



ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ของจังหวัดนครปฐม



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาพัฒนศึกษา แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2563

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ของจังหวัดนครปฐม



โดย
พันตำรวจโทวายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนศึกษา แบบ 2.1 ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2563
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

PROPOSED POLICY FOR CHEDI-BUCHA CANAL AREA MANAGEMENT AS
THE CREATIVE TOURISM ATTRACTION OF NAKORN PATHOM PROVINCE



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Doctor of Philosophy (DEVELOPMENT EDUCATION)
Department of Education Foundations
Graduate School, Silpakorn University
Academic Year 2020
Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม
โดย	วายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์
สาขาวิชา	พัฒนศึกษา แบบ 2.1 ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาคุษฎีบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(อาจารย์ ดร.จวีร์วรรณ จันทพลา)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก
(ศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก
(พันเอกหญิง ดร.ตลฤดี วาสนานนท์)

58260904 : พัฒนศึกษา แบบ 2.1 ปรัชญาคุณภูมิบัณฑิต

คำสำคัญ : ข้อเสนอเชิงนโยบาย, คลองเจดีย์บูชา, แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

พินิตารวจโท วายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์: ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงนโยบาย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ที่พักอาศัยอยู่ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาใน 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงชอย 6 และชุมชนชอย 7 จำนวน 359 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เป็นผู้นำชุมชนในพื้นที่ 4 ชุมชน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสนทนากลุ่มใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง เป็นตัวแทนประชากรชุมชนละ 2 คน และตัวแทนผู้ประกอบการร้านค้า จำนวน 2 คน รวม 10 คน และการจัดสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจงเป็นผู้เชี่ยวชาญ/ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย 1) แบบสอบถามการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสภาพพื้นที่และบริบทชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) แบบประเมินเพื่อรับรอง(ร่าง) ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ 2) การประเมินศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับปานกลาง 3) ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 นโยบาย ดังนี้ (1) นโยบายด้านการบริหารจัดการ (2) นโยบายด้านการปรับภูมิทัศน์ (3) นโยบายด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (4) นโยบายด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว และ (5) นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอเชิงนโยบายนี้ได้ผ่านกระบวนการประเมินเพื่อรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

58260904 : Major (DEVELOPMENT EDUCATION)

Keyword : PROPOSED POLICY, CHEDI-BUCHA CANAL, CREATIVE TOURISM ATTRACTION

POL.LT.COL. WAYUPAK WONGSAKDIRIN : PROPOSED POLICY FOR CHEDI-BUCHA CANAL AREA MANAGEMENT AS THE CREATIVE TOURISM ATTRACTION OF NAKORN PATHOM PROVINCE THESIS ADVISOR : PROFESSOR KANIT KHEOVICHAI, Ph.D.

The purposes of this research were to 1) survey the environment of Chedi-Bucha Canal area for proposed policy of Chedi-Bucha Canal management as the creative tourism attraction of Nakorn Pathom Province; 2) study the potential of Chedi-Bucha Canal management as the creative tourism attraction of Nakorn Pathom Province; 3) do the proposed policy to related organizations as Chedi-Bucha Canal management model to the creative tourism attraction of Nakorn Pathom Province. This study is policy research employing mixed methodology: quantitative and qualitative research. For quantitative research, 359 samples are from 4 communities: Tesa-Tipakorn community, Suan LamYai community, Sarn Chao Mae-Ton-Jaeng Soi 6 community and Soi 7 community selected by purposive sampling. Content analysis was analyzed using mean (\bar{x}) and standard deviation (S.D.). For qualitative research, The key informants of in-depth interview was used by purposive sampling with 4 local leaders, focus group discussion with 10 people (8 community representatives and 2 local proprietors) and connoisseurship with 6 experts. (The leaders, representatives, proprietors and experts were selected by purposive sampling.) Research tools consists of 1) questionnaires are consisting of questions for Chedi-Bucha Canal management to the creative tourist attraction of Nakorn Pathom Province, 2) in-depth interview about Chedi-Bucha Canal's environment and context to be creative tourist attraction, and 3) purpose policy assessment and recognition (draft) of Chedi-Bucha Canal management as the creative tourism attraction of Nakorn Pathom Province.

The results found that: 1) The environment of Chedi-Bucha Canal area has conveyed the significant historical information, the scenery as well as the business center which are suitable for being promoted as the creative tourism attraction. 2) The assessment of the potential of Chedi-Bucha Canal management to the creative tourism attraction is in medium level. 3) The proposed policy for Chedi-Bucha Canal area as the creative tourism of Nakorn Pathom Province is consisted of 5 policies as follows; (1) Management policy (2) Scenery adjustment policy (3) Tourist activities policy (4) Tourist facility policy and (5) Public relations policy. The proposed policy has been verified by the experts.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รวมถึงคณะกรรมการตรวจสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ซึ่งได้กรุณาให้คำปรึกษาด้วยความเอาใจใส่แก่ผู้วิจัย ทำให้วิทยานิพนธ์สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านดังกล่าวเป็นอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ อุ่่นอารมย์เลิศ ซึ่งในขณะที่ท่านยังมีชีวิตอยู่ อาจารย์ได้ให้ความเมตตา ให้ความรู้ ให้คำปรึกษาแก่ผู้วิจัย เป็นทั้งอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ของผู้วิจัยและเป็นอาจารย์ที่น่ารักของศิษย์ทุกคนเสมอ ผู้วิจัยรวมทั้งนักศึกษาร่วมชั้นเรียน หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา รุ่นที่ 7 ทุกคนยังระลึกถึงอาจารย์เสมอ

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่าน และคุณกิ่งแก้ว เกตุสม เจ้าหน้าที่ประจำภาควิชา พื้นฐานทางการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ที่ให้ความรู้ ชี้แนะแนวทางและช่วยเหลือผู้วิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบพระคุณ ผู้นำชุมชนและประชาชนชาวชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงซอย 6 ชุมชนซอย 7 และเจ้าหน้าที่เทศบาลนครนครปฐม ที่ได้ให้ความกรุณาผู้วิจัย ให้ข้อมูล เสนอแนะข้อที่เป็นประโยชน์ ตลอดจนอำนวยความสะดวกและช่วยเหลือในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย รวมถึงน้ำใจไมตรีและความเป็นกันเองที่มีต่อผู้วิจัย ทำให้ผู้วิจัยรู้สึกสนุกสนานตลอดช่วงของการทำวิจัยนี้

ขอขอบพระคุณ เพื่อนนักศึกษาร่วมชั้นเรียนหลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา รุ่นที่ 7 ทุกท่านที่เป็นกำลังใจ และช่วยเหลือเกื้อกูลกันในระหว่างการศึกษา

และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขอกราบขอบพระคุณ บิดามารดา อาจารย์วัลลภา วงศ์ศักดิ์รินทร์ เด็กชายชินภพ วงศ์ศักดิ์รินทร์ และ เด็กหญิงเนติมา วงศ์ศักดิ์รินทร์ ที่เป็นกำลังใจที่ดี ดูแลสนับสนุนผู้วิจัยตลอดมา

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแด่บุพการี คณาจารย์ ผู้ประสิทธิ์ประสาทวิทยาการ และทุกท่านที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับวิทยานิพนธ์ครั้งนี้

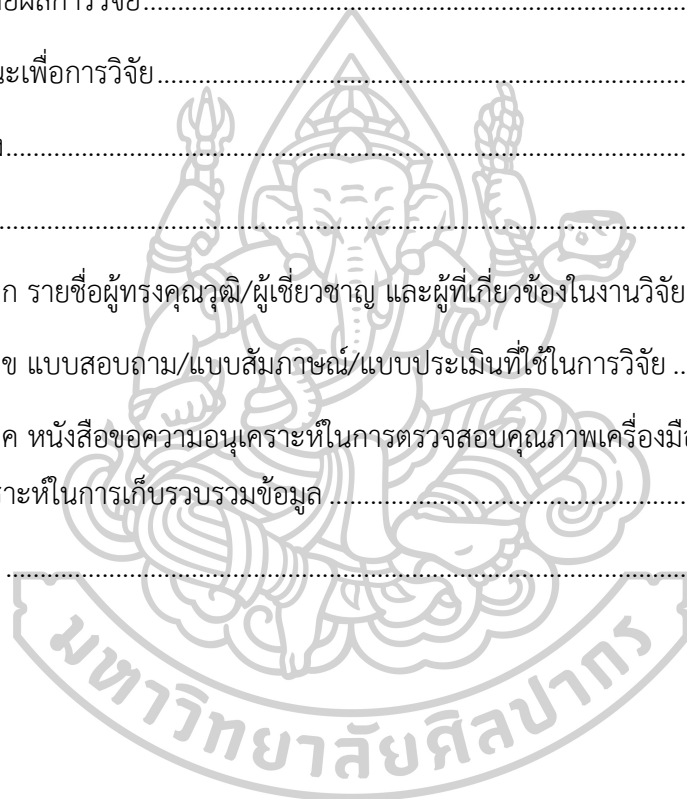
วายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
2. คำถามการวิจัย.....	8
3. วัตถุประสงค์การวิจัย.....	8
4. ขอบเขตการวิจัย.....	9
5. นิยามศัพท์.....	11
6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	12
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	13
1. สภาพทั่วไปคลองเจดีย์บูชา.....	13
1.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของคลองเจดีย์บูชา.....	13
1.2 สภาพทั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในปัจจุบัน.....	14
2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564).....	16
3. แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564.....	21
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	22
4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว.....	22

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.....	22
5. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว.....	32
5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ.....	33
5.2 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับภูมิทัศน์.....	38
5.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	39
5.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว.....	41
5.5 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์.....	44
6. แนวคิดเกี่ยวกับข้อเสนอเชิงนโยบาย.....	49
6.1 ความหมายและความสำคัญของนโยบาย.....	49
6.2 รูปแบบการกำหนดนโยบาย.....	51
6.3 ลักษณะของนโยบายที่ดีและองค์ประกอบของนโยบาย.....	53
6.4 การวิจัยเชิงนโยบาย.....	55
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	58
7.1 งานวิจัยในประเทศ.....	58
7.2 งานวิจัยในต่างประเทศ.....	69
8. กรอบแนวความคิดการวิจัย.....	72
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	73
ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	73
การศึกษาระยะที่ 1.....	73
การศึกษาระยะที่ 2.....	78
การศึกษาระยะที่ 3.....	78
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	83
ผลการศึกษาระยะที่ 1 ทำการศึกษาบริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม.....	83

ผลการศึกษาระยะที่ 2 การศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม.....	96
ผลการศึกษาระยะที่ 3 การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม.....	103
บทที่ 5 สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	166
สรุปผลการวิจัย.....	166
การอภิปรายผลการวิจัย.....	181
ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย.....	203
รายการอ้างอิง.....	205
ภาคผนวก.....	217
ภาคผนวก ก รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย.....	218
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์/แบบประเมินที่ใช้ในการวิจัย.....	221
ภาคผนวก ค หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ และหนังสือขอความ อนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	247
ประวัติผู้เขียน.....	265



สารบัญตาราง

			หน้า
ตารางที่	1	แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง.....	86
ตารางที่	2	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการบริหารจัดการ	88
ตารางที่	3	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านภูมิทัศน์	90
ตารางที่	4	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว.....	92
ตารางที่	5	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว.....	93
ตารางที่	6	แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการประชาสัมพันธ์.....	94
ตารางที่	7	แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง.....	95
ตารางที่	8	ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength-S) ในแต่ละชุมชน	96
ตารางที่	9	ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses-W) ในแต่ละชุมชน	97
ตารางที่	10	ผลการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities-O) ในแต่ละชุมชน	98
ตารางที่	11	ผลการวิเคราะห์อุปสรรค (Threat-T) ในแต่ละชุมชน.....	99

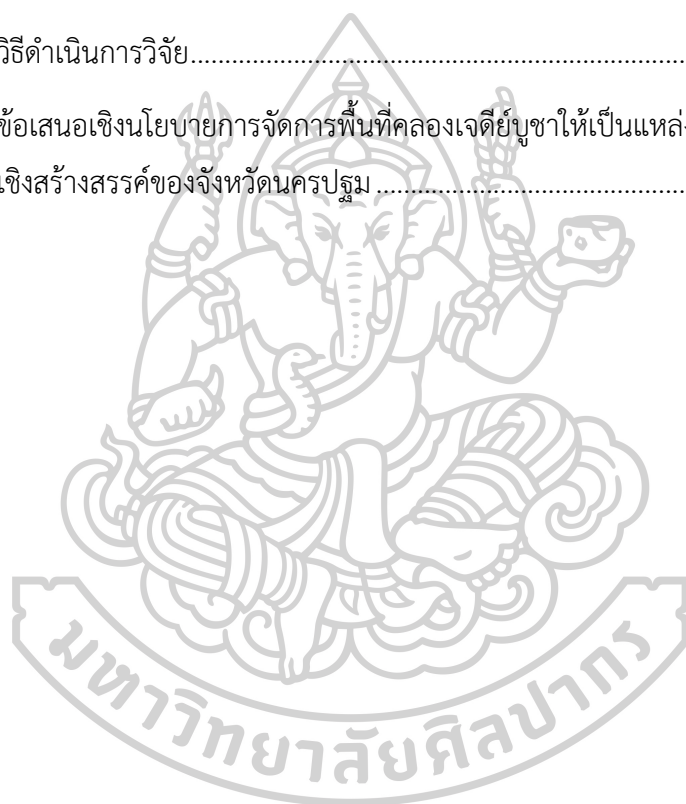
ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม 100

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม..... 121



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 โครงการออกแบบพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบ ของกรมการท่องเที่ยว.....	43
ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของจุดมุ่งหมายในการวิจัยเชิงนโยบาย.....	57
ภาพที่ 3 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	72
ภาพที่ 4 วิธีดำเนินการวิจัย.....	82
ภาพที่ 5 ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม.....	165



บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว (Tourism) ถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่หลายประเทศใช้เป็นกลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เนื่องด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ธุรกิจคมนาคมขนส่ง และธุรกิจนันทนาการและเพื่อความบันเทิง ซึ่งก่อให้เกิดการลงทุน การผลิตสินค้าหรือบริการ เกิดก่อสร้าง เกิดการจ้างงานและอาชีพใหม่ ๆ และกิจกรรมอื่นอีกหลายประการทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ในด้านสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวยังช่วยให้ประชาชนเกิดความสุข ความผ่อนคลาย มีช่องทางเลือกในการพักผ่อนหย่อนใจ ได้มีโอกาสเรียนรู้ในสถานที่ท่องเที่ยว ความเข้าใจในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่แตกต่าง อีกทั้งการท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินได้ เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ดังนั้นในแต่ละประเทศที่มีการส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ต่างพยายามพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนารูปแบบ การท่องเที่ยว พัฒนารูปแบบสินค้าและบริการ พัฒนาสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ สิทธิพิเศษ สำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ

ประเทศไทยก็เป็นอีกประเทศหนึ่งที่มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของประเทศ ด้วยศักยภาพของทำเลที่ตั้งเป็นจุดศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตำแหน่งใกล้เส้นศูนย์สูตร ทำให้มีความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ อีกทั้งยังมีความหลากหลายของ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของในแต่ละภูมิภาคที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว กอปรกับอัยยาศัย ไม้ตรีที่เป็นมิตรของคนไทย โดยในปี 2558 World Economic Forum: WEF ได้จัดอันดับขีดความสามารถ ในการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 35 จาก 141 ประเทศทั่วโลก นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของประเทศไทยยังได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่สุดด้านการท่องเที่ยว ของโลกในการจัดอันดับ ระดับนานาชาติ เช่นกรุงเทพมหานคร ได้รับเลือกเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ดีที่สุด ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ปี 2558 โดย Master Card รางวัลชายหาดที่ดีที่สุดของเอเชียปี 2558 จาก World Travel Awards รางวัลประเทศท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในการท่องเที่ยวครอบครัว การท่องเที่ยวเชิงพักผ่อน และ สถานที่ท่องเที่ยวเพื่อการวิเวกในปี 2557 รางวัลสถานที่เพื่อการประชุมและจัดงานยอดเยี่ยมจาก

TTG Travel Awards ในปี 2557 และประเทศไทยได้รับรางวัลด้านการท่องเที่ยว Grand Travel Award จากนิตยสาร Travel News นิตยสาร ธุรกิจท่องเที่ยวชื่อดังจากภูมิภาคสแกนดิเนเวีย ในปี 2554 ติดต่อกันเป็นเวลา 9 ปี เนื่องจากความมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

ในปี 2558 มีผลิตภัณฑ์มวลรวมทางตรงของภาคการท่องเที่ยว (Tourism Direct GDP: TDGDP) มีมูลค่าเท่ากับ 783,414.68 ล้านบาท คิดเป็น สัดส่วนร้อยละ 5.79 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) ประเทศ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมทางอ้อมของภาคการท่องเที่ยวของไทย (Tourism Indirect GDP: TIGDP) มีมูลค่าเท่ากับ 1,453,743.37 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.74 ของ GDP ประเทศ แสดงให้เห็นว่าในปี 2558 ภาคการท่องเที่ยว มีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศค่อนข้างมาก คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.57 ของ GDP และมากกว่าปี 2557 ที่มีสัดส่วนของ GDP ทางตรงที่เกิดจากภาคการท่องเที่ยวเท่ากับร้อยละ 5.02 และสัดส่วนของ GDP ทางอ้อมที่เกิดจากภาคการท่องเที่ยวเท่ากับ ร้อยละ 9.29 สำหรับภาษีทางอ้อมสุทธิจากภาคการท่องเที่ยว (ภาษีมูลค่าเพิ่ม ภาษีสรรพสามิต ฯลฯ) ที่เป็นผลจากการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยในปี 2558 ภาษีทางอ้อมสุทธิอุตสาหกรรมจากการท่องเที่ยวมีมูลค่า เท่ากับ 63,632.56 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.88 จากปี 2557 จากการใช้จ่ายเพิ่มของทั้งนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและนักท่องเที่ยวไทย ในขณะที่ปี 2557 มีมูลค่าภาษีทางอ้อมจากภาคการท่องเที่ยวจำนวน 63,079.62 ล้านบาท ลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.63 จากการลดลงของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยว ในปี 2558 มีจำนวนการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวเท่ากับ 4,168,083 คน ขยายตัวร้อยละ 1.92 จากปี 2557 ที่มีจำนวนการจ้างงานในภาคการท่องเที่ยวเท่ากับ 4,089,382 คน ขยายตัวจากปีก่อนหน้า ร้อยละ 0.49 และคิดเป็นร้อยละ 10.74 ของการจ้างงานรวมของประเทศที่มีจำนวนเท่ากับ 38,077,430 คน แสดงให้เห็นว่าภาคท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการจ้างงานของประเทศค่อนข้างสูง เนื่องจากเป็นภาคบริการที่ต้องใช้แรงงานค่อนข้างมาก (กรมการท่องเที่ยว, 2559: 25)

