

**แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วม
ของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม**
**Guidelines for the Promotion of Cultural Tourism Participation
of Community Bangluang, Banglen District, Nakhon Pathom Province**

ชายชาญ ปฐมกาญจนนา¹ และนรินทร์ สังข์รักษา²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 2) เปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และ 3) ศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวง 400 คน ผู้ให้ข้อมูลหลัก 14 คน เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับ ดังนี้ ด้านเดินทาง ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ
2. การเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพสมรส แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจการท่องเที่ยวตลาดบางหลวงไม่แตกต่างกัน
3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า ควรมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณในจำนวนที่มากพอ ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่าย

ข้อมูลบทความ

ส่งบทความ 15 ตุลาคม 2557
ตอบรับ 2 ธันวาคม 2557
เผยแพร่ออนไลน์ 8 เมษายน 2558

คำสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ตลาดบางหลวง
Cultural tourism
Community Bangluang

Abstract

The purposes of the research were: 1) to study levels of motivation to travel cultural capital markets at Bangluang, Nakhon Pathom, 2) to compare the incentives for tourist's cultural capital markets at Bangluang, Nakhon Pathom by legal status of individual and 3) to study on the promotion of cultural tourism with community participation capital markets at Bangluang, Nakhon Pathom. The sample were 400 Thailand tourists that visited the capital market, 14 people were interviewed. Informants including questionnaires

¹ นักศึกษา ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
อีเมล: chaichan_champ@hotmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

and interviews. The statistics used were frequency, percentage, mean and standard deviation, t-test, ANOVA and content Analysis

The results were:

1. Level incentives in the tourism market of tourists visit the royal Bangluang, Nakhon Pathom, overall, are moderate and considering it was found that the motivation is moderate on all sides. Sorted by following; travel, in tourism attractions, service, facilities and public relations.

2. Compare the level of incentive travel traveling tourism market Bangluang, Nakhon Pathom by personal factors that tourists with sex, age, education, occupation, income and marital status have different incentives for different tourism markets Bangluang statistically significant at the .05 level at the tourists domiciled different level incentive travel market capital is no different.

3. Guidelines for the promotion of cultural tourism with community participation capital markets at Bangluang, Nakhon Pathom found that the people or person, need to be developed to tour with volunteers in tourism development in the community. Financial or budget should the promotion of Tambon Administration Organization or local and related agencies should support the budget in sufficient numbers, equipment or supplies. Language and communication awareness is an important tool to communicate with foreigners. Management Nakhon Pathom is the metropolitan province not far from Bangkok should be grouped together in helping coordinate and provide information to each other. To network and support each other and the promotion of tourism's contribution to the community. The notification should include an opportunity for the community to play a role in the management of the market and encouraged to bring a product to sell in the local market.

บทนำ

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) คาดการณ์แนวโน้มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก ในปี พ.ศ. 2556 และปี พ.ศ. 2563 ว่าจะมีนักท่องเที่ยวถึง 1,006 ล้านคน และ 1,561 ล้านคน โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.15 ต่อปี และคาดการณ์ต่อไปอีกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มายังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะมีถึง 397 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 6.55 ต่อปี (พจนา บุญคุ้ม, 2556, น. 12) การท่องเที่ยวของไทยมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 5.7 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าอัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลก (4.20%) จากการจัดลำดับประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด 40 อันดับแรกของโลก ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 21 ของโลก การพยากรณ์ คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นจาก 8.59 ล้านคนในปี พ.ศ. 2542 เป็น 9.43 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2543 ในปี พ.ศ. 2544 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยว 10.6 ล้านคน และมีจำนวน

เพิ่มขึ้นเป็น 20.3 ล้านคนในปี พ.ศ. 2555 และในปี พ.ศ. 2556 23.1 ล้านคน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556, น. 24)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและชนบทธรรมเนียมวิถีชีวิตไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว ที่จะสามารถเพิ่มสมรรถนะและขีดของการแข่งขันของประเทศไทยต่อประเทศคู่แข่งได้ ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2556 ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวไว้ในหัวข้อยุทธศาสตร์การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูและรักษาสภาพแวดล้อมชุมชนศิลปวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยว ไว้ดังนี้ คือ เพื่อเป็นการเกื้อหนุนทุนการพัฒนาคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจชุมชน โดยรักษาสภาพแวดล้อมแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปกรรม โบราณคดี เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และใช้ผังเมืองเป็นกลไกประสานการจัดการสิ่งแวดล้อมเมืองให้เกิดความน่าอยู่และยั่งยืน

