.455** .000	.649** .000	.688** .000
X ₂		1	.453** .000	.784** .000
X ₃			1	.552** .000
Y				1

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 35 พบว่า จิตสำนึกสาธารณะที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .688 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .784 การสนับสนุนทางสังคมมีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .552

ตารางที่ 36 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนของปัจจัยทางจิตวิทยาที่ส่งผลหรือทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวแปรทำนาย	R	R ²	Adj R ²	R ² change	b	B	t
จิตสำนึกสาธารณะ (X ₁)	.784	.615	.612	.615	.601	.594	14.151*
ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ (X ₂)	.868	.753	.750	.138	.373	.417	9.934*
Constant(a) = -.473		S.E. = .140		Over all F = 269.212*			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 36 แสดงให้เห็นว่า ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนตามลำดับความสำคัญของตัวแปรที่นำเข้ามาสมการ พบว่า จิตสำนึกสาธารณะ (X₁) ได้รับคัดเลือกเข้าสมการเป็นลำดับที่ 1 สามารถทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 61.5 โดยมีค่า t-test เท่ากับ 14.151 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ (X₂) เป็นตัวแปรที่ได้รับคัดเลือกเข้าสมการเป็นลำดับที่ 2 สามารถทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.8 โดยมีค่า t-test เท่ากับ 9.934 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ร้อยละ 75.3 และสามารถเขียนเป็นสมการการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน ในรูปคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐานได้ ดังนี้

ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = -.473 + .601 (X_1) + .373 (X_2)$$

ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = .594 Z_{(x1)} + .275 Z_{(x2)}$$

ตารางที่ 37 แสดงปัญหา และอุปสรรค ในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

(n = 30 คน)

ที่	ประเด็นปัญหาและอุปสรรค	ความถี่	ร้อยละ
1	ห้องน้ำ น้อยไม่เพียงพอแก่การให้บริการ	13	43.33
2	ยังมีคนที่ยังเข้าไม่ถึงในการมีส่วนร่วม	7	23.33
3	บุคคลภายนอกชุมชนเข้ามาค้าขายมาก	5	16.67
4	พ่อค้าแม่ค้าบางคนใช้คำพูดไม่สุภาพ เสียงดัง	3	10.00
5	มีการวางสินค้าแคะกะทางเดินบางแห่ง	2	6.67
	รวม	30	100

จากตารางที่ 37 แสดงให้เห็นปัญหา และอุปสรรค ในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยวิเคราะห์ห้ความถี่ ดังนี้ ห้องน้ำ น้อยไม่เพียงพอแก่การให้บริการ ร้อยละ 43.33 ยังมีคนที่ยังเข้าไม่ถึงในการมีส่วนร่วม ร้อยละ 23.33 บุคคลภายนอกชุมชนเข้ามาค้าขายมาก ร้อยละ 16.67 พ่อค้าแม่ค้าบางคนใช้คำพูดไม่สุภาพ เสียงดัง ร้อยละ 10.00 และมีการวางสินค้าแคะกะทางเดินบางแห่ง ร้อยละ 6.67

ตารางที่ 38 แสดงข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

(n = 30 คน)

ที่	ข้อเสนอแนะ	ความถี่	ร้อยละ
1	ควรมีการเพิ่มห้องน้ำ และจุดพักผ่อนให้นักท่องเที่ยว	10	33.33
2	ควรรอนุรักษ์รูปแบบตลาดแบบเก่า ไม่ควรตกแต่งแบบทันสมัย	7	23.33
3	หน่วยงานราชการควรให้งบประมาณในการจัดกิจกรรมต่างๆในตลาด	6	20.00
4	ควรมีการลงโทษแก่ผู้ที่ย้ายของไม่มีคุณภาพ เช่น ปรับ หรือให้หยุดขาย	5	16.67
5	ควรจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลนักท่องเที่ยว	2	6.67
	รวม	30	100

จากตารางที่ 38 แสดงข้อเสนอแนะ ในการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยวิเคราะห์ความถี่ ดังนี้ ควรมีการเพิ่มห้องน้ำ และจุดพักผ่อนให้นักท่องเที่ยว ร้อยละ 33.33 ควรรอนุรักษ์รูปแบบตลาดแบบเก่า ไม่ควรตกแต่งแบบทันสมัย ร้อยละ 23.33 หน่วยงานราชการควรให้งบประมาณในการจัดกิจกรรมต่างๆในตลาด ร้อยละ 20.00 ควรมีการลงโทษแก่ผู้ที่ย้ายของไม่มีคุณภาพ เช่น ปรับ หรือให้หยุดขาย ร้อยละ 16.67 และ ควรจัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยดูแลนักท่องเที่ยว ร้อยละ 6.67

บทที่ 5

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

จากการศึกษาวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยได้คัดเลือกกรณีศึกษา ตลาด 100 ปี สามชุก ซึ่งมีวิธีปฏิบัติเป็นเลิศโดยได้รับการยอมรับในรูปของรางวัลต่าง ๆ มากมาย ในด้านความร่วมมือ และความเข้มแข็งของสมาชิกในการทำกิจกรรมพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้ ดำเนินสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) และสังเกตการ จัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก พบว่ามีวิธีการปฏิบัติที่ดี ตลอดจนมี เงื่อนไขปัจจัยการมีส่วนร่วมทั้งองค์ประกอบภายในชุมชนตลาดร้อยปีสามชุกและองค์ประกอบ ภายนอกที่ส่งผลต่อการดำเนินการที่ประสบผลสำเร็จได้ ดังนี้

ตอนที่ 1 องค์ประกอบภายในชุมชนตลาด 100 สามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่ส่งผลต่อการดำเนินการที่ประสบผลสำเร็จ

1. สมาชิกในชุมชนเห็นคุณค่า

ในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก แนวคิดในการอนุรักษ์พื้นที่ชุมชนตลาดสามชุกนี้ เริ่มขึ้นจากความร่วมมือของคนในท้องถิ่นเป็นแกนนำโดย เล็งเห็นถึงคุณค่าของถิ่นฐานซึ่งเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิง อนุรักษ์นี้ เกิดจากการเล็งเห็นถึงคุณค่าและสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ของตัวอาคารไม้ที่สมควร จะอนุรักษ์ไว้ ประกอบกับตลาดสามชุกมีลักษณะการตั้งชุมชนที่เอื้ออำนวยต่อการเข้ามาท่องเที่ยว และชาวชุมชนมีความรู้สึกผูกพันกับสถานที่แห่งนี้ในฐานะเป็นที่อยู่อาศัยและแหล่งทำมาหากิน เลี้ยงชีวิตของคนในชุมชนตั้งแต่บรรพบุรุษนับชั่วอายุคน อีกทั้งยังเป็นสถานที่แห่งความทรงจำ ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ดังที่ผู้ให้ข้อมูลสอดคล้องกันทั้ง 3 คน ดังนี้

“...ผมเป็นคนสามชุกเห็นตลาดไป ไกลี่ประตูน้ำ แล้วได้ย้ายมาเป็นครูที่โรงเรียน วัดสามชุก เลยได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมกับเขา ได้ดูแลเด็กนักเรียนที่ไปทำการแสดงทุกวันเสาร์ อาทิตย์ วันหยุด หรือการแสดงตามโอกาสที่เขาขอความร่วมมือมา ทำเองด้วยความเต็มใจไม่มีการ บังคับจากผู้บังคับบัญชา แล้วแต่ใครจะว่างช่วงไหน เราก็ช่วยกัน...”

(ครูสุพรรณชา, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...ผมเป็นคนในชุมชน แล้วสนใจการพัฒนาบ้านเกิดทำให้ชุมชนเจริญ มีรายได้ใช้เวลาที่พอมีเข้ามามีส่วนร่วม แล้วอยากให้ตลาดสามชุกมาเป็นตลาดที่มีเศรษฐกิจดี เหมือนเดิม แล้วชาวตลาดก็ร่วมใจกันทั้งที่มีความขัดแย้งกัน แต่พอเกิดปัญหาเรากลับมารวมมือ เลยใช้วิกฤติให้เป็นโอกาส...”(คุณกอบชัย,ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...เป็นคนในชุมชนบ้านอยู่คนละฝั่งกับตลาด ฝั่งไทยประกันชีวิต เข้ามามีส่วนร่วมกับเขาตั้งแต่ปี 42 ตอนนั้นเป็นประธานชุมชนละหาร เลยเลิกให้เด็กรุ่นใหม่ทำต่อ มาเวลาว่างจากการทำงาน ก็เข้ามาช่วยตลาดสามชุก แล้วเข้าวัดบ่อยเลยเข้ามาเป็นไวยาวัจกรวัดสามชุก พอเห็นการท่องเที่ยวดีขึ้นเรื่อยๆ จึงขับเรือพานักท่องเที่ยวจากตลาดสามชุก ล่องมาจนถึงวัดสามชุก...”(ลุงฉ่าง,ข้อมูลการสัมภาษณ์)



ภาพที่ 1 ทางเข้าตลาดด้านติดที่ว่าการอำเภอสามชุก จุดที่นักท่องเที่ยวนิยมเก็บภาพเป็นที่ระลึก

2. การมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชน

การที่ชุมชนตลาดสามชุกกลายเป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ก็เป็นผลมาจากการรวมตัวของกลุ่มคนภายในสังคมตลาดสามชุกเอง และการมองเห็นความสำคัญของตลาดที่เคยรุ่งเรืองซึ่งยังประทับใจอยู่ภายในใจของผู้ที่เกี่ยวข้องจึงรวมตัวกันเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เพื่อแก้ไขปัญหาชุมชนทางด้านเศรษฐกิจ และปัญหาการไล่รื้อจากโครงการพัฒนาที่ดินราชพัสดุเปลี่ยนอาคารไม้ห้องแถวบริเวณตลาดสามชุกเป็นอาคารพาณิชย์ ร่วมกันจัดกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชนขึ้น จึงเกิดเป็น “โครงการตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑน์มีชีวิต” หรือ “ตลาดพูดได้” ขึ้น มีพิพิธภัณฑน์บ้านขุนจันจันารักษ์ เป็นที่รวมตัวกันของชาวบ้านตลาดสามชุกในปัจจุบัน ซึ่งในอดีตชาวบ้านในตลาดสามชุกไม่เคยมีการรวมตัวกันเพื่อทำประโยชน์สาธารณะร่วมกันเลย ภายใต้การทำงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกนั้น สะท้อนให้เห็นบุคคลที่เป็นแกนนำในการทำงานได้อย่างชัดเจน และยังเป็นบุคคลที่ผลักดันให้กิจกรรมต่างๆ ขับเคลื่อนไปได้แม้ว่าจะเกิดปัญหาขึ้นมา คือ การมีผู้นำที่มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า เนื่องจากคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกมีกิจกรรมที่สร้างความเข้าใจ สร้างจิตสำนึกรักบ้านเกิด หรือสร้างการมีส่วนร่วมให้เกิดขึ้นในหมู่สมาชิกภายในชุมชน เช่น เมื่อมีปัญหาเรื่องการซ่อมแซมบ้านอย่างเร่งด่วน ทางคณะกรรมการตลาดฯ ได้จัดทำข้อมูลเพื่อเขียนเป็นโครงการเสนอให้กับมูลนิธิชุมชนไทเพื่อจัดสรรงบประมาณ ทำให้มีการดำเนินการประชุมปรึกษาแกนนำกับชาวบ้าน เป็นต้น อีกทั้งคณะกรรมการพัฒนาตลาดอยากให้ชาวบ้านภายในชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานมากขึ้น จึงได้มีการชักชวนให้ชาวบ้านได้เข้าร่วมประชุมและรับฟังการรายงานผลการดำเนินงานประจำปี เพื่อให้เห็นการทำงานที่ผ่านมาและได้ตรวจสอบการทำงาน ตลอดจนความโปร่งใสในการทำงานและได้สร้างการมีส่วนร่วมในด้านอื่นๆ ด้วย เช่น การเปิดโอกาสให้ชาวตลาดที่เข้าร่วมประชุมได้มีส่วนร่วมในการคิดค้นหาสาเหตุของปัญหา โดยไม่ปิดกั้นความคิด ทั้งนี้เพื่อให้ได้ทางเลือกมากขึ้น เพื่อให้การจัดการปัญหาภายในชุมชนได้รับแก้ไขบนพื้นฐานของความต้องการของชาวบ้านจริงๆ ซึ่งเป็นการลดความแตกต่างของผู้นำกับสมาชิกภายในชุมชนให้อยู่ในระนาบเดียวกัน จากการให้ข้อมูลสอดคล้องกัน ทั้ง 4 คน ดังว่า

“...อย่างบ้านเรา สามชุกไม่มีนักการเมืองเข้ามาครอบงำได้ มันเกิดจากข้างใน เกิดจากพวกเรา เราช่วยเหลือตัวเองแต่มีพี่เลี้ยงที่ปล่อยให้เราคิดเอง แต่สนับสนุนเปิดโลกของเรา มีโลโก้ชุมชน เช่นตัวหนังสือลายพู่กันจีน...” (พีชเนส, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...เข้ามาร่วมพัฒนาตลาดสามชุกด้วยตนเองไม่ผ่านใคร ใจผมมันรักชุมชน ผมชอบบริการคน และผมได้รับเลือกเป็นประธานชุมชน เป็นคณะกรรมการด้วย เวลาวางจากการทำงาน เข้ามาตั้งแต่แรก ปี 42 แล้วช่วยเหลือมาตลอดช่วยดูแล บางที่ตอนกลางคืนด้วย เพราะกลัวเรื่องไฟ...” (คุณกอบชัย, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...คนรุ่นใหม่กับคนรุ่นเก่ามีวิสัยทัศน์แตกต่างกัน มุมมองไม่เหมือนกันการที่เราเข้ามาทำงานด้วยกัน มีความเชื่อมั่นเท่ากันแต่ก็มีการแบ่งปันซึ่งกันและกัน ปรับเข้ากันได้ไหม ปรับได้ก็ปรับ ถ้าปรับไม่ได้ต้องมีเหตุผล...” (อาจารย์แหวน, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...คนที่นี้โกรธกันทะเลาะกัน พอทำงานเพื่อตลาดทำด้วยกันได้ ไม่มีฝ่าย ไม่มีสี มีแต่คนสามชุก...” (พี่หมี, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...เข้ามามีส่วนร่วมไม่ผ่านกลุ่มใดๆ สัมครใจเอง ทางบ้านไม่เคยขัดเลย ขับเรือเพราะถนนัดทางนี้ เข้ามาช่วยเรื่องประวัติตลาดสามชุก เรื่องราวต่างๆ ผ่านทางการท่องเที่ยวตามลำน้ำท่าจีน แต่ตอนหลังไม่ได้ขับแล้ว ฝึกเด็กรุ่นใหม่มาขับแทน มีความสุขที่ได้คุยกับนักท่องเที่ยว ออกเงินให้ก่อน หาเรือ เจอก็ซื้อเลย จ่ายก่อนเพื่อความคล่องตัว เอาเข้ามาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของวัดด้วย...” (ลุงน้ำง, ข้อมูลการสัมภาษณ์)



ภาพที่ 2 การประชุมคนในชุมชนและกลุ่มผู้ประกอบการภายในตลาด
บริเวณลานโพธิ์

ขณะเดียวกัน การมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำกับสมาชิก ทำให้มีการจัดกิจกรรมมากมายและเกิดผู้นำตามธรรมชาติขึ้น จึงมีบุคลากรเข้ามาช่วยงานมากขึ้น และยังทำให้สมาชิกของชุมชนมีความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเองและชุมชน และเกิดความพร้อมที่จะเข้าร่วมกันช่วยจัดการท่องเที่ยวในตลาดร้อยปีสามชุก นอกจากนี้ยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ใหม่ให้กับชาวตลาดสามชุก จากเดิมที่อยู่กันแบบต่างคนต่างอยู่ ไม่เคยสนใจความเป็นไปในสังคมสามชุก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการประชุมของอำเภอสามชุก การประชุมเกี่ยวกับเรื่องความปลอดภัยภายในชุมชน ทั้งเรื่องอัคคีภัยหรือเรื่องเวรยาม หรือการประชุมของเทศบาลเกี่ยวกับงานของชุมชนต่างๆ แต่ผู้นำได้พยายามผลักดันให้ชาวตลาดสามชุกมาเป็นเครือข่ายในการทำงาน เพื่อเป็นแรงเสริมในการที่จะดึงให้ชาวบ้านเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกได้ผลักดันดึงผู้ที่ทำงานท้องถิ่นเข้ามาช่วยงานโดยสนับสนุนให้เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก แล้วให้คณะกรรมการเหล่านั้นไปถ่ายทอดความรู้ให้ชาวบ้านในชุมชนอีกต่อหนึ่ง ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เป็นคนในชุมชน อยากพัฒนาให้ดี แค่คิดอยากให้ตลาดมันฟื้นขึ้นมา วิธีของตลาด ไม่ต้องถูกรื้อทิ้ง ไม่ได้มองเรื่องการท่องเที่ยวเพราะเราคิดว่าบ้านเรา สามชุกไม่มีอะไรจะเที่ยว คิดแค่การอนุรักษ์แต่เกิดการท่องเที่ยวตามมาทีหลัง พอมีเวลาว่าง และรวมกลุ่มกันกับคนที่คิดเหมือนๆ กัน ปรึกษากันว่าจะทำอะไรให้ดีขึ้น ก็เดินลุยไปเลย...” (นายกฯ พงษ์วิน, ข้อมูลการสัมภาษณ์)



ภาพที่ 3 ร่วมกันดูแลบ้านเรือนและชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก

“...พอนายกพงษ์วิน ได้เป็นนายกฯ สมัยแรก คุยกับแม่ค้า ทำความสะอาด หยากไยร้อยปี โดยเริ่มที่ ถนนเลียบบนที่เป็นแห่งแรก และเริ่มทำมาเรื่อยๆ จนมีการขอความร่วมมือข้าราชการธนาคาร ออก คุปอง อร่อยทุกวันพุธ...” (คุณกอบชัย, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...เราไม่ได้เป็นเจ้าของตลาด ไม่ได้จัดการเพียงคนเดียว เพราะตลาดมีหลาย เจ้าของ ของทุกคน สามชุกเป็นตลาดแบบบ้านใครบ้านมัน จะบอกให้เขาเลิกขายไม่ได้ ปรับเปลี่ยน ก็ยาก แค่ขอให้เขาร่วมมือกับเราบ้างก็พอใจ...” (พีชเนศ, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)



ภาพที่ 4 ร่วมกันวางแผนอนุรักษ์และพัฒนาชุมชนกับนักวิชาการและมูลนิธิชุมชนไทย

“...บางทีพอหมูนำเสนอว่า ประชานกับเราเถียงกันได้ คุยกันได้ เขามองเป็นการประจาน แต่ความจริงเราช่วยให้เขาเด่นเรื่องความเป็นประชาธิปไตย ฟังเสียงส่วนมาก...” (อาจารย์ราตรี, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...ความคิดของผู้นำมีเยอะ แต่ไม่มีการเตรียมตัว วางแผนหรือยัง ทั้งผู้นำไม่ได้ เธอไม่ได้ทำเพื่อตัวเอง เขาทำเพื่อชุมชน วิสัยทัศน์เพื่อชุมชน...” (พีชหนู, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...เป็นคนกลุ่มแรกๆ เรา รู้จักกันนายกเป็นการส่วนตัว รู้จักกันมานานแล้ว เจอกัน ทุกวัน ทำด้วยใจกัน เชื่อมั่นในตัวเขา ถ้าคนอื่นชวนคงไม่ไปทำด้วย มีเวลาว่างเลยเข้ามาช่วย แต่ปัจจุบันไม่ได้เป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ เพราะไม่มีเวลาว่าง เราทำงาน...” (เจ้มาลี, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...บางครั้งที่แกนนำท้อ เคยพูดว่าทำไมเขาจะทำไม่ได้ ตรงนี้คือเพื่อนร่วมงานจะมาบังคับกรรมการไม่ได้ ก็เตือนสติเขา เหมือนเราจะเป็นฐานปิรามิด คอยช่วยส่งยอดให้สูงคอยช่วยเหลือ...” (อาจารย์แห้ว, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

นอกจากการทำงานร่วมกันระหว่างชุมชนต่างๆ ในเขตอำเภอสามชุกแล้ว ยังมีโรงเรียนในเขตเทศบาลเป็นภาคีการทำงานที่สำคัญ และเป็นกำลังหาคณะกรรมการหลักในการเชื่อมโยงระหว่างชุมชน บ้าน และโรงเรียนอีกด้วย คือการสนับสนุนกิจกรรมของคณะกรรมการตลาดร้อยปีสามชุกอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดการเรียนการสอนแก่เด็กนักเรียนโดยให้ชุมชนตลาดสามชุกเป็นห้องเรียนหรือแหล่งเรียนรู้ การจัดแรลลี่วิชาการ โดยโรงเรียนเป็นฝ่ายรับสมัครและดูแล การจัดหาและอบรมมัคคุเทศก์น้อยเพื่อนำชมพิพิธภัณฑ์ชุมชนจางจี้รักษ์และตลาดสามชุก

“...ผมเข้าร่วมในนามของโรงเรียน ที่พานักเรียนไปร่วมกิจกรรม แสดงดนตรีไทย หรือการแสดงต่างๆ รวมทั้งมัคคุเทศก์น้อย ได้เข้าไปดูแลเด็กที่มีกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ฯ นี้...” (ครูสุบรรณษา, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

3. โครงสร้างการทำงานมีความชัดเจน

ภายหลังจากที่โครงการพัฒนาที่ดินราชพัสดุแปลงบริเวณตลาดสามชุกทำให้เกิดความขัดแย้งทางความคิดที่แตกต่างในด้านอุดมการณ์ แม้ว่าบางส่วนจะเกิดจากการไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการจัดสรรผลประโยชน์ของกรมธนารักษ์ แต่สำหรับบางส่วนเกิดจากความรักท้องถิ่นจึงอยากจะทำอะไรก็ได้ ดังนั้นจึงมีการแสวงหาแนวทางการต่อสู้กลายเป็นขบวนการเคลื่อนไหวจากกลุ่มคนเล็กๆ เป็นองค์กรชุมชนที่มีความชัดเจนในเป้าหมาย ก่อตั้งเป็น “คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก” ขึ้นเพื่อเป็นแกนนำในการทำงานพัฒนาชุมชน ตั้งแต่ พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา โดยมี สมเกียรติ อ่อนวิมล เป็นแกนนำในการพูดคุยประเด็นปัญหาและแนะนำเกี่ยวกับเรื่องการอนุรักษ์บ้านเก่า ทำให้เกิดการเข้าใจร่วมกันในการทำงาน “เชิงอนุรักษ์” ทำให้มีการประชุมของชาวตลาดสามชุกซึ่งก่อให้เกิดคณะกรรมการตลาดสามชุกแล้ว ยังได้มีการกำหนดวัตถุประสงค์ โครงสร้างการทำงาน และการคัดเลือกคณะกรรมการฯ ภายได้เป้าหมายของการทำงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกคือ “การทำความเจริญและพลิกฟื้นเศรษฐกิจของตลาดสามชุก” โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกับเป้าหมาย ดังนี้

1) เพื่อการปรับปรุงพื้นที่ตลาดสามชุกให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและสะอาด
ขึ้นกว่าเดิม

2) เพื่อนำภูมิปัญญาของสามชุกมาเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป
ซึ่งเป็นการกระตุ้นฟื้นฟูเศรษฐกิจในชุมชนทางหนึ่ง

3) เพื่อการอนุรักษ์สภาพความเป็นอยู่แบบเดิมให้อนุชนรุ่นหลังได้รู้จัก
และร่วมแรงร่วมใจกันพัฒนาตลาดสามชุกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์

สำหรับการจัดโครงสร้างองค์กรของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก
มีลักษณะที่เป็นทางการ คือ มีโครงสร้างที่เป็นรูปแบบตายตัว มีสายการบังคับบัญชา มีการ
แบ่งงานและบทบาทหน้าที่เป็นฝ่ายดำเนินการต่างๆตามความรู้ความสามารถและความถนัดอย่าง
ชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติโครงสร้างการทำงานและสายการบังคับบัญชา เป็นเพียงรูปแบบที่วางไว้
เป็นแนวทางในการทำงานเท่านั้น ทุกฝ่ายต่างมีอิสระทางความคิดในส่วนงานที่ตนรับผิดชอบ
ไม่มีการสั่งการแต่เป็นเรื่องของความยินยอมพร้อมใจ ดังนั้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการ
ทำงานการวางบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบของบุคลากรเหล่านั้น จึงได้รับการจัดแบ่ง
ออกเป็นคณะกรรมการดำเนินการ 2 ฝ่าย คือ คณะกรรมการอำนวยการและคณะกรรมการทำงาน
ซึ่งแบ่งแยกย่อยออกเป็น 4 ฝ่าย เพื่อสร้างความชัดเจนและไม่ซ้ำซ้อนต่อการทำงาน และมีทิศทาง
ของการทำงานมากขึ้น จึงได้จัดแบ่งบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบตามที่ได้รับมอบหมาย
ดังนี้