จากข้อมูลข้างต้น ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่กำหนดไว้ตามพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2551 ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555 – 2559 เป็นแผนพัฒนาฉบับแรกของประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อฟื้นฟูและกระตุ้นภาคการท่องเที่ยวให้ขยายตัวและเกิดความยั่งยืน และเพื่อเร่งรัดและสร้างศักยภาพในการหารายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้มีความพร้อมทั้งด้านคุณภาพการแข่งขัน เกิดการสร้างรายได้ และการกระจายรายได้ ควบคู่ไปกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ, 2555)

และในปัจจุบัน อยู่ในช่วงการดำเนินการของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564 ที่ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

ลักษณะแนวโน้มการท่องเที่ยวในปัจจุบัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเริ่มปรับเปลี่ยนไปจากเดิมในยุคแรกๆที่มุ่งเน้นเยี่ยมชมสถานที่หรือท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ (Sun-Sea-Sex Tourism) มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สอง ที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และใส่ใจกับผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (Sustainable Tourism) ต่อมาในปัจจุบันที่นอกจากจะสนใจในวัฒนธรรมและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนแล้ว นักท่องเที่ยวยังมีความกระตือรือร้นที่จะแสวงหาประสบการณ์ตรงจากการสัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนวิถีชีวิตชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น มีความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นผลให้เกิดความทรงจำที่น่าประทับใจในพื้นที่ท่องเที่ยว เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่เป็นยุคที่สามที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ไม่ได้สนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ยังทำให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนตลอดจนผู้ประกอบการมีความเข้าใจและตระหนักในคุณค่า มีส่วนร่วมในร่วมกันคิด ร่วมกันทำ มีการจัดการอย่างเป็นระบบ กระตุ้นให้เกิดการบริโภคทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์วัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียมประเพณี สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของชุมชน สร้างแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเรียนรู้ เน้นย้ำถึงความผูกพัน (Engaged) ของนักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน-Visitor-Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้/ปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Active Participation) และเป็นผลให้เกิดความจดจำ ประทับใจอย่างลึกซึ้ง ในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2560)

คำและความหมายของ Creative Tourism นั้นเกิดขึ้นมาจาก Crispin Raymond และ Greg Richards ที่ได้ร่วมกันกำหนดและให้คำนิยามการท่องเที่ยวแนวใหม่นี้ในช่วงปี พ.ศ.2542-2543 ว่า Creative Tourism (การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์) หมายถึง การท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับ

ผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วย ประสบการณ์จริง ที่เป็นไปตามลักษณะเฉพาะของพื้นที่เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว (“tourism which offer visitors the opportunities to develop their creative potential through active participation in courses and learning experiences which are characteristic of the holiday destination where they are undertaken”) (Richards and Raymond, 2000: 18)

องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้ความหมาย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นทางการในการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ค.ศ. 2008 ณ เมืองซานตาเฟ (Santa Fe) มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือการท่องเที่ยวที่เน้นการเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่าน ประสบการณ์ตรงและการมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น (Wurzburger, 2010)

ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่สนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก กล่าวคือ มีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ แหล่งท่องเที่ยว มีความสวยงามติดอันดับของโลก และหลายแห่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีความหลากหลายทาง วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีอัตลักษณ์ (Identity) และมีองค์ความรู้ท้องถิ่นที่น่าสนใจเป็น ต้นทุนที่สามารถนำมาต่อยอดใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้จะก่อให้เกิด ประโยชน์ต่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น สร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้น ๆ และ พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยตามยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 ดังกล่าวได้

และเมื่อก้าวถึงจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีความน่าสนใจจังหวัดหนึ่งของภาคกลาง (หน่วยงานบางแห่งจัดไว้เป็นภาคตะวันตก) เป็นพื้นที่เขตปริมณฑลของกรุงเทพมหานคร อยู่ห่างจาก กรุงเทพมหานครไปตามเส้นทางถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร หรือตามเส้นทางถนนบรมราชชนนี 51 กิโลเมตร และตามเส้นทางรถไฟ 62 กิโลเมตร มีประวัติศาสตร์เก่าแก่ยาวนาน เชื่อว่าเป็นที่ตั้งเก่าแก่ ของเมืองในสมัยทวารวดี โดยมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีเป็นจำนวนมาก เป็นอารยธรรม สำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่า เมืองนครปฐมแต่เดิมนั้นตั้งอยู่ริมทะเล เป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองมานับตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ และเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดี ในยุคนั้น นครปฐมยังเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจาก ประเทศอินเดีย ซึ่งรวมทั้งพุทธศาสนา นครปฐมจึงเป็นศูนย์กลางของความเจริญ มีชนชาติต่าง ๆ อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมาก ต่อมาได้เกิดความแห้งแล้งขึ้นในเมืองนครปฐม เพราะ กระแสน้ำที่ไหลผ่านตัวเมืองเปลี่ยนเส้นทาง ประชาชนจึงอพยพไปตั้งหลักแหล่งอยู่ริมน้ำ และสร้าง เมืองใหม่ขึ้นชื่อ “เมืองนครไชยศรี” หรือ “ศรีวิชัย” นครปฐมจึงกลายเป็นเมืองร้างมาเป็นเวลา

หลายร้อยปี จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ขณะที่ยังผนวชได้จุดศไปพบ พระปฐมเจดีย์ และทรงเห็นว่าเป็นเจดีย์องค์ใหญ่ไม่มีที่ใดเทียบเท่า ครั้นเมื่อได้ครองราชย์ จึงโปรดเกล้าฯ ให้ก่อเจดีย์แบบลังกาครอบองค์เดิมไว้ โดยให้ชื่อว่า “พระปฐมเจดีย์” ทรงปฏิสังขรณ์ สิ่งต่าง ๆ ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ให้มีสภาพดี และโปรดเกล้าฯ ให้ขุดคลองเจดีย์บูชาเพื่อให้อ การเสด็จมานมัสการสะดวกขึ้น ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้เริ่ม ก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ผ่านเมืองนครปฐม ซึ่งขณะนั้นยังเป็นป่ารก พระองค์จึงโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายเมือง จากตำบลท่านา อำเภอนครชัยศรี มาตั้งที่บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์เหมือนเช่นครั้งสมัยโบราณ ครั้งในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังสนามจันทร์ เป็นที่เสด็จฯ แปรพระราชฐานและฝึกซ้อมรบแบบเสือป่า โดยโปรดเกล้าฯ ให้ตัดถนนเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย รวมทั้งสร้างสะพานเจริญศรัทธาข้ามคลองเจดีย์บูชาเชื่อมระหว่างสถานีรถไฟกับองค์พระปฐมเจดีย์ ตลอดจนสร้างพระร่วงโรจนฤทธิ์ทางด้านทิศเหนือขององค์พระปฐมเจดีย์และบูรณะองค์พระปฐมเจดีย์ ให้สมบูรณ์สวยงามดังที่เห็นอยู่ในปัจจุบัน และได้โปรดให้เปลี่ยนชื่อจากเมือง “นครไชยศรี” เป็น “นครปฐม” (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2560: 1)

จังหวัดนครปฐมมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมีหลายแห่ง เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นที่ตั้งขององค์พระปฐมเจดีย์และพระร่วงโรจนฤทธิ์ พุทธมณฑลพระราชวังสนามจันทร์ ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดลำพญา พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย เป็นต้น มีของดีที่เป็นของขึ้นชื่อ คือข้าวหลามที่มีเอกลักษณ์อยู่ที่ความอร่อย หวานมัน ข้าวเหนียว เขียวเมล็ดเล็กอ่อนนุ่มในตัว ไม่แฉะจนเกินไปกลิ่นของกระบอกไม้ไผ่ ใบตองปิดจุก และถ่านไม้จากการเผา เพิ่มความหอม ขวนรับประทานยิ่งขึ้น ส้มโอนครปฐม ซึ่งเป็นส้มโอที่มีรสหวานอร่อย มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั้งในประเทศและตลาดต่างประเทศมานาน มะพร้าวน้ำหอมของ อำเภอสามปราน เป็นต้น ดังคำขวัญประจำจังหวัดคือ ส้มโอหวาน ข้าวสารขาว ลูกสาวงาม ข้าวหลาม หวานมัน สนามจันทร์งามล้น พุทธมณฑลคู่ธานี พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า

จากข้อมูลสำคัญของจังหวัดนครปฐมดังกล่าวข้างต้น จังหวัดนครปฐมมีความเหมาะสมที่จะ พัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ เนื่องด้วยมีประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครปฐมที่ได้ กล่าวไว้ข้างต้นเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สำคัญ มีสถานที่สำคัญที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปคือ องค์พระปฐมเจดีย์ซึ่งเป็นปูชนียสถานสำคัญทางพระพุทธศาสนาที่มีความศักดิ์สิทธิ์ มีพุทธศาสนิกชน ตลอดจนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมาสักการบูชาองค์พระปฐมเจดีย์และพระร่วงโรจนฤทธิ์ พระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ประจำองค์พระปฐมเจดีย์ตลอดทั้งปี และอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาจังหวัดนครปฐมได้โดยสะดวกทั้งโดยทางรถยนต์และทางรถไฟ มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและมีของดีของจังหวัดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยว ได้เป็นอย่างดี และจังหวัดนครปฐมได้จัดทำแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ. 2561-2564

กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ว่า “เมืองเกษตรและอุตสาหกรรมปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม ศูนย์กลางการศึกษา และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี” ซึ่งให้ความสำคัญกับ “แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม” นั้น มีเหตุผลประกอบกล่าวคือ จังหวัดนครปฐม เป็นอยู่อารยธรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีความเจริญรุ่งเรืองด้านพระพุทธศาสนาและเป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญมากแห่งหนึ่ง จึงมีความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลาย ทั้งเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี จังหวัดนครปฐมมีจำนวนผู้มาเยี่ยมชมเยือน (Visitors) ถึง 3,115,086 คน ติดอันดับ 1 ใน 30 ของจังหวัดที่ผู้มาเยี่ยมชมเยือนค่อนข้างสูงของประเทศในปี พ.ศ.2558 และมีมูลค่าการท่องเที่ยว (ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร) สูงที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่าง 1 โดยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ องค์พระปฐมเจดีย์ พุทธมณฑล พิพิธภัณฑสถานพระราชวังสนามจันทร์ วัดพระประโทนเจดีย์ อนุสาวรีย์ย่าเหล วัดไร่ขิง วัดดอนยายหอม พิพิธภัณฑสถานพระพุทธรูปวิจิตร และแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดไร่ขิง ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำบางหลวง รศ. 122 ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตลาดน้ำหลวงพ่อบึง ตลาดน้ำบางพระ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนริมคลองมหาสวัสดิ์ ศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านไทยทรงดำ บ้านเกาะแรตบางเลน ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาไทยปิยะชนก หมู่บ้านวัฒนธรรมไทยโซ่ง พระราหูวัดศิระชะทอง เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2560: 127)

การพิจารณาเลือกสถานที่ในจังหวัดนครปฐมเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ มีสถานที่ที่มีความน่าสนใจและมีความเกี่ยวข้องกับองค์พระปฐมเจดีย์เป็นอย่างมาก คือ คลองเจดีย์บูชาเป็นคลองที่ถูกขุดขึ้นตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ความเป็นมาของการขุดคลองเจดีย์บูชานั้น มีความเชื่อมโยงกับพระราชศรัทธาของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทรงมีต่อพระพุทธศาสนา ทรงฟื้นฟูพระพุทธศาสนาให้มีความรุ่งเรือง โดยในส่วนของพระปฐมเจดีย์ ปุชนิยสถานอันสำคัญนั้น พระองค์ได้เสด็จพระราชดำเนินมาบูรณปฏิสังขรณ์เป็นครั้งใหญ่ โดยสร้างครอบเจดีย์องค์ที่ 1 และองค์ที่ 2 ของเดิมไว้ (จังหวัดนครปฐม, 2562) โดยจุดเริ่มต้นของการปฏิสังขรณ์นี้เริ่มตั้งแต่เมื่อครั้งทรงผนวชซึ่งเป็นช่วงเวลาในสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 (ประมาณ พ.ศ.2374) พระองค์ได้เสด็จฯจรดงค์มายังเมืองนครปฐมพระด้วยคณะสงฆ์ และทอดพระเนตรเห็นเจดีย์เก่าแก่ซึ่งมีขนาดใหญ่มาก ทรงเชื่อมั่นว่าเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุเป็นแน่ หลังจากเสด็จฯ กลับจากจรดงค์จึงทรงตั้งพระราชหฤทัยที่จะบูรณปฏิสังขรณ์พระเจดีย์ กาลล่วงมาเมื่อทรงขึ้นครองราชย์แล้ว เมื่อปี พ.ศ.2395 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระยาบรมมหาประยูรวงศ์ (ดิศ บุนนาค) เป็นแม่กองปฏิสังขรณ์พระปฐมเจดีย์ เมื่อท่านถึงแก่พิราลัยจึงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาทิพากรวงศ์มหาโกษาธิบดี (ชำ บุนนาค) เป็นแม่กอง

ดำเนินการต่อไปดังกล่าวแล้วข้างต้น ต่อมาเมื่อวันอังคารที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2400 (เดือน 5 ขึ้น 9 ค่ำ ปีมะเมีย) พระองค์ได้เสด็จฯ มายังวัดพระปฐมเจดีย์ การเสด็จฯ ครั้งนี้ได้เสด็จทางเรือขึ้นที่วัดไชยพุทธขามลา แล้วเสด็จต่อทางสถลมารคไปประทับแรมที่พลับพลาท่าหาดหนึ่งคืน ในวันรุ่งขึ้น คือ วันพุธที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2400 (เดือน 5 ขึ้น 10 ค่ำ) ได้เสด็จฯ ทางชลมารคแล้วสลับการเสด็จฯ ทางสถลมารคถึงวัดพระปฐมเจดีย์และทรงก่อพระปฐมเจดีย์เป็นปฐมฤกษ์ตามรูปแบบที่ช่างได้จัดทำรูปถวาย โดยจัดทำครอบองค์เดิมไว้ภายใน (ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมืองนครปฐม, ม.ป.ป.)

ผู้วิจัยได้พิจารณาเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมทำการศึกษาเพื่อจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม คือคลองเจดีย์บูชา ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ใกล้กับองค์พระปฐมเจดีย์ด้านถนนขวาพระช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศบาล 7) มีถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากรเลียบบนคลองทั้งสองฝั่ง โดยถนนพิพิธปราสาทขนานคลองด้านทิศเหนือและถนนทิพากรขนานคลองด้านทิศใต้ ระยะทาง 1,650 เมตร ผ่านพื้นที่ชุ่มชน ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาล เจ้าแม่ต้นแจงชอย 6 และชุมชนชอย 7 โดยมีเหตุผลการศึกษา ดังนี้

1. ความเหมาะสมในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สภาพทั่วไปของคลองเจดีย์บูชาในช่วงดังกล่าว มีถนนพิพิธปราสาทขนานคลองด้านทิศเหนือและถนนทิพากรขนานคลองด้านทิศใต้ มีบาทวิถีเลียบบคลองตลอดสาย มีตลิ่งที่ทำเป็นขั้นบันไดสามารถลงไปยังริมคลอง สามารถพัฒนาให้มีภูมิทัศน์ที่สวยงามเพื่อสร้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ อีกทั้งอยู่ในใจกลางเมือง มีการคมนาคมที่สะดวก

2. มีต้นทุนทางการท่องเที่ยว คือประวัติศาสตร์ของคลองเจดีย์บูชา ซึ่งมีความผูกพันเกี่ยวข้องกับองค์พระปฐมเจดีย์ โดยคลองเจดีย์บูชานั้นเป็นคลองขุดเพื่อใช้เป็นเส้นทางทางน้ำเดินทางมาสักการะองค์พระปฐมเจดีย์ และมีแหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญ คือสถานที่ที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนครอยู่บริเวณที่ทำการเทศบาลนครนครปฐมเดิม สร้างในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ซึ่งพระองค์ทรงเคยใช้เป็นพระตำหนักพักแรม รวมทั้งเมื่อครั้งบูรณปฏิสังขรณ์องค์พระปฐมเจดีย์ใหม่เมื่อครั้งทรงเดินทางมาสักการะพระปฐมเจดีย์ ปัจจุบันได้ถูกรื้อไปแล้ว และวิถีชีวิตของผู้คนในอดีตที่มีความผูกพันกับคลองโดยคลองเจดีย์บูชาในช่วงนี้เคยเป็นตลาดน้ำและเส้นทางสัญจร ดังนั้นประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตในชุมชนในอดีต ถือเป็นต้นทุนการท่องเที่ยวที่สามารถนำมาจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

3. เป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป คลองเจดีย์บูชาในช่วงนี้เป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม มีตลาดนัดชอย 2 (ถนนเทศบาล 2) ซึ่งเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปเปิดทำการทุกวัน เวลาเช้าและเวลาเย็น และยังมีร้านค้าหาบเร่แผงลอยจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ริมสองฝั่งคลอง มีผู้คนมาจับจ่ายซื้อสินค้าเป็นจำนวนมากในทุกวัน การเลือกพื้นที่นี้เพื่อจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นการส่งเสริมโอกาสในการประกอบธุรกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนริมสองฝั่งคลอง