(ชาชีวัฒน์ ศรีแก้ว, 2554, น. 71) การท่องเที่ยวได้ถูกกล่าวถึงในฐานะของธุรกิจการค้าบริการที่มีศักยภาพที่สามารถช่วยขยายการจ้างงาน การกระจายรายได้ และการหารายได้จากเงินตราต่างประเทศ และได้ถูกบรรจุให้เป็น “แนวทางเร่งด่วนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคม” ในประเทศไทยได้มีการจัดลำดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นรูปธรรมการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งซึ่งเน้นความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับ มรดกประเพณีที่สืบทอดต่อกันมา และวัฒนธรรมที่ดึงดูดความสนใจ โดยสิ่งที่ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวนั้นมีหลายอย่างประกอบด้วยวิถีชีวิต พิธีกรรม การแสดง แหล่งโบราณคดี ศิลปะ ละคร การแสดงดนตรีสากล และการแสดงดนตรีพื้นบ้าน ประเพณี พิธีกรรมทางศาสนา หัตถกรรมงานฝีมือ และการกระทำอื่นๆ ซึ่งเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรม (จุฑามาศ คงสวัสดิ์, 2550, น. 1) ดังนั้น วัฒนธรรมที่นำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยวจึงมีความหมายรวมถึง สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา ได้แก่ สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน ศิลปวัตถุ พิพิธภัณฑ์สถาน ลักษณะการประกอบอาชีพที่มีความโดดเด่น สถานที่แสดงทางด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี การละเล่นพื้นเมืองต่างๆ งานหัตถกรรม และสินค้าในท้องถิ่นต่างๆ ตลอดจนวิถีชีวิตความเป็นอยู่ เป็นต้น

การท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม มีผู้วิจัยหลายท่านที่ทำการศึกษถึงแนวทางและศักยภาพของจังหวัดนครปฐม ในด้านการท่องเที่ยว เช่น พจนา บุญคุ้ม (2556, น. 33) ได้ทำการศึกษาแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า จังหวัดนครปฐมมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในด้านทรัพยากร สถานที่บรรยากาศ วัฒนธรรม ตลอดจนความร่วมมือของคนในพื้นที่ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ ดวงสมร พิกสังข์ (2552, น. 26) ได้ทำการศึกษาการสำรวจทุนทางสังคมและการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ผลการวิเคราะห์ทุนทางสังคม พบว่า ชุมชนเทศบาลตำบลศาลายามีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดสนิทสนมกันมาก โดยจะพบเห็นได้จากการที่คนในชุมชนจะมีการทำกิจกรรมงานบุญประเพณีต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของชาวศาลายา เช่น งานประเพณีแข่งเรือ งานวันเด็ก งานวันสงกรานต์ รวมทั้งมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกันในการทำกิจกรรมหรืองานต่างๆ เช่น งานบวช งานแต่งงาน เป็นต้น และชาวชุมชนเทศบาลตำบลศาลายายังมีการพบปะพูดคุยกันผ่านการประชุม ได้แก่ การประชุมระดับชุมชน