1) คณะกรรมการอำนวยการ มีหน้าที่อำนวยการวางแผน กำหนดแนวทางการ
การดำเนินงานให้คำปรึกษา ให้การสนับสนุนคณะกรรมการทำงานฝ่ายต่างๆ ควบคุมกำกับดูแล
ตลอดจนพิจารณาแก้ไขปัญหา เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย

2) คณะกรรมการทำงาน มีหน้าที่กำหนดวางแผนงานแนวทางการ
ปฏิบัติงานและกิจกรรมต่างๆที่จะต้องดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์อย่างมี
ประสิทธิภาพ ตลอดจนงานอื่นๆที่ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการอำนวยการ

2.1) คณะกรรมการทำงานฝ่ายวิชาการ มีหน้าที่จัดหาข้อมูลพื้นฐาน
เกี่ยวกับประวัติ อำเภอสามชุกและตลาดสามชุก เพื่อนำมาจัดทำเอกสารหรือหนังสือเผยแพร่
ให้กับประชาชน

2.2) คณะกรรมการทำงานฝ่ายพัฒนาปรับปรุงตลาดสามชุก มีหน้าที่
วางแผนเพื่อปรับปรุงตลาดสามชุกให้มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และอนุรักษ์สภาพความเป็นอยู่แบบเดิมให้อนุชนรุ่นหลังได้รู้จัก และพัฒนาตลาดสามชุกให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์

2.3) คณะกรรมการทำงานฝ่ายเศรษฐกิจ มีหน้าที่ศึกษาภาวะเศรษฐกิจ และการผลิตสินค้าของตลาดสามชุกและใกล้เคียง โดยส่งเสริมผลผลิตของชาวบ้าน ทั้งคิดค้นผลิตภัณฑ์ที่นำรายได้มาให้ประชาชนชาวตลาดสามชุก

2.4) คณะกรรมการทำงานฝ่ายพัฒนาการท่องเที่ยว มีหน้าที่คิดค้นรูปแบบการพัฒนาอำเภอสามชุกและตลาดสามชุกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ต่อมาได้มีการจัดประชุมคณะกรรมการตลาดฯ ซึ่งทำให้เห็นข้อบกพร่องของโครงสร้างองค์กรเดิม โดยมีการประชุมปรึกษาเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาเป็นคณะกรรมการตลาดฯ ดังนั้นในที่ประชุมจึงมีมติให้มีการจัดตั้งคณะกรรมการและกลไกในการทำงานแต่ละชุดขึ้นใหม่ เพื่อรับผิดชอบภาระหน้าที่ในแต่ละฝ่าย ตลอดจนเพื่อให้เกิดกระบวนการทำงานที่ต่อเนื่อง ซึ่งในการคัดเลือกคณะทำงานชุดนี้ คนที่จะเข้ามาเป็นคณะกรรมการทำงานจะต้องมีความพร้อมที่จะทำงาน มีความเสียสละและอดทน มีความสมัครใจ และชอบในงานที่ทำ และมีการทำงานเพื่อส่วนรวมของชาวตลาดสามชุกอย่างแท้จริง แบ่งออกเป็น 8 ฝ่าย ดังนี้

1. คณะกรรมการฝ่ายอำนวยการ
2. คณะกรรมการฝ่ายจัดระเบียบตลาดและการพัฒนาสิ่งแวดล้อม
3. คณะกรรมการฝ่ายการออกแบบและอนุรักษ์พื้นที่
4. คณะกรรมการฝ่ายจัดตั้งกองทุนเพื่อการอนุรักษ์พื้นที่ฟูอาคาร/บ้านโบราณ
5. คณะกรรมการฝ่ายการจัดประชาสัมพันธ์
6. คณะกรรมการฝ่ายการสร้างเอกลักษณ์ของชาวตลาดสามชุก
7. คณะกรรมการฝ่ายการประสานงานกับราชพัสดุ
8. คณะกรรมการฝ่ายการท่องเที่ยว ตำบลสามชุก

การปรับโครงสร้างองค์กรใหม่ เป็นการปรับบทบาทและวางตัวบุคลากรที่เหมาะสมกับฝ่ายงานที่สอดคล้องกับความสามารถ มีการแบ่งงานกันทำอย่างชัดเจน มีการติดตามงานจากเจ้าหน้าที่โครงการฯ และการประชุมอย่างต่อเนื่อง ทำให้แผนงานต่างๆ มีความรัดแน่นกว่าเดิมและเห็นเป็นกิจกรรมที่เป็นรูปธรรม ได้มีการลดขนาดของคณะกรรมการลง เพื่อให้มีความคล่องตัวในการจัดการมากขึ้น และไม่ซ้ำซ้อนในหน้าที่ของฝ่ายต่างๆ เป็นการวางรูปแบบให้คณะกรรมการตลาดฯ ทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญของ

การมีส่วนร่วม ทำให้คณะกรรมการตลาดฯ ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากการทำงานร่วมกันกับผู้อื่น ดังผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า

“...หลายๆ กับคนที่ตลาด คนเก่าๆ ที่มีแนวคิดเดียวกันก็เลยรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาตลาด จัดตั้งเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาด แต่ผมเองก็เป็น นายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลสามชุก และถูกเลือกเป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาด ฯ ช่วยกันคิด ช่วยกันทำ ประชาคมบ้าง ปรึกษากันในระดับหนึ่งบ้างแล้วทำงาน...” (นายกฯ พงษ์วิน, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...เรามีผู้นำที่เราไปได้อย่างมั่นใจ แต่ถ้าไม่ถูกใจเรา เราก็ปรามเหมือนกัน บางทีก็เผด็จการ บางทีก็ประชาธิปไตย ปนๆ กันไป...” (อาจารย์แหวน, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...แต่ว่าผู้นำเขาก็ไม่ได้ถูกไปเสียหมด เราใช้วิธีประชาธิปไตย ยกมือกัน ถ้าไม่ได้ก็ยอมรับไปความคิดไป เพราะเขาคิดเร็ว ปากไว ไม่เป็นระบบ พวกเราก็ถ่วงถ่วงอีกที ลำดับความสำคัญให้ เหมือนจัดระเบียบ...” (พี่หมี, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

นอกจากนี้การกำหนดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนตลาดสามชุกระหว่างปี พ.ศ. 2554-2555 มีเป้าหมายเพื่อการอนุรักษ์วิถีชีวิต สถาปัตยกรรมแบบดั้งเดิม วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความสามัคคี ความเข้มแข็งของชุมชน และการกระจายรายได้ ประกอบไปด้วย 5 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ทำให้เกิดการฟื้นฟู/พัฒนากิจกรรม และแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนที่สอดคล้องต่อเป้าหมายของชุมชนและความสนใจของนักท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องต่อแนวทางการทำงานและการอนุรักษ์ตลาดสามชุก ยุทธศาสตร์ที่ 3 ทำให้เกิดการจัดระบบการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ที่เหมาะสมกับเมือง ที่ให้ความโดดเด่นทางวัฒนธรรม ยุทธศาสตร์ที่ 4 ทำให้เกิดการเชื่อมโยง เครือข่ายแหล่งท่องเที่ยว ที่โดดเด่นภายในท้องถิ่น และชุมชนใกล้เคียง ยุทธศาสตร์ที่ 5 ทำให้เกิดความเข้าใจและความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนกับภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดสามชุก ดังผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า

“...ตรงนี้เราต้องการหยังเสียงของการมีส่วนร่วมของคน ของชุมชน มันเฉพาะกลุ่มคณะกรรมการฯ มันคงไม่ได้ เราเลยเกิดความคิดเรื่องการมีส่วนร่วมเป็นสำคัญ เราทำไงให้ชุมชนมีส่วนร่วม ขยายอุปอง ให้กับธนาคาร โรงเรียน ข้าราชการต่างๆ แรกๆ เราใช้

ความคุ้นเคยในการขายคูปอง ได้รับการตอบรับดีมาเพื่อมาซื้อของในวันพุธ เราก็ให้ความมั่นใจกับแม่ค้าว่า ถ้าขายไม่หมดพวกเราก็จะซื้อเอง...” (อาจารย์ราตรี, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...รุ่นพวกผม ก็จะมองอีกแบบเรื่องการพัฒนาในรูปแบบรุ่นใหม่ แต่ด้วยความที่เป็นญาติ น้ำหลาน ก็ต้องทำตามใจ แต่ก็สามารถบอกเหตุผลได้ มีอิสระในการทำงานแต่ก็ต้องกลั่นกรองกัน...” (พีธเนส, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

การเกิดคณะกรรมการฝ่ายท่องเที่ยวเป็นก้าวที่สำคัญในการพัฒนาตลาดสามชุก เพราะทำให้เกิดกลไกเพิ่มขึ้นอีกหนึ่งส่วน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อการฟื้นฟูเศรษฐกิจของชุมชน โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทำให้ปัจจัยรองรับการท่องเที่ยวของตลาดสามชุกในทิศทางดังกล่าวมีศักยภาพสูง

4. การจัดสร้างพิพิธภัณฑ์ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น

การดำเนินการจัดทำพิพิธภัณฑ์ชุมชนตลาดสามชุก เริ่มต้นจากคุณพงษ์วินชัยวิรัตน์ อดีตนายกเทศมนตรีเทศบาลสามชุก ได้ประสานกับเจ้าของบ้านเก่าสามชั้น คือ คุณเคี้ยวอี้ จินารักษ์ หลานสาวของท่านขุนจันจันจันารักษ์ เพื่อขอบ้านหลังนี้มาทำเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเจ้าของบ้านยินยอมให้คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ ใช้บ้านทำเป็นพิพิธภัณฑ์เป็นระยะเวลา 10 ปี พร้อมกันนี้ก็จัดทำโครงการปรับปรุงและซ่อมแซมบ้านหลังนี้ โดยได้มีการจัดหาช่างพื้นบ้านที่มีความชำนาญมาดำเนินการ และขอคำปรึกษาด้านวิชาการจากอาจารย์สถาบันราชมงคล สุพรรณบุรี สถาบันชุมชนในการสนับสนุนของมูลนิธิชุมชนไท และผู้เชี่ยวชาญด้านพิพิธภัณฑ์ของหน่วยศิลปากรประจำจังหวัดสุพรรณบุรี จึงทำให้การปรับปรุงเพื่อสร้างบ้านพิพิธภัณฑ์ประสบผลสำเร็จกลายเป็น “พิพิธภัณฑ์ตลาดมีชีวิต” โดยได้มีการประชาสัมพันธ์ให้ชาวตลาดสามชุกทราบและสนับสนุนให้บ้านที่มีความพร้อมเริ่มดำเนินการทันที ซึ่งได้สร้างกระแสการตื่นตัวในการทำความสะอาดของเก่าตามบ้านต่างๆในชุมชน และได้เริ่มมีการจัดกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นภายในพิพิธภัณฑ์ตลาดมีชีวิต เช่น กิจกรรมอร่อยกันวันพุธ เพื่อเป็นการรวบรวมอาหารท้องถิ่นที่หารับประทานได้ยากและบางอย่างหาได้ที่ตลาดสามชุกเท่านั้น โดยจัดให้มีขึ้นทุกวันพุธของทุกสัปดาห์ ภายในมีการออกร้านขายอาหารและขนมไทยโบราณหลายชนิด เช่น ขนมกาลอจี ขนมไข่หงส์ ขนมกง และแกงบวน เป็นต้น มีประชาชนทั้งภายในและภายนอกตลาดสามชุก นักเรียน นักศึกษา และข้าราชการภายในอำเภอสามชุก เข้ามารับประทานอาหารภายในตลาดมากมาย ทำให้ตลาดสามชุกมีความคึกคักเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมแรลลี่จักรยาน เพื่อให้เยาวชนได้ศึกษาประวัติความเป็นมาของสามชุก โดยมีการประชาสัมพันธ์ผ่านโรงเรียนในเขตเทศบาลตำบลสามชุก และเปิดรับสมัคร

เด็กนักเรียนที่โรงเรียน พร้อมกันนั้นก็ใช้สถานที่สำคัญภายในอำเภอสามชุก เช่น ตลาดสามชุก ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง พิพิธภัณฑวัดสามชุก และเขื่อนชลมารคพิจารณา เป็นห้องสมุดสำหรับเยาวชนได้ศึกษา เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกของเยาวชนให้เกิดความรักความหวงแหนท้องถิ่นของตนเอง และการจัดกิจกรรมงานเสวนา “วันรำลึกบันทึกประวัติศาสตร์สามชุก” ครั้งที่ 1 เพื่อให้คนในท้องถิ่นได้รับรู้เรื่องราวที่เกิดขึ้นในอดีต โดยมีการบันทึกเรื่องราวที่เกิดขึ้นให้เป็นระบบและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลของอำเภอสามชุกสู่สาธารณชน เพื่อให้เด็กเยาวชนและคนรุ่นหลังได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น โดยการบอกเล่าของคนในท้องถิ่น เพื่อกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดจิตสำนึกและภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง การเกิดพิพิธภัณฑชุมชนบ้านจันจันรักย์ และโครงการบ้านพุดได้ เป็นกิจกรรมที่เพิ่มทักษะการเรียนรู้และความสามารถในการจัดการ คือกระบวนการปลูกบ้าน ให้เป็นพิพิธภัณฑชุมชน โดยโครงการบ้านพุดได้ มุ่งหวังให้บ้านแต่ละหลังบอกเล่าประวัติเรื่องราวชีวิตของเจ้าของบ้านและผู้ที่เคยอยู่อาศัย ผ่านทางรูปภาพ ข้าวของเครื่องใช้ และ “ของดี” ที่เจ้าของบ้านภูมิใจนำเสนอ เพื่อให้ผู้มาเยี่ยมชมได้เรียนรู้และเข้าใจถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของประชาชน ซึ่งการปลูกบ้านที่เกิดขึ้นที่สามชุกนี้ ไม่ใช่เพียงแค่การฟื้นฟูบ้านเก่าให้กลายเป็นพิพิธภัณฑให้คนได้เข้าชมเท่านั้น แต่เป็นการ “ปลูกจิตวิญญาณของตลาด” ผ่านบ้านแต่ละหลังให้ชุมชนตื่นขึ้นมา

“...เรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยว ก็ช่วยกันเล่าเรื่อง ช่วยกันเก็บข้อมูล แต่ไม่เป็นรูปธรรม ไม่ชัดเจน เป็นธรรมชาติแล้วเราเอาหลักการไปเกาะกับเรื่องราวที่มีอยู่แล้วอย่างเป็นธรรมชาติ แล้วจัดระบบแยกย่อยเป็นค่อยไป...” (อาจารย์แหวน, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)



ภาพที่ 5 ลายฉลุไม้ขนมปังขิง ที่หาดูได้ยาก ที่บ้านขุนจันจัน จันจันรักย์ ซอย 2

“...มีการทำหนังสือมากมายเกี่ยวกับสามชุกแต่เรายังไม่มียี่สิบเรื่องราวของบ้านที่
เก็บจริงจัง คิดว่าจะทำ แต่ยังรวบรวมข้อมูล แต่จะทำวันหลังจะทำ...” (อาจารย์ราตรี, ข้อมูลการ
สนทนากลุ่ม)

5. ทูตทางสังคม

ตลาดร้อยปีสามชุกนี้เป็นเสมือนชนวนเริ่มต้นของการรื้อฟื้นเรื่องราวของ
การจดบันทึกเพื่อจัดทำประวัติศาสตร์ชุมชน กลุ่มอาคารเรือนไม้เก่าแก่มียุบรวมกับพื้นที่เป็น
ระยะร่วมร้อยกว่าปีนี้เป็นเสมือนต้นตอทางสังคมที่แสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ของ
สถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตของรูปแบบร้านค้าการประกอบธุรกิจในอดีต การอยู่อาศัยนี้สืบเนื่องสั่ง
สมในพื้นที่สร้างความผูกพันและเรื่องราวต่างๆ โดยถ่ายทอดต่อเนื่องมา เช่น กิจการค้าขายที่รับ
ช่วงต่อจากบิดามารดาเป็นรุ่นๆนั้นยังคงปรากฏภาพลักษณ์ให้พบในพื้นที่ชุมชนตลาดสามชุกแห่งนี้
ดังเช่น ร้านกาแฟโบราณเจ้าซัง ร้านขายยาจีนฮกอันไอศถ หรือกิจกรรมโรงแรมอุดมโชค และ
อื่นๆอีกหลายร้านในพื้นที่เป็นรูปแบบกิจกรรมพื้นฐานที่หล่อเลี้ยงคนในพื้นที่ตามรูปแบบร้านค้าที่
จำหน่ายสินค้าที่แตกต่างกันออกไป แต่สิ่งหนึ่งที่ยังคงไม่เปลี่ยนแปลงนั่นคือเรื่องราวของกลุ่ม
คนเหล่านี้ คือความทรงจำที่ดีต่อตลาดสามชุก เรื่องราวเหล่านี้กลายเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งใน
ครอบครัว ที่บิดามารดามักจะถ่ายทอดความเป็นไปของพื้นที่ในย่านชุมชนตลาดสามชุก หรือ
สิ่งของและความเป็นไปของกิจการการค้าในช่วงปู่และตนรับช่วงมา ข้อมูลพื้นฐานเหล่านี้เป็นสื่อ
ส่งความชัดเจนสำหรับต้นตอทางสังคมของชุมชนตลาดสามชุก เพราะเรื่องราวได้ถ่ายทอดจาก
ปากสู่ปากส่งถึงความต่อเนื่องของรูปแบบการใช้ชีวิตในอดีตจนถึงปัจจุบัน และยังคงมีบทบาท
เป็นฐานรองรับชีวิตทั้งในส่วนของที่พักอาศัย การค้าขาย และการมีกิจกรรมร่วมของคนใน
พื้นที่สืบเนื่องจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ประกอบกับมีสิ่งที่สำคัญเป็นเสมือนต้นตอที่สะท้อนถึง
คุณค่าทางประวัติศาสตร์ถิ่นสู่ความเป็นชุมชน คือ การให้ความสำคัญกับผู้อยู่ในเหตุการณ์ทาง
ประวัติศาสตร์ในพื้นที่ ได้แก่บรรดาผู้เช่าและผู้อาวุโสทั้งหลายที่มีบทบาทในการถ่ายทอดเรื่องเล่า
ที่เป็นภาพปรากฏให้ผู้รับฟังเข้าใจและเห็นภาพตาม ดังผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า

“...คำว่าท่องเที่ยวไม่ได้อยู่ในหัวสมองของคนสามชุกเลย เราต่อสู้เพื่อ
ต้องการสิทธิอยู่อาศัยจากการรื้อทิ้งของกรมธนารักษ์ ตลาดเราเจียบกริบ มีผู้หลักผู้ใหญ่บ้าง
แรกๆ ยังไม่เป็นรูปเป็นรอย แล้วมูลนิธิชุมชนไทยได้มาช่วยให้เราคิดไม่ได้วางให้เราจะทำอย่างไร
ต่อไป ให้เราเห็นทุนชุมชนที่เรามี แล้วทำอย่างไรต่อไป...” (พีรเนศ, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)



ภาพที่ 6 การสรุปผลการทำงานของนายกเทศมนตรี ที่มีผลต่อการพัฒนาตลาด 100 ปี สามชุก

“...เราทำเพื่อจะอนุรักษ์บ้านเรา แค่อยู่อาศัย พอเพียงของเรา แต่มูลนิธิชุมชนไทย ได้เปิดโลก มีการแลกเปลี่ยนกันระหว่างเมือง ให้เราไปร่วมประชุมสัมมนา กลายเป็นการเปิดเผยตัวตนของเราออกมาที่ ทำให้เรารู้ว่าเรารู้ว่าเรามีสิ่งที่ดีที่เมืองอื่น ไม่มีได้อย่างที่นี้...” (พี่หมี, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

6. การจัดกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์

ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตลาดสามชุกนั้นนอกจากพิจารณาถึงบริบทและพื้นที่ตลาดสามชุกที่เป็นเอกลักษณ์แล้ว ยังต้องพิจารณาถึงรูปแบบกิจกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยเฉพาะกิจกรรมของคนในพื้นที่ที่สามารถสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ได้ดังนี้

6.1 การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตลาดสามชุกการสืบทอดกิจกรรมการค้าของครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้รูปแบบวิถีชีวิตของชุมชนสืบเนื่องดำรงอยู่ได้ แม้ว่าคนในพื้นที่ส่วนใหญ่จะมีการสืบทอดการค้าเป็นลักษณะของกิจการครอบครัว แต่ความซบเซาของพื้นที่ที่เกิดขึ้นจากการขยายตัวของการเกิดรูปแบบการค้าทันสมัย ทำให้การค้าในรูปแบบดั้งเดิมนั้นปราศจากสีสันที่มีชีวิตชีวาของการคับคั่งไปด้วยผู้ซื้ออย่างในอดีต สิ่งนี้บ่งชี้ถึงรูปแบบร้านค้าในตลาดสามชุกจำเป็นต้องมีการปรับแผนกลยุทธ์ในการค้าขายเพื่อรักษากิจการที่รับสืบทอดมา

สิ่งหนึ่งที่เป็นปัญหาของการสร้างระบบการค้าแบบกิจการครอบครัว คือการที่รูปแบบการค้าไม่สามารถพัฒนาให้ทันกระแสดความต้องการของกลุ่มคนรุ่นใหม่ อีกทั้งความเข้มแข็งทางความคิดของเจ้าของกิจการก็เป็นตัวแปรที่ทำให้การค้าขายในรูปแบบดั้งเดิมมีโอกาสสูญหายไปได้ เช่น ร้านถ่ายภาพแห่งหนึ่งในตลาดสามชุก มีเครื่องมือการถ่ายภาพอุปกรณ์ที่ใช้ นั้นเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 50 ปี ที่ผ่านมาและยังใช้งานได้ดีในปัจจุบันแต่ระบบการล้างหรือการบริการนั้นไม่เหมาะสมกับยุคสมัยในปัจจุบันเพราะเนื่องจากถ่ายภาพและรอรับภาพครั้งหนึ่งต้องรอไปถึง 6-7 วัน ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับร้านถ่ายภาพสมัยใหม่ที่ให้บริการรวดเร็วกว่า ซึ่งจะเห็นว่าเป็นธุรกิจในตลาดสามชุกที่ไม่ถึงถึงกำไร แต่ทำด้วยความสุขใจในการที่ได้สืบเนื่องกิจการเพื่อเป็นแนวทางการอนุรักษ์ให้นักท่องเที่ยวได้มาชมและมีความพึงพอใจในถิ่นฐานที่ตั้งแห่งนี้ จึงแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งในตลาดสามชุก

6.2 กิจกรรมการเล่าเรื่องราวในอดีต จากผลลัพธ์ของการเป็นชุมชนที่เน้นการทำการค้า การบอกเล่าเรื่องราวในอดีตจึงเป็นเรื่องปกติในสังคมแห่งนี้ โดยส่วนใหญ่มักมีการจับกลุ่มในกลุ่มผู้สูงวัยที่นั่งเล่าเรื่องราวความเป็นไปของตลาดสามชุกเมื่อครั้งที่ตนเองยังเด็ก ผู้รับฟังก็คือลูกหลานของผู้เล่า ซึ่งบางส่วนอาจมีการตกลงไปตามกาลเวลาที่ทำให้ข้อมูลเหล่านั้นสูญหายไป กิจกรรมที่เกิดขึ้นในรูปแบบนี้ เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งของกลุ่มสังคมในพื้นที่ และเป็นการสานสัมพันธ์ให้คนสามวัยในพื้นที่ที่มีความสนใจในเรื่องราวเดียวกันได้แก่ ผู้เฒ่า วัยรุ่น และวัยเด็ก ที่ส่วนใหญ่มักนั่งฟังปู่ย่าหรือตาขายนั่งเล่าระหว่างการรับประทานอาหารในแต่ละช่วงไป การส่งเสริมให้กิจกรรมรูปแบบนี้คงอยู่นั้น เป็นการผลักดันผู้คนให้เกิดความสนใจในตลาดสามชุกได้ระดับหนึ่ง และเป็นการแสดงการให้เกียรติแก่ผู้สูงวัยในตลาดสามชุก อีกทั้งยังเป็นประโยชน์จากทรัพยากรบุคคลได้อย่างคุ้มค่าในระดับหนึ่ง การสร้างแรงดึงดูดให้กิจกรรมนี้มีความสนใจขึ้นเป็นกิจกรรมท้องถิ่น คือ การจัดประเพณีการเล่าเรื่องพร้อมการจัดแสดงภาพถ่ายในอดีตของพื้นที่ เรียกกันว่า “งานภาพเก่าเล่าขานตำนานสามชุก” โดยใช้พื้นที่ในสวนสาธารณะชุมชนเป็นลานเสวนาของกลุ่มผู้สูงวัยในพื้นที่ เพื่อบรรยายเล่าถึงเรื่องราวเมื่อครั้งอดีตของตลาดสามชุกและร้านค้าต่างๆการเพิ่มเติมด้วยการนำเสนอรูปภาพที่เกี่ยวข้อง ณ ช่วงเวลานั้น เป็นการเสริมกิจกรรมที่แสดงความร่วมมือจากชุมชน ค้นหาภาพถ่ายเกี่ยวกับพื้นที่ตามแต่ใครจะมีมากน้อย เพื่อรวบรวมจัดแสดงในกิจกรรมนี้ ดังนั้นการปรับปรุงรูปแบบจากกิจกรรมระดับครอบครัวนั้น เป็นสิ่งที่มีความเหมาะสมในการนำมาเพื่อส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