ซึ่งจะมีประธานชุมชน ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เป็นแกนนำในการประชุมชาวบ้านในชุมชน และมีเทศบาลตำบลศาลายาเป็นสื่อกลางในการประชุมระดับชุมชน นอกจากนี้ชาวชุมชนเทศบาลตำบลศาลายายังมีการรวมกลุ่มอาชีพในการสร้างรายได้เสริมให้กับตนเองและชุมชน เช่น กลุ่มสตรีการสร้างอาชีพ กลุ่มแปรรูปสมุนไพรศาลายา และกลุ่มแม่บ้าน เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นบรรยากาศที่คุ้นเคยกันเป็นอย่างดีจนกลายเป็นเอกลักษณ์ทางสังคมของชาวชุมชนศาลายา ซึ่งจากการศึกษาข้างต้น ทำให้ทราบว่าจังหวัดนครปฐมมีความพร้อมในด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดในเขตชานเมืองกรุงเทพมหานคร ที่มีอารยธรรมที่สำคัญเนื่องจากมีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ เป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ และเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดี นอกจากนี้ มีการค้นพบหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีจำนวนมากในยุคนั้น นครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดีย รวมทั้งพุทธศาสนา นครปฐมจึงเป็นศูนย์กลางของความเจริญมีชนชาติต่างๆ อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมาก มีปูชนียสถานเก่าแก่ที่สำคัญ คือ พระปฐมเจดีย์ ซึ่งนับเป็นร่องรอยของการเผยแผ่พระพุทธศาสนา และอารยธรรมจากประเทศอินเดียเข้ามาในประเทศไทยในยุคแรกๆ แม้จะเป็นจังหวัดเล็กๆ แต่ก็มีแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงถึงวัฒนธรรมเก่าแก่มากมาย เช่น วัด ตลาดเก่า เป็นต้น

ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นตลาดเก่าแก่อายุมากกว่าหนึ่งร้อยปี เป็นชุมชนเก่าแก่อายุกว่า 100 ปี เริ่มก่อตั้งตลาดตั้งแต่ปี พ.ศ. 2446 ตั้งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน (หรือแม่น้ำสุพรรณบุรี) ด้านฝั่งตะวันตก เป็นท้องแควไม้สองชั้น หันหน้าเข้าหากัน ยาวจากหัวตลาดถึงท้ายตลาดประมาณ หกสิบแปดห้อง ปัจจุบันยังคงสภาพความสวยงามและบรรยากาศของสถาปัตยกรรมตลาดเก่าในอดีตไว้อย่างสมบูรณ์ ทั้งรูปแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่าย การค้าขายของคนในชุมชน รวมทั้งประเพณีและวัฒนธรรม ที่ผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมไทยและจีนที่สืบทอดกันมาเป็นเวลากว่า 100 ปี การสร้างตลาดบางหลวงในอดีต ได้เริ่มจากคนจีนโพ้นทะเลที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานที่บางหลวง จนกลายเป็นชุมชนที่ประกอบการค้า จึงสร้างเป็นตลาดเรือนไม้สองชั้นหันหน้าเข้าหากัน โดยสร้างตลาดบนก่อนเป็นตลาดแรก เมื่อตลาดมีความเจริญรุ่งเรืองชุมชนเริ่มขยาย ได้มีการสร้างตลาดล่างและตลาดกลางตามลำดับ ปัจจุบันอยู่ในการดูแลของเทศบาลตำบลบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

เทศบาลตำบลบางหลวงได้ดำเนินการจัดการเกี่ยว

กับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมภายในตลาดบางหลวง โดยได้จัดกิจกรรมอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม ดูแลรักษา แม่น้ำคูคลอง โดยการลอกวัชพืชในแม่น้ำลำคลอง และได้ดำเนินการโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาตลาดบางหลวง ให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของจังหวัดนครปฐม แต่ยังคงพบปัญหาการบริหารงานบางส่วนที่ต้องการพัฒนาเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะบุคลากร การแก้ปัญหาเบื้องต้นจัดโครงการฝึกอบรม และศึกษาดูงานของคณะผู้บริหารพนักงานเทศบาล ลูกจ้าง เทศบาลและผู้นำชุมชน เพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถและสร้างเสริมประสบการณ์ให้แก่บุคลากร เพื่อนำความรู้ที่ได้มาปรับใช้ในการพัฒนาตลาดบางหลวงและชุมชน ตลอดจนได้จัดหาและปรับปรุง พัฒนาเครื่องมือเครื่องใช้ในการปฏิบัติงานให้เพียงพอพร้อม ใช้งานอยู่เสมอ ปรับปรุงขั้นตอนการปฏิบัติงานพร้อมนำเทคโนโลยี ที่ทันสมัยมาใช้ในการบริการประชาชน และได้ส่งเสริมและสนับสนุน ให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม นำปัญหาและความต้องการของชุมชนมาเป็นข้อมูล ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพสร้างเสริมรายได้ให้ กับคนในชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

จากเหตุผลและความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวที่ได้รับเสนอต่อ ผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมของตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับคำถามของการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนด วัตถุประสงค์ของการวิจัยไว้ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัด นครปฐม
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัด นครปฐม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
3. เพื่อศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

คำถามการวิจัย

จากความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อให้ สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเป็นแนวทางในการ พยายามหาคำตอบของการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดข้อคำถามของ การวิจัยดังต่อไปนี้

1. ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม อยู่ใน ระดับใด
2. ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนก ตามสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว มีความแตกต่างกัน หรือไม่
3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นอย่างไร

ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย แนวทางการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

ประชากรสำหรับการวิจัย คือ ประชากรที่เป็น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 2,557,074 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2556, น. 22)

1.2 กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน

1.2.1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยว ซึ่งกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และ มอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970, p. 606) ได้กลุ่มตัวอย่าง ทั้งหมดที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

1.2.2 ผู้ให้ข้อมูลหลักสำหรับการวิจัยเชิง คุณภาพ คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง จำนวน 14 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection)

ประกอบด้วย นายกเทศมนตรีตำบลบางหลวง 1 คน รองนายกเทศมนตรีตำบลบางหลวง 2 คน กำนันตำบลบางหลวง 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน 2 คน รองนักวิชาการการท่องเที่ยวและกีฬา 2 คน ผู้ค้าในชุมชน 2 คน และคนในชุมชน 4 คน

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ทฤษฎีแรงจูงใจที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ หมายถึงความต้องการหรือปรารถนาภายในของบุคคลซึ่งกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม ทฤษฎีเนื้อหาเป็นที่รู้จักและยอมรับ คือ ทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของ มาสโลว์ ทฤษฎีการจูงใจ ERG ของเอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer) และทฤษฎีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของ แมคคิลแลนด (McClelland)

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่ศึกษาครั้งนี้ คือ

3.1 ตัวแปรต้น (Independent Variables) ได้แก่สภาพภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

3.2 ตัวแปรตาม (Dependent Variables) คือแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

4. ขอบเขตด้านพื้นที่ ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะของการวิจัยครั้งนี้ไว้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่เรียบง่ายที่สะท้อนความเป็นไทยที่แท้จริงเพื่อให้ผู้มาเยือนได้สัมผัส

2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง วิธีการพัฒนาหรือรูปแบบในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวที่มุ่งเสนอลักษณะทางวัฒนธรรมประวัติศาสตร์โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น และเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม เป็นการท่องเที่ยวในเชิงการให้ความรู้ และความภาคภูมิใจ รวมถึงความร่วมมือของภาคส่วนต่างๆ เช่น ภาครัฐ ภาคชุมชน ภาคองค์กร เป็นต้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบสภาพการของการท่องเที่ยวและระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

2. ได้ทราบผลการเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

3. ได้ทราบแนวทางในการส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

4. นำผลการวิจัยมาเป็นแนวทางในการพัฒนาหรือกำหนดนโยบายการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดบางหลวง จังหวัดนครปฐม ต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยประกอบด้วย 2 ประเภท คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) มีทั้งหมด 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามสภาพส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพการสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และภูมิสำเนา ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิดและแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิดและแบบตรวจสอบรายการ (Checklist)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert's Rating Scale) มี 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open Ended)

2. แบบสัมภาษณ์

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพแนวทางในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม เป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึกมีประเด็น ดังนี้

1. สภาพการณ์ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร
2. ปัจจัยจูงใจหลักของการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศาสนา และกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้น)
3. ปัจจัยประกอบ (คุณค่าสิ่งแวดล้อม ภูมิประเทศ ภูมิทัศน์ สิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น)
4. ปัจจัยสนับสนุนและสิ่งอำนวยความสะดวก (สิ่งอำนวยความสะดวก บริการ ที่พัก ภาษานำเที่ยว การนำชม ความรู้แหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ แหล่งข้อมูลข่าวสาร และเว็บไซต์ สิ่งสนับสนุนบันเทิง ร้านอาหารและร้านค้าของที่ระลึก)
5. ปัจจัยโครงสร้างพื้นฐานและการคมนาคม (การคมนาคมทางรถ สาธารณูปโภค ไฟฟ้า ประปา รถยนต์ การสื่อสาร ที่จอดรถ ที่พัก รมี่น้ำดื่ม และอื่นๆ)
6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (ได้แก่ เชิงสุขภาพ เชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี เชิงเกษตร เชิงศาสนา เชิงนิเวศ และเชิงอนุรักษ์ และอื่นๆ)
7. แนวทางการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (ภาครัฐภาคเอกชนและภาคองค์กรสถาบัน)
8. ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมของตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