6.3 กิจกรรมงานเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมในตลาดสามชุก การจัดงานเทศกาลประจำปี ลักษณะรูปแบบการดำเนินการในการเป็นแกนนำจัดงานนั้นแบ่งรูปแบบออกเป็นสองส่วน ดังนี้ ส่วนที่หนึ่งคือการดำเนินงานจากภาครัฐ ในส่วนกิจกรรมของพื้นที่หลักๆ โดยจัดอยู่ในแผนงาน โดยเทศบาลตำบลสามชุก มีการจัดงาน 4 งานเทศกาล ได้แก่ งานอ้อยดีที่สามชุก งานเทศกาลสงกรานต์ งานเทศกาลลอยกระทง และงานเทศกาลวันขึ้นปีใหม่ งบประมาณส่วนหนึ่งถูกใช้ในการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่ตลาดอ้อยปีสามชุก และส่วนที่สอง คือ งานเทศกาลที่จัดขึ้นโดยกลุ่มคนในชุมชนตลาดอ้อยปีสามชุก ได้แก่งานประเพณีไหว้ศาลเจ้าสามชุก จัดขึ้นปีละ 2 ครั้ง เนื้อหากิจกรรมหลักๆคือ การจัดแสดงวีดิทัศน์เข้าพ่อ และมีการละเล่นประกอบกิจกรรม ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...พอเราคิดเชิงอนุรักษ์ เราแก้ปัญหาเรื่องที่อยู่อาศัย แต่เราอนุรักษ์อย่างเดียวเราก็อยู่ไม่ได้ ต่อมาพัฒนาเรื่องเศรษฐกิจ ที่ซบเซา ต่อไป การที่เราที่ดูงานเลยได้แนวคิดมาเป็นตัวช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจด้วย เราไม่ได้ลอกเขามา เราคิดทำ อ้อยกันวันพุธ เพื่อจับกระตุ้นเศรษฐกิจ ไม่ได้เห็นที่ไหนมา เราชวนให้กลับมาที่นี่ ร้านนั้นอ้อย ตลาดเราเคยซื้อของ มันเคยคึกคักตอนเด็ก อ่อนป้าเทพทำหมี่กรอบให้ ซึ่งขั้นตอนการทำมันยุ่งยาก แต่ป้าก็ทำเพราะเห็นใจคนทำงาน...” (อาจารย์แหวน, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...พานักเรียนไปร่วมกิจกรรม แสดงดนตรีไทยหรือการแสดงต่างๆ รวมทั้งมัคคุเทศก์น้อย ได้เข้าไปดูแลเด็กที่มีกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์นี้...” (ครูสุบรรณษา, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...จะทำงานที่เทศบาลเป็นส่วนใหญ่ แล้วใช้เวลาบางครั้งบางคราวแล้วแต่ว่ามีภารกิจ เช่นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูงานก็จะเข้ามาดูแล ติดต่อกับคณะกรรมการพัฒนาตลาดวิทยากร...” (คุณอ้วน, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...วันเสาร์ อาทิตย์ จะมาขับเรือ เพื่อนำเที่ยว บางครั้งก็มีเด็กมาช่วยบ้าง มัคคุเทศก์น้อย ของโรงเรียนวัดสามชุก ก็ทำควบคู่กับการท่องเที่ยวของตลาด เราก็ล่องเรือมาขึ้นที่หน้าวัดไหว้พระแล้วเที่ยวพิพิธภัณฑวัดสามชุก มันก็ต่อเนื่องมา ค่าเรือแค่ 50 บาท แต่ก็มีคนให้มากกว่านั้นก็มี...” (ลุงฉ่าง, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

7. การติดต่อสื่อสาร

กระบวนการติดต่อสื่อสารในช่วงที่มูลนิธิชุมชนไท เข้ามา เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านการติดต่อสื่อสารมากมาย ทั้งการติดต่อสื่อสารภายในคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกและกับชาวชุมชนตลาดสามชุก กล่าวคือ คณะกรรมการตลาดฯได้มีการประชุมอย่างเป็นทางการก่อนที่จะตอบรับโครงการปฏิบัติการเมืองและชุมชนน่าอยู่ ซึ่งมูลนิธิชุมชนไทเป็นผู้ดูแล โดยใช้วิธีการพูดคุยและถกเถียงเพื่อหาข้อสรุปร่วมกันภายในกลุ่มแกนนำ และภายหลังจากที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าวแล้ว มีการประชุมบ่อยขึ้นทั้งที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยวิธีการพูดคุยปรึกษาหารือ แต่มีประเด็นในการพูดคุยที่ชัดเจนไม่สะเปะสะปะหรือมีเจ้าหน้าที่โครงการฯเป็นผู้จัดประเด็นขึ้นแผ่นกระดาษบันทึก เพื่อให้สมาชิกทุกคนได้เห็นประเด็นและข้อเสนอในประเด็นเหล่านั้นอย่างชัดเจนทั่วถึง พร้อมกันนี้เจ้าหน้าที่โครงการฯก็จะเป็นผู้คอยกระตุ้นให้คณะกรรมการฯเกิดความคิด เสริมความคิด แนะนำ หรือเสนอแนะข้อมูลเพิ่มเติม และคอยคุมประเด็นเพื่อให้อยู่ในกรอบของการพูดคุย เพื่อให้สาระตรงตามวัตถุประสงค์ในการประชุมครั้งนั้นๆ ขณะเดียวกัน ก็มีเลขานุการขององค์กรเป็นผู้คอยบันทึกการประชุม จัดพิมพ์รายงานการประชุมเพื่อให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้ทราบโดยทั่วถึงกัน ทำให้การประชุมมีทิศทางมากขึ้น

หากจะมองในแง่ของบทบาทดังกล่าว คณะกรรมการฯยังเป็นหลักในการติดต่อสื่อสารเพียงมูลนิธิชุมชนไทเข้ามาส่งเสริมกระบวนการให้มีประสิทธิภาพขึ้น จึงมีความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ต่างคนต่างแสดงบทบาทและหน้าที่ของตนเองภายในขอบเขตของการทำงานร่วมกันเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การเรียนรู้จากการทำงานร่วมกันและได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นมากขึ้น จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงทัศนคติที่ดีซึ่งเป็นผลดีต่อการดำเนินงานทำให้คณะกรรมการได้เรียนรู้เรื่องการทำงานอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังนั้นรูปแบบการติดต่อสื่อสารดังกล่าวจึงมีลักษณะที่เป็นแนวนอน เพราะมีความใกล้ชิดกันมากขึ้น

นอกจากนี้ การติดต่อสื่อสารยังเชื่อมโยงไปสู่การติดต่อสื่อสารกับชาวตลาดสามชุกอีกด้วย จากที่แต่เดิมการติดต่อสื่อสารกับชาวตลาดสามชุกแทบจะไม่มีเลย จะเป็นการสั่งการมากกว่า แต่เมื่อมูลนิธิชุมชนไทได้เข้ามาส่งเสริมหลักการทำงานแบบประชาชนมีส่วนร่วม กระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างคณะกรรมการพัฒนาฯกับชาวตลาดสามชุกจึงดำเนินไปในทิศทางที่ดีขึ้น แม้ว่าการติดต่อสื่อสารจะมีตำแหน่งและบทบาทหน้าที่ที่แตกต่างกัน อาจจะมีความเหลื่อมล้ำอยู่บ้างในฐานะที่มีองค์กรในท้องถิ่นเข้ามาเกี่ยวข้องกับชาวบ้าน การประชุมยังคงรูปแบบการติดต่อสื่อสารที่เป็นทางการแต่เป็นแบบสองทาง คือให้ชาวบ้านได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น โดยการกระตุ้นส่งเสริมให้ชาวบ้านร่วมกันคิดค้นหากิจกรรมร่วมกับกรรมการตลาดฯ

มีการโต้ตอบกันและกันเพื่อให้บรรยากาศการแลกเปลี่ยนอย่างจริงจังมากขึ้น อาจกล่าวได้ว่าการติดต่อสื่อสารดังกล่าวเป็นการสื่อสารสองทางที่เกิดจากบนลงล่าง คือจากคณะกรรมการฯ แล้วถ่ายทอดความคิด ความตั้งใจเหล่านั้นลงไปสู่ชาวบ้าน แล้วให้ชาวบ้านได้สะท้อนความคิด ความรู้สึก ความปรารถนา และข้อเสนอแนะมายังคณะกรรมการฯ โดยผ่านการพูดคุยกันในเวทีประชุมที่จัดขึ้น โดยมีการบันทึกความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเหล่านั้นบนแผ่นกระดาษขนาดใหญ่ แล้วก็มีการทบทวนให้เห็นประเด็นต่างๆ เป็นการเปิดโอกาสให้ชาวบ้านได้มีโอกาสในการแสดงศักยภาพผ่านเวทีการแลกเปลี่ยนมากขึ้น ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...ใช้เวลาว่างจากการทำงาน ซึ่งไม่แน่นอน แต่ก่อนประชุมกันบ่อยเดือนละครั้ง แต่ตอนนี้เฉพาะกิจเท่านั้น มีปัญหาอะไรก็ตามแก้ไปที่ละเรื่อง เพราะต่างคนต่างมีภาระงานมีกิจการต้องดูแล เลยมีเวลาประชุมน้อยลง แต่พอความร่วมมือก็มากขึ้นเยอะ ให้ความร่วมมือดีมาก สละเวลามาตลอด จะใช้เวลาหลัง 5 โมงเย็นประชุมส่วนมาก แต่ถ้าเร่งด่วนจะนัดโดยใช้เสียงตามสาย ช่วยได้เยอะ ไม่ต้องเดินบอกเหมือนแต่ก่อน ผมไม่ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวฯ ทำด้วยใจอยากให้ตลาดมีชีวิต มีความสุขที่ตลาดกลับมาเหมือนเดิม ภูมิใจที่ทำให้ชุมชนอยู่ได้ (นายกฯ พงษ์วิน, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...เราไปประชุมจากมูลนิธิฯ แล้วแวะเที่ยวบ้าน อ.เอนก ร้านกาแฟ ร้านตัดผม ร้านถ่ายรูป ที่เขาจำลองมาในตึก 3 ชั้น แล้วเห็นว่าบ้านเราก็มี แล้วจะกลับมาทำอย่างนั้นที่บ้านขุนจันจันฯ แต่แล้วเราก็ตัดใจว่า อยู่บ้านเรา บ้านใครบ้านมัน ดูแลกันเอาเอง...” (พี่ห่ม, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...ตอนนี้คณะกรรมการบอกเสมอว่า เริ่มมาแล้วนะ แต่ที่ต่อไปก็คือในมือของท่าน ชาวชุมชน...” (พี่ธเนศ, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...เริ่มมีการพูดจากพ่อค้า แม่ค้า จะเริ่มรู้สึก ว่าของแพง ของตลาดไม่ค่อยมีคุณภาพ แต่เขาต้องมองตัวเองด้วย ของเขาดีหรือยัง ตรงนี้ที่เราพูดบ่อย คุณภาพดีหรือยัง ว่าแต่คนอื่นแพงแล้วของตัวเอง ได้ดูหรือเปล่า ถ้าทุกคนหลายๆร้านช่วยกันพูด น่าจะดีขึ้น...” (อาจารย์แห้ว, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...ร้านค้าที่ขายของเสียของเน่า คุณภาพต่ำ เราก็ทำทะเบียนสมาชิก ก็ทำได้ แค่นั้น ก็ได้ลำดับหนึ่ง มีการให้แจ้งว่าเริ่มทำไม่ดี แม่ค้าต้องมีสำนึก มีการจัดงานไว้อาลัย ประชาสัมพันธ์ หรือเราก็เอามาอ่าน แต่ไม่บอกเอง แล้วใช้คนที่เขาเหล่านั้น สนธิ เชื้อฟงหรือนับถือ เตือนให้ เราไม่มีบถลงโทษใดๆ...” (พีทหนู, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...เราต้องการนำเสนอให้ชุมชนอื่นๆ เห็นว่าเราต้องฟังเสียงคนอื่นบ้าง ฟังเสียงส่วนใหญ่แล้วทำตามนั้น...” (อาจารย์ราตรี, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

ตอนที่ 2 องค์ประกอบภายนอกชุมชนตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่ส่งผลต่อ การดำเนินการที่ประสบผลสำเร็จ

1. การสนับสนุนจากองค์กรพัฒนาเอกชนภายนอก

มูลนิธิชุมชนไท ได้สนับสนุนการทำงานหลายด้าน โดยเฉพาะการบริหารจัดการที่มีการปรับโครงสร้างให้มีความกระชับและคล่องตัวมากขึ้น ทำให้คณะกรรมการตลาดร้อยปีสามชุกบริหารจัดการได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้ไปศึกษาดูงานจากเครือข่ายของโครงการปฏิบัติการเมืองและชุมชนน่าอยู่ และให้ความรู้เกี่ยวกับ การทำงานอย่างเป็นระบบ ขณะเดียวกัน ก็ค่อยๆ สอดแทรกความคิดการทำงานแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้เกิดทัศนคติใหม่ที่มีมุมมองที่ดีต่อการทำงานร่วมกับชาวบ้านและได้รับการตอบรับที่น่าพึงพอใจเมื่อชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุกเกิดความตื่นไหลแลประสบผลสำเร็จ ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

“...เราทำเพื่อจะอนุรักษ์บ้านเรา แค่อยู่อาศัย พอเพียงของเรา แต่มูลนิธิชุมชนไท ได้เปิดโลก มีการแลกเปลี่ยนกันระหว่างเมือง ให้เราไปร่วมประชุมสัมมนา กลายเป็นการเปิดเผยตัวตนของเราออกมาที่ ทำให้เรารู้ว่าเรารู้ว่าเรามีสิ่งที่ดีที่เมืองอื่น ไม่มีได้อย่างที่นี้ คือการมีส่วนร่วมที่ดีมากที่มีเสียสละได้อย่างสามชุก เสียสละเวลา เสียสละเงิน แรงกาย สติ ปัญญาความคิด ที่เรามีทุ่มลงมาที่ตลาดเต็มร้อย...” (พีทหนู, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...มูลนิธิชุมชนไทยสอนให้เราจะทำอะไรกับชุมชน เส้นบางๆ แปะเป็นคำว่า ท่องเที่ยว เป็นประเด็นสุดท้าย แล้วประธานคณะกรรมการฯ ก็คิดว่าใครจะเที่ยวบ้านเรา ไม่มีทาง เรามีเครือข่ายแค่ 12 เมืองนำร่อง เราดูเขา เขาดูเรา มันก็เหมือนการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดย อัตโนมัตติ มันมีเรื่องสิ่งแวดล้อมเรื่องบ้านที่อยู่อาศัย บ้านมั่นคง...” (พีรเนศ, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...มูลนิธิเข้ามาสอนให้เราทำเป็น เพราะเราคิดเป็น แต่เราไม่รู้วิธีการ เพื่อจะ ออกมาให้ได้ เราได้ประสบการณ์...” (อาจารย์แหวน, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

2. การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและกลุ่มคนในพื้นที่

ปัจจุบันทิศทางการบริหารดำเนินงาน โดยภาครัฐท้องถิ่น หันมาใช้ความคิดของประชาชนในพื้นที่เข้ามามีส่วนร่วมต่อการวางแผน โครงการพัฒนาในส่วนต่างๆ ทั้งทางด้าน นโยบายทางโครงสร้างกายภาพชุมชน หรือมิติทางสังคมและวัฒนธรรมในส่วนอื่นๆ ซึ่งพื้นที่ ชุมชนตลาดสามชุก ก็มีรูปแบบการบริหารดังที่กล่าวมาข้างต้น โดยเทศบาลตำบลสามชุกมีการ วางแผนงานที่ครอบคลุมตามแนวนโยบายเมืองนำอยู่ในการพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุก ซึ่งมีการ สอดแทรกแนวคิดเชิงอนุรักษ์ทั้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม เทศบาลตำบลสามชุก คณะกรรมการพัฒนาตลาดฯ และนักวิชาการท้องถิ่น ได้มีการปรึกษาปรับแนวทางและระบบการ ประสานงานการติดตามผลงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตลาดร้อยปีสามชุก ดังนี้

1) จัดโครงสร้างของคณะกรรมการจากเดิมที่เป็นเพียงกลุ่มผู้อาศัยใน ชุมชนตลาดสามชุก โดยเพิ่มเติมกลุ่มนักวิชาการ และนักธุรกิจให้มีความแตกต่างสาขาการ ทำงานที่หลากหลายออกไป มีการกำหนดบุคลากรและหน้าที่ให้เกิดความชัดเจนเหมาะสมต่อ เนื้อหาโครงการ

2) การสร้างภาคีร่วมมือนอกเหนือจากคณะกรรมการพัฒนาตลาด และ หน่วยงานเทศบาลตำบลสามชุก โดยอาศัยความร่วมมือจากหน่วยงานท้องถิ่นอื่น เช่น สถาบัน การเงินในพื้นที่ สถานศึกษาในพื้นที่ วัดในพื้นที่ ในการมีส่วนร่วมกระจายความคิดในการ พัฒนาและอนุรักษ์พื้นที่ตามความคิดเห็นของประเด็นสาขาที่เกี่ยวข้อง

3) ขอความร่วมมือจากกลุ่มองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะในการจัดทำ โครงการด้านการอนุรักษ์ชุมชน เป็นแกนหลักในการกระตุ้นการดำเนินการ โดยไม่แทรกแซง แนวคิด หรือควบคุมการทำงานทั้งหมดในชุมชนตลาดสามชุก

4) การเสริมสร้างประสบการณ์จากการศึกษาโครงการกรณีศึกษาที่มีความคล้ายคลึงหรือพื้นที่ชุมชนอื่นๆเพื่อนำมาใช้เป็นข้อพิจารณาแนวทางการปฏิบัติ

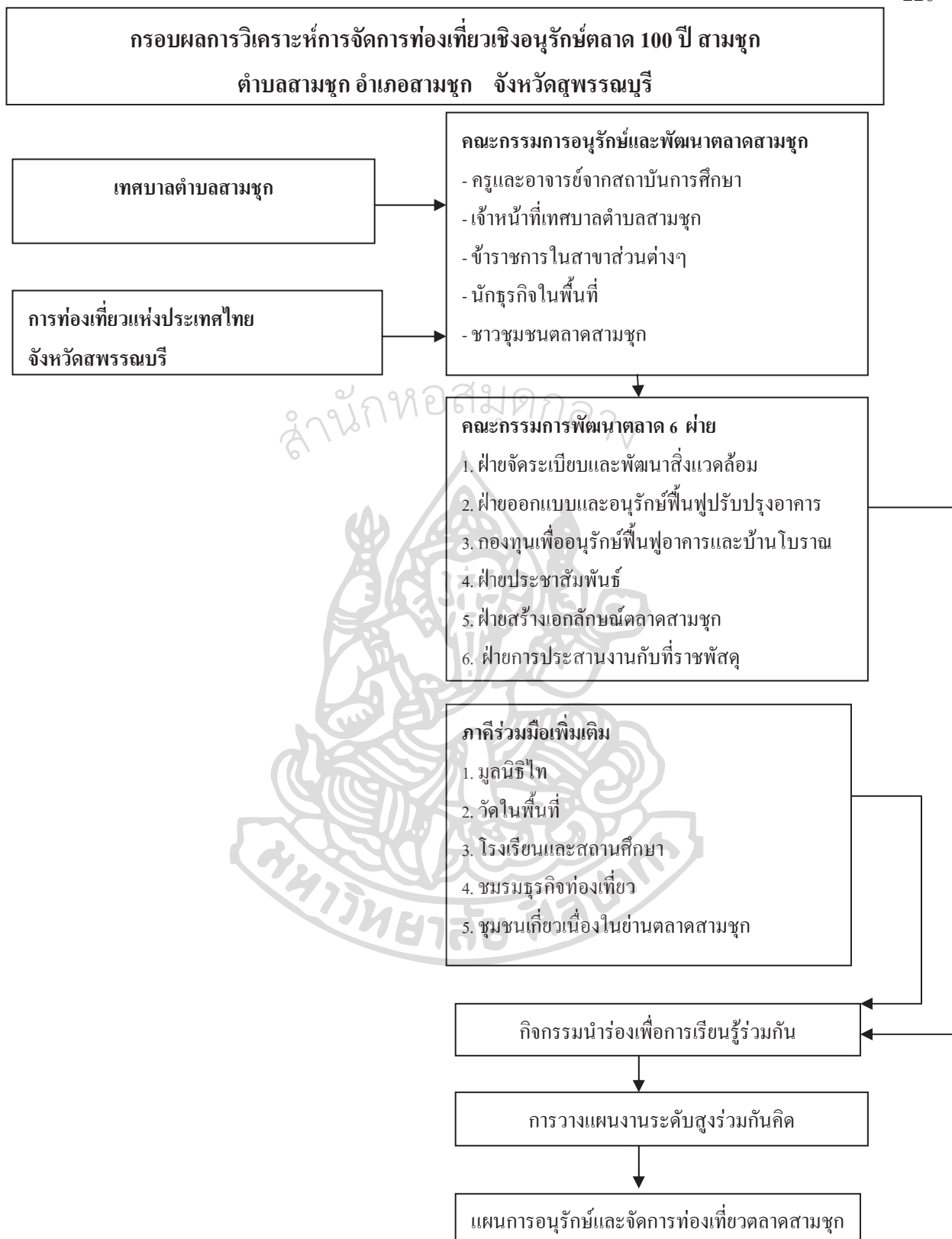
5) การกำหนดโครงการย่อยเพื่อนำร่องในระดับพื้นฐาน เพื่อใช้เป็นโครงการที่สร้างแรงใจเมื่อโครงการจากความร่วมมือประสบผลตามที่ตั้งเป้า

นอกเหนือจากการจัดตั้งคณะกรรมการที่มีความร่วมมือของบุคลากรในระดับท้องถิ่นแล้ว ชาวบ้านในตลาดสามชุกควรต้องให้ความสำคัญในการใช้ประโยชน์จากกำลังสมองที่สำคัญ นั่นคือ กลุ่มผู้สูงอายุในพื้นที่ สามารถเป็นพลังทางปัญญาเพื่อช่วยกันฟื้นฟูและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตลาดร้อยปีสามชุกได้อย่างยั่งยืน ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลกล่าวว่า

“...เราต้องทำตามระเบียบทางราชการ ก็พยายามเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนชามตลาดจะได้ทำงานง่ายๆ และมีเรื่องขัดแย้งในตลาดบ้างตามแบบของชุมชนต่างๆ ไป มีเรื่องมาให้แก้ปัญหาตลอด อาศัยขอร้องกันบ้าง หรือมีอะไรต้องแจ้งเสียงตามสายให้ทราบ ก็เป็นที่พอใจและไม่พอใจบ้าง เราก็ต้องทำ ต้องทน เพราะเราต้องการความเรียบร้อยและให้ตลาดพัฒนา และเราก็ทำตามนายสั่ง คือนายๆ ท่านก็เป็นประธานคณะกรรมการพัฒนาตลาด การทำงานก็ค่อนข้างง่าย...” (คุณอ้วน, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...เนื้องานหลักของเราทำเรื่องการตลาดแหล่งท่องเที่ยว ประชาสัมพันธ์ แหล่งเป็นที่รู้จักโดดเด่น สะดวก ปลอดภัย ตลาดร้อยปี สามชุกเป็นแหล่งท่องเที่ยววิถีชีวิตที่ดี ต่อไปตลาดริมน้ำ ชุมชนเข้มแข็ง เป็นที่น่าสนใจ...” (เจ้าหน้าที่ท่องเที่ยว จังหวัดสุพรรณบุรี, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

ดังนั้นจึงได้มีการกำหนดแนวทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยอาศัยการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและกลุ่มคนในพื้นที่ ซึ่งจะสอดคล้องต่อความต้องการที่แท้จริงของชาวตลาดสามชุก และเป็นการพัฒนาในทุกมิติ เช่น เศรษฐกิจ ความรู้ของตลาด 100 ปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถสรุปได้ดังแผนภูมิที่ 10 หน้า 220



แผนภูมิที่ 10 แสดงกรอบผลการวิเคราะห์การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก
ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

3. การประชาสัมพันธ์

คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก มูลนิธิชุมชนไท มีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ เพื่อชักชวนและโน้มน้าวให้ชาวตลาดสามชุกหรือชาวอำเภอสามชุก และนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรม จึงได้สนับสนุนให้สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น เข้ามาทำความรู้จักกับตลาดสามชุก เพื่อทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชนตลาดสามชุก ในด้านการเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นแห่งแรกในประเทศไทย และในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็ได้ใช้พิพิธภัณฑ์บ้านขุนจันจันารักษ์เป็นสถานที่เปิดตัวโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในวันเดียว 10 เส้นทาง โดยเชิญสื่อมวลชนทำข่าวประชาสัมพันธ์มากมาย เป็นผลให้ชุมชนตลาดสามชุกกลายเป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น และก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพียงช่วงเวลาไม่นาน สำหรับการประชาสัมพันธ์ภายในชุมชนตลาดสามชุกนั้นเป็นการติดต่อสื่อสารแบบสองทาง โดยใช้สื่อสิ่งพิมพ์เป็นวิธีการติดต่อสื่อสารผ่านตัวอักษร ได้แก่ การแจกใบปลิว หนังสือเชิญประชุม เป็นต้น สื่อบุคคลส่วนใหญ่ก็เป็นคณะกรรมการฯ และชาวบ้านที่เข้ามาช่วยงานของกรรมการฯ เป็นสื่อที่ค่อนข้างมีประสิทธิภาพพอสมควร เพราะเป็นสื่อที่กระตุ้นและโน้มน้าวให้ชาวบ้านออกมา เป็นการถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารเบื้องต้นเพื่อแจ้งข่าวสารเรื่องราว สื่อเฉพาะกิจที่เป็นเสียงตามสาย ป้ายผ้า สื่ออิเล็กทรอนิกส์จำพวกวิทยุชุมชน การประชาสัมพันธ์นี้เป็นการสร้างความเข้าใจร่วมกันให้มากขึ้น จนทำให้ได้รับการยอมรับว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นชุมชนท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งมีนักท่องเที่ยว คณะศึกษาดูงานจากชุมชนกลุ่ม ชมรม เครือข่าย เทศบาล หรือหน่วยงานราชการอื่นๆ เข้ามามากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เป็นผลให้เศรษฐกิจของตลาดสามชุกมีเงินหมุนเวียนกันมากขึ้น โดยเฉพาะร้านอาหาร ร้านถ่ายรูปโบราณ ร้านขายยาแผนโบราณ ฯ ดังคำกล่าวของผู้ให้ข้อมูลที่ว่า

“...เรากิจงานขึ้นมาก่อน แล้วมีคนที่มีความถนัดด้านใด มารับงานไป เราทำไปก่อน เดียวเงินมาเอง เพื่อนเราหามาให้ เราทำงานที่ไรสำเร็จทุกที มีตัวจักรในการหามา เหมือนนาฬิกา มีฟันเฟืองที่หมุนไปทำให้นาฬิกาเดินต่อไปได้...” (อาจารย์แหวน, ข้อมูลการสนทนากลุ่ม)

“...การท่องเที่ยวเจริญมาก ทำให้คนค้าขายไม่ค่อยซื้อตรงต่ออาชีพ ซื้อสัปดาห์ต่อลูกค้า เราต้องทำของดีๆ ให้คนเขาดีใจแล้วกลับมาอีก ของพี่ไม่ยอมให้ซื้อไปขายเพราะเก็บไม่ได้ นาน พี่ไม่ได้ใส่กันบูต เราต้องรับผิดชอบต่ออาชีพ แม่ค้า เสาร์ อาทิตย์ เป็นแม่ค้าต่างถิ่น ก็ไม่แน่ใจ

ในตัวเขา การที่มีป้ายสมาชิกต้องรับผิดชอบด้วยให้ทำกันดีๆ เราจะได้มีตลาดแบบนี้แน่นอน เพราะคนกลับไปแล้วก็มักจะกลับมาอีก ชื่อเราอีก...” (เจ้มาลี, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

“...ชุมชนเขาเข้มแข็งมาก รากหญ้าทำงานได้ดี ผู้นำดี ชุมชนมีส่วนร่วมดี เช่นงานอ้อยดีที่สามชุก ช่วงปีใหม่ เขาต้องมีการพัฒนาก่อนแล้ว ททท.จะเข้าไปช่วย update ข้อมูล social media facebook หลายทาง ทำตามนโยบายจังหวัด หรือชุมชนขอมา...” (เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวจังหวัดสุพรรณบุรี, ข้อมูลการสัมภาษณ์)

ตอนที่ 3 การสังเคราะห์กรอบแนวทางในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

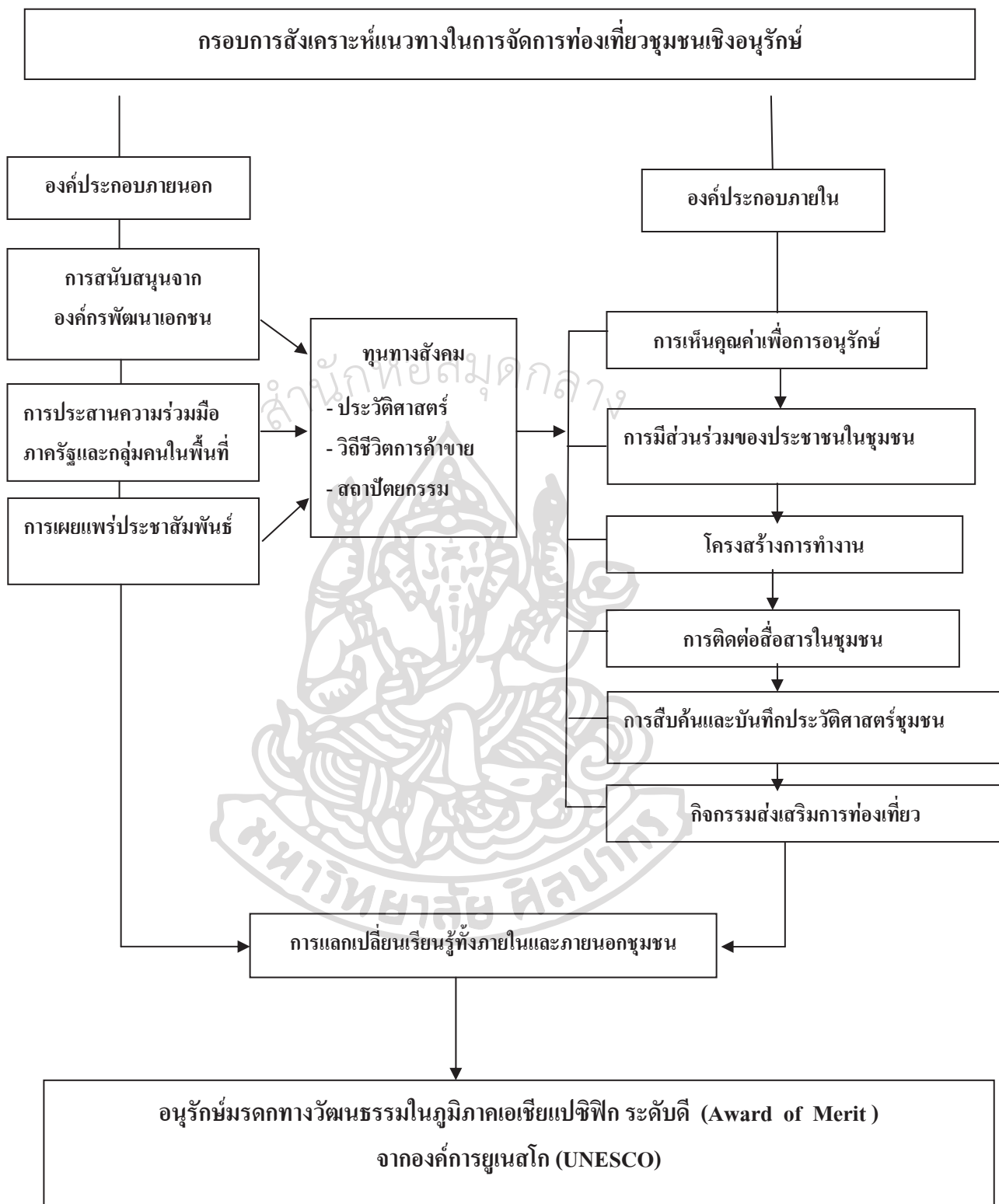
ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก สามารถวัดได้จากการพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุกมาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากเหตุการณ์ความขัดแย้งทางแนวความคิดเรื่องการพัฒนา ระหว่างแนวคิดของกรมราชภัฏที่จะเปลี่ยนแปลงอาคารเรือนไม้เก่าในตลาดเป็นอาคารพาณิชย์ แต่ความพร้อมของแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน จึงมีการทำประชาคมในชุมชนและทำให้ประชาชนเกิดแนวความคิดอนุรักษ์แต่ขาดความรู้ มูลนิธิชุมชนไทได้เข้ามาช่วยเหลือโดยการถ่ายทอดความรู้เรื่องการอนุรักษ์ตลาดเก่าและการดำเนินงานที่อาศัยหลักของการมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งจากการศึกษาพบว่าการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ประสบผลสำเร็จ อันเนื่องมาจากองค์ประกอบภายในและภายนอกชุมชน ซึ่งองค์ประกอบภายในที่ส่งผลต่อความสำเร็จมี ดังนี้ การที่ชาวตลาดสามชุกเล็งเห็นถึงคุณค่าของถิ่นฐานซึ่งเป็นวิถีชีวิตของชาวบ้าน สถาปัตยกรรม ความรู้สึกผูกพันกับสถานที่ กลุ่มอาคารเรือนไม้เก่าแก่มีอายุร่วมกับพื้นที่เป็นระยะร่วมร้อยกว่าปีในตลาดนี้เป็นเสมือนต้นทุนทางสังคมที่แสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรม จึงได้มีการชักชวนให้ชาวบ้านตลาดร้อยปีเรื่องราวของการจดบันทึกเพื่อจัดทำประวัติศาสตร์ชุมชนและได้เข้าร่วมประชุมและมีส่วนร่วมในการพัฒนาตลาด เช่น การเปิดโอกาสให้ชาวตลาดที่เข้าร่วมประชุมได้มีส่วนร่วมในการคิดค้นหาสาเหตุของปัญหา โดยไม่ปิดกั้นความคิด ทั้งนี้เพื่อให้ได้ทางเลือกมากขึ้น เพื่อให้การจัดการปัญหาภายในชุมชนได้รับแก้ไขบนพื้นฐานของความต้องการของชาวบ้านจริงๆ จึงกลายเป็นองค์กรชุมชนที่มีความชัดเจนในเป้าหมาย ก่อตั้งเป็น “คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก” ขึ้นเพื่อเป็นแกนนำในการทำงานพัฒนาชุมชน นอกจากนี้มีการจัดกิจกรรมเพื่อการ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น กิจกรรมที่เพิ่มทักษะการเรียนรู้ในพิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งจีนารักษ์ และโครงการบ้านพุดได้ กิจกรรมการเล่าเรื่องราวในอดีต กิจกรรมงานเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น ประกอบกับมี การติดต่อสื่อสารภายในคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกและกับชาวชุมชนตลาดสามชุกในลักษณะสองทาง จึงทำให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ส่วนองค์ประกอบภายนอกที่ส่งผลต่อความสำเร็จ คือ ได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิชุมชนไท โดยเฉพาะในเรื่องการบริหารจัดการที่มีการปรับโครงสร้างให้มีความกระชับและคล่องตัวมากขึ้น การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและกลุ่มคนในพื้นที่ คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ทำให้เกิดความเข้าใจและการยอมรับในการดำเนินงาน อีกทั้งได้มีการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์กิจกรรมต่างๆ ชักชวนและโน้มน้าวให้ชาวตลาดสามชุกหรือชาวอำเภอสามชุกและนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรม ได้มีการเชิญชวนให้สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น เข้ามาทำความรู้จักกับตลาดสามชุก

นอกจากนี้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ประสบ ความสำเร็จได้รับรางวัล อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ระดับดี (Award of Merit จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) และจากการผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณสามารถสรุปรูปแบบการปฏิบัติที่ดีของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ดังแผนภูมิที่ 11 ได้ดังนี้





แผนภูมิที่ 11 แสดงกรอบการสังเคราะห์แนวทางในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

บทที่ 6

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย

การวิจัยเรื่องวิธีปฏิบัติที่ดีของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Research) โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ และศึกษาการปฏิบัติที่ดีของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยทำการศึกษาในเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ สมาชิกในชุมชน ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหน่วยงานของรัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม และแบบสอบถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (f) ร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (t- test) การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) จากนั้นจึงศึกษาในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In- depth Interview) การสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informants) เกี่ยวกับวิธีการปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) การวิเคราะห์โดย การจำแนกชนิดของข้อมูล (Typological Analysis) และทำการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation Method)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการทำหนังสือถึงนายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุกและประธานพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุก เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล หลังจากนั้นนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล แล้วนำไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลโดยคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ชุมชนได้รับการยกย่องและเป็นตัวอย่างที่ดีด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ รองลงมา คือ ชุมชนได้รับผลประโยชน์ในการดูแลรักษาชุมชนให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านร่วมดำเนินการ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยจากมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมรณรงค์ให้ประชาชนในท้องถิ่นสนใจบำรุงรักษา ชุมชนให้คงสภาพที่อยู่ดีเสมอ รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนในกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ด้านร่วมตัดสินใจ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การร่วมพูดคุยปรึกษารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับปัญหาในตลาด 100 ปี สามชุก และการร่วมพูดคุยปรึกษารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก ด้านร่วมติดตามและประเมินผล ภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การมีส่วนร่วมติดตามและประเมินผลกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการเข้าร่วมบูรณะซ่อมแซมและก่อสร้าง สิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน

เมื่อเปรียบเทียบปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ตามลักษณะส่วนบุคคลแล้ว พบว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรเพศกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวมและด้านร่วมวางแผนไม่แตกต่างกัน ส่วนด้านร่วมตัดสินใจ แตกต่างกันโดย เพศชายมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านตัดสินใจมากกว่าเพศหญิง ด้านร่วมรับผลประโยชน์โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านร่วมรับผลประโยชน์มากกว่าเพศชาย และด้านร่วมติดตามและประเมินผล โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านการติดตามและประเมินผลมากกว่า เพศชาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน คือ ด้านร่วมตัดสินใจ ด้านร่วมดำเนินการ ด้านร่วมติดตามและประเมินผล แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05 ส่วนด้าน ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ไม่แตกต่างกัน เมื่อจำแนกตามอาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม และตามระยะทางต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05

ในการศึกษาปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า จิตสำนึกสาธารณะ ได้รับคัดเลือกเข้าสมการเป็นลำดับที่ 1 ที่มีประสิทธิภาพสามารถทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ได้ร้อยละ 61.5 โดยมีค่า t-test เท่ากับ 14.151 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์เป็นตัวแปรที่ได้รับคัดเลือกเข้าสมการเป็นลำดับที่ 2 สามารถทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.8 โดยมีค่า t-test เท่ากับ 9.934 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสามารถทำนายการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีได้ร้อยละ 75.3

การศึกษาวิถีปฏิบัติที่เป็นเลิศของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า มีองค์ประกอบภายในและภายนอกชุมชน ที่ส่งผลสำเร็จต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ สามารถอธิบายได้ ดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบภายในชุมชนตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ประสบผลสำเร็จ ได้แก่

1.1 สมาชิกในชุมชนเห็นคุณค่า ซึ่งการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์นี้เกิดจากการเล็งเห็นถึงคุณค่าและสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่ของตัวอาคารไม้ที่สมควรจะอนุรักษ์ไว้ ประกอบกับตลาดสามชุกมีลักษณะการตั้งชุมชนที่เอื้ออำนวยต่อการเข้ามาท่องเที่ยว และชาวชุมชนมีความรู้สึกผูกพันกับสถานที่แห่งนี้ในฐานะเป็นที่อยู่อาศัยและแหล่งทำมาหากินเลี้ยงชีวิตของคนในชุมชนตั้งแต่บรรพบุรุษนับชั่วอายุคน

1.2 การมีส่วนร่วมของคนภายในชุมชน การรวมตัวของกลุ่มคนภายในสังคมตลาดสามชุกเอง และการมองเห็นความสำคัญของตลาดที่เคยรุ่งเรืองซึ่งยังประทับใจอยู่ในใจของผู้ที่เกี่ยวข้องจึงรวมตัวกันเป็นคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก เพื่อแก้ไขปัญหาชุมชนทางด้านเศรษฐกิจ และปัญหาการไล่รื้อจากโครงการพัฒนาที่ดินราชพัสดุเปลี่ยนอาคารไม้ห้องแถวบริเวณตลาดสามชุกเป็นอาคารพาณิชย์ ร่วมกันจัดกิจกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาของชุมชนขึ้น จึงเกิดเป็น “โครงการตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑน์มีชีวิต” หรือ “ตลาดพูดได้” ขึ้น มีพิพิธภัณฑน์บ้านขุนจ่านิงจิราภักดิ์ เป็นที่รวมตัวกันของชาวบ้านตลาดสามชุกในปัจจุบัน

1.3 โครงสร้างการทำงานมีความชัดเจนก่อตั้งเป็น “คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก” ขึ้นเพื่อเป็นแกนนำในการทำงานพัฒนาชุมชน มีการกำหนดวัตถุประสงค์ โครงสร้างการทำงาน และการคัดเลือกคณะกรรมการฯ ภายใต้เป้าหมายของการทำงานของคณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกคือ “การทำความเจริญและพลิกฟื้นเศรษฐกิจของตลาดสามชุก”

1.4 การจัดสร้างพิพิธภัณฑ์ชุมชนเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เพื่อให้เยาวชนได้ศึกษาประวัติความเป็นมาของสามชุก และเรียนรู้ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่น โดยการบอกเล่าของคนในท้องถิ่น เป็นการกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นเกิดจิตสำนึกและภาคภูมิใจในท้องถิ่นของตนเอง การเกิดพิพิธภัณฑ์ชุมชนจันทน์จันท์เป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชนที่เพิ่มทักษะการเรียนรู้

1.5 ทูทางสังคม ตลาดร้อยปีสามชุกนี้เป็นเสมือนชนวนเริ่มต้นของการรื้อฟื้นเรื่องราวของการจัดบันทึกเพื่อจัดทำประวัติศาสตร์ชุมชน กลุ่มอาคารเรือนไม้เก่าแก่มียุบรวมกับพื้นที่เป็นระยะร่วมร้อยกว่าปี เป็นเสมือนต้นทูลทางสังคมที่แสดงให้เห็นถึงความเก่าแก่ของสถาปัตยกรรมและวิถีชีวิตของรูปแบบร้านค้าการประกอบธุรกิจในอดีต

1.6 การจัดกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์ ได้แก่กิจกรรมการเล่าเรื่องราวในอดีตเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้รูปแบบวิถีชีวิตของชุมชนสืบเนื่องดำรงอยู่ได้ กิจกรรมการเล่าเรื่องราวในอดีต จากผลลัพธ์ของการเป็นชุมชนที่เน้นการทำการค้า การบอกเล่าเรื่องราวในอดีตจึงเป็นเรื่องปกติในสังคมแห่งนี้ กิจกรรมงานเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมในตลาดสามชุก การจัดงานเทศกาลประจำปีส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.7 การติดต่อสื่อสาร คณะกรรมการพัฒนาตลาดยังเป็นหลักในการติดต่อสื่อสารเพียงมูลนิธิชุมชนไทเข้ามาส่งเสริมกระบวนการให้มีประสิทธิภาพขึ้น จึงมีความเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ต่างคนต่างแสดงบทบาทและหน้าที่ของตนเองภายในขอบเขตของการทำงานร่วมกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย การเรียนรู้จากการทำงานร่วมกันและได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นมากขึ้น

2. องค์ประกอบภายนอกชุมชนตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรีที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ประสบผลสำเร็จ ได้แก่

2.1 การสนับสนุนจากองค์กรพัฒนาเอกชนภายนอก มูลนิธิชุมชนไท ได้สนับสนุนการทำงานหลายด้าน โดยเฉพาะการบริหารจัดการที่มีการปรับโครงสร้างให้มีความกระชับและคล่องตัวมากขึ้น ทำให้คณะกรรมการตลาดร้อยปีสามชุกบริหารจัดการได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้ไปศึกษาดูงานจากเครือข่ายของโครงการปฏิบัติการเมืองและชุมชนนำอยู่ และให้ความรู้เกี่ยวกับ การทำงานอย่างเป็นระบบ ขณะเดียวกัน ก็ค่อยๆ สอดแทรกความคิดการทำงานแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้เกิดทัศนคติใหม่ที่มีมุมมองที่ดี

ต่อการทำงานร่วมกับชาวบ้านและได้รับการตอบรับที่นำพึงพอใจเมื่อชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง

2.2 การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและกลุ่มคนในพื้นที่ โดยเทศบาลตำบลสามชุกมีการวางแผนงานที่ครอบคลุมตามแนวนโยบายเมืองนำอยู่ในการพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุก ซึ่งมีการสอดแทรกแนวคิดเชิงอนุรักษ์ทั้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม เทศบาลตำบลสามชุกคณะกรรมการพัฒนาตลาดฯและนักวิชาการท้องถิ่น ได้มีการปรึกษาปรับแนวทางและระบบการประสานงานการติดตามผลงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตลาดร้อยปีสามชุก

2.3 การประชาสัมพันธ์ ได้สนับสนุนให้สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น เข้ามาทำความรู้จักกับตลาดสามชุก เพื่อทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชนตลาดสามชุก ในด้านการเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นแห่งแรกในประเทศไทย และในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็ได้ใช้พิพิธภัณฑ์บ้านขุนจันจันจันรักษ์ เป็นสถานที่เปิดตัวโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในวันเดียว 10 เส้นทาง โดยเชิญสื่อมวลชนทำข่าวประชาสัมพันธ์มากมาย เป็นผลให้ชุมชนตลาดสามชุกกลายเป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น และก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพียงช่วงเวลาไม่นาน

ความสำเร็จของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุกสามารถวัดได้จากการพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุกมาอย่างต่อเนื่อง โดยเริ่มจากเหตุการณ์ความขัดแย้งทางแนวความคิดเรื่องการพัฒนา ระหว่างแนวคิดของกรมธนารักษ์ที่จะเปลี่ยนแปลงอาคารเรือนไม้เก่าในตลาดเป็นอาคารพาณิชย์ แต่ความพร้อมของแต่ละคนก็ไม่เหมือนกัน จึงมีการทำประชาคมในชุมชนและทำให้ประชาชนเกิดแนวคิดการอนุรักษ์แต่ขาดความรู้ มูลนิธิชุมชนไทได้เข้ามาช่วยเหลือโดยการถ่ายทอดความรู้เรื่องการอนุรักษ์ตลาดเก่าและการดำเนินงานที่อาศัยหลักของการมีส่วนร่วม เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนทำให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก ประสบความสำเร็จได้รับรางวัล อนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ระดับดี (Award of Merit) จากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ซึ่งเป็นเหตุการณ์พลิกวิกฤตการณ์เป็นโอกาสได้อย่างสำเร็จ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย วิธีปฏิบัติที่ดีของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี สามารถนำมาอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก พบว่า ด้านร่วมตัดสินใจ ด้านร่วมดำเนินการ ด้านร่วมรับผลประโยชน์ ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะว่าประชาชนส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องหลักการทำงานโดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วม เพราะเป็นองค์ความรู้ที่ใหม่สำหรับชุมชนตลาดสามชุก และโครงสร้างการบริหารงานของคณะกรรมการตลาด มีลักษณะการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบออกเป็นแต่ละฝ่ายอย่างชัดเจน ซึ่งเป็นการบริหารงานจากยอดบนสู่ฐานล่าง จึงทำให้ประชาชนทั่วไปมีส่วนร่วมติดตามและประเมินผลภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับภคพล วีระหงส์ (2548 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวต่อการดำเนินงานการท่องเที่ยวของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้าจังหวัดนครนายก พบว่าประชาชนที่มาท่องเที่ยวโครงการการท่องเที่ยวประชาชนภายในหน่วยงานทหารฯ มีส่วนร่วมน้อยในเรื่องการบริหารจัดการและการประเมินผลการท่องเที่ยว แต่มีส่วนร่วมในเรื่องการร่วมเสนอแนะความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์ในเรื่อง เพศ อาชีพ รายได้ ลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยว การเดินทางมาท่องเที่ยว กลุ่มในการท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการท่องเที่ยว พบว่า มีผลในการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

เปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดร้อยปีสามชุก เมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างตัวแปรเพศกับการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ภาพรวมและด้านร่วมวางแผนไม่แตกต่างกัน เป็นเพราะการที่บุคคล หรือคณะบุคคลเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยความสมัครใจ ซึ่งอาจเป็นการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจหรือกระบวนการบริหาร และการดำเนินงานนั้นเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้แล้ว นำผลที่ได้มาประเมินร่วมกัน ซึ่งความพยายามนั้นอยู่นอกเหนือการควบคุมและกฎเกณฑ์ทางสังคม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของกลุ่มเป็นหลักซึ่งไม่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนบุคคล ตรงกับแนวคิดของ นรินทร์ชัย พัฒนพงศา (2547: 3) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมไว้ 4 ประการ คือ 1. การมีส่วนร่วม หมายถึงการเข้าไปได้รับอำนาจ ที่จะคิดจะทำมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการเมือง หรืออำนาจในการตัดสินใจที่จะดำเนินการใด ๆ 2. การมีส่วนร่วม หมายถึง ต้องร่วมกันอย่างมีอิสรภาพ

เสมอภาค เท่าเทียมกัน และ ควรมีส่วนร่วมด้วยอย่างแท้จริง/เข้มแข็ง (active) มิใช่ร่วมอย่างผิวเผินเฉื่อยชา (passive) 3. การมีส่วนร่วม หมายถึง ต้องร่วมตั้งแต่ขั้นแรกของกระบวนการ จนถึงขั้นสุดท้ายของโครงการ 4. การมีส่วนร่วมมักเป็นเรื่องที่ ผู้ด้อยโอกาส ขอแบ่งอำนาจจากผู้มีอำนาจเหนือกว่าเพื่อปรับปรุงวิถีชีวิตตนให้ดีขึ้น

การมีส่วนร่วมด้านร่วมตัดสินใจ แตกต่างกันโดย เพศชายมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านตัดสินใจมากกว่าเพศหญิง เป็นเพราะในตลาดร้อยปีสามชุกมีแกนนำและคณะกรรมการบริหารพัฒนาตลาดฯ ประกอบกับผู้นำส่วนท้องถิ่นส่วนมากแล้วเป็นเพศชายที่เข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการและร่วมดำเนินการตัดสินใจ วางแผนในการจัดการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าเพศหญิง จึงเป็นผลให้เพศชายมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากกว่านั่นเอง ซึ่งตรงกับแนวคิดของการมีส่วนร่วมของจุฬารัตน์ โสตะ และคณะ (2543 : 36-37) การมีส่วนร่วม หมายถึง การที่บุคคลหรือคณะบุคคลเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ อาจเป็นการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจหรือกระบวนการบริหาร และประสิทธิภาพขององค์กรขึ้นอยู่กับพลังของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ในการปฏิบัติภารกิจให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการหนึ่งในการรวมพลังความคิด สติปัญญา ก็คือ การให้มีส่วนร่วม การให้บุคคลมีส่วนร่วมในองค์กรนั้นบุคคลจะต้องมีส่วนเกี่ยวข้อง ในการดำเนินการหรือปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ เป็นผลให้บุคคลนั้นมีความผูกพันต่อภารกิจและองค์กรในที่สุด

ด้านร่วมรับผลประโยชน์ โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านร่วมรับผลประโยชน์มากกว่าเพศชาย อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการค้าในตลาดร้อยปีสามชุกส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ทำให้การร่วมรับผลประโยชน์มีมากกว่า สอดคล้องกับแนวคิดการมีส่วนร่วมของชานาญ ปาณาวงษ์ (2543 : 7) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นการที่บุคคล หรือคณะบุคคลเข้ามาช่วยเหลือสนับสนุนทำประโยชน์ในเรื่องต่าง ๆ หรือกิจกรรมต่าง ๆ โดยความสมัครใจ ซึ่งอาจเป็นการมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจหรือกระบวนการบริหาร และการดำเนินงานนั้นเป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้แล้ว นำผลที่ได้มาประเมินร่วมกัน ซึ่งความพยายามนั้นอยู่นอกเหนือการควบคุมและกฎเกณฑ์ทางสังคม โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของกลุ่มเป็นหลัก โดยประสิทธิภาพขององค์กรขึ้นอยู่กับพลังของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับองค์กรนั้น ในการปฏิบัติภารกิจให้บรรลุเป้าหมาย วิธีการหนึ่งในการรวมพลังความคิด สติปัญญา ก็คือ การให้มีส่วนร่วม การให้บุคคลมีส่วนร่วมในองค์กรนั้น บุคคลจะต้องมีความเกี่ยวข้อง (Involvement) ในการดำเนินการหรือปฏิบัติภารกิจต่าง ๆ เป็นผลให้บุคคลนั้นมีความผูกพัน (Commitment) ต่อกิจกรรมและองค์กรในที่สุด

ด้านร่วมติดตามและประเมินผล โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยการมีส่วนร่วมด้านการติดตามและประเมินผลมากกว่าเพศชาย เป็นเพราะในประชาชนชุมชนตลาดได้เข้ามีส่วนร่วมในการแสดง

ความคิดเห็น ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมเสียสละเวลา แรงงาน วัสดุอุปกรณ์ และอื่น ๆ ซึ่งเป็นเรื่องของจิตใจและอารมณ์ของบุคคล ดังนั้น การมีส่วนร่วมควรทำด้วยความสมัครใจ และตั้งอยู่บนพื้นฐานความเสมอภาคซึ่งการให้สมาชิก เข้ามามีส่วนร่วมในการปฏิบัติอย่างแท้จริงจะทำให้บุคคล ชุมชน เกิดความรู้สึกว่าตนเองได้ลงทุน มีความผูกพันและอุทิศพลังทุกอย่างเพื่อให้งานประสบความสำเร็จ จึงมีการติดตามและประเมินผลร่วมกันนั่นเอง ตรงกับแนวคิดของ นเรศ สงเคราะห์สุข (2541 : 10) ให้ความหมายของการมีส่วนร่วมว่าเป็นกระบวนการของการพัฒนาตั้งแต่ต้นจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ได้แก่ การวิจัย (ศึกษาชุมชน) การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินการ การบริหารจัดการ การติดตามและประเมินผล ตลอดจนการจัดสรรประโยชน์ที่เกิดขึ้น สอดคล้องกับสมชาย สนั่นเมือง (2541) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว” พบว่า ความเกี่ยวข้องของชุมชนกับการท่องเที่ยวสามารถกำหนดได้ 2 ลักษณะ คือ ผลประโยชน์ที่ชุมชนได้รับและผลกระทบที่เกิดขึ้นกับชุมชน ฉะนั้น การมีส่วนร่วมของชุมชนในการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นตั้งแต่การเตรียมการ การวางแผน การควบคุมดูแล การใช้ทรัพยากร การมีส่วนร่วมในการบริการและการได้รับประโยชน์จากการบริการโดยชุมชน ซึ่งจะต้องตระหนักถึงความสำคัญของทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้ การใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวจะต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ประการสำคัญคือ การมีส่วนร่วมที่ดีต้องให้ความสำคัญในการรวมกลุ่มมากกว่าส่วนบุคคล ตรงกับวิทยากรณี จรัสดวง (2544) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง” พบว่า ระบบนิเวศในเขตห้ามล่าสัตว์ป่ามีความอุดมสมบูรณ์ในระดับมาก เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่สำคัญ มีเอกลักษณ์ความสวยงามทางธรรมชาติดึงดูดใจ มีสมรรถนะในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศในด้านของพื้นที่และสภาพแวดล้อมทางกายภาพเป็นหลักใหญ่ รวมทั้งมีศักยภาพด้านการพัฒนาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับสูงเพราะมีความหลากหลายทางชีวภาพของสิ่งมีชีวิตในพื้นที่ ส่วนกระบวนการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เป็นการจัดทำแผนประจำปี โดยเริ่มจัดทำแผนอย่างจริงจังในปี พ.ศ. 2540 สำหรับการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ประชาชนในชุมชนและผู้นำชุมชนมีความต้องการที่จะเข้าร่วมวางแผนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเห็นด้วยกับกรอบแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้ง 6 ด้านในระดับมาก แต่ในทางปฏิบัติยังไม่มีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากนัก แนวทางในการพัฒนาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสรุปได้ว่าเกิดขึ้นได้จากปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งประกอบด้วย 1. ศักยภาพความพร้อมของชุมชน 2. สิ่งจูงใจ 3. ด้านการจัดการ 4. นโยบายของภาครัฐ 5. อุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมและแนวทางการสร้างความร่วมมือ

ซึ่งแนวทางการมีส่วนร่วม อาจใช้รูปไปตราภาคี คือการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและองค์กรชุมชน โดยกลุ่มที่เป็นตัวกลางได้แก่ องค์กรหรือเอกชนหรือนักวิชาการ ซึ่งในกรณีนี้ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการการดำเนินการระดมความคิดและร่วมใจกันตัดสินใจ

เปรียบเทียบปัจจัยของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี เมื่อจำแนกตามอาชีพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการมีส่วนร่วม และตามระยะทาง พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05 เป็นเพราะโครงสร้างของอำนาจ หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจของกลุ่มในชุมชน เช่น ผู้นำชุมชน ซึ่งโดยมากมักมีฐานะดี มีความรู้และประสบการณ์มากกว่าคนอื่น ถ้าผู้นำเห็นประโยชน์ในการมีส่วนร่วม ก็จะเป็นแกนนำในการมีส่วนร่วมของประชาชน จะทำให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ได้ ประกอบกับค่านิยมของชุมชนและประชาชนในตลาดสามชุกมีคุณภาพชีวิตที่ดี เช่น ฐานะรายได้ดี การศึกษาดีมีทัศนคติที่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม มีความตื่นตัวในการพึ่งตนเอง จะเอื้ออำนวยให้ประชาชนมีจิตสำนึกในการมีส่วนร่วมของชุมชนมากกว่า และการมีส่วนร่วมจะเกิดขึ้นได้ดีเมื่อแต่ละฝ่ายที่ร่วมทำงานนั้นมีความไว้วางใจกัน แต่ถ้าไม่ไว้วางใจกัน หรือไม่เต็มใจจะร่วมงานกัน หรือไม่เห็นด้วย การทำงานก็จะเกิดปัญหาขึ้น ในการปฏิบัติกิจกรรมใด หรือโครงการใด ๆ ถ้าประชาชนหรือชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงาน จะมีผลสนองตอบหรือสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง เพราะประชาชนหรือชุมชนจะรู้ถึงปัญหา และความต้องการ จะมีผลนำไปสู่การปฏิบัติที่มีคุณภาพ การมีส่วนร่วมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการดำเนินกิจกรรมกลุ่ม สอดคล้องกับแนวคิด เสาวภา สุขาทิพย์ (2545 : 23-24) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริงในการพัฒนา ดังนี้ ปัจจัยทางด้านบุคคล บุคคลที่จะทำงานพัฒนาเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของประชาชนต้องสร้างเงื่อนไขของบทบาทของตนให้พร้อมที่จะเข้าไปทำงาน และให้ประชาชนมีส่วนร่วมโดยต้องมีทัศนคติและจิตใจสำนึกต่อประชาชนอย่างเหมาะสม เช่นการยอมรับศักดิ์ศรีของประชาชนเท่าเทียมกับตน การมีความเชื่อและเคารพในตัวประชาชน การพร้อมที่จะเรียนรู้จากประชาชน และให้โอกาสแก่ประชาชนในการแสดงความคิดเห็นและร่วมกิจกรรมการพัฒนาและการส่งเสริมให้เหมาะสมในขณะเดียวกันควรให้โอกาสผู้นำชุมชนรวมถึงบุคคลที่มีความคิดริเริ่มในการกระตุ้นให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนา ให้มีบทบาทในการพัฒนาอย่างเต็มตามความสามารถ

2. ปัจจัยทางสนับสนุนของ ประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ด้านการรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่าประชาชนส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุกทำให้

ประชาชนเห็นความสำคัญของการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในตลาดสามชุก เนื่องจากได้รับการประชาสัมพันธ์จากสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชน เป็นต้น มีความต้องการและความพร้อมที่จะดำเนินการและพัฒนาชุมชนตลาดสามชุกให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับนาคม ชีรสุวรรณจกร (2541) ได้ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี สรุปได้ว่า ประชาชนส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการให้คุณค่าต่อทรัพยากรธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมคือ ประชาชนไม่เห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขาดงบประมาณและบุคลากรในการจัดการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนขาดการให้ความร่วมมือและประสานงานกันระหว่างประชาชนรวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง และตรงกับแนวคิดของชีรพัฒน์ ตื้อตัน (2546) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ความรู้ ทักษะ และการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่วนอุทยานม่อนพระยาแช่ ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลำปาง” พบว่า ประชาชนที่อยู่ในเขตพื้นที่ และนอกพื้นที่ มีความรู้ความเข้าใจ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับสูง มีระดับทัศนคติต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จะมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ส่วนการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จะมีระดับการมีส่วนร่วมที่สูงกว่าผู้ที่อาศัยอยู่นอกเขตพื้นที่เช่นกัน ดังนั้น การที่เปิดโอกาสให้ประชาชนในตลาดร้อยปีสามชุก ได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ จะช่วยทำประชาชนมีความภาคภูมิใจเห็นคุณค่าในการมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง

ด้านจิตสำนึกสาธารณะของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัด สุพรรณบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยพบว่า คนในชุมชนรู้คุณค่า มีความเข้าใจในการอนุรักษ์ชุมชนของตนเป็นแกนหลัก จึงเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยมีการสนับสนุนที่ดีจากองค์กรต่างๆ ซึ่งตลาดสามชุกมีปัจจัยพื้นฐานที่เป็นทุนทางสังคมกระตุ้นให้คนในพื้นที่รู้ถึงคุณค่า อันได้แก่ ทุนทางสถาปัตยกรรม ทุนทางมรดกภูมิปัญญา ทุนทางบุคลากรที่เป็นผู้บริหารองค์กรท้องถิ่นและแกนนำชุมชน จากความสำคัญทางประวัติศาสตร์และเอกลักษณ์ของพื้นที่ที่ชัดเจนของตลาดสามชุก มีการทำโครงการปรับปรุงฟื้นฟูสถาปัตยกรรมเก่าแก่ของตลาดสามชุก โดยเฉพาะบ้านขุนจางไม้สักโบราณ 3 ชั้น อายุกว่า 100 ปี จัดทำเป็นพิพิธภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นแหล่งรวบรวมเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ ของบรรพชนสามชุก จาก

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และตลาดสามชุกยังมีศักยภาพที่จะเป็นตลาดพิพิธภัณฑที่มีชีวิต นั่นคือบ้านทุกหลังมีประวัติศาสตร์เรื่องราวและ “ของดี” ที่เป็นของเก่ามีคุณค่าด้านต่างๆหลากหลาย ขณะเดียวกันก็มีของเก่าบางส่วนที่เจ้าของบ้านยินดีบริจาคให้ชุมชนดูแล แสดงให้เห็นว่าประชาชนในตลาดสามชุกมีจิตสำนึกสาธารณะในการอนุรักษ์อันเนื่องมาจากการมีทุนทางวัฒนธรรมและศิลปะ สถาปัตยกรรมที่ยังมีชีวิต และสมบูรณ์กว่าที่อื่นๆทำให้คนในพื้นที่เกิดความรู้สึกในการเป็นเจ้าของและร่วมกันอนุรักษ์ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ (จามะรี เชียงทอง ,2543:206-210 สถาบันการเรียนรู้และการพัฒนาประชาสังคม(CIVICNET) สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา(TDRI) และมหาวิทยาลัยมหิดล ได้จัดการประชุมทางวิชาการประชาสังคมครั้งที่ 1 ในการประชุมได้มีการเปิดเวทีอภิปรายกลุ่มย่อยในหัวข้อเรื่อง “สิทธิพลเมืองความรับผิดชอบของรัฐ” มี ดร.ศรีประภา เพ็ชรมิศรี ได้เป็นผู้ดำเนินรายการ และได้ตั้งคำถามในการอภิปรายถึงความหมายของคำว่า “จิตวิญญาณสาธารณะ” ซึ่งให้ผู้เข้าร่วมประชุมได้อภิปรายร่วมกัน ได้ข้อสรุปว่า “สาธารณะ”มีหลายมุมมองด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นรูปธรรม เช่น สิ่งของ สถานที่ และนามธรรม อันได้แก่ ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ความเชื่อ หรือในเชิงนามธรรม เป็นเรื่องของส่วนรวม การมีส่วนร่วม มีกฎเกณฑ์รองรับ พร้อมกับมีการอนุรักษ์และเสริมสร้าง คำว่า “สาธารณะ” อาจจะเป็นเรื่องของวิถีชีวิต ซึ่งประกอบด้วยปัจเจก หรืออาจจะเป็นการใดๆ ตามแต่ที่มีความเปิดเผย โปร่งใส ตรวจสอบได้ หรือการมีสิทธิ มีความเสมอภาค มีขอบเขตสิทธิ มีการใช้ประโยชน์และรับผิดชอบร่วมกัน การที่สังคมและชุมชนมีส่วนร่วมกัน เป็นเจ้าของร่วมกัน รวมไปถึงของหลวงที่รัฐมีหน้าที่ดูแลรักษา ตลอดจนนโยบายต่างๆ ด้วย โดยยุทธนา วรณปิติ (2542:181-183) กล่าวถึงบุคคลที่มีจิตสาธารณะว่าต้องมีคุณลักษณะ ดังนี้

1. การทุ่มเทและอุทิศตน สิทธิของพลเมืองจะต้องสอดคล้องกับความรับผิดชอบต่อสังคม บุคคลไม่เพียงแต่ปฏิบัติตามสิทธิเท่านั้น แต่ต้องปฏิบัติเพื่อช่วยเหลือให้บริการแก่บุคคลอื่น เพื่อพัฒนาสังคมด้วย

2. เคารพความแตกต่างระหว่างบุคคล จากกระแสปัจเจกชนนิยม ส่งผลให้คนในสังคมมีลักษณะปิดกั้นตนเอง ไม่ไว้วางใจผู้อื่น เลือคบเฉพาะกลุ่มที่มีความเหมือนกัน ไม่สนใจการเมือง ทำให้ไม่สามารถปฏิบัติภารกิจของสังคมเพื่อผลประโยชน์ของส่วนรวม เกิดข้อขัดแย้ง การยุติข้อขัดแย้งโดยการฟังเสียงข้างมาก ไม่นำไปสู่ประโยชน์ของส่วนรวม ดังนั้นผู้มีจิตสำนึกสาธารณะต้องเป็นพลเมืองในฐานะที่เป็นเอกลักษณ์ทางการเมืองสมัยใหม่ มีความอดทน ตระหนักว่าการมีส่วนร่วมไม่ทำให้ได้ในอย่างที่ต้องการเสมอไป ต้องเคารพและยอมรับความแตกต่างที่หลากหลาย และหาวิธีอยู่ร่วมกับความขัดแย้งโดยการแสวงหาทางออกร่วมกัน การจำแนกประเด็นปัญหา การใช้เหตุผลในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตัดสินใจ ต้องมีการแลกเปลี่ยนความ

คิดเห็นระหว่างกันให้ได้มากที่สุด เพื่อหาข้อยุติ สร้างการเข้าร่วมรับรู้ ตัดสินใจและผนึกกำลัง เพื่อให้เกิดการยอมรับจากทุกฝ่าย

3. คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนตนและส่วนรวม คนในสังคมต้องคิดถึงการเมืองในฐานะกิจการเพื่อส่วนรวมและเพื่อคุณธรรม

4. การลงมือกระทำ การวิพากษ์วิจารณ์ปัญหาที่เกิดขึ้นเพียงอย่างเดียวมาสามารถทำให้สถานการณ์ดีขึ้น ต้องลงมือทำ โดยเริ่มจากครอบครัวในการวางพื้นฐานให้การอบรมด้านจริยธรรมของพลเมือง สถาบันการศึกษาไม่เพียงเป็นสถานที่ฝึกทักษะและให้ความรู้ต้องรับช่วงต่อในการสร้างค่านิยมที่เหมาะสมต่อจากครอบครัว รวมทั้ง เครือข่ายสังคมที่เกิดขึ้น ระหว่างเพื่อนบ้าน ที่ทำงาน สโมสร สมาคมต่างๆ เชื่อมโยงบุคคลที่สนใจเรื่องของตนเองเข้าเป็นกลุ่มที่ใส่ใจผู้อื่น ช่วยดำรงรักษาประชาสังคม สังคม และกฎจริยธรรม รวมทั้งสถาบันที่มีอิทธิพลสูงต่อสังคม คือ สถาบันศาสนา และสื่อมวลชน นับว่ามีบทบาทสำคัญในการร่วมสร้างให้สังคมแข็งแรง ซึ่งสอดคล้องกับสถิติ วงศ์สรรค (2525 : 79) กล่าวว่า ปัจจัยหรือสิ่งที่มีอิทธิพลต่อความตระหนัก แบ่งออกเป็น 2 องค์ประกอบ คือ ลักษณะของสิ่งเร้า และลักษณะบุคคลที่รับรู้ โดยที่ลักษณะของสิ่งเร้าเป็นปัจจัยภายนอกที่ทำให้บุคคลเกิดความสนใจที่จะรับรู้ซึ่งจะนำไปสู่การตระหนัก ลักษณะของบุคคลที่รับรู้ นั้น หมายถึงการที่บุคคลจะเกิดความตระหนักต่อปรากฏการณ์อย่างใดอย่างหนึ่ง มากน้อยแค่ไหนขึ้นอยู่กับปัจจัย 2 ด้าน คือ 1. ปัจจัยทางด้านกายภาพ ได้แก่ สมรรถภาพของอวัยวะสัมผัส หู ตา จมูก ปาก 2. ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความรู้เดิม การสังเกต พิจารณา ความสนใจ ความตั้งใจ ความพร้อมที่จะรับรู้ การเห็นคุณค่า เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้จะมีอิทธิพลทำให้บุคคลเกิดความตระหนักแตกต่างกัน

ด้านความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ ปัจจัยทางจิตวิทยาด้านความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ของประชาชนในบริเวณตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้วยตลาดเก่าสามชุกเป็นย่านการค้าธุรกิจที่ต่อเนื่องยาวนานมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ทำให้ประชาชนในพื้นที่ที่มีความคาดหวังได้รับผลประโยชน์ในการขายสินค้า ผลประโยชน์ด้านการบริการจากการจัดการท่องเที่ยว ได้รับงบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก อีกทั้งสถานศึกษาในชุมชนได้ผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ปัจจัยเหล่านี้เป็นเสมือนพลังแรงดึงดูดให้ประชาชนในชุมชนตลาดร้อยปีสามชุกได้เข้ามามีบทบาทและส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยการส่งเสริมในด้าน การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและเรียนรู้ภายในชุมชน อันจะทำให้ชุมชนตลาดร้อยปีสามชุกประสบผลสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด(Hurlock. 1973, pp.185-186) ความเข้มข้นหรือความรุนแรงของความคาดหวัง ขึ้นอยู่กับ

เป้าหมายที่ต้องการอยู่ใกล้หรือไกลจากตัวเรามากน้อยเพียงใด และขึ้นอยู่กับความสำคัญของเป้าหมาย ถ้าหากได้มายากลำบากต่อผู้มากก็จะทำให้เกิดพลังความหวังสูงขึ้น ส่วนเป้าหมายที่สูงเกินความสามารถ อาจทำให้เกิดความท้อใจได้ แบนดูรา (Bandura 1997, pp. 84-85) อธิบายความคาดหวังที่เกี่ยวกับความสามารถบุคคลเป็น 3 มิติ ดังนี้ มิติที่ 1 เกี่ยวกับปริมาณความคาดหวัง (Magnitude) ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนในการกระทำพฤติกรรมหนึ่งจะแตกต่างกันในแต่ละบุคคล หรือแตกต่างกันไปในบุคคลเดียวกัน เมื่อต้องทำพฤติกรรมที่มีความยากง่ายแตกต่างกัน เป็นการคาดหวังของบุคคลว่าตนจะทำงานสำเร็จถึงระดับใด เมื่อต้องทำงานที่มีระดับความยากง่ายแตกต่างกัน มิติที่ 2 เกี่ยวกับการแผ่ขยาย (Generality) ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนอาจจะแผ่ขยายจากสถานการณ์หนึ่ง ไปสู่สถานการณ์อื่นในปริมาณที่แตกต่างกัน กล่าวคือ ประสบการณ์บางอย่าง ไม่ทำให้ความคาดหวังแผ่ขยายไปสู่สถานการณ์อื่น มิติที่ 3 เกี่ยวกับความเข้ม (Strength) ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนมีความเข้มข้นน้อย คือ ไม่มั่นใจในความสามารถของตน เมื่อไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง จะทำให้ความคาดหวังเกี่ยวกับความสามารถของตนลดลง แต่ถ้ามีความเข้มหรือมั่นใจมาก บุคคลจะมีความบากบั่นมานะพยายาม แม้จะประสบความล้มเหลวบ้างก็ตาม สรุปว่า ความคาดหวังของบุคคลจะมีอิทธิพลสูงสุด ขึ้นอยู่กับความสำคัญของเป้าหมายและความใกล้หรือไกลจากตัวเรา เมื่อบุคคลประสบความสำเร็จในความคาดหวังก็จะทำให้เพิ่มคุณค่ามากขึ้นจะทำให้มีความต้องการสูงขึ้น เข้มข้นขึ้น ส่วนเป้าหมายที่สูงเกินความสามารถ อาจทำให้เกิดความท้อใจได้