การสร้างเครื่องมือ

การสร้างแบบสอบถามเพื่อให้การดำเนินการศึกษานี้สามารถตรวจสอบวัดได้ตรงตามกรอบแนวคิดของการศึกษา และบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสาร ตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ศึกษา

ผู้เชี่ยวชาญ เกี่ยวกับข้อมูลในการสร้างเครื่องมือ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวลเพื่อกำหนดเป็นโครงสร้างของเครื่องมือ และขอบเขตของเนื้อหา
3. สร้างแบบสอบถามตามขอบเขตของเนื้อหาครอบคลุมตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และตามรายละเอียดของนิยามศัพท์เฉพาะของตัวแปร
4. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เสนออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
5. นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมครบถ้วนของเนื้อหา ในประเด็นสาระสำคัญตรงตามพฤติกรรมกรท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ต้องการวัด ความเหมาะสมของสำนวน ภาษา พิจารณาปรับปรุงแก้ไข และดำเนินการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) โดยเลือกใช้เฉพาะข้อที่มีค่า IOC ที่มีค่าเท่ากับ 0.67 ขึ้นไป (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543, น. 117) โดยค่าดัชนีชี้วัดความสอดคล้องมีค่าเท่ากับ 1 ทุกข้อ
6. นำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการหาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ (Reliability) โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน
7. การหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (a-Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543, น. 118) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ 0.995
8. นำแบบสอบถามที่แก้ไขไปรวบรวมข้อมูล และนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม

1.1 ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1.2 ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของแบบสอบถาม และวิธีการเก็บข้อมูลแก่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นรายบุคคลตลอดจนการรับแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

1.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามมาตรวจความสมบูรณ์ และนับจำนวนแบบสอบถามให้ครบตามที่ต้องการ ถ้าพบว่าแบบสอบถามชุดใดผู้ตอบแบบสอบถามทำไม่ครบทุกข้อก็จะทำการเก็บเพิ่มเติม เมื่อได้ข้อมูลครบ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ตามวิธีทางสถิติต่อไป

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์

2.1 ขอนหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ถึงผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์ข้อมูล

2.2 ขอความร่วมมือจากผู้ให้สัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยอธิบายและชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์

2.3 ผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์ เมื่อได้ข้อมูลครบ ผู้วิจัยจะนำข้อมูลไปวิเคราะห์ต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

2. การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

3. การวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แปลความหมายโดยใช้วิธีนำค่าเฉลี่ยในแต่ละระดับมาเปรียบเทียบกับเกณฑ์การแปลความหมาย โดยใช้ช่วงของค่าเฉลี่ยเป็นเกณฑ์ในการแปลความหมายตามแนวคิดของ เบสท์ (Best, 1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง มีแรงจูงใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

4. การวิเคราะห์เปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามเพศ ใช้การทดสอบที (t-test) วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) สำหรับตัวแปร อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน หากพบความแตกต่างจะทำการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Differenec)

5. การวิเคราะห์ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยในส่วนที่เป็นแบบสอบถามปลายเปิดใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

สรุปผลการวิจัย

1. ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้านเรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านเดินทาง ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านได้ผล ดังนี้

2. การเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพการสมรส แตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวงไม่แตกต่างกัน

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านบุคลากรหรือคน ต้องมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุน

จากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่นและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณในจำนวนที่มากพอ ด้านวัสดุอุปกรณ์หรือสิ่งของ ภาษาและการสื่อสารให้ความรู้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ด้านการจัดการ จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดปริณทล ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่ายและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ควรมีการประชุม แจ้งข่าวสาร เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการตลาด และการส่งเสริมให้นำสินค้าเฉพาะในท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายในตลาด

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มีประเด็นที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า แรงจูงใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านเดินทาง ด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว ด้านการบริการ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ เนื่องจากตลาดบางหลวงตั้งในพื้นที่จำกัด การบริหารจัดการบางอย่างต้องใช้การตัดสินใจของหลายฝ่าย จึงเป็นข้อจำกัดในการดำเนินงานในบางส่วนโดยเฉพาะเรื่องสถานที่ ประกอบกับการขายสินค้ายังมีข้อจำกัดในเรื่องข้อตกลงในชุมชน จึงเป็นสาเหตุให้มีสินค้าที่ไม่หลากหลาย จึงทำให้โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่อตลาดบางหลวงอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรสุตา ว่องทวีทรัพย์ดี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการและด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก 1 แหล่ง ได้แก่ องค์พระปฐมเจดีย์ และอยู่ในระดับปานกลาง 5 แหล่ง คือ ตลาดน้ำดอนหวาย พุทธมณฑล

ตลาดน้ำวัดลำพญา พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย และสวนสมุนไพร วัดปลักไม้ลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิคิเนีย มายอร์ (2554) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ซึ่งเหตุผลที่เดินทางมาเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาบ่อน้ำร้อนรักษะวาริน และบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง และเมื่อพิจารณาทั้ง 2 ปัจจัยนั้น เหตุผลที่เดินทางมาเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด และส่วนปัจจัยที่ดึงดูดให้เดินทางมาท่องเที่ยว เพราะความบริสุทธิ์ของธารน้ำแร่ธรรมชาติ กลุ่มตัวอย่างชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริ้ง จังหวัดระนอง ด้านทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านคมนาคมอยู่ในระดับมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ด้านความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรวาลี พิเสฏฐศาสตร์ (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงตามลำดับได้ ดังนี้ ด้านสถานที่ ด้านสินค้า ด้านการบริการ และด้านการอำนวยความสะดวก ตามลำดับ

2. การเปรียบเทียบระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล สามารถอภิปรายได้ ดังนี้

2.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงมีระดับแรงจูงใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชาย อาจเนื่องมาจากเพศหญิงมีความละเอียดและให้รายละเอียดในสิ่งรอบตัวมากกว่าเพศชาย จึงมีระดับแรงจูงใจมากกว่าเพศชายในการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรสุตา ว่องทวีทรัพย์ดี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 60 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี และ 51-60 ปี สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 51-60 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 20-30 ปี และ 31-40 ปี สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี และ 31-40 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 31-40 ปี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และ 20-30 ปี จากผลการวิจัยจะเห็นได้ว่า วัยรุ่นจะมีระดับแรงจูงใจมากกว่า วัยผู้ใหญ่ แสดงให้เห็นว่าวัยรุ่นมีความกระตือรือร้นหรือใส่ใจแรงจูงใจในด้านต่างๆ มากกว่าวัยผู้ใหญ่ ตามวัยที่สดใส อยากรู้ อยากเห็น และตื่นเต้นในสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลาสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรสุตา ว่องทวีทรัพย์ดี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุและอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรสุตา ว่องทวีทรัพย์ดี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัด

นครปฐม แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษานุปริญญาหรือปวส. มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนต้น และมัธยมศึกษาตอนปลาย และนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาประถมศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช. อนุปริญญา หรือปวส. และปริญญาตรี เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันอย่างมีความรู้ในด้านต่างๆ ที่แตกต่างกัน ตามระดับการศึกษา และประสบการณ์ที่มี ซึ่งมีผลต่อทัศนคติที่มีต่อแรงจูงใจในด้านต่างๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษามีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว และรับจ้าง และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จากผลการศึกษาจะพบว่า มีความสอดคล้องกับอายุเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเป็นนักศึกษามีระดับแรงจูงใจที่มากกว่าอาชีพอื่นๆ ซึ่งมีอายุน้อยกว่าอาชีพอื่นๆ ซึ่งมีความสนใจ ตื่นเต้นกับสิ่งใหม่ๆ ตามอายุที่น้อยกว่าอาชีพอื่นๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ จันทรสุตา ว่องทวีทรัพย์ดี (2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่ง

ท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกัน จึงทำการเปรียบเทียบรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 5,000-10,000 บาท มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน 20,001-25,000 บาท และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ส่วนบุคคลต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท 10,001-15,000 บาท และ 15,001-20,000 บาท เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมีความสามารถในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายสูงได้มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยให้ความสนใจหรือมีแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวง ซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายไม่มาก มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สายทิพย์ บัวเผือก (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจต่อแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05

2.6 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส หรือหย่าร้าง หรือหม้าย เนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยวต้องมีค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด มีการะในการใช้จ่ายในครอบครัวน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีครอบครัวแล้ว จึงมีข้อจำกัดในการใช้จ่ายน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีครอบครัวแล้ว จึงทำให้มีระดับแรงจูงใจการเดินทางมาท่องเที่ยวตลาดบางหลวงมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรวาลี พิเสฏฐศุลาศัย (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรม

และแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพการสมรสต่างกันมีแรงจูงใจต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.7 นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากตลาดบางหลวงมีลักษณะคล้ายตลาดท้องถิ่นในภูมิภาคต่างๆ ดังนั้น รูปแบบหรือสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว จึงไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรวาลี พิเสฏฐศุลาศัย (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาต่างกันมีแรงจูงใจต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบบมีส่วนร่วมของชุมชนตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านบุคลากรหรือคน ต้องมีการพัฒนาบุคลากรเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีจิตอาสาในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน ด้านการเงินหรืองบประมาณ ควรมีการส่งเสริมสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลหรือท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณในจำนวนที่มากพอ ด้านวัสดุอุปกรณ์หรือสิ่งของ ภาษาและการสื่อสารให้ความรู้เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารกับชาวต่างชาติ ด้านการจัดการ จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดปริมณฑล ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร ควรมีการรวมกลุ่มกันในการให้ความช่วยเหลือ ประสานงาน และให้ข้อมูลซึ่งกันและกัน เพื่อเป็นเครือข่ายและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ควรมีการประชุม แจ้งข่าวสาร เปิดโอกาสให้คนในชุมชนเข้ามามีบทบาทในการบริหารจัดการตลาด และการส่งเสริมให้น้ำสินค้าเฉพาะในท้องถิ่นเข้ามาจำหน่ายในตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พชรวาลี พิเสฏฐศุลาศัย (2552) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาตลาดน้ำบางน้อยมีความจำเป็นที่ต้องอาศัยความร่วมมือกันระหว่างเจ้าของพื้นที่ตลาดน้ำ คือ วัดเกาะแก้ว ซึ่งเจ้าอาวาสเป็นผู้ดูแล เพราะตลาดน้ำอยู่ในพื้นที่ของวัด รวมไปถึงพ่อค้าแม่ค้า ผู้จำหน่ายสินค้าในการ

พัฒนาสินค้าตลอดจนการบริการที่ประทับใจ อีกทั้งการอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่เป็นหน้าที่ของเทศบาล ดังนั้น ในสามส่วนใหญ่ๆ ต้องมีการประสานงานและสร้างความเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน โดยต้องยึดแนวทางการพัฒนาที่เป็นแนวทางเดียวกัน คือ ตลาดน้ำที่คงวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม เพื่อการพัฒนาที่ถูกต้องและเป็นแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชาวมอญ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เตาโอ่งอ่างเครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสามโคก ตลอดจนด้านประเพณีเทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์งานแห่เสาหงส์ ธงตะขบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนนและพัฒนาเส้นทางเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงถึงกัน ตลอดจนพัฒนาด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากข้อค้นพบของการวิจัยครั้งนี้ ควรพิจารณาประเด็นต่างๆ เพื่อให้เกิดผลสำเร็จในการท่องเที่ยว คือ

1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า ยังขาดการสร้างแรงจูงใจและขาดงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานรัฐและท้องถิ่นควรสร้างแรงจูงใจในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงงบประมาณในทุกด้าน เพื่อการแก้ปัญหาของต่างคนต่างทำการสร้างความเข้าใจร่วมกัน

1.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวก และขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และผู้เกี่ยวข้องระดับปฏิบัติ ควรดำเนินการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ภูมิทัศน์/จัดสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนัก

ท่องเที่ยว ความสะอาด สถานที่จอดรถการจัดบริการที่ผากรถ รวมถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย สวยงาม จัดทำป้ายบอกทางให้ชัดเจน