ด้านปัจจัยสนับสนุนทางสังคมของประชาชนในตลาดร้อยปีสามชุก ภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เพราะตลาดร้อยปีสามชุกได้รับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชน เช่น มูลนิธิชุมชนไท ที่เข้ามามีบทบาทได้สนับสนุนการทำงานหลายด้าน โดยเฉพาะการบริหารจัดการที่มีการปรับโครงสร้างให้มีความกระชับและคล่องตัวมากขึ้น ทำให้คณะกรรมการตลาดร้อยปีสามชุกบริหารจัดการได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้ไปศึกษาดูงานจากเครือข่ายของโครงการปฏิบัติการเมืองและชุมชนน่าอยู่ และให้ความรู้เกี่ยวกับ การทำงานอย่างเป็นระบบ ขณะเดียวกัน ก็ค่อยๆ สอดแทรกความคิดการทำงานแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้เกิดทัศนคติใหม่ที่มีมุมมองที่ดีต่อการทำงานร่วมกับชาวบ้านและได้รับการต้อนรับที่น่าพึงพอใจเมื่อชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาและจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุกเกิดความตื่นไหลแลประสบความสำเร็จ และเทศบาลตำบลสามชุกมีการวางแผนงานที่ครอบคลุมตามแนวนโยบายเมืองน่าอยู่ในการพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุก ซึ่งมีการสอดแทรกแนวคิดเชิงอนุรักษ์ทั้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม ทำให้แนวคิดเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นที่แพร่หลายในสังคมกลายเป็นเครือข่ายและได้รับการ

ยอมรับจากคนในชุมชน จึงก่อให้เกิดกระบวนการพัฒนาที่สู่ความเป็นเลิศ ซึ่งตรงกับแนวคิดของ กอทเทียบ (Gottlieb 1994, อ้างใน จริยาวัตร คมพยัคฆ์ 2531 : 101) ได้แบ่งระดับของการ สนับสนุนทางสังคมออกเป็น 3 ระดับ คือ 1. การเข้าร่วมหรือการมีส่วนร่วมในสังคมอาจวัดได้ จากความสัมพันธ์กับทางสถาบันในสังคม การเข้าร่วมกลุ่มต่างๆ ด้วยความสมัครใจและการดำเนิน ชีวิตอย่างไม่เป็นทางการในสังคม 2. ระดับกลุ่มเครือข่าย (Mezzo level) เป็นการมองที่ โครงสร้างและหน้าที่ของเครือข่ายสังคม ด้วยการวัดอย่างเฉพาะเจาะจงถึงกลุ่มบุคคลที่มีความสัมพันธ์กันอย่างสม่ำเสมอ เช่น กลุ่มเพื่อน ชนิดของการสนับสนุนทางสังคมในระดับนี้คือการให้คำแนะนำ การช่วยเหลือด้านวัสดุ ความเป็นมิตรและการสนับสนุนทางด้านอารมณ์ และการ ยกย่อง 3. ระดับแคบ หรือ ระดับเล็ก (Micro level) เป็นการพิจารณาความสัมพันธ์ของบุคคลที่มีความใกล้ชิดสนิทสนมมากที่สุด ทั้งนี้มีความเชื่อว่า คุณภาพของความสัมพันธ์มีความสำคัญ มากกว่าปริมาณ คือ ขนาด จำนวนและความถี่ของความสัมพันธ์ การสนับสนุนในระดับนี้ ได้แก่ สามี ภรรยา บุตร และสมาชิกในครอบครัวหรือคนรัก ซึ่งมีความใกล้ชิดทางอารมณ์ ให้การ สนับสนุนทางจิตใจ แสดงความรักและห่วงใย จากที่กล่าวมานั้นพบว่า ความใกล้ชิดสนิทสนม มีผลต่อระดับของการสนับสนุนทางสังคม ทางด้านจิตใจ

3. การปฏิบัติที่ดีของการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ทำให้การจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ประสบความสำเร็จนั้น มีกระบวนการดำเนินงานต่างๆซึ่งได้หล่อหลอมรวมกันจากองค์ประกอบต่างๆ เป็นองค์ความรู้เฉพาะของตลาด 100 ปี สามชุก ทำให้ประสบผลสำเร็จในการบริหารและการ พัฒนาการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ รวมถึงการสร้างภาคีเครือข่ายต่างๆ ซึ่งรูปแบบการ ปฏิบัติที่ดีนี้มีปัจจัยที่สำคัญๆ คือ

3.1 การกำหนดโครงสร้างคณะกรรมการพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุกก่อให้เกิดการบริหารงานที่ดี ทำให้การจัดการท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จ ซึ่งมีการประชาสัมพันธ์ให้ประชาชน ในชุมชนทราบถึงโครงการและกิจกรรมที่จะดำเนินการในชุมชน มีการจัดตั้งองค์กร คณะกรรมการหรือคณะทำงานที่ชัดเจนเหมาะสม มีการมอบหมายหน้าที่ความรับผิดชอบแก่ คณะทำงานและกิจกรรมมีการเปิดเผยและโปร่งใส มีการกำหนดกฎระเบียบ หรือกติกา มีการ ประสานเครือข่ายจากภาครัฐและองค์กรเอกชน จะทำให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ตามแนวคิดการ ทำให้ชุมชนเข้มแข็งไม่สามารถทำได้โดยการสร้างจากบุคคลภายนอกชุมชน มีกระบวนการใน การจัดการชุมชน มีการเรียนรู้ร่วมกัน มีกิจกรรมเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมของคนใน ชุมชน ภายใต้ระบบความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนจนเป็นเครือข่ายชุมชน และมีการขยาย เครือข่ายพันธมิตรออกไปนอกชุมชนในลักษณะของการสร้างความสัมพันธ์ ในการส่งเสริมและ

พัฒนาระบบการบริหารจัดการชุมชนภายใต้แนวคิดที่ว่า ชุมชนเข้มแข็งต้องเป็นชุมชนที่มีความสามารถในการบริหารจัดการชุมชนภายใต้แนวคิดที่ว่า ประเวศ วะสี (อ้างใน วันทนีย์ จันทร์เอี่ยม, 2543:43) และลีลาภรณ์ นาคทรพรพ (2538:126) กล่าวว่า ความเข้มแข็งขององค์กรชุมชนนั้นอยู่ที่มีลักษณะร่วมกันภายในชุมชน คือ 1. มีวัตถุประสงค์ร่วมกัน 2. มีความเอื้ออาทรต่อกัน 3. มีการทำกิจกรรมร่วมกัน 4. มีการเรียนรู้ร่วมกันในการกระทำนั้นๆ 5. มีจิตวิญญาณในชุมชน 6. มีผู้นำตามธรรมชาติเกิดขึ้นในชุมชน 7. มีการจัดการในองค์กรชุมชนอย่างต่อเนื่อง 8. ผู้นำได้รับการยอมรับจากสมาชิกและชุมชน 9. การกระจายผลประโยชน์แก่สมาชิกอย่างยุติธรรม 10. ได้รับการยอมรับนับถือจากองค์กรภายนอก

3.2 ประชาชนเล็งเห็นคุณค่าและให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก อันเนื่องมาจากความรู้สึกรักผูกพันในถิ่นกำเนิดของตนเองและการติดต่อสื่อสารพูดคุยแลกเปลี่ยนแสดงความคิดเห็นเพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน ตรงกับแนวคิดของศักดิ์ ไพฑาคำ (2539 : 79-80) กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมไว้ว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนต้องมีเงื่อนไขอย่างน้อย 3 ประการ ดังนี้ 1. ประชาชนต้องมีอิสรภาพมีส่วนร่วม (freedom to participate) 2. ประชาชนต้องสามารถที่จะมีส่วนร่วม (ability to participate) 3. ประชาชนต้องเต็มใจที่จะมีส่วนร่วม (willingness to participate) นอกจากนี้เงื่อนไขดังกล่าว 3 ประการแล้ว ความสำเร็จของการมีส่วนร่วมยังขึ้นอยู่กับเงื่อนไขอื่น ๆ ดังนี้ 1. ประชาชนต้องไม่เสียเงินค่าใช้จ่าย ในการมีส่วนร่วมมากเกินไปที่เขาประเมินค่าผลตอบแทนที่จะได้รับ 2. ประชาชนต้องสามารถสื่อสารการเรียนรู้เรื่องกันทั้ง 2 ฝ่าย 3. ประชาชนต้องมีความสนใจที่สัมพันธ์สอดคล้องกับการมีส่วนร่วม 4. ประชาชนต้องไม่รู้สึกกระทบกระเทือนต่อตำแหน่งหน้าที่ หรือสถานภาพทางสังคม หากจะมีส่วนร่วม

3.3 การจัดกิจกรรมเพื่อการอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก มีกิจกรรมที่หลากหลายและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ กิจกรรมการค้าของครอบครัวเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้รูปแบบวิถีชีวิตของชุมชนสืบเนื่องดำรงอยู่ได้ กิจกรรมการเล่าเรื่องราวในอดีต จากผลลัพธ์ของการเป็นชุมชนที่เน้นการทำการค้า การบอกเล่าเรื่องราวในอดีตจึงเป็นเรื่องปกติในสังคมแห่งนี้ กิจกรรมงานเทศกาลและประเพณีท้องถิ่น กิจกรรมในตลาดสามชุก การจัดงานเทศกาลประจำปีส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้เป็นการกระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด พลายน้อย (2546) ได้กล่าวถึงกระบวนการของการพัฒนาและในการจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม วิธีคิดและระบบคุณค่าที่ได้นั้นจะต้องเกิดจากการเรียนรู้ (Learning) เป็นสำคัญ การเรียนรู้จะเกิดขึ้นได้ต้องมีการจัดกระบวนการเรียนรู้ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการคิด การปฏิบัติ พัฒนาการงานให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล และพัฒนาองค์กร ซึ่งบุญดี บุญญา

กิจ และกมลวรรณ ศิริพานิช (2545) ที่กล่าวเกี่ยวกับ Best Practices ว่าคือ การปฏิบัติทั้งหลายที่สามารถก่อให้เกิดผลที่เป็นเลิศ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “เป็นการค้นพบวิธีการทำงานที่ผู้ปฏิบัติงานได้เรียนรู้จากการปฏิบัติจริง ในการพัฒนาคุณภาพ ทำให้บรรลุผลลัพธ์ที่ตอบสนองความคาดหวังของผู้เกี่ยวข้อง และเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรนั้นประสบความสำเร็จและก้าวสู่ความเป็นเลิศ”

3.4 การสนับสนุนจากองค์กรพัฒนาเอกชนภายนอก มูลนิธิชุมชนไท ได้สนับสนุนการทำงานหลายด้าน โดยเฉพาะการบริหารจัดการที่มีการปรับโครงสร้างให้มีความกระชับและคล่องตัวมากขึ้น ทำให้คณะกรรมการตลาดร้อยปีสามชุกบริหารจัดการได้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยการส่งเสริมให้ไปศึกษาดูงานจากเครือข่ายของโครงการปฏิบัติการเมืองและชุมชนนำอยู่ และให้ความรู้เกี่ยวกับ การทำงานอย่างเป็นระบบ ขณะเดียวกัน ก็ค่อยๆ สอดแทรกความคิดการทำงานแบบมีส่วนร่วมของประชาชน ทำให้เกิดทัศนคติใหม่ที่มีมุมมองที่ดีต่อการทำงานร่วมกับชาวบ้านและได้รับการตอบรับที่น่าพึงพอใจเมื่อชาวบ้านได้เข้ามามีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับ เปรมฤดี เจริญพร (2542 : 40) กล่าวว่า แรงสนับสนุนทางสังคมเป็นการที่บุคคลได้รับความช่วยเหลือจากการปฏิสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม ทั้งทางด้านอารมณ์ ด้านข้อมูลข่าวสาร ด้านการเงิน แรงงาน หรือวัตถุสิ่งของต่าง ๆ ซึ่งบุคคลอื่นในสังคมนั้นอาจเป็นสมาชิกในครอบครัว ญาติพี่น้อง เพื่อน หรือหลายบุคคลร่วมกันทำให้ผู้ได้รับการสนับสนุนทางสังคมเกิดความผูกพันและสอดคล้องกับคานัน (Kahn 1979 : 85) กล่าวว่า การสนับสนุนทางสังคมเป็นปฏิสัมพันธ์อย่างมีจุดมุ่งหมายระหว่างบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง มีการช่วยเหลือด้านวัตถุสิ่งของซึ่งกันและกัน ขอมรับในพฤติกรรมของกันและกัน แสดงออกถึงความรู้สึกที่ดีต่อกัน รับรู้ถึงการแสดงออกซึ่งสิ่งเหล่านี้ อาจเกิดเพียงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือมากกว่า

3.5 การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและกลุ่มคนในพื้นที่ มีการสอดแทรกแนวคิดเชิงอนุรักษ์ทั้งในเรื่องสิ่งแวดล้อมและศิลปวัฒนธรรม สอดคล้องกับ ปรีดา คงแป้น (2553: บทคัดย่อ) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปฏิบัติการชุมชนและเมืองนำอยู่ กรณีศึกษาเมืองสามชุก สุพรรณบุรี พบว่า การดำเนินงาน โครงการปฏิบัติการชุมชนและเมืองนำอยู่ ทำหน้าที่ในการกระตุ้น ประสาน สนับสนุน และเชื่อมโยงให้เกิดการแลกเปลี่ยนทั้งในเมืองและระหว่างเมืองต่างๆ ในตอนต้น ส่วนการคิดค้นกิจกรรมต่างๆ และการลงมือปฏิบัติ เป็นกระบวนการของคนในเมืองนั้นๆ ปัจจัยที่ทำให้ การดำเนินงานลุล่วงไปได้ด้วยดี เกิดการขยายกิจกรรมและกลุ่มคนกว้างขึ้นเรื่อยๆอย่างต่อเนื่อง คือ การที่ผู้นำในหน่วยงานท้องถิ่นมีวิสัยทัศน์ รับฟังความคิดเห็น ชุมชนและภาคีต่างๆ ในท้องถิ่นได้มีโอกาสร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันเป็นเจ้าของ อย่างจริงจังและเท่าเทียม การเอาทุนทางสถาปัตยกรรมและภูมิปัญญาผู้อาวุโสที่มีคุณค่าออกมาจัดเกล้า การมีพื้นฐานของ

ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนและการสร้างกิจกรรมร่วมเพื่อกระตุ้นให้เกิดการกระชับความผูกพันในท้องถิ่น จึงเป็นเสมือนพลังขับเคลื่อนที่สำคัญ ต่อการทำชุมชนและเมืองน่าอยู่โดยเอาคนเป็นแกนหลัก

3.6 การประชาสัมพันธ์ ได้สนับสนุนให้สื่อมวลชน ได้แก่ โทรทัศน์ นิตยสาร เป็นต้น เข้ามาทำความรู้จักกับตลาดสามชุก เพื่อทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารของชุมชนตลาดสามชุก ในด้านการเป็นพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นแห่งแรกในประเทศไทย และในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็ได้ใช้พิพิธภัณฑ์บ้านขุนจันจันารักษ์เป็นสถานที่เปิดตัวโปรแกรมการท่องเที่ยวภายในวันเดียว 10 เส้นทาง โดยเชิญสื่อมวลชนทำข่าวประชาสัมพันธ์มากมาย เป็นผลให้ชุมชนตลาดสามชุกกลายเป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น และก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพียงช่วงเวลาไม่นาน สอดคล้องกับ ธีรรัฐ ธรรมจง(2550 :124) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม:ศึกษาเฉพาะกรณีตลาดเก่า 119 ปี ตลาดเจ็ดเสมียน จังหวัดราชบุรี พบว่า การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) ที่ชุมชนตลาดเจ็ดเสมียนทำเพื่อมุ่งสร้างภาพพจน์ที่ดี ให้แก่การท่องเที่ยว หรือการสนับสนุนกิจกรรมทางสังคม ส่งเสริมประเพณีที่ดั้งเดิมและสนับสนุนให้ลูกคามีส่วนร่วม ตลอดจนการเผยแพร่ข่าวสารของชุมชน เช่น การอนุรักษ์รักษาความสะอาด การเชิญชวนเที่ยวประเพณีแห่ดอกไม้ท้ายสงกรานต์ มีการใช้สื่อสิ่งพิมพ์ โบปลิว โบว์ซาร์ นิตยสาร วารสารแนะนำชุมชนตลาดเจ็ดเสมียน และจากการศึกษาพบว่า สื่อสิ่งพิมพ์ที่เข้ามาขายแรก คือ หนังสือพิมพ์รายวัน ต่อมา สื่อโทรทัศน์ของสถานีต่างๆก็มาติดต่อทำรายการมากขึ้น รวมทั้งสื่อวิทยุชุมชนด้วย ส่วนสื่ออินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทในภายหลัง

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากการวิจัยพบว่า คณะกรรมการพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุกเป็นผู้มีบทบาทในการชักชวนประชาชนในพื้นที่เข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรส่งเสริมศักยภาพของผู้นำ คณะกรรมการพัฒนาตลาดร้อยปีสามชุกและสมาชิก ในการสร้างความรู้สึกรถึงการเป็นผู้ที่มีคุณค่า เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

2. จากการวิจัยพบว่า การจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับประวัติศาสตร์ชุมชนและวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น เป็นปัจจัยหนึ่งแห่งความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของตลาดร้อยปีสามชุก ดังนั้นการกำหนดรูปแบบกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวควรสอดคล้องกับวิถีชีวิตชุมชน โดยสมาชิกมีส่วนร่วมในการกำหนดกิจกรรมขึ้นมา

3. ส่งเสริมสร้างเครือข่ายพันธมิตรชุมชนตลาดเก่าริมน้ำ ให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ โดยให้มีการศึกษาดูงานชมรมเครือข่ายที่ประสบความสำเร็จในการดำเนินงาน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนส่งเสริม และแนวทางการปฏิบัติที่ดีในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

4. ควรจัดให้มีการประชามติเพื่อเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่น นักวิชาการ ผู้ประกอบการ ได้เข้ามามีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นในการกำหนดนโยบาย แผนงาน โครงการ การจัดกิจกรรมและการปรับปรุงภูมิทัศน์ที่เหมาะสมต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาทางด้านความสัมพันธ์พฤติกรรมของชาวตลาดสามชุกในเรื่องการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

2. ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ทางด้านประวัติศาสตร์ของตลาดร้อยปีสามชุก ที่นำไปสู่ความสำเร็จต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

3. ควรมีการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก

4. ควรมีการรวบรวมข้อมูลเพื่อบันทึกเป็นประวัติศาสตร์ชุมชนเพื่อความน่าเชื่อถือและสะดวกในการศึกษาค้นคว้าต่อไป

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กอบแก้ว ชัยเดชสุริยะ. “ การจัดการทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วมของบ้านทุ่งสง จังหวัดกระบี่ ”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต คณะการจัดการทรัพยากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด, 2546.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (ECOTOURISM) ปี พ.ศ. 2538 – 2539.** กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์ พับลิชชิ่ง จำกัด, 2539.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. **ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551.** กรุงเทพฯ: สำนักนโยบายและแผน, 2547.

กระทรวงศึกษาธิการ. **คู่มือพัฒนาการศึกษา พ.ศ. 2541.** กรุงเทพฯ: กระทรวงศึกษาธิการ, 2541.

โกมาตร จึงเสถียรทรัพย์. **ประชาสังคมกับสุขภาพ.** นนทบุรี: สำนักนโยบายและแผนสาธารณสุข, 2544.

เกื้อกุล ถนอมกิจ. “ ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนทางสังคมและปัจจัยส่วนบุคคลกับความสม่ำเสมอในการรักษาของผู้ป่วยวัณโรค ณ โรงพยาบาลทรวงอก”. วิทยานิพนธ์ ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสุขศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2543.

คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์. **ตลาดมีชีวิต พิพิธภัณฑที่มีชีวา สามชุก ตลาดร้อยปี .** วารสาร, 2551.

โครงการสารนุกรมไทยสำหรับเยาวชน. **สารนุกรมไทยสำหรับเยาวชน เล่มที่ 27.** กรุงเทพฯ: ด้านสุทธนาการพิมพ์ จำกัด, 2548.

จามะรี เชียงทอง. **วิวัฒนาการของประชาสังคมไทย.** กรุงเทพฯ: สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI), 2543.

จารุภัทร วิมุตเศรษฐ์. “**นายรอบรู้**” นักเดินทาง: **สุพรรณบุรี.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์สารคดี, 2548.

จินตนา ยูนิพันธ์. (มกราคม- มีนาคม 2529) **การพึ่งพาซึ่งกัน.** วารสารสงขลานครินทร์, 2548.

จური วิจิตรวาทการ. **ใน อนุชาติ พวงสำลี (บรรณาธิการ), ทิศทางบ้านเมือง: บนเส้นทางประชาสังคมไทย.** กรุงเทพฯ: อมรินทร์บุ๊กเซ็นเตอร์, 2543.

จุฬารัตน์ โสตะและคณะ. “บทบาทการมีส่วนร่วมของประชาชนและองค์การบริหารส่วนตำบล ในการบริหารจัดการเพื่อการออกกำลังกาย.” โครงการวิจัยทุนอุดหนุนทั่วไป มหาวิทยาลัยขอนแก่น,2543.

เฉลิม วงษ์จันทร์. “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล การสนับสนุนทางสังคม กับความสามารถของผู้ดูแลในการดูแลเด็กสมองพิการ.” วิทยานิพนธ์พยาบาลศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล,2539.

ชรินทร์ ศีกษากิจ . “ การมีส่วนร่วมของสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลในการดูแลสุขภาพประชาชนอำเภอบ้านแพ้วและอำเภอกะทู้ม่วน จังหวัดสมุทรสาคร”. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเวชศาสตร์ชุมชนบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2544.

ชินรัตน์ สมสืบ . การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชนบท.กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2539.

ชำนาญ ปาณาวงษ์. “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษาโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดกำแพงเพชร: การศึกษาพหุกรณี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิจัยและพัฒนาศึกษาบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร,2543

ทงศักดิ์ คุ่มไข่น้ำ. หลักการพัฒนาชุมชน . ขอนแก่น: ภาควิชาพัฒนาสังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น,2540.

ทรงสิทธิ์ ยืนชีวิต. “การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมตามบทบาทและหน้าที่ของคณะกรรมการโรงเรียนสังกัดประถมศึกษา จังหวัดขอนแก่น.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น,2544.

ธีรยุทธ วัฒนาสุโขโชค. คัมภีร์ 100 กลยุทธ์ . พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : เนชั่นบุ๊คส์,2545.

ธีรพัฒน์ ตี้อตัน. “ ความรู้ ทักษะคิด และการมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่วนอุทยานม่อนพระยาแช่ ตำบลพิชัย อำเภอเมือง จังหวัดลาปาง”. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารทรัพยากรป่าไม้. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2546.(ถ่ายเอกสาร)

ธีรศักดิ์ อุ่ณอามย์เลิศ. เครื่องมือวิจัยทางการศึกษา : การสร้างและการพัฒนา. นครปฐม มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2548.

- นวลจันทร์ เพิ่มพูนรัตนกุล. “ความคาดหวังของผู้เรียนต่อโครงการยกระดับความรู้พื้นฐานสำหรับ
กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ผู้นำท้องถิ่น ในจังหวัดสุพรรณบุรี”. วิทยานิพนธ์ การศึกษา
มหาบัณฑิตผู้ใหญ่มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2541
- นดา คำรหัสเลิศ. “ การมีส่วนร่วมในการพัฒนาสิ่งแวดล้อมชุมชนของประชาชนในชุมชนบ้านครัว
กรุงเทพมหานคร ”. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542. (อัดสำเนา)
- นรินทร์ สังข์รักษา. เอกสารการสอน การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา. นครปฐม : คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2555.
- นรินทร์ สังข์รักษาและคณะ. “ผลดีของการประยุกต์ใช้หลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงใน
กระบวนการเรียนรู้และการจัดการความรู้ของรัฐวิสาหกิจชุมชน กรณีศึกษาจังหวัด
ราชบุรี ”. รายงานการวิจัย ทุนวิจัย วช. นครปฐม. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย
ศิลปากร, 2551
- “เครือข่ายสินค้าเกษตรและห่วงโซ่อุปทานเพื่อการท่องเที่ยว ” รายงานการวิจัย ทุนวิจัย
สกว. กรุงเทพมหานคร. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2552.
- นรินทร์ชัย พัฒนพงศา. การมีส่วนร่วม หลักพื้นฐานและเทคนิค และกรณีตัวอย่าง. เชียงใหม่:
ศิริลักษณ์การพิมพ์, 2547.
- นเรศ สงเคราะห์สุข. จากแนวคิดสู่การปฏิบัติ เลี้ยวหนึ่งของประสบการณ์พัฒนาแบบมีส่วนร่วม
บนพื้นที่สูง. เชียงใหม่ : สำนักพิมพ์เชียงใหม่, 2541.
- นาคม ชีรสวรรณจักร. “ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
เชิงนิเวศ กรณีศึกษา : อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี”. วิทยานิพนธ์ สังคมศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541.
- นิตยา กอบนิลพรรณ. “สภาพและแนวทางการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการจัดการศึกษา
ของ โรงเรียนอัสสัมชัญคอนเวนต์ลำานรายณ์.” วิทยานิพนธ์ สาขาหลักสูตรและการ
นิเทศ ภาควิชาหลักสูตรและวิธีสอน, 2548.
- บุญเยี่ยม ตรีภูววงศ์. “จิตวิทยาสังคมกับการสาธารณสุข. เอกสารการสอนชุดสังคมวิทยา
หน่วยที่ 9-25” มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์ , 2543.
- บุญเสริม ศรีทา. “ การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการศึกษาในอำเภอเมืองแพร่ จังหวัด
แพร่” การค้นคว้าแบบอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,
2544.

ปารีชาติ วลัยเสถียร. **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ธรรมศาสตร์, 2543.

ปารีชาติ วลัยเสถียรและคณะ. **เครื่องมือนักพัฒนา**. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย, 2542.

เปรมฤดี เจริญพร. “ความสัมพันธ์ระหว่างสภาวะสุขภาพ การควบคุมตนเอง แรงสนับสนุนทาง
สังคม และความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน กับพฤติกรรมการป้องกันสุขภาพ ของ
พนักงานรักษาความสะอาด กรุงเทพมหานคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญา วิทยาศาสตร
มหาบัณฑิต (สาธารณสุขศาสตร์) สาขาเอกพยาบาลสาธารณสุข บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยมหิดล, 2542.

พจนา สวนศรี. **คู่มือจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน**. กรุงเทพฯ. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและ
ธรรมชาติ, 2546.

พรรณงาน เเงาธรรมสาร และปรีดา คงแป้น. **ปลูกบ้าน...สร้างชุมชน...คนสามชุก**. วารสารชุมชนไท
14 , 2547.

..... **ย้อนมอง...สามชุกตลาดร้อยปี..กว่าจะถึงวันนี้**. สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรม
แห่งชาติ กระทรวงวัฒนธรรม, 2552.

พรพิมล วิกรัยพัฒน์. “**ความรู้ความเข้าใจและความต้องการความร่วมมือด้านสหกิจศึกษาของ
ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว**” , 2542.

พะยอม ธรรมบุตร. **เอกสารประกอบการสอนเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.

พะจิต ตามประทีป. “**การวางแผนแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อย่าง
ยั่งยืน กรณีศึกษา จังหวัดชัยนาท**”. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(การวางแผน
และพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549. ถ่ายเอกสาร

พระไพศาล วิสาโล ผาสุก พงษ์ไพจิตร และอนันท์ กาญจนพันธุ์. **ประชาสังคมและวัฒนธรรม
ชุมชน. วิถีไทย: สรรนิพนธ์ทางวิชาการเนื่องในวาระหนึ่งศตวรรษปรีดี พนมยงค์
ชุดที่ 4**. กรุงเทพฯ: สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2544.

พิมพ์วัลย์ ปรีดาสวัสดิ์. **การดูแลสุขภาพตนเอง ทักษะทางสังคมวัฒนธรรมนครปฐม**. ศูนย์ศึกษา
นโยบายสาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, 2530.

- ไพรัตน์ เดชะรินทร์.นโยบายและกลวิธีการมีส่วนร่วมของชุมชนในยุทธศาสตร์การพัฒนาใน
ปัจจุบัน: การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา. กรุงเทพฯ : ศูนย์ศึกษานโยบาย
สาธารณสุข มหาวิทยาลัยมหิดล, 2527.
- มัลลิกา มัติโก,บรรณาธิการ. จิตสำนึกทางสังคมของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา
มหาวิทยาลัยมหิดล.กรุงเทพฯ :มหาวิทยาลัยมหิดล,2542.
- ยุวัฒน์ วุฒิเมธี.หลักการพัฒนาชุมชนและการพัฒนาชนบท. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัดไทย
อนุเคราะห์,2526.
- ยุทธนา วรณปิติกุล.สำนักพลเมือง:ความเรียงว่าด้วยประชาสังคมบนเส้นทางประชาสังคม.
กรุงเทพฯ:มูลนิธิการเรียนรู้และพัฒนาประชาสังคม(CIVICNET), 2542.
- โยธิน ศันสนยุทธ และคณะ.จิตวิทยา. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ, 2533.
- ระพีพรรณ คำหอม.รูปแบบการปฏิบัติงานสังคมสงเคราะห์ในยุคโลกาภิวัตน์. กรุงเทพมหานคร:
โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.
- ราณี อธิชัยกุล. “ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว.” ใน ชุดวิชาการจัดการทรัพยากร
การท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน.นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช,2554.
- วัชรภรณ์ เครือพันธ์. “รายงานการวิจัยแนวทางการพัฒนาฟื้นฟูย่านการค้า ชุมชนบ้านสิงห์ท่า
จังหวัดยโสธร”. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย,2553.
- วันพร จันทร์เวโรจน์. “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการพัฒนาสตรีหมู่บ้าน (กพสม.) ในการ
อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม:ศึกษาเฉพาะกรณี กพสม. ในเขต
องค์การบริหารส่วน ตำบลของอำเภอศรีราชา จังหวัดชลบุรี.” วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,2543. อัดสำเนา
- วศิน อิงคพัฒนากุล.วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อมกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. นครปฐม : โรงพิมพ์
มหาวิทยาลัยศิลปากร,2548.
- วิรัช วิรัชนิภาวรรณ. ปัญหาและอุปสรรคที่สำคัญของการพัฒนาชุมชน: ประชาชน ข้าราชการและ
ผู้นำรัฐบาล.โอเดียนสโตร์ กรุงเทพฯ, 2530.
- วิไล ตั้งตรงสมคิด.การศึกษากับการพัฒนาชุมชน.พิมพ์ครั้งที่ 1 .กรุงเทพฯ โรงพิมพ์ทิพย์อักษร
,2528.
- วิไลลักษณ์ รัตนเพียรธัมมะและคณะ. “การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน:ศึกษากรณี ชุมชนท่าคา
อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม”.รายงานการวิจัย ทุนสนับสนุนการวิจัย
มหาวิทยาลัยเกริก ปีการศึกษา 2550 กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเกริก, 2550.

วิวัฒน์ชัย อัครถาวร. “สามชุก...ความสำเร็จของการเมืองภาคประชาชน”:หนังสือพิมพ์ไทยโพสต์. คัดลอก,2552.

วิทยากรณ์ จรัสดีวง. “การมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เขตห้ามล่าสัตว์ป่าทะเลน้อย อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง”วิทยานิพนธ์ การวางแผนภาคและเมือง มหบัณฑิต การวางผังเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

แวน วิรุฬห์เลิศ. “ การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน และมาตรฐานการบริหารของโรงเรียนประถมศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาเขตชุมพร.” วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร,2546.

ศิริ โสภากย์ บุรพาเดชะ. **ทฤษฎีการรับรู้:การรับรู้**. กรุงเทพมหานคร:ม.ป.ท., 2529.

ศิริ ฮามสุโพธิ์. **สังคมวิทยากับการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์,2543.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ. **โครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ**. ม.ป.ท., 2536.

สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ.**Benchmarking : ทางลัดสู่ความเป็นเลิศทางธุรกิจ**. กรุงเทพฯ : อินโนกราฟฟิกส์,2545.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท).**รายงานขั้นสุดท้ายการศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาและจัดการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism)**. กรุงเทพมหานคร : ม.ป.ท.,2543.

สยามรัฐ เรื่องนาม. “ความรู้ทางการเมืองและการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง กับ สำนักเชิงสังคมของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบล จ.กาญจนบุรี”.วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, ภาควิชาการปกครอง บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2546.

สาขาวิชานโยบาย และการจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อม, มหาวิทยาลัยเกริก, **รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการศึกษาจัดทำแผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่โครงการหลวง เสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**.กรุงเทพมหานคร:ม.ป.ท..

สินธุ์ สโรบล.**การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ :วนิดาเพชร, 2546.

ศักดิ์รินทร์ แซ่กู่,ณัฐวุฒิ อัสวโกวิทวงศ์และมนต์ทวี จิระวัฒน์ทวี.“โครงการวางแผนการปรับปรุงพื้นที่ตลาดเก่าเพื่อการอนุรักษ์และพัฒนา,กรณีศึกษา:ตลาดสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี”.กรุงเทพฯ:สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน,2549.

สันติชัย นำจิตรชื่น. **PERCEPTION AND PATHOLOGY OF PERCEPTION**. กรุงเทพมหานคร : ภาควิชาจิตเวชศาสตร์ คณะแพทยศาสตร์โรงพยาบาลรามาธิบดี, 2549.

สัมฤทธิ์ กางเพ็ง. “รูปแบบการมีส่วนร่วมในสถานศึกษา.” ฟ้าราชการ 22, 1 (ตุลาคม-พฤศจิกายน), 2544.

สาคร คุณชื่น. “การมีส่วนร่วมของคณะกรรมการโรงเรียนในการนำภูมิปัญญามาพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานการประถมศึกษา จังหวัดสมุทรสาคร.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2543.

ส่วนอุทยานแห่งชาติ สำนักทรัพยากรธรรมชาติ กรมป่าไม้. “เอกสารประกอบการสัมมนาหัวหน้าอุทยานแห่งชาติและวนอุทยาน ครั้งที่ 3 เรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอุทยานแห่งชาติ.” วันที่ 23 - 25 สิงหาคม, 2545.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. **การเปรียบเทียบสมรรถนะ Benchmarking : คู่มือสำหรับมหาวิทยาลัยในประเทศออสเตรเลีย**. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี, 2545.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10**. เข้าถึงเมื่อวันที่ 12 มีนาคม 2552. ได้เข้าถึงจาก <http://www.odd.go.th/Thai-html/05022007/PDF/PDF01/005.pdf>

สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. เข้าถึงได้จาก. เข้าถึงเมื่อวันที่ 23 มกราคม 2553. ได้เข้าถึงจาก <http://www.tourism.go.th>

สมชาย สนั่นเมือง. “ชุมชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว”. จุลสารการท่องเที่ยว. เมษายน-มิถุนายน, 2541.

สิรินทร์ทิพย์ เกสร. “บทบาทการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและผู้นำชุมชนต่อการจัดการศึกษาของโรงเรียน สังกัดสำนักงานการประถมศึกษาจังหวัดมหาสารคาม.” วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา สถาบันราชภัฏมหาสารคาม, 2545.

สุชา จันท์เอม. **จิตวิทยาทั่วไป**. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช, 2541.

สุพัตรา คงขำ. “ความคาดหวังของผู้ปกครองที่มีต่อการดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนาเด็กในศูนย์พัฒนาเด็กเล็กในเขตจังหวัดนนทบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมวิทยาประยุกต์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

สุพัตรา วิชยประเสริฐกุล. “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี” วิทยานิพนธ์ปริญญาการวางแผนและเมืองมหาดบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2545.

เสรี พงศ์พิศ. “วัฒนธรรมพื้นบ้าน: รากฐานการพัฒนา.” ใน **ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบท**. กรุงเทพมหานคร: บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด,2536.

ไสว เลี่ยมแก้ว.จิต : การรับรู้. กรุงเทพมหานคร:สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม,2548.

เสาวภา สุขาทิพย์. “การพัฒนากิจกรรมการมีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน :กรณีศึกษาโรงเรียนวัดไม้เรียน จังหวัดนครศรีธรรมราช.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.2545.

หฤทัย อาจปรุ. “ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ภาวะผู้นำ รูปแบบการดำเนินชีวิตและความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเอง กับการมีจิตสำนึกสาธารณะของนักศึกษาพยาบาล.”วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต,สาขากาพยาบาล คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,2542.

อรพินทร์ ชูชม, อังรา สุขารมณ และ อุษา ศรีจินดารัตน์. “การวิเคราะห์ปัจจัยทางจิตสังคมที่สัมพันธ์กับจิตสำนึกทางปัญญาและคุณภาพชีวิตของเยาวชนไทย.” รายงานการวิจัยฉบับที่ 104. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2549.

อภิศักดิ์ ไฝทาคำ.หลักการพัฒนารวมชน. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น,2539.

อับดุลกอเดร์ บือแนสะเตง, ร้อยตำรวจเอก. “แรงสนับสนุนทางสังคมและพฤติกรรมของผู้ติดยาเสพติดให้โทษประเภทสารระเหย : ศึกษากรณีชาวมุสลิมที่ถูกจับกุมในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดยะลา.” ภาคนิพนธ์ปริญญาพัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,2541.

อุดม เขยกิจวงศ์, ประชิต สกณะพัฒน์ และ วิมล จิโรจพันธุ์.การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แสงดาว,2548.

เอกสิทธิ์ สิทธิศาสนกุล. “ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการปกครองส่วนท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดกาญจนบุรี.” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิตสาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันราชภัฏนครปฐม,2545.

ภาษาต่างประเทศ

- Anthony, H. Birch. **Concepts & Theories of Modern Democracy**. 2nd ed. Edition Routledge. Taylor & Francis Group, 2001.
- Bandura, Albert. **Social Learning Theory**. Englewood Cliffs, N.J. : Prentice Hall, 1977.
- Bryman, A. **Leadership and Organization**. London: Routledge & Kegan Pahl, 1986.
- Bruner, J.S., and Goodman C.C. “**Value and need as organizing factors in perception**”.
Journal of Abnormal and Social Psychology 13, (1947) :33-34
- Cobb, S. “**Social Support as a Moderator of Life Stress.**” Psychosomatic Medicine 38 (September – October 1976) : 300-301.
- Cohen ,John M. and Norman T Upoff. “**Participation’s Place in Rural Development: Seeking Charity through Specificity.**” World Development, 1980.
- Chambers, Roberts.A., Pacay and L.A. Thrupp. **Farmer First: Farmer Innovation and Agricultural Research**. Short Run Press, North Yorkshire. 1989
- Kahn, R.L. “**Aging and Social Support.**” In **Aging from Birth to Death: Interdisciplinary perspectives**, 85. Edited by M.W.Riley. Colorado: Westview press, 1979
- Kaufman ,H.F. “**Participation in Organization Activities in Selected Kentucky Localities**”
Agriculture Experiment Station Bulletin
- Reeder, William W. “**Some Aspects of the Informance Social Paticipation of Farm Families in New York State Cornell University.**” (Unpublished Ph.D. Dissertation, 1974.)
- Ruschmann, D. “**Ecological tourism in Brazil**”. Tourism Management. 1992
- Thoits.P.A. “**Conceptual. Methodological and Theoretical Problems in Studying Social Support as a Buffer Against Life Stress .**” Journal of Health and Social Behavior 23 (June 1982) : 147-148
- United Nations. (1981.May). “**Department of Intemational Economic amd social Affairs.**”
Popular Participation as a stategy for Promoting Community Level Action and inc., 1973.
- Vroom, V. H. **Work and motivation**. New York: John Wiley & Sons. 1964.
- Well, M.). **Neglect of biological riches : The economics of nature tourism in Nepal In Biodiversity and Cnservation**. (p.329). n.p. 1993.

- White, Alastair T. **Why Community Participation? A Discussion of the Argument Co, Community Participation: current issue and lesson learned.** New York: Children's Fund. 1982.
- World Tourism Organization. **Guide for local authorities on developing sustainable tourism.** Madrid, Spain: Author, 1998.
- Yadav, Ram P. **People's Participation: Focus on Mobilization of the Rural Poor.** UN(ADI) Bangkok, 1979
- Yamane, Taro. **Statistics : An Introduction Analsis.** Tokyo : Johnweatherhill, 1973.



สำนักหอสมุดกลาง

ภาคผนวก



สำนักหอสมุดกลาง

ภาคผนวก ก

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและคะแนนผลการทดสอบ



Index of Item Objective Congruence

ตอนที่ 2 ปัจจัยสนับสนุนที่ส่งผลต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านจิตสำนึกสาธารณะ ด้านความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ ด้านการสนับสนุนทางสังคม

นิยามเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
	1	2	3			
การรับรู้						
1. ท่านสละทรัพย์สินเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
2. ท่านสละแรงกายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3. ท่านสละเวลาว่างบำเพ็ญประโยชน์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
4. ท่านสนใจปัญหาและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
5. ท่านเสนอความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
6. ท่านร่วมพัฒนากิจกรรมจิตอาสาในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
7. ท่านอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่รับค่าตอบแทนทุกครั้งที่มีโอกาส	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
8. ท่านยินดีช่วยเหลือชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก โดยไม่รับค่าตอบแทน	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
9. ท่านได้ร่วมแรงร่วมใจจัดตั้งกลุ่มดูแลพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์						
1. ท่านคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ในการขายสินค้าจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
2. ท่านคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ด้านการบริการจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

นิยามเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
	1	2	3			
ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์						
3. ชุมชนของท่านคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
4. ท่านคาดหวังว่าหน่วยงานหรือองค์กรของท่านได้รับงบประมาณเพิ่มเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
5. ท่านคาดหวังว่าสถานศึกษาในชุมชนได้ผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม						
1. ท่านให้การสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
2. ท่านสนับสนุนการอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3. ท่านมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
4. ท่านรักษาความสะอาดบ้านเรือน ร้านค้า และที่สาธารณะบริเวณแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
5. ในตลาด 100 ปี สามชุก มีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอและเหมาะสม	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
6. ในตลาด 100 ปี สามชุก มีการจัดบริการเพื่อรองรับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
7. ในตลาด 100 ปี สามชุก มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารบริการเพื่อบริการนักท่องเที่ยว สะดวก เหมาะสมและเพียงพอ	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
8. ในตลาด 100 ปี สามชุก มีแผนที่และป้ายแสดงสถานที่ต่างๆ ชัดเจน และเหมาะสม	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
9. ท่านรู้สึกว่าคุณเองมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

นิยามเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
	1	2	3			
<p>ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม</p> <p>10. ท่านได้รับการสนับสนุนข้อมูลข่าวสารในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก</p>	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

นิยามเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
	1	2	3			
<p>ด้านร่วมตัดสินใจ</p> <p>1. ท่านมีส่วนร่วมสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก</p>	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
2. ท่านมีส่วนร่วมสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3. ท่านเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาวิธีการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
4. ท่านเคยร่วมพูดคุย ปรึกษาหารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับปัญหาในตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
5. ท่านเคยร่วมพูดคุย ปรึกษาหารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
6. ท่านมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการได้รับผลประโยชน์จากจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
7. ท่านมีส่วนร่วมลงมติ เกี่ยวกับการได้รับผลประโยชน์จากจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
8. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจการก่อสร้างสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้

ตอนที่ 3 (ต่อ)

นิยามเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
	1	2	3			
9. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากรภายในชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก เช่น น้ำ ไฟฟ้า จำนวนผู้เข้าชม ลานจอดรถ แผงร้านค้าเอกชน เป็นต้น	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
10. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจเพื่อกิจกรรมหรือโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
11. ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ เป็นต้น	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
ด้านร่วมดำเนินการ						
1. ท่านให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
2. ท่านให้ความร่วมมือเมื่อมีการประชุมในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3. ท่านร่วมประชุมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อวางแผนจัดสถานที่บริเวณ ตลาด 100 ปี สามชุก ให้เหมาะสมกับการท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
4. ท่านมีส่วนร่วมออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวใน ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
5. ท่านมีส่วนร่วมเสนอแนะในที่ประชุมเพื่อกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
6. ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนระบบดูแลรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
7. ท่านมีส่วนร่วมจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้

ตอนที่ 3 (ต่อ)

นิยามเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
	1	2	3			
ด้านร่วมดำเนินการ						
8. ท่านมีส่วนรณรงค์ให้ประชาชนในท้องถิ่นสนใจบำรุงรักษา ชุมชนให้คงสภาพที่อยู่ดีเสมอ	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
9. ท่านมีส่วนร่วมประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
10. ท่านมีส่วนร่วมจัดประชุมชี้แจงนโยบายเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
11. ท่านมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แผนงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการรับทราบอย่างสม่ำเสมอ	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
12. ท่านมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนในกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ ในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
13. ท่านมีส่วนร่วมปรับปรุง แก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในกิจกรรมท่องเที่ยว	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
14. ท่านมีส่วนร่วมประสานกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
15. ท่านมีส่วนร่วมรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และป้องกันการเอาเปรียบเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
16. ท่านมีส่วนร่วมปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
17. ท่านมีส่วนร่วมปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานอันจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
18. ท่านมีส่วนร่วมบริหารจัดการและเชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง เล็กและธุรกิจชุมชน	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้

ตอนที่ 3 (ต่อ)

นิยามเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
	1	2	3			
ด้านร่วมดำเนินการ						
19. ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้ประกอบการด้านบริการ การท่องเที่ยวให้มีความรู้ทักษะและมาตรฐานบริการและการจัดการ	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
ด้านร่วมรับผลประโยชน์						
1. ท่านได้รับผลประโยชน์ในการประกอบกิจการค้า จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
2. ท่านได้รับผลประโยชน์ในการประกอบกิจการด้านบริหาร จากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
3. ชุมชนของท่านได้รับผลประโยชน์ในการดูแลรักษาชุมชน ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
4. ชุมชนของท่านได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดการท่องเที่ยวตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
5. ชุมชนของท่านได้รับการสนับสนุนจากเอกชนในการจัดการท่องเที่ยวตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
6. สถานศึกษาในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
7. ชุมชนได้รับการยกย่องและเป็นตัวอย่างที่ดีด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
8. คนในชุมชนภูมิใจ รู้คุณค่าของการอนุรักษ์และรักษา วัฒนธรรมของชุมชน	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
9. ท่านได้รับประโยชน์ด้านสังคมอย่างยั่งยืนจากธุรกิจ ร้านค้าในหมู่บ้าน เช่น ข้าวสารด้านการท่องเที่ยว สาธารณูปโภค	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้

ตอนที่ 3 (ต่อ)

นิยามเชิงปฏิบัติการ	ผู้เชี่ยวชาญ			รวม	ค่า IOC	ความหมาย
	1	2	3			
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล						
1.ท่านมีส่วนร่วมติดตามและประเมินผลกิจกรรมการ ท่องเที่ยวต่างๆในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
2.ท่านมีส่วนร่วมประเมินผลกระทบที่เกิดจากกิจกรรมใน บริเวณตลาด 100 ปี สามชุก	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
3.ท่านมีส่วนร่วมสนับสนุนให้นำรายได้จากการเก็บภาษี บำรุงท้องที่มาปรับปรุงสาธารณูปโภคภายในชุมชน	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
4.ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลเข้าร่วม บูรณะซ่อมแซมและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
5.ท่านมีส่วนร่วมจัดทำเอกสารรายงานผลในภาพรวมของ การท่องเที่ยวในพื้นที่ให้แก่หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ	0	+1	+1	2.00	0.67	ใช้ได้
6.ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการร่วม รณรงค์ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนรู้จัก ระมัดระวังในการอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สถานที่ท่องเที่ยวคงอยู่สภาพเดิมมาจน	0	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
7.ท่านมีส่วนร่วมตรวจสอบการจัดเก็บ ผลประโยชน์และจัดสรรประโยชน์เพื่อให้เกิด ความเป็นธรรม	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้
8. ท่านมีส่วนร่วมประเมินผลเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหา สิ่งแวดล้อมของชุมชนตลาด100 ปี สามชุก	+1	+1	+1	3.00	1.00	ใช้ได้

สำนักหอสมุดกลาง

ภาคผนวก ข
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. เพศ

ชาย หญิง

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 20 – 30 ปี 31 – 40 ปี
 41 – 50 ปี 51 – 60 ปี 61 ปี ขึ้นไป

3. อาชีพ

รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท/ห้างร้าน รับจ้างทั่วไป
 ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว ข้าราชการบำนาญ เกษตรกร
 นักเรียน/นักศึกษา อื่นๆ ระบุ.....

4. ระดับการศึกษา

ไม่ได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐาน / ไม่จบการศึกษาภาคบังคับ
 ประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น มัธยมศึกษาตอนปลาย
 อนุปริญญา/เทียบเท่า ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

5. รายได้ต่อเดือน

ต่ำกว่า 5,000 บาท 5,001 – 10,000 บาท 10,001 – 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท 30,001 บาท ขึ้นไป

6. ระยะเวลาในการมีส่วนร่วมของท่านต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์

ทุกวันหยุดนักขัตฤกษ์ เฉพาะวันเสาร์ หรือ วันอาทิตย์ เฉพาะวันเสาร์และวันอาทิตย์
 ตั้งแต่วันจันทร์ ถึงวันศุกร์ ตลอดสัปดาห์ อื่น.....