1.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดการประชาสัมพันธ์และการพัฒนาบุคลากรเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ดังนั้น หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรริบดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องของทุกส่วน ทุกหน่วยงานในการมีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหรือการเป็นเจ้าบ้านร่วมกัน มีการเสนอข่าวสารผ่านทางสื่อป้ายโฆษณาท่องเที่ยว รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อสารมวลชน และทางเว็บไซต์ ควรมีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การพัฒนาเจ้าหน้าที่/มัคคุเทศก์ท้องถิ่น ให้ความรู้ทักษะการให้บริการด้วยใจในการท่องเที่ยวและมีกิริยามารยาทที่ดี

1.4 จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดการบริหารจัดการด้านอาหาร ภัตตาคาร เครื่องดื่ม และร้านจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อป ดังนั้น หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรมีการจัดการบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีร้านค้าที่สะอาดและราคาที่เหมาะสมในสถานที่ท่องเที่ยวหลัก และสถานที่ท่องเที่ยวรองของจังหวัดนครปฐม ควรมีการบริการร้านขายของที่ระลึก สินค้าโอท็อป และสินค้าที่เป็นจุดเด่นของตลาดบางหลวง ให้เหมาะสม สะอาด สะอาด และราคาเหมาะสม

1.5 จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังขาดความรู้และการสื่อสารที่ดีกับนักท่องเที่ยว ดังนั้น หน่วยงานและผู้เกี่ยวข้องควรให้สถาบันการศึกษาได้มีบทบาทเป็นแหล่งวิชาการ ในการอบรมให้ความรู้กับผู้เกี่ยวข้องผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่ และมัคคุเทศก์ ในการให้ความรู้เรื่องการท่องเที่ยวและภาษา รวมถึงเป็นหน่วยประสานกลางทางวิชาการ จัดอบรมหลักสูตรท้องถิ่นและจัดอบรมภาษาที่สำคัญให้กับบุคลากรของตลาดบางหลวง

1.6 จากการเปรียบเทียบพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อแรงจูงใจที่มีต่อการมาเที่ยวตลาดบางหลวง ดังนั้น การทำการตลาดเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวให้มากขึ้น ควรคำนึงถึงปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้วย โดยเฉพาะอายุของนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการปฏิบัติที่ดีในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม วิถีชีวิต ธรรมชาติ และเชิงสุขภาพ

2.2 ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เชื่อมโยงกับ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.3 ควรมีการศึกษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่หรือแหล่งท่องเที่ยวรอง รวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ใกล้เคียงที่เชื่อมโยงกับสินค้าการเกษตร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก โอท็อป สินค้าเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

2.4 ควรมีการศึกษาวิจัยและพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรวมถึงการท่องเที่ยวแบบเกาะกลุ่มในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

2.5 ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) หรือการวิจัยเชิงคุณภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

2.6 ควรมีการศึกษากิจกรรมและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มาท่องเที่ยวในอำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). รายงานการประชุมประจำปี 2556. กรุงเทพมหานคร: ประภาสการพิมพ์.
- ชาชีวัฒน์ ศรีแก้ว. (2554). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540. กรุงเทพมหานคร: สมานการพิมพ์.
- จุฑามาศ คงสวัสดิ์. (2550). การศึกษาแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม. นครปฐม: ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- จันทร์สุดา ว่องทวีทรัพย์ดี. (2550). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ดวงสมร พักสังข์. (2552). การสำรวจทุนทางสังคมและการจัดเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนในเขตเทศบาลตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- พจนา บุญคุ้ม. (2556). บทบาทของชุมชนในการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในจังหวัดนครปฐม. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เพชรวลี พิเสฏฐิตลาชัย. (2552). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อตลาดน้ำบางน้อย จังหวัดสมุทรสงคราม. ภาคนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). การศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- วิคเนีย มายอร์. (2554). แรงจูงใจการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำร้อนรักษะวารินและบ่อน้ำร้อนพริก จังหวัดระนอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สายทิพย์ บัวเผือก. (2550). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Best, J. W. (1981). *Research in education*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan D. W. (1970). Determining Sample Size of Research Activities. *Psychological Measurement*, 30, pp. 607-610.