7. ท่านได้อาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก

อยู่ ไม่อยู่

* ถ้าไม่อยู่ให้ข้ามไปตอบข้อ 9

8. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก

ต่ำกว่า 5 ปี 6 – 10 ปี 11 – 15 ปี
 16 – 20 ปี มากกว่า 21 ปี ขึ้นไป

9. ระยะทางจากที่พักอาศัยถึง ตลาด 100 ปี สามชุก

ต่ำกว่า 500 เมตร 501 เมตร – 1 กิโลเมตร 1.1 – 2 กิโลเมตร
 2.1 – 3 กิโลเมตร มากกว่า 3 กิโลเมตร ขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุน

ส่วนที่ 1 การรับรู้ต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับความเป็นจริง

1. ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก

- เคย ไม่เคย

* ถ้าไม่เคยให้ข้ามไปตอบข้อ 3

2. ท่านได้รับข่าวสารจากแหล่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> อินเทอร์เน็ต | <input type="checkbox"/> โทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> วิทยุ | <input type="checkbox"/> หอกระจายข่าว |
| <input type="checkbox"/> วารสาร/นิตยสาร | <input type="checkbox"/> หนังสือพิมพ์ |
| <input type="checkbox"/> เอกสารเผยแพร่ความรู้ | <input type="checkbox"/> ป้ายประชาสัมพันธ์ |
| <input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่ของรัฐ | <input type="checkbox"/> เจ้าหน้าที่ขององค์กรอิสระ/มูลนิธิ |
| <input type="checkbox"/> การสนทนากับเพื่อนบ้าน | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

3. ท่านรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการได้รับรางวัลในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก

- ทราบ ไม่ทราบ

* ถ้าไม่ทราบให้ข้ามไปตอบข้อ 5

4. ท่านทราบถึงการได้รับรางวัลต่างของตลาด 100 ปี สามชุกใดบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- รางวัลอนุรักษ์ศิลปสถาปัตยกรรมดีเด่น ประจำปี 2548 ประเภทองค์กร
- รางวัลชุมชนพัฒนาท่องเที่ยวดีเด่น
- รางวัลชุมชนดีเด่นด้านการท่องเที่ยวไทย
- คนดีศรีแผ่นดิน
- รางวัลการยกย่องสังคมแห่งการเรียนรู้ต้นแบบ
- รางวัลอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ประจำปี 2552 ประเภทดี (Award of Merit)

5. ท่านทราบถึงหน่วยงานใดบ้างที่ให้การช่วยเหลือในการจัดกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์
ตลาด 100 ปี สามชุก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- มูลนิธิชุมชนไท
- สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน(องค์กรมหาชน)
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)
- เทศบาลตำบลสามชุก
- อื่นๆ ระบุ



ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุน

ส่วนที่ 2 จิตสำนึกสาธารณะ

คำชี้แจง โปรดอ่านและพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และตัดสินใจต่อข้อความในแต่ละข้อเป็นจริงมากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือให้ตรงกับความเป็นจริง

น้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับน้อยที่สุด
น้อย	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับน้อย
ปานกลาง	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับปานกลาง
มาก	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับมาก
มากที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับมากที่สุด

ข้อ ที่	ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1	ท่านสละทรัพย์สินเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
2	ท่านสละแรงกายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
3	ท่านสละเวลาว่างเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
4	ท่านสนใจปัญหาและการเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
5	ท่านเสนอความคิดเห็นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
6	ท่านร่วมพัฒนากิจกรรมจิตสาธารณะในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
7	ท่านอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวโดยไม่รับค่าตอบแทนทุกครั้งที่มีโอกาส					
8	ท่านยินดีช่วยเหลือชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุกโดยไม่รับค่าตอบแทน					
9	ท่านได้ร่วมแรงร่วมใจจัดตั้งกลุ่มดูแลพิทักษ์สิ่งแวดล้อมและเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุน

ส่วนที่ 3 ความคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์

คำชี้แจง โปรดอ่านและพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และตัดสินใจต่อข้อความในแต่ละข้อเป็นจริงมากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือให้ตรงกับความเป็นจริง

น้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับน้อยที่สุด
น้อย	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับน้อย
ปานกลาง	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับปานกลาง
มาก	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับมาก
มากที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับมากที่สุด

ข้อ ที่	ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
10	ท่านคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ในการขายสินค้าจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
11	ท่านคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์ด้านการบริการจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
12	ชุมชนของท่านคาดหวังเกี่ยวกับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
13	ท่านคาดหวังว่าหน่วยงานพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์ของท่านได้รับงบประมาณเพื่อใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
14	ท่านคาดหวังว่าสถานศึกษาในชุมชนได้ผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยสนับสนุน

ส่วนที่ 4 ปัจจัยสนับสนุนทางสังคม

คำชี้แจง โปรดอ่านและพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และตัดสินใจต่อข้อความในแต่ละข้อเป็นจริงมากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือให้ตรงกับความเป็นจริง

น้อยที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับน้อยที่สุด
น้อย	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับน้อย
ปานกลาง	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับปานกลาง
มาก	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับมาก
มากที่สุด	หมายถึง	ตรงกับความเป็นจริงในระดับมากที่สุด

ข้อ ที่	ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
15	ท่านให้การสนับสนุนในกิจกรรมต่างๆในการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
16	ท่านสนับสนุนการอนุรักษ์วัฒนธรรมอันดีงามของท้องถิ่น ตลาด 100 ปี สามชุก					
17	ท่านมีความรู้ความเข้าใจและตระหนักถึงความสำคัญของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
18	ท่านรักษาความสะอาดบ้านเรือน ร้านค้า และที่สาธารณะประโยชน์บริเวณแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
19	ในตลาด 100 ปี สามชุก มีสิ่งอำนวยความสะดวก เพียงพอและเหมาะสม					
20	ในตลาด 100 ปี สามชุก มีการจัดบริการเพื่อรองรับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์					
21	ในตลาด 100 ปี สามชุก มีศูนย์ข้อมูลข่าวสารเพื่อบริการนักท่องเที่ยว สะดวก เหมาะสม และเพียงพอ					
22	ในตลาด 100 ปี สามชุก มีแผนที่และป้ายแสดงสถานที่ต่างๆชัดเจน และเหมาะสม					
23	ท่านรู้สึกว่าคุณมีความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					
24	ท่านได้รับการสนับสนุนข้อมูลข่าวสารในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ ตลาด 100 ปี สามชุก					

ตอนที่ 3 การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

คำชี้แจง โปรดอ่านและพิจารณาข้อความต่อไปนี้ และตัดสินใจต่อข้อความในแต่ละข้อเป็นจริงมากน้อยเพียงใด โดยทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างทางขวามือให้ตรงกับความเป็นจริง

น้อยที่สุด	หมายถึง	มีส่วนร่วมในระดับน้อยที่สุด
น้อย	หมายถึง	มีส่วนร่วมในระดับน้อย
ปานกลาง	หมายถึง	มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง
มาก	หมายถึง	มีส่วนร่วมในระดับมาก
มากที่สุด	หมายถึง	มีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด

ข้อ ที่	ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ด้านร่วมตัดสินใจ						
25	ท่านมีส่วนร่วมสำรวจข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก					
26	ท่านมีส่วนร่วมสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก					
27	ท่านเข้าร่วมประชุมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อหาวิธีการจัดการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับชุมชน					
28	ท่านเคยร่วมพูดคุย ปรึกษาหารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับปัญหาในตลาด 100 ปี สามชุก					
29	ท่านเคยร่วมพูดคุย ปรึกษาหารือกับประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก					
30	ท่านมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับการได้รับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
31	ท่านมีส่วนร่วมลงมติ เกี่ยวกับการได้รับผลประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
32	ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจการก่อสร้างสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
33	ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจควบคุมการใช้และกระจายทรัพยากร ในชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก เช่น น้ำ ไฟฟ้า จำนวนผู้เข้าชม ลานจอดรถ แผงร้านค้าเอกชน เป็นต้น					

ข้อ ที่	ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
34	ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจเพื่อกิจกรรม หรือ โครงการส่งเสริม การท่องเที่ยวของชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
35	ท่านมีส่วนร่วมตัดสินใจพัฒนาบุคลากรเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยว เช่น การอบรมมัคคุเทศก์ เป็นต้น					
ด้านร่วมดำเนินการ						
36	ท่านให้ข้อมูลที่จำเป็นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องในการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
37	ท่านให้ความร่วมมือเมื่อมีการประชุมในการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
38	ท่านร่วมประชุมกับหน่วยงานรัฐ เอกชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อวางแผนจัดสถานที่บริเวณ ตลาด 100 ปี สามชุก ให้ เหมาะสมกับการท่องเที่ยว					
39	ท่านมีส่วนร่วมออกความคิดเห็นเกี่ยวกับการกำหนดรูปแบบ กิจกรรมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก					
40	ท่านมีส่วนร่วมเสนอแนะในที่ประชุมเพื่อกำหนดทิศทาง การท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก					
41	ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนระบบดูแลรักษา ความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว					
42	ท่านมีส่วนร่วมจัดทำโครงการและแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวในตลาด 100 ปี สามชุก					
43	ท่านมีส่วนร่วมรณรงค์ให้ประชาชนในท้องถิ่นสนใจบำรุงรักษา ชุมชนให้คงสภาพที่อยู่ดีเสมอ					
44	ท่านมีส่วนร่วมประสานความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ ให้เกิดความเข้าใจที่ดีต่อกัน					
45	ท่านมีส่วนร่วมจัดประชุมชี้แจงนโยบายเกี่ยวกับการจัดการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ					
46	ท่านมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์แผนงานเกี่ยวกับการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในชุมชนท้องถิ่นและผู้ประกอบการ รับทราบอย่างสม่ำเสมอ					
47	ท่านมีส่วนร่วมในการให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนใน กิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก					

ข้อ ที่	ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
48	ท่านมีส่วนร่วมปรับปรุง แก้ไขปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้นในกิจกรรมท่องเที่ยว					
49	ท่านมีส่วนร่วมประสานกับหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
50	ท่านมีส่วนร่วมรักษาความปลอดภัยในทรัพย์สินและป้องกันการเอาเปรียบเพื่อสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว					
51	ท่านมีส่วนร่วมปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานจำเป็นต่อการเพิ่มประสิทธิภาพที่ส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันของชุมชนเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
52	ท่านมีส่วนร่วมบริหารจัดการและเชื่อมโยงวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็ก และธุรกิจชุมชน					
53	ท่านมีส่วนร่วมในการพัฒนาผู้ประกอบการค้าจากการท่องเที่ยวให้มีความรู้ทักษะและมาตรฐานบริการและการจัดการ					
ด้านร่วมรับผลประโยชน์						
54	ท่านได้รับผลประโยชน์ในการประกอบกิจการค้าจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
55	ท่านได้รับผลประโยชน์ในการประกอบกิจการด้านบริหารจากการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
56	ชุมชนของท่านได้รับผลประโยชน์ในการดูแลรักษาชุมชนให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
57	ชุมชนของท่านได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการจัดการท่องเที่ยวตลาด 100 ปี สามชุก					
58	ชุมชนของท่านได้รับการสนับสนุนจากเอกชนในการจัดการท่องเที่ยวตลาด 100 ปี สามชุก					
59	สถานศึกษาในท้องถิ่นได้รับประโยชน์จากการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาด 100 ปี สามชุก					
60	ชุมชนได้รับการยกย่องและเป็นตัวอย่างที่ดีด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์					
61	คนในชุมชนภูมิใจ รู้คุณค่าของการอนุรักษ์และรักษาวัฒนธรรมของชุมชน					

ข้อ ที่	ข้อความ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
62	ท่านได้รับประโยชน์ด้านสังคมอย่างยั่งยืนจากธุรกิจ ร้านค้า ในหมู่บ้าน เช่น ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว สาธารณูปโภค					
ด้านร่วมติดตามและประเมินผล						
63	ท่านมีส่วนร่วมติดตามและประเมินผลกิจกรรมการท่องเที่ยว ต่างๆในบริเวณตลาด 100 ปี สามชุก					
64	ท่านมีส่วนร่วมประเมินผลกระทบที่เกิดจากกิจกรรมใน บริเวณตลาด 100 ปี สามชุก					
65	ท่านมีส่วนร่วมสนับสนุนให้นำรายได้จากการจัดเก็บภาษี บำรุงท้องที่มาปรับปรุงสาธารณูปโภคภายในชุมชน					
66	ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผลการเข้าร่วมบูรณะ ซ่อมแซมและก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยวในชุมชน					
67	ท่านมีส่วนร่วมจัดทำเอกสารรายงานผลในภาพรวมของการ ท่องเที่ยวในพื้นที่ให้แก่หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ					
68	ท่านมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลการร่วมรณรงค์ ประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวหรือคนในชุมชนรู้จัก ระมัดระวังในการอนุรักษ์ทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ สถานที่ท่องเที่ยวคงอยู่สภาพเดิมมาๆ					
69	ท่านมีส่วนร่วมตรวจสอบการจัดเก็บผลประโยชน์และ จัดสรรประโยชน์เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม					
70	ท่านมีส่วนร่วมประเมินผลเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหา สิ่งแวดล้อมของชุมชน ตลาด 100 ปี สามชุก					

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

แบบสัมภาษณ์ การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์

กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล

ชื่อ-สกุล.....อายุ.....ระดับการศึกษา.....

อาชีพ.....ตำแหน่ง.....รายได้ต่อเดือน.....

.....
.....

ส่วนที่ 2 ปัจจัยต่างๆที่ทำให้ผู้ให้ข้อมูลเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี

.....
.....
.....

ส่วนที่ 3 แนวทางการมีส่วนร่วมของผู้ให้ข้อมูลหลัก

.....
.....
.....

ส่วนที่ 4 ปัญหาที่เกิดขึ้นในตลาด 100 ปีสามชุก ความต้องการ และข้อเสนอแนะ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในตลาดต่อไป

.....
.....
.....
.....

ส่วนที่ 5 แนวทางการปฏิบัติที่เป็นเลิศของตลาด 100 ปี สามชุก รวมถึงวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ

.....
.....
.....
.....

สำนักหอสมุดกลาง

ภาคผนวก ค

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและผู้ทรงคุณวุฒิ



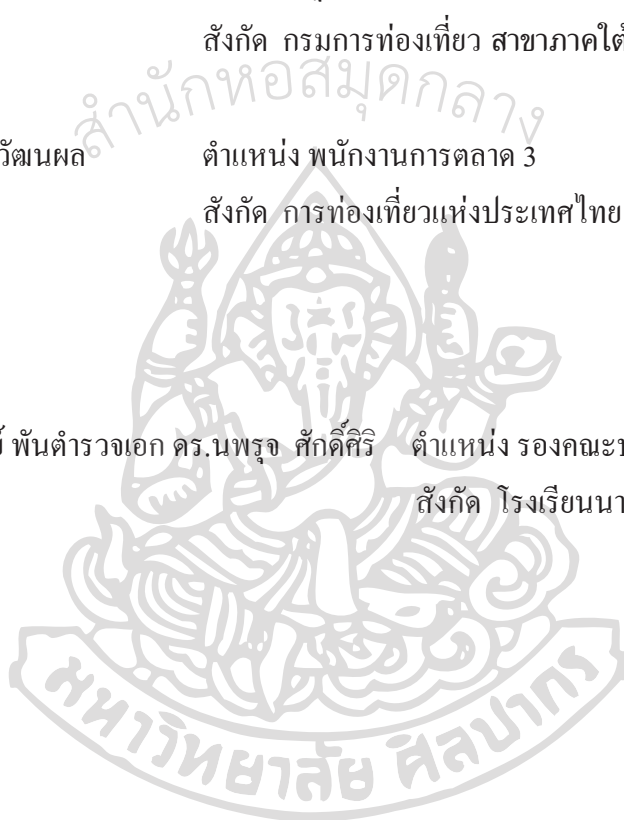
รายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านดังนี้

1. นางสาวราตรี โอภาส ตำแหน่ง คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุกเชิงอนุรักษ์
ที่อยู่ปัจจุบัน 290 ซ.3 ต.สามชุก อ.สามชุก จ.สุพรรณบุรี 72130
2. นาย ตำแหน่ง นักพัฒนาการท่องเที่ยว ปฏิบัติการ
สังกัด กรมการท่องเที่ยว สาขาภาคใต้เขต 2
3. นาย รุฒพัฒน์ วัฒนผล ตำแหน่ง พนักงานการตลาด 3
สังกัด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี

ผู้ทรงคุณวุฒิ

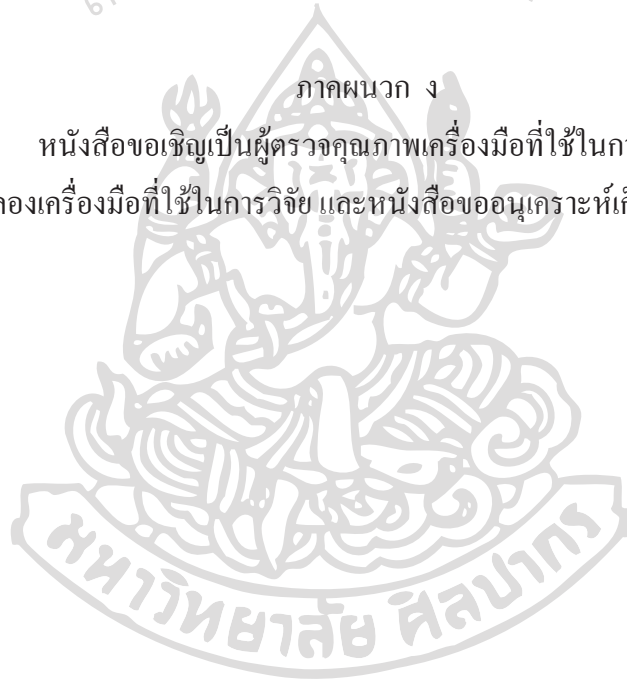
รองศาสตราจารย์ พันตำรวจเอก ดร.นพรุจ สักดิ์ศิริ ตำแหน่ง รองคณบดี คณะนิติวิทยาศาสตร์
สังกัด โรงเรียนนายร้อยตำรวจ



สำนักหอสมุดกลาง

ภาคผนวก ง

หนังสือขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
หนังสือขอทดลองเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และหนังสือขออนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย



ที่ ศธ 0520.107 (นฐ) / 85๐๐



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

1 ธันวาคม 2554


เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

เรียน คุณราตรี โอภาส

ด้วย นางประภัสสร แจ่มโพธิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” มีความประสงค์จะขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัย เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเป็นผู้ตรวจเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435

ที่ ศธ 0520.107(นฐ)/ 8610



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

8 ธันวาคม 2554

เรื่อง ขอตกลงเครื่องมือวิจัย

เรียน นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก

ด้วยนางประภัสสร แจ่มโพธิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง "การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปีสามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี" มีความประสงค์จะขอตกลงเครื่องมือวิจัยกับเจ้าหน้าที่ของรัฐในชุมชน สมาชิกในชุมชนจากประวัติทะเบียนราษฎร์ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชน หรือมูลนิธิที่เกี่ยวข้อง ในการนี้บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้ความอนุเคราะห์ในการตกลงเครื่องมือวิจัยกับนักศึกษาดังกล่าวตามความเหมาะสม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงาน บัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 , 0-3424-3435



ที่ ศธ 0520.107 (นฐ) / ๙๖๖๐

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์ นครปฐม 73000

15 ธันวาคม 2554

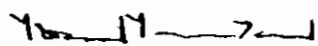
เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก

ด้วย นางประภัสสร แจ่มโพธิ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท บัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง “การมีส่วนร่วมของประชาชนต่อการจัดการท่องเที่ยวชุมชนเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษา ตลาด 100 ปี สามชุก ตำบลสามชุก อำเภอสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี” มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ของรัฐในชุมชน สมาชิกในชุมชนจากประวัติทะเบียนราษฎร ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนหรือมูลนิธิที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดแจ้งเจ้าหน้าที่ของรัฐในชุมชน สมาชิกในชุมชนจากประวัติทะเบียนราษฎร ผู้ประกอบการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และหน่วยงานภาคเอกชนหรือมูลนิธิที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการให้ข้อมูลแก่นักศึกษาดังกล่าวตามความเหมาะสม สามารถติดต่อโดยตรง 081-1996658

จึงเรียนมาเพื่อโปรดอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ


(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ โพธิ์ศิริธรรม)
รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย

นครปฐม โทร.0-3421-8788 ต่อ 11

สำนักหอสมุดกลาง

ภาคผนวก จ

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึกและสัมภาษณ์กลุ่ม



รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์เชิงลึก

1	นายพงษ์วิน ชัยวิรัตน์	นายกเทศมนตรีเทศบาลตำบลสามชุก
2	นายกอบชัย สุขสราญจิต	ประธานชุมชนตลาดสามชุก
3	นายสุบรรณชา กล้าหาญ	ครูโรงเรียนวัดสามชุก
4	นายพิชญ บัวจันทร์ (ลุงน่า)	ไวยาวัจกรวัดสามชุก คนดูแลเรือท่องเที่ยววัดสามชุก
5	นางมาลี จีราวัฒน์(เจ้มาลี)	แม่ค้าในตลาด 100 ปี สามชุก
6	นางสาวฉวีฐาชล แฝงโยธา	เจ้าหน้าที่เทศกิจ เทศบาลตำบลสามชุก
7	นายอาคม ชานาง	ผู้ช่วยผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานสุพรรณบุรี
8	นางสาวทับทิม แก้วกิ่ง	เจ้าหน้าที่มูลนิธิชุมชนไทย
9	นายปราโมทย์ สรรพคุณานนท์	เจ้าหน้าที่ศูนย์จำหน่ายของที่ระลึก ตลาด 100 ปี สามชุก

รายชื่อผู้ให้ข้อมูลสัมภาษณ์กลุ่ม

1	นางกฤตยา เสริมสุข(อ.แห้ว)	ข้าราชการบำนาญ วิทยากรบรรยาย สืบค้นข้อมูลทางประวัติศาสตร์
2	รศ.ราตรี โอภาส	ข้าราชการบำนาญ ผู้ทรงคุณวุฒิให้คำปรึกษาด้านวิจัยและพัฒนา
3	นางอรุณลักษณ์ อ่อนวิมล(พี่หนู)	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ฝ่ายประชาสัมพันธ์/ท่องเที่ยว
4	นายธเนศ กิตติพรพานิช	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ฝ่ายประชาสัมพันธ์/ท่องเที่ยว
5	นางนพรัตน์ อมตธรรม	คณะกรรมการพัฒนาตลาดสามชุก ฝ่ายจัดหารายได้
6	นางปิยรัตน์ ตำเรศรัมย์	เจ้าของร้าน ระเบียบ ซอย 1 ตลาด 100 ปี สามชุก
7	นางสาวอภิญญา เนติประมุข	เจ้าของร้าน ไอ้หย้า ซอย 2 ตลาด 100 ปี สามชุก
8	นางสาวสันทนา ลอยจินดารัตน์	เจ้าของร้านของชำป้านา ซอย 3 ตลาด 100 ปี สามชุก
9	นายสมชาย หงษ์สุพรรณ	เจ้าของร้านเบ็ดตกปลา ซอย 4 ตลาด 100 ปี สามชุก

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางประภัสสร แจ่มโพธิ์
ที่อยู่	228/1 หมู่ 8 ตำบลศาลาขาว อำเภอเมืองสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี
ที่ทำงาน	โรงเรียนวัดยางยี่แสด อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2540	สำเร็จการศึกษาศิลปศาสตรบัณฑิต วิชาเอกภาษาอังกฤษ วิชาโทภาษาญี่ปุ่น สถาบันราชภัฏเทพสตรี อำเภอเมืองลพบุรี จังหวัดลพบุรี
พ.ศ. 2544	สำเร็จการศึกษาประกาศนียบัตรบัณฑิต วิชาชีพครู สถาบันราชภัฏนครปฐม อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
พ.ศ. 2550	ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาพัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
ประวัติการทำงาน	
พ.ศ. 2540-2549	ครูอัตราจ้าง วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุพรรณบุรี จังหวัดสุพรรณบุรี
พ.ศ. 2549-2551	ครูผู้ช่วย โรงเรียนวัดโพธิ์เจ็ยว อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
พ.ศ. 2551-2552	ครู คศ.1 โรงเรียนวัดโพธิ์เจ็ยว อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี
พ.ศ. 2552-ปัจจุบัน	ครู คศ.1 โรงเรียนวัดยางยี่แสด อำเภออู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี