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564 และแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยเลือกพื้นที่คลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวารวดี (ถนนขวาพระ) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศาซอย 7) และพื้นที่โดยรอบตามที่กล่าวข้างต้น เป็นพื้นที่ในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เกิดการพัฒนาระบบเศรษฐกิจของจังหวัดต่อไป

2. คำถามการวิจัย

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดข้อคำถามของการวิจัยไว้ดังนี้

1. บริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เป็นอย่างไร
2. พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม อย่างไรบ้าง
3. ข้อเสนอเชิงนโยบายในการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เป็นอย่างไร

3. วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อให้สอดคล้องกับคำถามของการวิจัย ผู้วิจัยจึงกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

4. ขอบเขตการวิจัย

เพื่อให้การวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

1. การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยใช้ระเบียบวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่คลองเจดีย์บูชา ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี (ถนนทวารวดี) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศบาล 7) ระยะทาง 1,650 เมตร ถนนเลียบบคลองทั้งสองฝั่งได้แก่ถนนพิพิธปราสาทและถนนเทศา-ทิพากร และชุมชนเลียบบคลองได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7

3. ขอบเขตด้านประชากร

3.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.1.1 การสำรวจความเห็นต่อพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

- ประชากร (Population) คือ ผู้อยู่อาศัยในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี (ด้านถนนทวารวดี) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศบาล 7) ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 จำนวน 3,535 คน

- กลุ่มตัวอย่าง (Samples) ทำการสุ่มตัวอย่างจากประชากร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณจากสูตรของทาร์โร ยามาเน่ (Yamane, 1973: 727-728) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 359 คน

3.1.2 การประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ดำเนินการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบเจาะจง ได้จำนวน 6 นาย ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ 1 ด้านการปรับภูมิทัศน์ 1 คน ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1 คน ด้านวัฒนธรรม 1 คน ด้านการประชาสัมพันธ์ 1 คน และที่ปฏิบัติหรือเคยปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ทำการศึกษ 1 คน

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 การศึกษาบริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยการสำรวจข้อมูลสภาพปัจจุบัน ศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง การเก็บรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ข้อมูลท้องถิ่น จากเอกสารทางราชการ รายงาน การวิจัย เอกสารทางวิชาการ ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แผนยุทธศาสตร์ หรือนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Document Analysis) รวมถึงการลงสำรวจพื้นที่ (Survey) ที่ทำการศึกษาเพื่อให้เห็นสภาพที่แท้จริงของพื้นที่ สภาพทั่วไปของพื้นที่ บริบท วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ และสภาพแวดล้อม

3.2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นผู้นำชุมชน 4 ชุมชน ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาที่ทำการศึกษ ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ ตันแจงฮอย 6 และชุมชนฮอย 7 จำนวน 4 คน

3.2.3 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้วิจัยดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 10 คน ได้แก่

- ตัวแทนประชากรของชุมชน ชุมชนละ 2 คน โดยมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้นำชุมชน หรือเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชน หรือเป็นบุคคลที่คนในชุมชนให้ความเคารพนับถือ
- ตัวแทนผู้ประกอบการค้าขายในพื้นที่ที่ทำการศึกษา จำนวน 2 คน โดยมีคุณสมบัติคือ เป็นบุคคลที่มีกิจการร้านค้าเป็นหลักแหล่งในพื้นที่และประกอบกิจการค้าขายมาไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 1 คน และบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าอาจจะเป็นในตลาดนัดหรือหาบเร่แผงลอยและประกอบกิจการค้าขายมาไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 1 คน

3.2.4 การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurships) ผู้วิจัยนำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ 1 คน ด้านการประมงสัตว์น้ำ 1 คน ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1 คน ด้านวัฒนธรรม 1 คน ด้านการประชาสัมพันธ์ 1 คน และผู้ที่ปฏิบัติหรือเคยปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ที่ทำการศึกษา 1 คน เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญร่วมอภิปราย มีความเห็นพร้อมข้อเสนอแนะ นำไปปรับปรุงร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ให้ถูกต้องเหมาะสม

5. นิยามศัพท์

1. คลองเจดีย์บูชา ในงานวิจัยนี้ หมายถึง คลองเจดีย์บูชา ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี (ถนนขวาพระ) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศาซอย 7) ถนนเลียบบคลองทั้งสองฝั่งได้แก่ถนนพิพิธปราสาทและถนนเทศา-ทิพากร ระยะทาง 1,650 เมตร และชุมชนเลียบบคลองได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7
2. นโยบาย หมายถึง หลักและวิธีการปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวทางดำเนินการที่ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจเพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปโดยถูกต้องและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้
3. ข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย โดยข้อเสนอดังกล่าวเป็นข้อมูลแนวทางในการปฏิบัติที่อาจเป็นไปได้ในการจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม
4. การจัดการ หมายถึง กระบวนการดำเนินงานเป็นไปตามขั้นตอนเพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
5. การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปสถานที่ใดสถานที่หนึ่งที่ไม่ใช่ถิ่นพำนักอาศัยเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อไปทำกิจกรรมที่เกิดความผ่อนคลาย เกิดความสุข ความสบายใจ กิจกรรมดังกล่าวเช่นการเยี่ยมชมสถานที่ ชมงานมหรสพความบันเทิง แสวงหาความรู้ พบปะเยี่ยมเยียนบุคคล เป็นต้น โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพหรือการหารายได้
6. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ตรงจากการสัมผัสและเรียนรู้วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนวิถีชีวิต ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น มีความผูกพัน ระหว่างนักท่องเที่ยว กับคนในชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ต่าง ๆ ที่ได้รับในพื้นที่ท่องเที่ยว เป็นผลให้เกิดความทรงจำที่น่าประทับใจในพื้นที่ท่องเที่ยว
7. แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
8. การบริหารจัดการ หมายถึง การดำเนินงานต่าง ๆ ของคณะกรรมการจัดการการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ปฏิบัติในการจัดการท่องเที่ยวพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ โดยอาศัย การวางแผน การประสานงาน การริเริ่มให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน สมัครสมานสามัคคีกันโดยอาศัย ความช่วยเหลือจากหน่วยงานในท้องถิ่น คณะกรรมการชุมชน รวมถึงคนในชุมชน
9. การปรับภูมิทัศน์ หมายถึง การปรับสภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้มีความพร้อมในการจัดการท่องเที่ยว เช่น การทำความสะอาดคลองและพื้นที่โดยรอบ การจัดสวน ปลูกต้นไม้ ให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม จัดการขยะและน้ำเสีย เป็นต้น

10. กิจกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาได้แก่ ตลาดน้ำ ถนนคนเดิน ลานวัฒนธรรม กิจกรรมเส้นทางท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ กิจกรรมพายเรือในคลองเจดีย์บูชา กิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี ยกตัวอย่างเช่นกิจกรรมเผาข้าวหลาม เป็นต้น

11. สิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการท่องเที่ยวพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ได้แก่ ที่พักหรือที่พักแรม (Accommodation) อาหารและสถานบันเทิง (Food and Entertainment) การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าที่ระลึก ระเบียบพิธีการเข้า-ออกประเทศ และโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)

12. การประชาสัมพันธ์ หมายถึง รูปแบบของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวไปยังนักท่องเที่ยว อย่างมีแบบแผนและต่อเนื่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าว สร้างความเข้าใจ สร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อนักท่องเที่ยว และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา โดยผ่านวิธีการต่าง ๆ ในรูปแบบของเอกสารต่าง ๆ เช่น ไปสเตอร์ หนังสือ ภาพถ่าย วิดีทัศน์ โทรทัศน์ หรือแพลตฟอร์มทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เช่น เว็บไซต์ เฟสบุ๊ก อิน스타그램 กลุ่มไลน์ เป็นต้น

6. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ข้อเสนอเชิงนโยบาย ที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม
2. ได้ข้อเสนอเชิงนโยบาย ที่สามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในช่วงอื่น ๆ
3. ได้ข้อเสนอเชิงนโยบาย ที่อาจเป็นประโยชน์กับหน่วยงานอื่น ๆ สามารถนำไปปรับปรุงพัฒนาพื้นที่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานนั้น ๆ

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม” ผู้วิจัยได้ศึกษา ค้นคว้าข้อมูล จากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางการกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัย ดังนี้

1. สภาพทั่วไปคลองเจดีย์บูชา
2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564)
3. แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564
4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
5. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยว
6. แนวคิดเกี่ยวกับข้อเสนอเชิงนโยบาย
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวความคิด

1. สภาพทั่วไปคลองเจดีย์บูชา

1.1 ประวัติความเป็นมาและความสำคัญของคลองเจดีย์บูชา

คลองเจดีย์บูชา เป็นคลองที่ถูกขุดขึ้นตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ความเป็นมาของการขุดคลองเจดีย์บูชานั้น มีความเชื่อมโยงกับพระราชกรณียกิจของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวที่ทรงมีต่อพระพุทธศาสนา ทรงฟื้นฟูพระพุทธศาสนา ให้มีความรุ่งเรือง โดยในส่วนของพระปฐมเจดีย์ ปุณนิยสถานอันสำคัญ พระองค์ได้เสด็จมาบูรณปฏิสังขรณ์เป็นครั้งใหญ่ โดยสร้างครอบเจดีย์องค์ที่ 1 และองค์ที่ 2 ของเดิมไว้ (จังหวัดนครปฐม, ม.ป.ป.) โดยจุดเริ่มต้นของการปฏิสังขรณ์นี้เริ่มตั้งแต่เมื่อครั้งทรงผนวชซึ่งเป็นช่วงเวลาในสมัยของพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 (ประมาณ พ.ศ.2374) พระองค์ได้เสด็จฯ ถุดงค์มายังเมืองนครปฐมพร้อมด้วยคณะสงฆ์และทอดพระเนตรเห็นเจดีย์เก่าแก่ซึ่งมีขนาดใหญ่มาก ทรงเชื่อมั่นว่าเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุเป็นแน่ หลังจากเสด็จกลับจากธุดงค์จึงทรงตั้งพระราชหฤทัยที่จะบูรณะปฏิสังขรณ์พระเจดีย์ กาลล่วงมาเมื่อทรงขึ้นครองราชย์แล้ว เมื่อปี พ.ศ.2395 ทรงโปรดเกล้าฯ ให้สมเด็จพระยาบรมมหาประยูรวงศ์ (ดิศ บุนนาค) เป็นแม่กองปฏิสังขรณ์พระปฐมเจดีย์เมื่อท่านถึงแก่พิราลัยจึงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาทิพากรวงศ์มหาโกษาธิบดี

(ข้า บุนนาค) เป็นแม่กองดำเนินการต่อไป ดังกล่าวแล้วข้างต้น ต่อมาเมื่อวันอังคารที่ 23 มีนาคม พ.ศ. 2400 (เดือน 5 ขึ้น 9 ค่ำ ปีมะเมีย) พระองค์ได้เสด็จพระราชดำเนินมายังวัดพระปฐมเจดีย์ ได้เสด็จฯทางเรือขึ้นที่วัดไชยพุทธขมาลา แล้วเสด็จฯ ต่อทางสถลมารคไปประทับแรม ที่พลับพลา ท่าหาดหนึ่งคืน ในวันรุ่งขึ้นคือวันพุธที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2400 (เดือน 5 ขึ้น 10 ค่ำ) ได้เสด็จทางชลมารค แล้วสลับการเสด็จฯ ทางสถลมารคถึงวัดพระปฐมเจดีย์และทรงก่อพระปฐมเจดีย์เป็นปฐมฤกษ์ตามรูปแบบที่ช่างได้จัดทำรูปถวายโดยจัดทำครอบองค์เดิมไว้ภายใน (ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมืองนครปฐม, ม.ป.ป.)

จากข้อมูลเกี่ยวกับการเสด็จฯ จากพระบรมมหาราชวังมาสู่วัดพระปฐมเจดีย์นี้ แสดงให้เห็นว่า การเดินทางในสมัยนั้นมีความยากลำบากเพราะถนนหนทางยังไม่สะดวก ทางน้ำก็ไม่เชื่อมต่อติดกัน เป็นปัจจัยสำคัญที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดฯ ให้ขุดคลองเชื่อมต่อกับแม่น้ำท่าจีนเข้าสู่คลองเจดีย์บูชาเพื่อไปนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์มีความสะดวกสมบูรณ์ขึ้น ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าคลองเจดีย์บูชาเกิดขึ้นจากพระราชศรัทธาที่มีต่อพระพุทธศาสนา พระราชหฤทัยที่ตั้งมั่นในการปฏิสังขรณ์องค์พระปฐมเจดีย์และพระมหากษัตริย์คุณที่มีต่อราษฎรในการใช้คลองนี้เป็นเส้นทางไปนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์โดยสะดวก นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นเส้นทางคมนาคมขนส่งสินค้า และการประกอบอาชีพต่าง ๆ ด้วย คลองเจดีย์บูชาจึงเป็นคลองที่มีคุณค่าและมีความสำคัญไม่เพียงแต่เป็นคลองระบายน้ำหรือเป็นแหล่งน้ำใช้สอยเท่านั้น แต่เป็นมรดกแห่งจิตวิญญาณที่เชื่อมโยงผูกพันกับน้ำพระราชหฤทัยของพระเจ้าแผ่นดินของไทยที่ทรงศรัทธาในพระพุทธศาสนาและทรงมีพระมหากษัตริย์คุณต่อพุทธศาสนิกชน ควบคู่กับการส่งเสริมวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ วัฒนธรรมประเพณีและการประกอบอาชีพเพื่อการดำรงชีวิตอย่างมีความสุขไปพร้อม ๆ กัน ทุกภาคส่วนจึงควรให้ความสำคัญในการดูแลรักษาคลองแห่งนี้ เพื่อสืบสานและรักษาให้คงอยู่อย่างมีคุณค่าและเกิดคุณประโยชน์สืบต่อไปอย่างยั่งยืน (ญาณภัทร ยอดแก้ว, 2563)

1.2 สภาพทั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในปัจจุบัน

1.2.1 ลักษณะพื้นที่ของคลองเจดีย์บูชาตลอดทั้งสาย คลองเจดีย์บูชา มีความกว้างประมาณ 15-20 เมตร ส่วนความยาวของคลองเจดีย์บูชานั้น อาจแบ่งเป็น 2 ส่วน ส่วนแรกด้านทิศตะวันออกขององค์พระปฐมเจดีย์เริ่มจากตลาดต้นสน ตำบลวัดแค อำเภอนครชัยศรีซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อกับแม่น้ำท่าจีน ผ่านมาถึงวัดห้วยจรเข้ม่า มุ่งตรงมาองค์พระปฐมเจดีย์ ลอดผ่านกำแพงองค์พระปฐมเจดีย์ เลี้ยวมาทางขวาผ่านหน้าตลาดนครปฐม (ตลาดบน/ตลาดล่าง) ถึงหน้าองค์พระปฐมเจดีย์ด้านทิศเหนือ มีระยะประมาณ 14 กิโลเมตร ส่วนที่ 2 เชื่อมต่อจากองค์พระปฐมเจดีย์ผ่านวัดพระงามพระอารามหลวง ไปสู่วัดเสนาหาพระอารามหลวงเข้าสู่คลองวังตะกุก และคลองทัพหลวงจนถึงคลองชลประทานบริเวณวัดม่วงตารส เขตตำบลทัพหลวง รวมระยะความยาวอีกประมาณ 10 กิโลเมตร โดยปลายคลอง

ด้านตะวันตกนี้เป็นเส้นทางเชื่อมต่อไปยังแม่น้ำแม่กลองที่จังหวัดราชบุรี และกาญจนบุรีได้ รวมทั้ง 2 ส่วนนี้ คลองเจดีย์บูชาจึงมีความยาวประมาณ 24 กิโลเมตร มีคลองสาขาที่สำคัญหลายคลอง ซึ่งเชื่อมต่อติดกัน เช่นคลองวังตะกุก คลองพระประโทน คลองห้วยจรเข้ม้า คลองสามควายเผือก และ คลองท่าทราย มีพื้นที่ตลอดระยะทางติดกับพื้นที่ตำบลต่าง ๆ ในจังหวัดนครปฐม รวมจำนวน 12 ตำบล ประกอบด้วย ตำบลวัดแค ตำบลนครชัยศรี ตำบลท่าตำหนัก ตำบลบางกระบือ ตำบลศิริษะทอง ตำบลธรรมศาลา ตำบลสามควายเผือก ตำบลบ่อพลับ ตำบลพระปฐมเจดีย์ ตำบลนครปฐม ตำบลวังตะกุก และตำบลทัพหลวง นอกจากนี้ยังมีสถานที่สำคัญต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกับคลองโดยเฉพาะวัดและโรงเรียน หลายแห่ง วัดจำนวน 7 วัด ประกอบด้วย วัดไร่เกาเข้าน้ำร้อน วัดห้วยจรเข้ม้า วัดพระปฐมเจดีย์ วัดพระงามพระอารามหลวง วัดเสนาหาพระอารามหลวง วัดใหม่ปิ่นเกล้า และวัดวังตะกุก และวัดที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกับคลองอีก 2 วัด ได้แก่ วัดศิริษะทอง และวัดม่วงตารส ส่วนโรงเรียนที่อยู่ในพื้นที่ริมคลอง มีจำนวน 7 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนวัดห้วยจรเข้ม้าวิทยาคม โรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย โรงเรียนอนุบาลสุธีธร โรงเรียนวัดพระงาม (เทศบาล1) โรงเรียนวัดเสนาหา (เทศบาล 2) โรงเรียน ศรีวิชัยวิทยาคม และโรงเรียนวัดวังตะกุก รวมทั้งยังมีโรงเรียนวัดพระปฐมเจดีย์ซึ่งแม้ไม่มีพื้นที่ติดต่อกับ คลอง แต่ก็ยังเป็นโรงเรียนที่อยู่ติดต่อกับวัดพระปฐมเจดีย์ซึ่งถือว่าเป็นสถานศึกษาที่เชื่อมต่อกับคลอง ด้วยเช่นกัน (ญาณภัทร ยอดแก้ว, 2563)

1.2.2 ลักษณะพื้นที่ของคลองเจดีย์บูชาในการวิจัยนี้

ผู้วิจัยจึงได้พิจารณาเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมทำการศึกษาเพื่อจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยเลือกคลองเจดีย์บูชา ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ช่วงตั้งแต่สะพานทวารวดี (ด้านถนนขวาพระ) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศาฮอย 7) และพื้นที่โดยรอบ เป็นพื้นที่ทำการวิจัยเพื่อทำข้อเสนอเชิงนโยบายในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม มีลักษณะพื้นที่ดังนี้

คลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวารวดี (ด้านถนนขวาพระ) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศาฮอย 7) มีความกว้างประมาณ 15-20 เมตร มีระยะทาง 1,650 เมตร อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีถนนพิพิธปราชญ์และ ถนนพิพิธปราบดาภิเษกทั้งสองฝั่ง โดยถนนพิพิธปราชญ์ขนานคลองด้านทิศเหนือและถนน พิพิธปราบดาภิเษกด้านทิศใต้ มีสะพานข้ามคลอง จำนวน 10 แห่ง ได้แก่ สะพานทวารวดี (ถนนขวาพระ) สะพาน 1 (ถนนเทศาฮอย 1) สะพาน 2 (ถนนเทศาฮอย 2) สะพาน 3 (ถนนเทศาฮอย 3) สะพาน 4 (ถนนเทศาฮอย 4) สะพานไม่มีชื่อสำหรับคนเดินข้าม (ถนนเทศาฮอย 5) สะพานอุตุตร การบดี (เทศาฮอย 6) สะพานวณิขุภรณ์ (ทางเข้าวัดห้วยจรเข้ม้า) สะพานทักษิณานุกิจ (สะพานเหล็ก สำหรับคนเดินข้ามด้านหลังโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย) และสะพาน 7 (ถนนเทศาฮอย 7) มีประตูระบายน้ำ 1 แห่ง กั้นคลองตั้งอยู่ระหว่างช่วงสะพาน 3 และสะพาน 4 สภาพคลองเจดีย์บูชา

ในช่วงนี้ไม่ได้ใช้เป็นทางสัญจรเหมือนดังในอดีต น้ำในคลองมีสภาพเน่าเสียและมีขยะในคลอง คลองผ่านพื้นที่ที่ชุ่มชื้น กล่าวคือ ชุมชนด้านทิศเหนือของคลอง ตัดถนนพิพิธปราชสาธ ได้แก่ ชุมชนสวนลำไย ศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6 และชุมชนซอย 7 และชุมชนด้านทิศใต้ของคลอง ตัดถนนทิพากร ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร และชุมชนซอย 7 (ชุมชนซอย 7 มีพื้นที่ครอบคลุมทั้งสองฝั่งคลอง)

ลักษณะพื้นที่ริมคลอง แบ่งตามลักษณะทางกายภาพออกเป็น 2 ช่วง กล่าวคือ ช่วงแรกตั้งแต่ต้นคลองสะพานทวาราวดี จนถึงสะพาน 3 (ถนนเทศาซอย 3) อยู่ใกล้สถานที่สำคัญคือ องค์พระปฐมเจดีย์ ทั้งสองฝั่งคลองในช่วงนี้เป็นแหล่งธุรกิจการค้าสำคัญของจังหวัดนครปฐม และเป็นรู้จักของประชาชนในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง เป็นอาคารพาณิชย์และแหล่งที่อยู่อาศัย มีร้านค้าต่าง ๆ จำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิด มีตลาดนัดซอย 2 เปิดทำการ 2 ช่วงเวลาของ ทุกวัน คือช่วงเช้าเวลา 05.00 – 10.00 น. และช่วงเย็นเวลา 16.00 – 20.00 น. โดยจะทำการปิดถนนเทศา ซอย 2 เพื่อจัดเป็นพื้นที่ตลาด มีพ่อค้าแม่ค้าทั้งจากประชาชนในจังหวัดนครปฐมและต่างพื้นที่มา จำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิดทั้งอาหารสด อาหารแห้ง สินค้าอุปโภคและบริโภค มีประชาชนมา จับจ่ายซื้อของกันเป็นจำนวนมาก ในช่วงเวลาตลาดนัดทั้งเช้าและเย็น เกิดปัญหาการจราจรติดขัด เนื่องจากผู้คนเดินซื้อสินค้าและจอดรถริมถนนที่ไม่เป็นระเบียบ ริมคลองทั้งสองฝั่งมีผู้คนทั้งในพื้นที่ และต่างพื้นที่มาจับจองร้านค้าแผงลอยรถเข็น และจอดรถค้ารถเรืออย่างอิสระ จำหน่ายสินค้า หลากหลาย ทั้งอาหารสด เครื่องอุปโภคบริโภค จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จนั่งรับประทาน มีสภาพที่ไม่เป็นระเบียบ บางร้านมีการทิ้งของเสียและขยะลงคลอง ช่วงที่สองคือตั้งแต่สะพาน 4 (ถนนเทศา ซอย 4) จนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศาซอย 7) เป็นพื้นที่ชุมชนที่อยู่อาศัย มีอาคารพาณิชย์เปิดธุรกิจ ร้านค้าบ้างแต่ไม่หนาแน่นมากนัก และเป็นที่ตั้งของสถานศึกษาคือ โรงเรียนอนุบาลนครปฐม โรงเรียนอนุบาลสุธีธร โรงเรียนวัดห้วยจรเข้มและโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย มีสถานที่สำคัญทางศาสนา คือ ศาลเจ้าแม่ตันแจง และวัดห้วยจรเข้ม ในเรื่องการคมนาคมนั้นเนื่องจากเป็นพื้นที่อยู่ใจกลางเมือง นครปฐม การคมนาคมมีความสะดวกสบาย การจราจรมีความคับคั่งในช่วงเช้าและช่วงเย็นในเวลา เปิดทำการของตลาด และช่วงเสาร์อาทิตย์และหน้าโรงเรียนอนุบาลสุธีธร หน้าโรงเรียนวัดห้วยจรเข้ม ในช่วงที่ผู้ปกครองรับส่งบุตรหลานมาโรงเรียนในวันเปิดการศึกษา

2. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564)

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (ท.ท.ช.) ที่ถูกจัดตั้งตามพระราชบัญญัติ นโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2551 มีหน้าที่ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ โดยได้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2555 - 2559 เป็นแผนพัฒนาฉบับแรกของ ประเทศ และเพื่อให้การท่องเที่ยวมีการบริหารและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดทำแผนพัฒนา การท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) ซึ่งบังคับใช้อยู่ในปัจจุบัน โดยสาระสำคัญ

ของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) นี้ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาคือเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพ แหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างความได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของ การลงทุนพัฒนา เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และระหว่างประเทศ ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) ประกอบด้วย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน

1. พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนา และปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการ ให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ และส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจการถ่ายทำภาพยนตร์ต่างประเทศในประเทศไทย รวมถึงการเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับด้านการท่องเที่ยวเพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว สินค้า และบริการระดับโลก

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ได้แก่ การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่ การส่งเสริมสร้างสรรค์นวัตกรรมด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนผู้ประกอบการให้ใช้นวัตกรรมในการผลิตสินค้าและบริการ การดูแลรักษาและปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. สร้างสมดุลในแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการ ทั้งในเชิงพื้นที่เชิงเวลา ฤดูกาลและรูปแบบการท่องเที่ยว โดยการส่งเสริมความสมดุลเชิงพื้นที่ในการท่องเที่ยว ทั้งในแง่การกระจายรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดตั้งเขตพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดและพื้นที่ที่มีศักยภาพ การพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรอง การพัฒนาการท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาสินค้าและบริการที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นต้น และการส่งเสริมความสมดุลเชิงเวลาและฤดูกาลในการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างสรรค์กิจกรรมหรือเทศกาลประจำปีในพื้นที่ต่าง ๆ การสร้างสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ (Man - Made Attractions) เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1. พัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวโดยการพัฒนาระบบการคมนาคมขนส่งในการเดินทางเข้าสู่ประเทศ ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ได้แก่ การพัฒนาเส้นทางคมนาคมทางบกเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ยกกระต๊อบระบบขนส่งสาธารณะ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว พัฒนาเส้นทางคมนาคมทางน้ำที่สามารถเชื่อมโยงกับรูปแบบการเดินทางอื่น ๆ พัฒนาศักยภาพของสนามบินในการรองรับนักท่องเที่ยว เพิ่มเส้นทางและจำนวน เที่ยวบินระหว่างประเทศและภายในประเทศที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองท่องเที่ยวรอง

2. พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว โดยการปรับปรุงระบบการตรวจคนเข้าเมือง ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกในการเดินทางผ่านแดน ปรับปรุงป้ายบอกทางและป้ายสัญลักษณ์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน จัดทำแผนที่ ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกแหล่ง เพิ่มจุดบริการ Free - WiFi ในแหล่งท่องเที่ยว จัดทำระบบบัตรโดยสารเที่ยวที่ใช้ได้ กับทุกช่องทางการเดินทาง พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ปราศจากอุปสรรคสำหรับคนทั้งมวล (Tourism for All) ได้แก่ ห้องน้ำคนพิการ ทางลาด ราวจับ เป็นต้น และพัฒนาแอปพลิเคชันที่อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว

3. พัฒนาระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ เพื่อป้องกันและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ท่องเที่ยว ส่งเสริมสุขอนามัย ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีขีดความสามารถในการแข่งขัน สอดคล้องกับมาตรฐานสากลและเพียงพอต่อความต้องการของตลาด โดยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนในการพัฒนาและปรับปรุงหลักสูตรที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวที่สอดคล้องความต้องการของตลาดแรงงาน สร้างแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวสนับสนุนบุคลากรให้มีสมรรถนะขั้นพื้นฐานตามตำแหน่งงาน และได้รับการฝึกอบรมที่ได้มาตรฐานสากล

2. ส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น จัดทำหลักสูตรการฝึกอบรมทักษะธุรกิจพื้นฐาน

เพื่อส่งเสริมการประกอบธุรกิจใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพิ่มช่องทางการลงทุนและพัฒนาธุรกิจด้านการท่องเที่ยวให้แก่ ภาคเอกชน ภายใต้หลักการสนับสนุนความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม Thailand 4.0

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

1. เสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวอดนียม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การทำการตลาดเป้าหมายและสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว ผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย ข้อควรปฏิบัติเพื่อความปลอดภัยและสิ่งไม่ควรกระทำในกรณีฉุกเฉิน เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย รวมถึงการส่งเสริมการบังคับใช้และให้ความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยวและสาธารณชน

2. ส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว และกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว กลุ่มต่าง ๆ โดยการส่งเสริมการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป กลุ่มตลาดระดับกลาง - บน (มีรายได้ส่วนบุคคลสูงกว่า 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปี) ในพื้นที่ตลาดที่มีศักยภาพ และการทำการตลาดแบบเฉพาะกลุ่มสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมและนิเวศ

3. ส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น ด้วยการสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้เป็นที่เข้าใจในเวทีโลก อาทิ การสร้างคุณค่าความเป็นไทยในสินค้าและบริการต่าง ๆ ผ่านสัญลักษณ์ “Thainess” บนสินค้า และบริการที่คงอัตลักษณ์ความเป็นไทย การสื่อสารเอกลักษณ์ความเป็นไทยผ่านสื่อสร้างสรรค์และนวัตกรรมทางสื่อต่าง ๆ เช่น รายการโทรทัศน์ การจัดแสดง Roadshow เป็นต้น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัด โดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่าง ๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้ สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณีประจำถิ่นในแต่ละเดือน การสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริม การขายแพ็คเกจการท่องเที่ยวร่วมกับภาคเอกชน เป็นต้น และการส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” ได้แก่ การสร้างค่านิยม การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มสุขภาพสตรี รวมถึงการสนับสนุนมาตรการทางการเงินเพื่อส่งเสริมการใช้จ่าย ช่วงการท่องเที่ยว อาทิ มาตรการการลดหย่อนทางภาษี

5. ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชน ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอด แอปพลิเคชันที่ส่งเสริมทำการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัล ทั้งในด้านการดูแล บริหาร และวิเคราะห์สถิติ ข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ

1. ส่งเสริมการกำกับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างหน่วยงานระดับนโยบาย โดยมีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นหน่วยงานหลักในการกำหนดนโยบาย ประสานงาน กำกับติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน ส่งเสริมการกระจายอำนาจสู่หน่วยงานระดับภูมิภาคและท้องถิ่น ขับเคลื่อนแผนและการปฏิบัติงานที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชาติ พัฒนาระบบงานการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ เอกชนและประชาชน ส่งเสริมการแลกเปลี่ยนข้อมูลองค์ความรู้ จัดสรรงบประมาณและบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของหน่วยงานในทุกระดับ ผลักดันให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community - based Tourism: CBT) จัดให้มีแผนบริหารจัดการความเสี่ยงและแผนบริหารจัดการสภาวะวิกฤต ด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ

2. ปรับปรุงกฎหมายข้อบังคับและมาตรฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และการบังคับใช้กฎหมาย อย่างจริงจัง โดยการทบทวนแก้ไขกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้อง กับสถานการณ์ในปัจจุบัน ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐในการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง กำหนดบทบาทและความรับผิดชอบของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน ส่งเสริมการปฏิบัติตามกฎหมายและข้อระเบียบ ด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์ เสริมสร้างความเข้าใจในระเบียบและกฎหมายด้านการท่องเที่ยว

3. สนับสนุนการลงทุนจากภาคเอกชนและการจัดทำศูนย์ข้อมูลสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว อาทิ ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการลงทุนต่าง ๆ และการจัดตั้งหน่วยบริหารและวิเคราะห์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดทำ Tourism Intelligence Center และสนับสนุนการแบ่งปันข้อมูลกลาง แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้งาน

4. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยการประสานความร่วมมือกับนานาประเทศในการส่งเสริมการพัฒนาท่องเที่ยวและการสร้างเครือข่ายเชื่อมโยงภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศระดับต่าง ๆ เช่น APEC ASEAN GMS ACMECS IMT - GT สนับสนุนให้ตัวแทนประเทศไทยในองค์กรและหน่วยงานต่าง ๆ มีบทบาทในเวทีนานาชาติ เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย และอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค เช่น การลดขั้นตอนการเดินทางเข้าประเทศ การตรวจลงตราและใบขับขี่ที่ครอบคลุมทั้งภูมิภาค เป็นต้น ส่งเสริมความสัมพันธ์ในรูปแบบเมืองพี่เมืองน้องด้านการท่องเที่ยวกับต่างประเทศ ส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวบนเส้นทางระเบียงเศรษฐกิจอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก - ตะวันตก (East-West Economic Corridor: EWEC) เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจเหนือ - ใต้ (North South Economic Corridor: NSEC) และส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของกลุ่มประเทศตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศต่าง ๆ

3. แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564

ตามแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ได้กำหนดวิสัยทัศน์ในการพัฒนาจังหวัดนครปฐม ว่า “เมืองเกษตรและอุตสาหกรรมปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม ศูนย์กลางการศึกษา และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี” และเพื่อให้สอดคล้องกับศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาจังหวัดและสามารถปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอก ตลอดจนการบรรลุตามวิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัดที่พึงปรารถนาตามแผนพัฒนาจังหวัด จึงได้กำหนดพันธกิจ (Mission) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวมีเป้าประสงค์รวม (Overall Goals) ให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมที่ได้รับการพัฒนาตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และกำหนดเป็นประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issues) ที่ 2 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมสินค้าด้านการท่องเที่ยว 2) กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ และ 3) กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก (สำนักงานจังหวัดนครปฐม, กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2561: 126-130)

4. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

4.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

คำนิยามการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติที่ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 นิยามไว้ว่า หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ (ปรีชา แดงโรจน์, 2554: 29-30)

- 1) ต้องมีการเดินทาง
- 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือน

3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง และได้อธิบายเพิ่มเติมของจุดมุ่งหมายของการเดินทางท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทางท่องเที่ยวต้องมีใช้เพื่อการประกอบอาชีพและการไปอยู่ประจำ และเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างดังต่อไปนี้ เพื่อพักผ่อนในวันหยุดเพื่อวัฒนธรรมหรือศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อการกีฬาและบันเทิง เพื่อชมประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ และเพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2554: 15) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวว่า “เป็นการเดินทางเพื่อผ่อนคลายความเครียด แสวงหาประสบการณ์แปลกใหม่ โดยมีเงื่อนไขว่าการเดินทางนั้นเป็นการเดินทางเพียงชั่วคราว ผู้เดินทางจะต้องไม่ถูกบังคับให้เดินทาง”

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2552: 3) กล่าวว่า “การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางออกจากบ้านพักเป็นการชั่วคราว ระยะเวลาสั้น เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ ทางด้านการท่องเที่ยว”

อนุชา เล็กสกุลดิถ (2551: 1) กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและกระบวนการทางเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบย่อยหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว บริการ การท่องเที่ยว และตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละองค์ประกอบย่อยมีความสัมพันธ์กันจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยว เพื่อนันทนาการหรือทัศนศึกษา”

ศุภรัตน์ รัตนमुखย์ (2551: 47) การท่องเที่ยว คือ “การเดินทางซึ่งเป็นกิจกรรมที่เป็นไปตามธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ โดยที่การเดินทางนั้นเป็นการเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นชั่วคราว เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางด้วยจุดหมายใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพ หรือหารายได้”

4.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือได้ว่าเป็นกระบวนการทัศน (New Travel Paradigm) และทิศทางใหม่ของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จากการท่องเที่ยวแบบเดิมในยุคแรกๆ ที่ให้ความสนใจกับการพักผ่อนหย่อนใจ (Sun-Sea-Sex Tourism) มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สองที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

และความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (Sustainable Tourism) และยุคที่สาม ในกระแสการท่องเที่ยวที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งกล่าวได้ว่าเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ โดยเน้นย้ำถึงความผูกพัน (Engaged) ของนักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน-Visitor-Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้/ปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Active Participation) และเป็นผลให้เกิดความจดจำ ประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place) (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2560)

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) คือ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต และเอกลักษณ์ของชุมชนหรือสถานที่นั้น ๆ จากประสบการณ์ตรง หรือร่วมสร้างประสบการณ์ดี ๆ กับเจ้าของวัฒนธรรม หรือมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ ทั้งจากการพูดคุย ทดลองทำและการใช้ชีวิตร่วม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ การนำวัฒนธรรม ประเพณีและสิ่งที่ดึงดูดใจของชุมชน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมมาสร้างสรรค์รูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ให้มีความน่าสนใจ ภายใต้ความเข้มแข็งของชุมชนที่จะยังคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนให้เป็นที่ดึงดูดของนักท่องเที่ยวมาเที่ยวอย่างยั่งยืนจนถึงรุ่นลูกหลาน (ธีระ สนิทเชษฐารักษ์ และนาฬิกาอดิศักดิ์ แสงสนิท, 2556) เป็นการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์สถานที่ โดยนักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ เพื่อสร้างประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชุมชนและเอกลักษณ์ของสถานที่ ที่ไม่ใช่กิจกรรมที่เน้นรายได้ของชุมชน แต่เป็นกิจกรรมที่เน้นคุณค่าของชุมชนเป็นสำคัญ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2561) โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้จะมาเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งอาจกล่าวได้ว่า Creative Tourism ก็คือรูปแบบของ Experience Tourism นั่นเอง (Smith, 2006) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการที่มีคุณค่าในท้องถิ่น เช่นการเต้นรำ การร้องเพลง งานฝีมือ การทำอาหาร ศิลปะ งานเทศกาล เป็นต้น ดังนั้นเมื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นลักษณะเชิงกระบวนการจึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะสามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้ แหล่งท่องเที่ยวปลายทางนั้น ๆ สร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นใหม่ ๆ ได้ (Romana, 2013) โดยจะไม่ขาดแคลนหรือหมดไปดังการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นที่เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะจับต้องได้ ซึ่งหากถูกใช้ไปอย่างต่อเนื่องก็จะหมดสูญสลาย เสื่อมคุณค่าไป ดังนั้นในการศึกษาที่จะพัฒนาสร้างคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยว สร้างความประทับใจแก่ผู้มาเยือน และสามารถสร้างความยั่งยืนในการท่องเที่ยวได้นั้น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นหนึ่งในแนวคิดที่

จะต้องตระหนักถึง (ปรีรันธซิมโซติ และธีระวัฒน์ จันทิก, 2559) ส่วน ริชาร์ด และเรย์มอนด์ (Richards & Raymond, 2000) ได้นิยามว่าการท่องเที่ยวซึ่งมอบโอกาสให้กับผู้เดินทางในการพัฒนาศักยภาพ การสร้างสรรค์ของตน ผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยประสบการณ์จริงที่เป็นไปตาม ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เป้าหมายที่ได้ท่องเที่ยว ซึ่งจากคานิยามนั้น ผู้ท่องเที่ยวจะต้องมีความผูกพัน กับรูปแบบของวัฒนธรรมในจุดหมาย ปลายทางของการท่องเที่ยว ในรูปแบบของการมีส่วนร่วม ในกิจกรรมที่หลากหลาย เช่นการร่วมในการทำงานฝีมือ ทำอาหาร งานศิลปะของท้องถิ่นนั้น ๆ เป็นต้น ส่วน บิงค์ฮอสต์ (Binkhorst, 2006) กล่าวว่า ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น นักท่องเที่ยวจะเป็น ผู้สร้างคุณค่าให้กับประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเอง จากการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งการสร้างคุณค่าให้ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม เช่น วิถีชีวิตและความเป็นอยู่จะขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังนั้นในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะได้ ความรู้และประสบการณ์ที่แตกต่างกันไปตามภูมิหลังของแต่ละคน ทั้งนี้ องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) หรือ ยูเนสโก (UNESCO) ได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นทางการ ในการประชุมนานาชาติเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ค.ศ. 2008 ณ เมือง ซานตาเฟ (Santa Fe) มลรัฐนิวเม็กซิโก ประเทศสหรัฐอเมริกา ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์คือการท่องเที่ยวที่เน้น การเรียนรู้ในเรื่องศิลปะ วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของสถานที่ผ่านประสบการณ์ตรงและการมี ส่วนร่วมกับท้องถิ่น (Wurzburger, 2010)

จากความหมายดังกล่าวทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยสรุปความหมายของการท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าไป เรียนรู้ในประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิต เอกลักษณ์ท้องถิ่นหรือสถานที่โดยผ่านประสบการณ์ ตรงในการมีส่วนร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรมนั้น ๆ ในรูปแบบของการเข้าไปเรียนรู้ ใช้ชีวิตหรือเป็น ส่วนหนึ่งกับเจ้าของวัฒนธรรม ได้ทดลองทำ ได้เข้าร่วมทำกิจกรรม รวมถึงการพูดคุยและเรียนรู้กับ วัฒนธรรมเหล่านั้น เป็นการเติมเต็มประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ และยังเป็น รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์สูงสุดจากทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นกระบวนการที่มีคุณค่า ในท้องถิ่น สามารถเพิ่มคุณค่าในตัวเองสามารถสร้างโอกาสให้ แหล่งท่องเที่ยวปลายทางนั้น ๆ สร้างนวัตกรรมหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องกับท้องถิ่นใหม่ ๆ ได้

ที่มาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

คำว่า Creative Tourism นั้นสร้างขึ้นโดยนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีชื่อ คริสปิน เรย์มอนด์ (Crispin Raymond) นักวิจัยและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ เกร็ก ริชาร์ดส์ (Greg Richards) ที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของประเทศนิวซีแลนด์ กล่าวว่าพวกเขา ได้แรงบันดาลใจมาจากการท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในช่วงปี 2542-2543

ซึ่งมีจุดหมายปลายทางคือประเทศไทยรวมอยู่ด้วย โดย Creative Tourism นั้น เกิดจากหลักการที่นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมของพื้นที่จุดหมาย ซึ่งประสบการณ์ดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวได้ทำความเข้าใจผ่านประสบการณ์ของตัวเอง เกิดปฏิสัมพันธ์อันดีระหว่างเจ้าบ้าน และผู้มาเยือน และยังเกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถใช้ประสบการณ์ที่เรียนรู้ใหม่ มาประยุกต์กับชีวิตการทำงานของตนหลังจากการท่องเที่ยว (สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ, 2556) และได้เริ่มตีพิมพ์เผยแพร่แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในวงวิชาการใน Atlas Newsletter of November 2000 ในช่วงปี ค.ศ. 2000 (Wurzburger, 2010)

ภุริวัจน์ เดชอุ่ม (2556) ได้กล่าวถึงความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สามารถสรุปได้ดังนี้

1. กระแสโลกาภิวัตน์และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในปัจจุบันส่งผลให้เกิดโลกไร้พรมแดน มีการเชื่อมโยงทาง เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมืองผ่านการเผยแพร่รูปแบบต่าง ๆ ประชาชนเข้าถึงแหล่งสารสนเทศต่าง ๆ ได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยวหรือข้อมูลอื่น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการค้นหาข้อมูลผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ให้นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการลอกเลียนแบบกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว ทำให้คุณภาพและราคาลดลง จึงเป็นที่มาของสังคมแห่งการสร้างสรรค์ (Creative Society) ผู้บริโภคมีแนวโน้มความต้องการการตอบสนองที่มีลักษณะเฉพาะตัว การตอบสนองทางด้านจิตใจ การค้นหาความหมายของสิ่งต่าง ๆ รอบตัว รวมถึงความคาดหวังที่จะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่จากมุมมองหรือวิถีคิดใหม่ ๆ มากยิ่งขึ้น นักท่องเที่ยวยุคใหม่จึงมีพฤติกรรมการบริโภคที่เน้นองค์ประกอบเชิงอารมณ์ในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้น สังคมแห่งการสร้างสรรค์จึงเป็นสิ่งผลักดันให้เกิดระบบเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ (Creative Economy) เกิดการบูรณาการวัฒนธรรมเข้ากับธุรกิจหรือการแปลงวัฒนธรรมเพื่อประโยชน์ทางการค้า (Andersson & Thompsen, 2008) โดยผลผลิตที่ได้คือ ผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรมซึ่งมีต้นทุนต่ำ แต่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ เช่นเดียวกับสินค้าและบริการอื่น ๆ ในด้าน การท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน สามารถที่จะนำแนวคิดเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์มาใช้เพื่อเพิ่มมูลค่าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

2. ความคิดเชิงสร้างสรรค์กับการกำหนดนโยบายสาธารณะ กระบวนการความคิดเชิงสร้างสรรค์สามารถนำมาใช้ในการกำหนดนโยบายสาธารณะได้โดยอาศัยแนวความคิดสร้างสรรค์ใน 4 ด้าน ได้แก่ บุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์ (Creative Person) กระบวนการเชิงสร้างสรรค์ (Creative Process) ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ (Creative Product) และสิ่งแวดล้อมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Environment) ความคิดเชิงสร้างสรรค์สามารถสอดแทรกอยู่ในผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในรูปแบบของเนื้อหาสาระเชิงสร้างสรรค์ซึ่งเกี่ยวข้องกับการตอบสนองความต้องการทางจิตใจของ

นักท่องเที่ยวนอกจากนี้ การใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ผ่านการกำหนดนโยบายสาธารณะก่อให้เกิดปรากฏการณ์ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยปริยาย เนื่องจากมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือนและได้รับ ประสบการณ์อย่างมีส่วนร่วมมากกว่ารูปแบบการท่องเที่ยวในอดีต นอกจากนี้การท่องเที่ยวยุคใหม่ ยังได้เปลี่ยนบทบาทไปสู่การเป็นพื้นที่สร้างสรรค์ที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ของ นักท่องเที่ยวและการแสดงออกเชิงสร้างสรรค์ของคนในท้องถิ่นอีกด้วย

3. การเปลี่ยนแปลงชั้นทางสังคมกับพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว ระดับชั้นทางสังคม เป็นสิ่งที่สามารถบ่งชี้ให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมกรรมการบริโภค การศึกษา ในประเด็นระดับชั้น ทางสังคมในปัจจุบันมีหลากหลายแนวคิด แนวคิดของ Richard Florida ที่มีความสำคัญต่อ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านอุปสงค์คือ แนวคิดชนชั้นสร้างสรรค์ซึ่งกล่าวถึงกลุ่มคนที่ทำงาน สาขาวิชาชีพที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์ โดยจะต้องประยุกต์ความรู้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่ เปลี่ยนแปลง ตลอดเวลา ตัดสินใจและสื่อสารโต้ตอบภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ได้อย่างดีนอกจากนี้ การศึกษาของผู้คนในยุคปัจจุบันที่ปรับตัวไปสู่ระดับสูงขึ้น ส่งผลให้รายได้กำลังซื้อ และการเลื่อน ระดับชั้นทางสังคมปรับตัวดีขึ้นในทิศทางเดียวกัน สังคมโลกจะก้าวสู่ระบบชนชั้นกลางมากขึ้น ชนชั้นกลางเหล่านี้มีลักษณะโดยทั่วไป คือมีความต้องการหลากหลายและซับซ้อน มีความละเอียดอ่อน ในการบริโภคเนื่องจากต้องการมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์ นอกจากนี้ยังมักจะตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการโดยใช้อารมณ์ควบคู่กับเหตุผล กล่าวคือ มีการประเมินคุณสมบัติความจำเป็น ความคุ้มค่า ในขณะที่เดียวกันก็มีความต้องการด้านรสนิยมที่ สอดแทรกอยู่ในสินค้าและบริการด้วย ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงเกิดขึ้นได้จากภาวะของ โลกที่เปลี่ยนแปลงไป มีการเข้าถึงข้อมูลและสารสนเทศได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ก้าวหน้ามาก เช่น สมาร์ทโฟน และอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวและประชาชน ทั่วไปสามารถใช้เทคโนโลยีดังกล่าวสืบค้นข้อมูล เกิดการแลกเปลี่ยนและเชื่อมโยงทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจมากขึ้น และจากการดำเนินธุรกิจที่ก้าวเข้าสู่รูปแบบเชิงสร้างสรรค์มากยิ่งขึ้น มีการสอดแทรก และซึมซับเข้าสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวด้วย จึงสามารถนำไปกำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ และประการ สุดท้าย คือชนชั้นทางสังคมมีผลอย่างมากต่อการเกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระดับการศึกษาและ รูปแบบการใช้ชีวิตของคนในชนชั้นต่าง ๆ มีผลอย่างยิ่งต่อการเกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ ในแต่ละพื้นที่ซึ่งมีลักษณะของสังคม เศรษฐกิจ รวมถึงนโยบายที่แตกต่างกัน การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงมีรูปแบบที่แตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

ลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยคุณลักษณะเฉพาะ 6 ประการ (ภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี, 2555, อ้างถึงใน Richards, 2009) ดังนี้

1. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งการพัฒนาทักษะของนักท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิ ในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการทอผ้าพื้นเมืองของชาวเมารีประเทศนิวซีแลนด์ จะสร้างทักษะด้านการทอผ้าให้กับนักท่องเที่ยว หรือในกิจกรรมการท่องเที่ยวด้านการปรุงอาหารของเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน ซึ่งมีชื่อเสียงด้านนี้ นักท่องเที่ยวจะได้ทักษะการปรุงอาหารจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการประกอบอาหาร เป็นต้น

2. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีสินค้าหลักคือ “ทักษะและประสบการณ์ด้านวัฒนธรรม” ที่เกิดจากการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว” ประสบการณ์จะกลายเป็นสินค้า ตัวอย่างเช่น ประสบการณ์ทางดนตรีพื้นเมืองและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ได้จากการเข้าร่วมงานเทศกาลดนตรีของประเทศเม็กซิโก ประสบการณ์และทักษะด้านศิลปะการวาดภาพ การแกะสลักจากการเข้าร่วมงานศิลปะในป่าของประเทศแคนาดา เป็นต้น

3. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากการขายทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จับต้องได้สู่ทรัพยากรที่จับต้องไม่ได้ เปลี่ยนจากการขายสินค้าที่เป็นวัตถุไปสู่การขายสินค้าที่เรียกว่า “ประสบการณ์” อาทิ เปลี่ยนจากการขายมีดลักโยล (laguiole) ซึ่งเป็นงานฝีมือแบบดั้งเดิมของประเทศฝรั่งเศส เป็นการขายการสอนทำมีดจากมืออาชีพในท้องถิ่น เป็นต้น

4. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนจากสินค้าที่เป็นวัฒนธรรมระดับสูงไปสู่สินค้าที่เป็นวัฒนธรรมประจำวัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้สัมผัสถึงความ เป็นท้องถิ่น และสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นได้ง่ายขึ้น โดยวัฒนธรรมระดับสูงเป็นวัฒนธรรมที่นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องไปเยี่ยมชม ได้แก่ พิพิธภัณฑสถานแสดงผลงานศิลปะอนุสาวรีย์ต่าง ๆ ส่วนวัฒนธรรมประจำวันจะเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างแท้จริงที่มีอยู่ตามชนบทในวิถีประจำวัน เช่น ตลาดนัดท้องถิ่น ร้านอาหารพื้นบ้านตามชนบท สภากาแฟ เป็นต้น

5. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการทำกิจกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับชุมชนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นอย่างแท้จริง ตัวอย่างเช่นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในนิวซีแลนด์ได้จัดให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หลายรูปแบบ อาทิ การแกะสลัก การเรียนภาษาเมารีการทอผ้า การสร้างงานไม้และการทำอาหาร นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ว่าต้องการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวรูปแบบใด โดยแต่ละกิจกรรมจะมีชาวบ้านในท้องถิ่นคอยให้คำแนะนำ ในการดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ เป็นต้น

6. เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ต้องมีความโดดเด่นแตกต่างกันด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับแหล่งท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่มีความแตกต่างกัน อาทิเมืองบาร์เซโลนา ประเทศสเปน มีความโดดเด่นด้านอาหาร พื้นเมืองจึงนำจุดเด่นด้านนี้มาพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยจัดให้มีกิจกรรมการสอนการทำอาหารวิธีการปรุงอาหาร ทั้งอาหารคาวและอาหารหวานให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวดังกล่าวถือว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในต่างประเทศและประเทศไทย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้เริ่มมาว่าทศวรรษที่ผ่านมา (ปี ค.ศ. 2001) โดยองค์การยูเนสโกได้ออกประกาศว่าด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม (The UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการรักษาและส่งเสริมความหลากหลายทางวัฒนธรรม จากนั้นยูเนสโกได้เริ่มโครงการพันธมิตรนานาชาติเพื่อความหลากหลายทางวัฒนธรรมเพื่อให้เกิดการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมระหว่างชาติต่าง ๆ ต่อมาในปี ค.ศ. 2004 องค์การยูเนสโกเสนอโครงการเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ (The Creative Cities Network) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาด้านอุตสาหกรรม สร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่รูปแบบใหม่ของการร่วมมือในระดับนานาชาติ ภาคประชาชน สาธารณะ และประชาคม เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ วรรณกรรม (Literature) งานหัตถกรรมและศิลปะพื้นบ้าน (Crafts and Folk art) งานออกแบบ (Design) ดนตรี (Music) อาหาร (Gastronomy) ภาพยนตร์ (Cinema) และสื่อศิลปะ (Media Arts) จากกิจกรรมดังกล่าว ผลที่ได้รับตามมาก็คือ นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมของเมืองนั้น ๆ ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรมและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวโดยตรง ต่อมาในเดือนตุลาคม ค.ศ.2006 ได้มีการประชุม Creative Cities Network โดยมีจุดประสงค์เพื่อวางแผนเตรียมการประชุม Santa Fe International Conference on Creative Tourism ซึ่งถือเป็นการประชุมนานาชาติว่าด้วยการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ครั้งแรก (ค.ศ. 2008) ในการประชุมนี้ได้มีการหารือกำหนดคำนิยามให้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ขึ้นใหม่ว่าการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ คือ การท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม หรือคุณลักษณะเฉพาะของ พื้นที่ (Creative tourism is a tourism directed toward an engaged and authentic experience, with participative learning in the arts, heritage or special character of a place) ซึ่งมีลักษณะแตกต่างไปจากรูปแบบการท่องเที่ยวแบบเดิม คือ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Ecotourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agri-Tourism) (ธีระ สิ้นเดชาวิรักษ์ และ นาฬิกอติภัค แสงสนิท, 2556)

สำหรับในต่างประเทศที่มีการพัฒนาและจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มานานมากกว่า 10 ปี ซึ่งได้นำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งในรูปแบบแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากมาย นักท่องเที่ยว สามารถเรียนรู้วิถีชีวิต และร่วมกิจกรรมกับชาวบ้าน และในรูปแบบของเมืองสร้างสรรค์ที่จุดเด่นเมืองท่องเที่ยวที่แตกต่าง เช่น ประเทศเกาหลีได้ผลักดันแผน 5 ปีสำหรับโครงการ New Korea Culture และสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในโปรแกรมด้านการส่งเสริมการขาย ชุมชนที่เข้าร่วมจะได้รับการสนับสนุนด้านการเงินจากรัฐบาล ส่วนประเทศญี่ปุ่นที่มีจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่น่าสนใจ มีการพัฒนากลุ่มชุมชนท้องถิ่นตามกลุ่มพื้นที่ (Local Cluster Development) หรือการท่องเที่ยวชมเมืองเก่าคานาซาวา ที่มีชื่อเสียงเกี่ยวกับงานฝีมือและศิลปะพื้นบ้าน เช่น การทำแผ่นทองของเมืองคานาซาวา การทำเครื่องลายครามของเมืองคูทานิ และการทำกระดาษญี่ปุ่นของเมืองฟูตามะตะ เป็นต้น ในขณะที่ฮ่องกงที่เน้นทางการออกแบบและอุตสาหกรรมภาพยนตร์ มีการจัดตั้ง One Stop Complex เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์และการออกแบบ โดยใช้ชื่อว่า Hong Kong Design Center and Cyber Port (ยูวดี นิรัตน์ตระกูล, 2554; Kanazawa-Tourism, 2014) ส่วนประเทศนิวซีแลนด์ก็มีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่น่าสนใจและมีชื่อเสียง เช่น การแกะสลักเครื่องประดับจากกระดูก (Gilberg, 2014; Raymond, 2003) รวมถึงการเรียนรู้การทำงานศิลปะ หัตถกรรม และการทำอาหารของประเทศออสเตรเลีย โดยนักท่องเที่ยว สามารถเลือกเมืองต่าง ๆ ในประเทศออสเตรเลียตามความสนใจ เช่น กิจกรรมการวาดภาพที่เมืองซาลส์บวร์ก และการเรียนการเต้นแบบพื้นเมืองที่แคว้นสติเรีย เป็นต้น (Creative Tourism Austria, 2014)

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทยถือเป็นเรื่องใหม่ ซึ่งมีองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) ที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญในการกำหนดนโยบายและแผนการพัฒนาในพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงประสานหน่วยงานภาครัฐส่วนกลาง ส่วนท้องถิ่น และประชาชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแผนดำเนินการในปี พ.ศ.2555 ในพื้นที่พิเศษ 2 แห่ง ได้แก่ เขตพื้นที่พิเศษ 4 เขตอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร และเขตพื้นที่พิเศษ 5 จังหวัดเลย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดนิยามความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเกณฑ์คุณสมบัติของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของสังคมไทย รวมถึงพัฒนาต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ทั้งสองแห่งโดยสืบค้นกิจกรรมที่มีศักยภาพและมีความเป็นไปได้ในการดำเนินการพัฒนาชุมชนให้ยั่งยืนผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นอกจากนี้ยังได้กำหนดนิยามความหมายและเกณฑ์คุณสมบัติไว้ว่า การท่องเที่ยวสร้างสรรค์คือการท่องเที่ยวที่สนับสนุนให้นักท่องเที่ยวได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมของพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้ง โดยผ่านประสบการณ์ตรงร่วมกับเจ้าของพื้นที่หรือเจ้าของวัฒนธรรม ในขณะที่คุณสมบัติของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะต้องประกอบด้วยคุณสมบัติใน 2 ลักษณะ คือ ทั้งในเชิงพื้นที่และ

กระบวนการ กล่าวคือคุณสมบัติในเชิงพื้นที่จะต้องมีความหลากหลายและโดดเด่น ทางวัฒนธรรมหรือ ธรรมชาติมีความตระหนักรู้ในคุณค่าของชุมชนโดยเจ้าของวัฒนธรรม คุณสมบัติในเชิงกระบวนการ จะต้องมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีประสบการณ์ร่วมกับเจ้าของวัฒนธรรม มีกระบวนการ ที่นำไปสู่ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ท่องเที่ยว และไม่ทำลายคุณค่าของชุมชน นำไปสู่สมดุลทาง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (ธีระ สนิเดชารักษ์ และนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท, 2556)

ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเริ่มต้นตัวและให้ความสำคัญ กับรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศไทยเองที่มีฐานทรัพยากร การท่องเที่ยววัฒนธรรมจำนวนมาก รวมถึงประวัติศาสตร์ความเป็นมา วิถีชีวิต และประเพณีที่น่าสนใจ จะเห็นได้ว่าเริ่มมีการพัฒนาพื้นที่และชุมชนในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น เช่น โครงการต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษ 4 เขตอุทยานประวัติศาสตร์ สุโขทัย-ศรีสัชชนาลัย-กำแพงเพชร และเขตพื้นที่พิเศษ 5 จังหวัดเลย โดยเป็นกิจกรรมที่มีคุณสมบัติตาม กรอบหลักการของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้แก่ นักท่องเที่ยวและเจ้าของบ้านมีความผูกพันกัน การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม มีความเข้าใจอย่างลึกซึ้งทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ได้รับประสบการณ์จากการมีส่วนร่วม มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน มีการส่งผล-ส่งต่อ ประสบการณ์ เป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมมากกว่าผู้ชม นักท่องเที่ยวมีโอกาสพัฒนาศักยภาพในการสร้างสรรค์ ของตนเองและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ความจริงแท้ทั้งในกระบวนการการผลิตและผลิตภัณฑ์ รวมถึงประสบการณ์จริง จดจำ ประทับใจ และเข้าใจ และการท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจง โดยโครงการ ต้นแบบทั้ง 2 พื้นที่ได้มีการดำเนินกิจกรรม 5 แบบ ได้แก่ การผลิตเครื่องปั้นดินเผาสังคโลก จังหวัด สุโขทัย การผลิตผ้าหมักโคลนบ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านดึก อำเภอศรีสัชชนาลัย จังหวัดสุโขทัย การทำก๋วยเตี๋ยวพระร่วง (ข้าวเป็็บ) บ้านนาต้นจั่น ตำบลบ้านดึก อำเภอศรีสัชชนาลัย จังหวัดสุโขทัย การทำพระพิมพ์ดินเผานครชุม จังหวัดกำแพงเพชร และการทำผ้าหม่นนมฝ้าย อำเภอเชียงคาน และ การทำต้นผึ้ง อำเภอด่านซ้าย จังหวัดเลย (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน), 2556)

นอกจากนี้ยังมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ได้จัดชุดข้อมูลเพื่อส่งเสริมการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ขึ้นครอบคลุมพื้นที่ 77 จังหวัด เช่น ศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วม กับกิจกรรมที่หลากหลาย อาทิ การล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวประมง ชมการเลี้ยงหอยนางรมและหอยแมลงภู่ กลางทะเล การถีบกระดานเลนเก็บหอยแครง ตลอดจนการล่องเรือชมวิถีชีวิตชาวประมง ในภาคเหนือมี รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่ชุมชนบ้านหาดผาชน อำเภอปัว จังหวัดน่าน ชุมชนดังกล่าว ตั้งอยู่ริมน้ำ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ และเรียนรู้วัฒนธรรมแบบล้านนาและ ประเพณีท้องถิ่น โดยพ่านักโฮมสเตย์ เรียนรู้การทำอาหารจากชาวบ้าน และทำการเกษตรในช่วงฤดู

ต่าง ๆ ทางภาคใต้มีชมรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยชุมชนเกาะยวน้อย อำเภอเมือง จังหวัดพังงา เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อีกแห่งที่น่าสนใจ นักท่องเที่ยวได้ใช้ชีวิตร่วมเรียนรู้ อยู่ กิน นอน และทำกิจกรรมต่าง ๆ กับชาวบ้าน เช่น การทำขนมก้านบัว การทำผลิตภัณฑ์จากกะลามะพร้าว ชมวิถีชีวิตชาวเลแบบดั้งเดิม ออกเรือชม ธรรมชาติ เรียนรู้การทำประมงพื้นที่บ้าน ซึ่งเป็นอาชีพหลักของชาวเกาะยวน้อย และในภาคอีสาน เช่น เมืองเก่าเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นเมืองแห่งความเงียบสงบ ผู้คนยังดำเนินวิถีชีวิตแบบเรียบง่าย ยังยึดถือขนบธรรมเนียมประเพณีมีอัธยาศัยไมตรีและจิตใจเอื้อเฟื้ออาทรบ้านเรือนส่วนใหญ่ยังคงเอกลักษณ์ของเรือนไม้โบราณ ปลูกเป็นเรือนแถวสองชั้นเรียงรายริมฝั่งแม่น้ำโขง นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชม พุดคุยทักทาย และใช้ชีวิตตามวิถีชาวบ้าน และการตกบาตร ข้าวเหนียว เป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาวเชียงคาน เหมือนกับหลวงพระบางของประเทศลาว ในปี พ.ศ.2558 ที่จะมีการรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนของประเทศต่าง ๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ มีการตื่นตัวกันเป็นอย่างมาก โดยมีแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น The Tastes of Southeast Asia, ASEAN, a Tropical Paradise, World Class Cities, Experience Diverse Traditions, Sport and Relaxation, and Diverse Contemporary Creativity โดยแนวทางใหม่สำหรับส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศสมาชิก คือ การท่องเที่ยวที่เรียนรู้จากประสบการณ์และเชิงสร้างสรรค์ (Experiential and Creative Tourism) นักท่องเที่ยวสามารถเที่ยวชมสถานที่มรดกโลก งานศิลปะ และมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตของประชาชนในกลุ่มอาเซียน (Asean Tourism, 2013)

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องคำนึงถึงองค์ประกอบที่จะนำมาใช้ เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ 2 ประการ (ภูริวัจน์ เดชอุ่ม, 2556) ได้แก่

1. นักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากเนื่องจากเป็นที่ได้รับประสบการณ์ โดยตรงจากการท่องเที่ยวและแสดงพฤติกรรมออกมาในรูปแบบต่าง ๆ จากในปัจจุบันที่มีความก้าวหน้าทาง เทคโนโลยีมากขึ้น นักท่องเที่ยวบางส่วนสามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวรู้ถึงพื้นฐานของชุมชน วัฒนธรรม และวิถีชีวิตก่อนเดินทางพอสมควร ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงควรตระหนักถึงสังคม วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ และสิ่งแวดล้อมของชุมชน รวมถึงการเข้าไปมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่าง ๆ และสร้างประสบการณ์ร่วมกับคนอย่างในชุมชนได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม

2. มิติและปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยแบ่งออกเป็นมิติที่สำคัญ 3 ด้าน ดังนี้

มิติที่ 1 พื้นที่ (Space) พื้นที่ เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพ ความโดดเด่น และมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว

ครอบคลุมตั้งแต่ผังเมืองในเชิงสัญญาณวิทยา ลักษณะทางสถาปัตยกรรมทั้งในเชิงกายภาพและเชิงพื้นที่ และวิถีชีวิตในชุมชนทั้งในเมืองและชนบท รวมถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่สะท้อนภาพการเปลี่ยนแปลงในเชิงการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มข้อมูลที่สะท้อนความเป็นจริงและการเปลี่ยนแปลงสภาพของพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ในโลกเสมือนจริง

มิติที่ 2 การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวผ่านวัฒนธรรมที่เดินทางไปเยี่ยมชม อาจอยู่ในรูปแบบของวัฒนธรรมเก่า วัฒนธรรมร่วมสมัย วัฒนธรรมระดับชาติ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จริง ก่อให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่ และสามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้

มิติที่ 3 ตัวกลาง (Agents) เป็นผู้ที่มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย ผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละสถานที่ ได้แก่ คนในชุมชนหรือท้องถิ่นซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบันได้ และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม

ในความเห็นของผู้วิจัย รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและเหมาะสมกับการนำมาเป็นรูปแบบในการจัดการท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี (ด้านถนนทวารวดี) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศบาลซอย 7) ด้วยมีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ ประวัติศาสตร์ความเป็นมา วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต ตลอดจนลักษณะพื้นที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่เหมาะสมที่จะก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

5. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีอุตสาหกรรมอื่น ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมนันทนาการ อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบริการข้างเคียงต่าง ๆ ดังนั้นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพจึงต้องทำความเข้าใจเรื่ององค์ประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวนั้น ได้มีผู้กำหนดแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ดังนี้ การท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญ 5 A's ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม ตลอดจนบริการด้านอุตสาหกรรมขนส่ง เช่น การขนส่งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำซึ่งจะเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทาง (Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน ได้แก่ ที่พักประเภทต่าง ๆ

เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ โฮมสเตย์ ที่พักประเภทต่าง ๆ จะมีสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับต่าง ๆ กันซึ่งจะทำให้มีราคาและบริการในระดับต่างกัน ได้แก่ ภัตตาคาร สระว่ายน้ำ บาร์ ฟิตเนสเซ็นเตอร์ ซาวน่า ศูนย์กลางธุรกิจ และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวอาจเป็นแหล่งธรรมชาติที่มีความโดดเด่น เช่น ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีความหลากหลายทางชีวภาพของเทือกเขาหิมาลัย หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทพนมรุ้งซึ่งแสดงถึงความรุ่งเรืองของอาณาจักรขอม ตลอดจนการท่องเที่ยวชนบทเพื่อสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้าน เรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถานยุคเก่าแก่ก่อนประวัติศาสตร์ เช่น วัฒนธรรมบ้านเชียง เป็นต้น 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบันเพราะการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงแค่การเดินทางไปชมโบราณสถาน อนุสาวรีย์ ความงามของธรรมชาติเท่านั้น แต่เป็นการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาระบบนิเวศเขตเส้นศูนย์สูตรในป่าดิบชื้น การล่องแก่งในแม่น้ำ ท้องถิ่น การปีนหน้าผา การดำน้ำในรูปแบบ Scuba Diving หรือ Snorkeling การพายเรือแคนูในบริเวณป่าชายเลน การตกหมึก ในทะเลลึก ตลอดจนการร่วมกิจกรรมกับชุมชนเจ้าบ้าน เช่น การดำนา การเกี่ยวข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ เป็นต้น ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้ และ 5) บริการต่าง ๆ ที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ องค์ประกอบทั้ง 5 ประการ ควรมีอยู่บนระบบฐานข้อมูล การจัดการการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง (Destination Management System : DMS) (พยอม ธรรมบุตร, 2546)

5.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ

5.1.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

5.1.1.1 ความหมายของการบริหาร มินักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย

ของการบริหารไว้ดังนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (2545) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า หมายถึงการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพมากที่สุด เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลองค์กรหรือประเทศ หรือการจัดการเพื่อผลกำไรของทุกคนในองค์กร ส่วน นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์ (2549) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า หมายถึงกิจกรรมต่าง ๆ ที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป ร่วมกัน ดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างใดหรือหลายอย่างที่บุคคลร่วมกันกำหนดโดยใช้กระบวนการอย่างมีระเบียบและใช้ทรัพยากร ตลอดจนเทคนิคต่าง ๆ อย่างเหมาะสม การบริหาร

เกี่ยวกับหลักการกว้าง ๆ 6 ประการ คือ (1) การที่บุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป (2) กลุ่มบุคคลดังกล่าวร่วมมือกัน (3) ทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างด้วยความประสานสัมพันธ์และมีระบบระเบียบหลักกฎเกณฑ์ (4) ด้วยการใช้ทรัพยากรและเทคนิคต่าง ๆ อย่างเหมาะสม (5) ให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งหรือหลายอย่างที่กำหนดไว้ชัดเจน และ (6) วัตถุประสงค์ดังกล่าวได้ช่วยกันกำหนดขึ้นโดยโดยทุกคนรับรู้และเห็นด้วยตรงกัน วิเชียร วิทยอุดม (2550) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า การบริหารเป็นศาสตร์เพราะเป็นการนำความรู้มาประกอบรวมเป็นระบบ มีหลักการ มีกฎเกณฑ์ ทฤษฎีได้รับการศึกษาค้นคว้า และการบริหารเป็นศิลป์ เพราะเป็นการใช้ทักษะ ความคิดสร้างสรรค์ และการตัดสินใจ โดยพยายามผสมผสานความสามารถต่าง ๆ รวมทั้งหลักและทฤษฎีที่ได้ศึกษามานำไปปฏิบัติให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ส่วน จันทราณี สงวนนาม (2551) ได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า หมายถึง ระบบกลุ่มขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ระหว่างกัน และมีความเกี่ยวข้องกันในลักษณะที่ทำให้เกิดความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน เพื่อก่อทำกิจกรรมให้ได้สำเร็จตามความต้องการขององค์การ นอกจากนี้ นงลักษณ์ ใจฉลาด (2556) ยังได้ให้ความหมายของการบริหารไว้ว่า หมายถึง การนำทั้งศาสตร์ที่นำความรู้หลักการ กฎเกณฑ์ ทฤษฎีและศิลป์ที่นำทักษะ ความคิดและการตัดสินใจในการผสมผสานความสามารถต่าง ๆ ของบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไป โดยอาศัยกระบวนการวางแผน การจัดการองค์การ การสั่งการ การควบคุม และการดำเนินการ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ

จากความเห็นของนักวิชาการที่กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่าการบริหาร หมายถึง การร่วมกันดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้กระบวนการ องค์ความรู้ต่าง ๆ กฎระเบียบวิธีการ เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ

5.1.1.2 ความหมายของการจัดการ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการจัดการไว้ดังนี้ บุตรี จารุโรจน์ และคณะ (2549) ได้ให้ความหมายของการจัดการไว้ว่าหมายถึง การติดตามการดำเนินการตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล โดยองค์การหรือบุคลากรที่ร่วมงานกันเพื่อบรรลุเป้าหมายเฉพาะนั้น มักจะมีการประเมินประสิทธิภาพของผู้จัดการ เพราะการปฏิบัติงานของผู้จัดการ ส่งผลกระทบมากมายต่อองค์การ บาร์โธลและมาร์ติน (Bartol & Martin, 1998) กล่าวว่า การจัดการเป็นกระบวนการในการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยการทำหน้าที่หลัก 4 ประการ ได้แก่ การวางแผน การจัดการองค์การ การชี้นำ และการควบคุม องค์การ รูและเบอร์ (Rue & Byars, 2002) กล่าวว่า การจัดการ คือ รูปแบบของงานซึ่งเกี่ยวข้องกับ การประสานทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์กรอันได้แก่ ที่ดิน แรงงาน และทุน เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร โรบิน และดีเซนโซ (Robbins & DeCenzo, 2005: 34) การจัดการ (Management) หมายถึง กระบวนการที่ทำให้งานกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลงได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล ด้วยคนและทรัพยากรขององค์การ ซึ่งตามความหมายนี้องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการจัดการได้แก่

ขบวนการ ประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ขบวนการในความหมายของการจัดการนี้ หมายถึง หน้าที่ต่าง ๆ ด้านการจัดการ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การโน้มนำองค์การ และการควบคุม

จากความเห็นของนักวิชาการที่กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การจัดการ หมายถึง การดำเนินกระบวนการต่าง ๆ ในการดำเนินการเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์การอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล โดยอาศัยทั้งบุคคลากรและทรัพยากรต่าง ๆ ขององค์การ

5.1.2 แนวคิดการบริหารจัดการ POCCE

แนวคิดการบริหารจัดการ ผู้ที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาแนวคิดนี้ คือ อองรี ฟาโยล์ (Henri Fayol: 1841-1925) ต่อมาได้รับการขนานนามว่าเป็น “บิดาแห่งทฤษฎีการจัดการสมัยใหม่” (สาคร สุขศรีวงศ์, 2554: 47) ผลงานที่สำคัญคือการริเริ่มกำหนดกิจกรรม หลักในองค์กรธุรกิจ (Business Activities) หน้าที่ทางการจัดการ (Management Functions) คุณลักษณะของผู้จัดการ และหลักการจัดการ (Principles of Management) โดยมีหน้าที่ทางการจัดการ 5 ประการ เรียกว่า POCCE ได้แก่

1. การวางแผน (Planning) คือ การศึกษาข้อมูลในปัจจุบันและคาดการณ์ในอนาคต แล้ววางเป้าหมายและแนวทางปฏิบัติไว้
2. การจัดองค์การ (Organizing) คือ การจัดโครงสร้างของหน่วยงานหรือองค์การ ออกเป็นหน่วยงานย่อย ๆ กำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบของหน่วยงาน การจัดสรรคนเข้าทำงาน ในตำแหน่งงานต่าง ๆ
3. การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) คือ การสั่งให้คนทำงานตามที่มีมอบหมายงานให้ทำ บังคับบัญชาให้พนักงานทำงานตามภารกิจของหน่วยงาน
4. การประสานงาน (Coordination) คือ การดูแลควบคุมและอำนวยความสะดวกให้ผู้ทำงานสามารถได้โดยสะดวกเต็มความสามารถ
5. การควบคุม (Controlling) คือ การควบคุมให้งานดำเนินไปตามแผนที่วางเอาไว้ ตรวจสอบให้ผลการปฏิบัติงานเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดไว้

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า รูปแบบการบริหารจัดการแบบ POCCE มีความเหมาะสมในการนำมาปรับใช้ในการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

5.1.3 แนวความคิดจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Community Based Tourism (CBT) เป็นเรื่องของ การเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน ท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน กระบวนการเรียนรู้ของมีองค์ประกอบที่

สำคัญคือ 1) ศักยภาพของคน ต้องเริ่มที่คนในชุมชนที่จะต้องรู้จักรากเหง้าของตนเองให้ดีเสียก่อน เพื่อความพร้อมในการบอกเล่าข้อมูลและคนในชุมชนต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ มีความสามัคคี ทำงานร่วมกันได้ 2) ศักยภาพของพื้นที่ หมายรวมถึง ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมประเพณี ภูมิปัญญา ท้องถิ่นที่สืบสานต่อกันมา คนในชุมชนต้องรู้จัก ต้องรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของ ทรัพยากรในชุมชนของตน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน ทั้งนี้แล้วชุมชนต้องมีความพร้อมในการเรียนรู้ ตลอดจนมี ความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องแนวคิด พื้นฐานทางด้านกาารท่องเที่ยว โดยชุมชน และการจัดการในพื้นที่ได้ด้วย 3) การจัดการเป็นเรื่องที่ไม่ง่ายนักที่จะทำอะไร เพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุด เกิดความยั่งยืน สมดุลในกลุ่มคนหมู่มาก ดังนั้นชุมชนที่จะสามารถบริหารจัดการ การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ต้องเป็นชุมชนที่มีผู้นำที่เป็นที่ยอมรับ มีความคิด มีวิสัยทัศน์ ความเข้าใจ เรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งยังต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานทั้งภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ต้องมี การพูดคุยกำหนด แนวทางในการเตรียมความพร้อมชุมชนรู้ว่าพื้นที่ของตนจะมีรูปแบบการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนได้อย่างไร ควรมีโอกาสอะไรบ้าง และจะมีการกระจายจัดสรรรายได้อย่างไร ทั้งหลาย ทั้งปวงที่กล่าวมานั้น สิ่งสำคัญที่สุดของชุมชนก็คือการมีส่วนร่วม อันหมายรวมถึงร่วมในทุกสิ่งทุกอย่าง เพื่อส่วนรวม 3) มีส่วนร่วมได้อย่างไร การสื่อสารพูดคุย เป็นการสื่อความคิดเห็น การแก้ปัญหา รวมถึง การหาทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการระดมความคิด จากประสบการณ์ของนักวิจัยท้องถิ่น พบว่าชุมชนจัดให้มีเวทีพูดคุย ร่วมกันคิดวางแผนดำเนินการ ประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน สร้างกฎระเบียบของชุมชนทางด้านต่าง ๆ เพื่อให้คนในชุมชนรวมถึง ผู้มาเยือนปฏิบัติตาม (วิระพล ทองมา, 2547: 17-22)

แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชน เมื่อกล่าวถึงความหมายของการมีส่วนร่วม มีผู้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันดังนี้ สันติ พัฒนาศักดิ์ (2539: 25) กล่าวว่า การมีส่วนร่วม คือ การที่ให้ประชาชนในท้องถิ่นหรือเกษตรกรในท้องถิ่นมีการประสานงาน และความรับผิดชอบ ในการพัฒนาท้องถิ่น ให้ตรงกับความต้องการของตนเอง โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่ เกี่ยวข้อง และมีการวางแผนไปจนถึงการลงมือปฏิบัติตามแผนและการประเมินผล ซึ่งจะก่อให้เกิดเกษตรกร หรือชุมชนเกิดจิตสำนึกร่วมกันถึงการเป็นเจ้าของกิจการนั้น ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ (2532: 36) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการดำเนินงาน รวมพลังประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือ องค์กรของเอกชน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาของชุมชน โดยยึดหลักการว่า สมาชิก ในชุมชนนั้น ๆ จะต้องร่วมมือกันวางแผนและปฏิบัติงาน เพื่อสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของ ประชาชนในชุมชน สิทธิชัย เสรีสงแสง (2535: 27) เห็นว่า การมีส่วนร่วมที่แท้จริงจะต้องไม่หมายความว่า เพียงการดึงประชาชนเข้ามาร่วมโครงการที่รัฐเป็นผู้กำหนด “รูปแบบเป้าหมายของงาน” และ “กำหนดให้มีการเข้าร่วมงาน” ดังที่ผ่านมา แต่จะต้องเป็นการมีส่วนร่วมอย่างมีสำนึกรับผิดชอบ และมีบทบาทอย่างเต็มที่ ตั้งแต่คิดค้นปัญหา วางแผนปฏิบัติงาน ดูแลกำกับ ตลอดจนประเมินผล ติดตามงาน

การมีส่วนร่วมของประชาชนที่แท้จริงจะต้องหมายถึง การมอบประชาธิปไตยขั้นพื้นฐานคืนสู่ประชาชน การพยายามจัดตั้งและพัฒนาองค์กรของประชาชนให้เข้มแข็งบนพื้นฐานของตนเองเป็นสำคัญ ส่วน ชูเกียรติ ลีสุวรรณ (2531: 15) ได้กล่าวว่า แนวความคิดเรื่องการมีส่วนร่วมเกิดมาจากความเชื่อที่ว่า มนุษย์เป็นสิ่งที่มีความชีวิตที่มีปัญญา ตระหนักรู้ และควบคุมสิ่งแวดล้อมได้ ดังนั้นมนุษย์ไม่ว่าจะอยู่ห่างไกลเพียงใด จึงควรมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีผลกระทบต่อชีวิตของเขาเองนอกจากนั้นแล้วการมีส่วนร่วมยังช่วยลดปัญหา ความแตกแยก เนื่องจากการนำเข้าสู่สิ่งต่าง ๆ จากภายนอกเข้าไปในชุมชนนั้นด้วย การมีส่วนร่วมไม่ได้หมายความว่าความแคบ ๆ เพียงการมีส่วนร่วม ช่วยเหลือสนับสนุนโครงการเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงขั้นตอนสำคัญอย่างเช่น การตัดสินใจเกี่ยวกับโครงการนั้น ๆ ด้วย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ (อ้างถึงใน พิมาณา บุรณินทุ, 2535: 27) ได้ให้ความหมายของการมีส่วนร่วม โดยทั่วไปว่า การเข้าร่วมอย่างแข็งขันและอย่างเต็มที่ของกลุ่มบุคคลผู้มีส่วนร่วมมีส่วนได้ส่วนเสียทุกขั้นตอนของโครงการของงานพัฒนาชนบท โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมในอำนาจการตัดสินใจและหน้าที่ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วมจะเป็นเครื่องประกันว่า สิ่งที่มีส่วนได้ส่วนเสียต้องการมากที่สุดนั้น จะได้รับการตอบสนองและทำให้มีความเป็นไปได้มากขึ้นว่า สิ่งที่ทำไปนั้นจะตรงกับความต้องการอย่างแท้จริงและมีความมั่นใจมากยิ่งขึ้น ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนจะได้รับประโยชน์โดยเสมอกัน นอกจากนั้น ความหมายของความแตกต่างระหว่างการมีส่วนร่วมกับการให้ความร่วมมือจะมีความหมายแตกต่างกัน อีกประการหนึ่งคือ การมีส่วนร่วมจะต้องคู่กับความรู้สึกเป็นเจ้าของ ส่วนการที่คนอื่นหรือฝ่ายอื่นเข้ามาช่วยด้วยนั้น ถือว่าเป็นการให้ความร่วมมือ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542: 28) ได้ให้ความเห็นว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้นต้องมาจากความสมัครใจของชุมชน โดยเฉพาะการสมัครใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน จะมีส่วนสร้างผลกระทบทั้งทางบวกและลบดังที่กล่าวแล้ว ดังนั้นจะเป็นผลดีอย่างไรหากชุมชนมีการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวว่ามีอุปทานการท่องเที่ยวเป็นอย่างไรนอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนยังเป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความร่วมมือ การประสานงาน และความรับผิดชอบในการพัฒนาท้องถิ่นให้ตรงกับความต้องการของตนเองโดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสมควร

สรุปได้ว่า การให้ประชาชนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมการจัดการท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่าการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน จะเป็นประโยชน์ในการจัดการดูแลรักษาทรัพยากรท่องเที่ยว มีการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน ท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ มีความรักและหวงแหนเห็นคุณค่าของทรัพยากรในชุมชน สามารถที่จะนำมาจัดการได้อย่างคุ้มค่าและยั่งยืน

5.2 แนวคิดเกี่ยวกับการปรับภูมิทัศน์

การปรับภูมิทัศน์เป็นแนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจนำมาใช้พัฒนาพื้นที่สำหรับรองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงพื้นที่บริการต่าง ๆ ญัฐนิภรณ์ น้อยแสงรัมย์ และสาทิณี วัฒนกิจ (2563) กล่าวว่า การออกแบบภูมิทัศน์ (Landscape Design) ภูมิทัศน์ไม่เพียงแต่เกิดจากพลวัตของความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ แต่รวมถึงองค์ประกอบของวัสดุที่จัดวางให้เกิดการรับรู้ถึงความงามอย่างลึกซึ้งและเป็นรูปธรรม ในมุมมองของการท่องเที่ยวที่สภาพแวดล้อม ภูมิทัศน์ส่วนใหญ่่มักจะถูกครอบครองด้วยกิจกรรมจากนักท่องเที่ยว โดย Chen et al. (2017) ได้เสนอความเห็นว่าเป็นบริบทของปฏิสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและระบบนิเวศ การวางแผนและการปรับภูมิทัศน์ ให้เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบนิเวศ ดังนั้นในการพิจารณากระบวนการออกแบบภูมิทัศน์ข้อพิจารณาที่นำมาเป็นปัจจัยในการออกแบบประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ กิจกรรม และสภาพแวดล้อมที่สามารถมองเห็นและรับรู้ได้ด้วยสายตา แต่ทั้งนี้การพัฒนาและสร้างสรรค์ใหม่จะต้องเคารพต่อกิจกรรมเดิมที่มีอยู่ในพื้นที่ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทั้งในแง่ของประเภท ขนาด รูปแบบ สัดส่วน สี และพื้นผิว (Kamphusaen, 2009) นอกจากนี้ Yoshinobu (1983) ได้เพิ่มเติมข้อพิจารณาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบภูมิทัศน์ว่า ภูมิทัศน์ที่ดีนั้นจะต้องไม่ละเลยในการคำนึงถึงวัสดุและขนาดสัดส่วนที่จะต้องมีความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการกำหนดรูปแบบภูมิทัศน์ ทั้งนี้ Horayangkul (1992) ได้กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ และพื้นที่ว่างในเชิงพฤติกรรมมนุษย์และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยพฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดขึ้นย่อมมีทั้งพฤติกรรม ที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคล้วนเกี่ยวกับงานวางผังและออกแบบก่อให้เกิดสุนทรียภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สอยอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ แต่ทั้งนี้ การประเมินความงามหรือความพึงพอใจภูมิทัศน์เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่มีความซับซ้อน ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ และทัศนคติส่วนบุคคล โดยที่ Institute of Environmental Assessment and the Landscape Institute (I.E.A) Chulasai (2004) ได้นิยามการวิเคราะห์รูปแบบทางภูมิทัศน์ว่าจะต้องมีองค์ประกอบที่ปรากฏรูปลักษณะของพื้นที่ รูปร่างของพื้นผิวธรรมชาติและความงามปรากฏอย่างชัดเจน

ผู้วิจัยเห็นว่า การปรับภูมิทัศน์มีความสำคัญต่อการจัดการท่องเที่ยว การปรับภูมิทัศน์ให้เกิดความสวยงาม สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สภาพแวดล้อมชุมชน มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี รวมถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากกลับมาเยือน อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ที่จัดการท่องเที่ยวอีกด้วย

5.3 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

เพื่อให้นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เป็นไปอย่างสอดคล้องกับหลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และสอดคล้องกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของคนในชุมชน และลักษณะพื้นที่ จะได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยว

การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีความเข้าใจในทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว ด้วยเพราะการท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละคนหรือแต่ละกลุ่มจะมาเยี่ยมชมเยือนทรัพยากรการท่องเที่ยวตามประเภทที่ตนชื่นชอบ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวจึงต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่ด้วย ทั้งนี้ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า สามารถแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ โดยเกิดจากสภาพแวดล้อมทางกายภาพตามธรรมชาติที่มีความสวยงาม น่าสนใจต่อการเดินทางไปเที่ยวชม ซึ่งรวมถึงบริเวณที่มนุษย์เข้าไปปรุงแต่งเพิ่มเติมจากสภาพธรรมชาติในบางส่วน ซึ่งสามารถแบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติตามการพัฒนาออกได้เป็นประเภทย่อยคือ (1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติในสภาพดั้งเดิมปราศจากการดัดแปลง เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่สันโดษซึ่งอยู่ไกลชุมชน คุณค่าผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความอุดมสมบูรณ์เป็นธรรมชาติทำให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้รับความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ธรรมชาติ เช่น ภูเขา ธรณีสัณฐาน วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ภูมิอากาศ ทะเลธารน้ำแข็ง เป็นต้น (2) ทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการดัดแปลงปรุงแต่ง แต่ยังรักษาสภาพตามธรรมชาติไว้เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่กึ่งสันโดษ ซึ่งมีการปรุงแต่งเพื่อความสะดวกในการเข้าถึงและเพิ่มความสามารถในการรองรับ คุณค่าต่อผู้มาเยี่ยมชมอยู่ที่การได้สัมผัสธรรมชาติในระดับภายนอกและได้รับความสะดวกในการเยี่ยมชม เช่น ถ้ำ น้ำตก พืชพันธุ์ น้ำพุร้อน ชายหาด อ่างเก็บน้ำ เป็นต้น (3) ทรัพยากรท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีการดัดแปลงก่อสร้างเพิ่มเติม เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีการพัฒนาแล้ว ซึ่งมีการจัดกิจกรรมตอบสนองความต้องการของผู้เยี่ยมชม มีสิ่งอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ คุณค่าต่อผู้มาเยี่ยมชมอยู่ที่การได้พักผ่อนในสภาพธรรมชาติแต่ได้รับความสะดวกสบายอย่างครบถ้วน เช่น รีสอร์ท เป็นต้น 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัตถุโบราณ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประโยชน์ของมนุษย์เองทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในสมัย ปัจจุบัน ซึ่งมีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา เป็นสิ่งที่แสดงถึงอารยธรรมและความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนั้นว่าในสมัยโบราณมีความเจริญด้านใดบ้างและเหลือเป็นมรดกตกทอดมาอย่างขนานหลังอย่างไรบ้าง จึงมีผลดึงดูด

ให้นักท่องเที่ยวไปเยือนพื้นที่นั้น ซึ่งสามารถแบ่ง ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุออกเป็น 2 ประเภท ดังต่อไปนี้ (1) ประเภทโบราณสถาน เป็นสถานที่ที่มีอายุนับร้อยปี หรือโดยลักษณะแห่งการก่อสร้าง หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของสถานที่นั้น เป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดี (2) ประเภทโบราณวัตถุ เป็นสิ่งประดิษฐ์หรือสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติหรือที่เป็นส่วนหนึ่งส่วนใดของโบราณสถานซึ่งโดยอายุหรือโดยลักษณะแห่งการประดิษฐ์หรือโดยหลักฐานเกี่ยวกับประวัติของวัตถุนั้นเป็นประโยชน์ในทางประวัติศาสตร์หรือโบราณคดีในแต่ละจังหวัดหรือแต่ละประเทศ อาจเก็บสะสมไว้ในพิพิธภัณฑ์หรือสถานที่เก็บอื่น ๆ เพื่อให้ประชาชนเข้าชม อันเป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึง ประวัติศาสตร์อันยาวนานของประเทศ และเป็นความภูมิใจของประชาชนในท้องถิ่นที่ได้พบโบราณวัตถุล้ำค่าเหล่านั้น เช่นภาพเขียนโบราณ วัตถุโบราณ พระพุทธรูปโบราณ รูปปั้นโบราณ เป็นต้น และ (3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม แต่ละกลุ่มชนที่มีความแตกต่างกันไป ตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยยึดถือปฏิบัติสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคมที่มีผลต่อการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน ซึ่งสามารถแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้ 3 ประเภทดังนี้ (1) ประเภทศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ชุมชน หมู่บ้าน เรือนแพ ตลาด ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม การละเล่นพื้นบ้าน ดนตรีพื้นเมือง สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน เหมือง วิถีชีวิต อัยาศัยไมตรีของประชาชน เป็นต้น (2) ประเภทประเพณี ได้แก่ประเพณี สงกรานต์ ประเพณีแห่เทียนพรรษา เทศกาล กินเจ ประเพณีลอยกระทง งานบุญบั้งไฟ งานพิธีโยนบัว ประเพณีอินทิล เป็นต้น (3) ประเภทกิจกรรม ได้แก่กิจกรรมแข่งขันกีฬา กิจกรรมบันเทิง สวนสนุก สวนสาธารณะ สนามกอล์ฟ สนามแข่งรถ เชื้อเพลิงไฟฟ้า เป็นต้น สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ควรเป็นกิจกรรมที่เน้นการศึกษาหาความรู้ในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นควบคู่ไปกับการได้รับความเพลิดเพลิน ซึ่งมีกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอยู่หลายกิจกรรม เช่น การเดินป่า การศึกษาธรรมชาติ การเลี้ยงสัตว์ การดูนก การพายเรือ การดำน้ำ การตั้งแคมป์ การล่องแพการขี่ช้าง การถ่ายรูป การขี่จักรยาน การไต่เขา การตกปลา การแสวงบุญ การนมัสการสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น

สรุปได้ว่า ในการจัดกรรมท่องเที่ยว จำเป็นต้องมีความเข้าใจในทรัพยากรท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยว ด้วยเพราะจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นมีทั้งทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม

5.4 แนวคิดเกี่ยวกับการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและมีความสุข ซึ่งเป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทุกคน ซึ่ง Collier and Harraway (2001) กล่าวว่าว่าการท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์นั้นแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกโดยความสะดวกสบายที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว เช่นเดียวกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้กล่าวว่า การที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใด ๆ ก็ตาม ทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พักแรม อาหาร นันทนาการ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งจะสามารถรองรับการจัดการท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย ชิตวอร์ สิริละผลิน และภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ (2561) กล่าวว่า หากประเทศใดอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวอย่างดีจนเป็นที่ประทับใจก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการซ้ำอีก ทำให้ประเทศมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นไปอีก สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญประกอบด้วย (Tourism of World, ม.ป.ป.)

1. ที่พัก ที่พักแรม (Accommodation) หรือที่พักสำหรับคนเดินทางหรือเมื่อถึงจุดหมายปลายทาง ได้แก่ 1) บังกะโล กระท่อม (Bungalow, Cottage) 2) รีสอร์ทตากอากาศ (Resort) 3) พื้นที่ตั้งแคมป์หรือที่จอดรถ (Camping Ground, Parking) 4) เรือพักแรม (House boat) 5) บ้านพักรับรอง (Vacation Home) 6) หอพัก (Hostel, Dormitory) 7) อพาร์ทเมนต์ หรือ คอนโดมิเนียม (Apartment/Condominium) 8) เพนชั่น เกสต์เฮาส์ (Pension, Guesthouse) 9) บ้านพักในหมู่บ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม (Home Stay, Farm Stay or Farmhouse) 10) โมเต็ล (Motel) และ 11) โรงแรม (Hotel)

2. อาหารและสถานบันเทิง (Food and Entertainment) การบริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว 1) การบริการในยานพาหนะระหว่างการเดินทาง 2) การบริการในที่พักแรมหรือโรงแรม 3) การบริการอื่น ๆ ดังนี้ ร้านอาหารไทยและอาหารพื้นเมืองแต่ละท้องถิ่น ร้านอาหารประจำชาติต่าง ๆ ร้านอาหารและสวนอาหารทั่วไป ร้านอาหารจานด่วน (Fast-Food) สถานบันเทิงนับเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจะมีสถานบันเทิงหลากหลาย สำหรับให้บริการแก่นักท่องเที่ยว อาจให้บริการควบคู่ไปกับการบริการอาหารและเครื่องดื่ม

3. การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การบริการนำเที่ยวตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 ได้ให้ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว คือการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหรือการให้บริการหรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทางที่ธุรกิจนำเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งประเภทของการบริการนำเที่ยวได้ดังนี้

1) การนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound Tour) 2) การนำเที่ยวคนในประเทศไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Domestic Tour)

มัคคุเทศก์ (Tourist Guide) เป็นผู้ที่ทำหน้าที่ให้บริการนำเที่ยวในธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 ผู้ที่นำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ และให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสถานที่หรือบุคคลโดยได้รับค่าตอบแทน แบ่งออกได้ดังนี้ 1) มัคคุเทศก์นำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ในธุรกิจนำเที่ยวประเภท Inbound Tour 2) มัคคุเทศก์นำเที่ยวคนในประเทศไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ในธุรกิจนำเที่ยวประเภท Outbound Tour และ 3) มัคคุเทศก์นำเที่ยวนักท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ในธุรกิจนำเที่ยวประเภท Domestic Tour

4. สินค้าที่ระลึก เนื่องจากการผลิตสินค้าที่ระลึกเป็นลักษณะของอุตสาหกรรมขนาดย่อมหรืออุตสาหกรรมในครัวเรือนหรือในชุมชน ซึ่งกระจายอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ โดยอาศัยแรงงานศิลปะและความประณีต และใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ทำให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ การเพิ่มมูลค่าแก่ทรัพยากรในท้องถิ่น รวมทั้งการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปหัตถกรรม และเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย สินค้าที่ระลึกการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและสร้างสรรค์ความเจริญให้กับท้องถิ่น

5. ระเบียบพิธีการเข้า-ออกประเทศ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะต้องปฏิบัติตามระเบียบพิธีการเข้า-ออกประเทศนั้น ๆ เพื่อการควบคุมและตรวจตราการเดินทางเข้า-ออกประเทศ การจัดเก็บภาษีศุลกากร และอำนวยความสะดวกให้กับชาวต่างประเทศที่จะเดินทางเข้ามาเพื่อการท่องเที่ยวหรือธุรกิจ

6. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ปัจจัยพื้นฐานที่ให้บริการแก่ประชาชนในประเทศและถือเป็นปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยวเนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศใดก็ตาม จะใช้บริการสาธารณูปโภคในประเทศนั้นด้วย การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มาตรฐานทัดเทียมอารยประเทศ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อประชากรในพื้นที่ ยังเป็นการส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้มีศักยภาพเพิ่มมากขึ้น

กรมการท่องเที่ยวได้ดำเนินการโครงการออกแบบพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบ ซึ่งเป็นโครงการที่มุ่งเน้นการศึกษา สืบค้น และออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่จำเป็น และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบตามแนวคิดการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว (Tourism Village) พร้อมทั้งจัดทำผังการพัฒนาพื้นที่ แบบรูปรายการก่อสร้างพร้อมใบแสดงปริมาณงานและราคาของสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นไปตามมาตรฐานงานก่อสร้างในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เผยแพร่ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน หน่วยงานเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวแต่ละชุมชน สามารถนำ

รูปแบบการพัฒนาไปใช้และเสนอขอรับงบประมาณเพื่อดำเนินการก่อสร้างพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดเป็นรูปธรรม และเป็นการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักยอมรับ รวมทั้งสามารถเป็นตัวอย่างการพัฒนาให้แก่แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ต่อไปได้โดยได้ดำเนินการศึกษาชุมชนในพื้นที่จังหวัดเมืองรอง จำนวนรวมทั้งสิ้น 45 ชุมชน รูปแบบสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดำเนินการออกแบบ เช่น ทำรถรับ-ส่งนักท่องเที่ยว ทำเรือ จุดเปลี่ยนถ่ายการขนส่งนักท่องเที่ยวชุมชุมประดูทางเข้า ป้ายบอกทางภายในชุมชน ร้านขายสินค้าชุมชน จุดบริการนักท่องเที่ยว ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เป็นต้น (กรมการท่องเที่ยว, 2563)



ภาพที่ 1 โครงการออกแบบพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบของกรมการท่องเที่ยว

ที่มา: จาก <https://www.facebook.com/ Deptourism/posts/354634392117042/>: สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน, โดย กรมการท่องเที่ยว, 2563.

ผู้วิจัยเห็นว่า การมีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวที่ดีและครบถ้วน เป็นสิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและมีความสุขเมื่อมาท่องเที่ยว จะเป็นการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวได้กลับมาเที่ยวซ้ำอีก

5.5 แนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

5.5.1 ความหมายของการประชาสัมพันธ์

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2551) กล่าวว่า คำว่า “การประชาสัมพันธ์” มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” ตามศัพท์คำนี้หมายถึง การมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับประชาชน ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 หมายถึง การติดต่อสื่อสารเพื่อส่งเสริมความเข้าใจอันถูกต้องต่อกัน และถ้าจะขยายความให้เป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น จะหมายถึงความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำที่ต่อเนื่อง ในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับสังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้เกิดทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรม และบริการ หรือสินค้าของหน่วยงานนี้ และเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุนและร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว และยังมีผู้ให้ความหมายของการประชาสัมพันธ์ไว้มากมาย ได้แก่ ดัก นิวซัม และอลัน สกอต (Newsom & Scott, 1976) กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นศิลป์ และศาสตร์ของการวิเคราะห์แนวโน้ม การคาดการณ์ถึงผลกระทบ การให้คำปรึกษาแก่ผู้บริหารภายในองค์กร รวมถึงการนำเสนอโครงการที่วางแผนไว้ไปประยุกต์ปฏิบัติ ทั้งนี้เพื่อตอบสนองผลประโยชน์ขององค์กรและสาธารณชนที่เกี่ยวข้อง เกรกอรี แอน (Anne, 1996) นักวิชาชีพประชาสัมพันธ์ กล่าวว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการใช้ความพยายามที่ได้วางแผนไว้เพื่อให้สามารถสร้างและรักษาค่านิยม เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกันระหว่างองค์กรกับชุมชน ส่วน บาสกิน, อาโรนอฟฟ์ และแลทติมอร์ (Baskin, Aronoff & Lattimore, 1997) ให้นิยามการประชาสัมพันธ์ไว้ว่า การประชาสัมพันธ์เป็นการจัดการองค์กรเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพอันดีกับผู้รับข่าวสารกลุ่มต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดความเข้าใจกับความคิดเห็น (Opinion) ทัศนคติ (Attitude) และค่านิยม (Value) หรือเป็นการติดต่อสื่อสารกับชุมชนทั้งภายใน และภายนอกเพื่อสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรกับสาธารณชน และ ปรมะ สตะเวทิน (2524) ให้นิยามคำว่า การประชาสัมพันธ์คือ การดำเนินงานอย่างสุขุม รอบคอบ มีแผนและกระทำต่อเนื่องกัน ในอันที่จะมีอิทธิพลต่อประชาชน โดยให้ประชาชนเกิดความรู้สึกที่ดีหรือมีภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กร ในการดำเนินการนั้นยึดหลักการสื่อสารแบบสองทาง เพื่อสร้างและรักษาไว้ซึ่งความเข้าใจและผลประโยชน์ของทั้งองค์กรและประชาชน อีกทั้ง รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ (2550) ให้นิยามว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง รูปแบบของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวข่าวสารทั้งที่เป็นข้อเท็จจริงและข้อคิดเห็นจากสถาบันหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งไปสู่กลุ่มประชาชนเป้าหมายโดยมีการวางแผน กำหนดวัตถุประสงค์และดำเนินการเพื่อบอกกล่าวให้ทราบ เพื่อชี้แจงให้เข้าใจถูกต้อง อันเป็นการสร้างและรักษา (To Build and Sustain) ความสัมพันธ์ที่ดี ตลอดจนเพื่อสร้างชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดี อันจะนำไปสู่การสนับสนุนและการได้รับความร่วมมือจากประชาชนกลุ่มเป้าหมาย

จากความเห็นของนักวิชาการที่กล่าวไว้ข้างต้น ผู้วิจัยสรุปได้ว่า การประชาสัมพันธ์ หมายถึง รูปแบบของการติดต่อสื่อสารเพื่อถ่ายทอดเรื่องราวของผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารที่เป็นเป้าหมาย อย่างมีแบบแผนและต่อเนื่อง มีวัตถุประสงค์เพื่อบอกกล่าว สร้างความเข้าใจ สร้างและรักษาความสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงสร้างภาพลักษณ์และทัศนคติที่ดีต่อผู้ส่งสาร กิจกรรม สินค้าหรือบริการ

5.5.2 กลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์

จินตวีร์ เกษมสุข (2563) กล่าวว่า การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนว่า ต้องการให้กลุ่มเป้าหมายยอมรับอะไร อย่างไร และจะต้องมีแผนการสื่อสารที่เป็นขั้นตอน และมีกลวิธีที่เหมาะสมจึงจะเกิดประสิทธิผล โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญ คือ การเปลี่ยนทัศนคติและพฤติกรรมของบุคคลในสังคม การเลือกใช้กิจกรรมและสื่อต่าง ๆ ทางการประชาสัมพันธ์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง ปลุกจิตสำนึก โน้มน้าวให้เห็นด้วย คล้อยตาม เกิดความร่วมมือร่วมใจกันปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ความท้าทายของงานนี้ อยู่ที่การคิดค้นกลวิธีโดยจะสร้างสารอย่างไรให้ดึงดูดและกระหับใจ จะใช้กิจกรรมอะไรที่แปลกใหม่แต่อยู่ในวิสัยที่กลุ่มเป้าหมายสามารถรับได้จะใช้สื่ออะไรให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และจะวางแผนการสื่อสารอย่างไร

การประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร ธิติ รักชาติ (2558) กล่าวว่า ภาพลักษณ์ (Image) มีความสำคัญต่อหน่วยงาน องค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือตัวบุคคลมาก เพราะภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ดีย่อมได้รับความไว้วางใจ ยอมรับ เชื่อถือ และพร้อมจะให้ความร่วมมือ สนับสนุน ในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ไม่ดีย่อมจะส่งผลกระทบต่อองค์กรนั้น ทั้งนี้ก็เพราะว่า ภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคล สามารถทำให้บุคคลมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติไปในทิศทางเดียวกับทัศนคติต่อภาพลักษณ์นั้น (Boulding, 1975: 9-10) ดังนั้นแต่ละหน่วยงาน องค์กรจึงได้พยายามแข่งขันกันเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กร เพื่อจะได้เป็นที่ยอมรับและไว้วางใจของประชาชน ตลอดไป การสร้างภาพลักษณ์องค์กรจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารประชาสัมพันธ์เป็นเครื่องมือเพื่อถ่ายทอดเอกลักษณ์ พฤติกรรม บุคลากรและการดำเนินงานขององค์กรผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ ไปยังกลุ่มประชาชนเป้าหมายทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการรับรู้ ยอมรับ เชื่อถือ ในที่สุด ทั้งนี้เพราะว่าภาพลักษณ์เป็นภาพที่มนุษย์รับรู้ด้วยการสร้างเหตุการณ์เทียม (Pseudo Events) ขึ้น ซึ่งเป็นการสร้างภาพภายในใจเกี่ยวกับบุคคลหรือองค์กรที่รับรู้และเข้าใจ (Boorstin, 1973) และการที่มนุษย์จะเกิดภาพลักษณ์ในใจได้นั้นจะต้องอาศัยความประทับใจที่ได้จากการรับรู้เข้าใจในข้อเท็จจริงนั้น ๆ (Jefkins, 1982: 6)

การวางแผนการประชาสัมพันธ์ การวางแผนการประชาสัมพันธ์เป็นการกำหนดวัตถุประสงค์กิจกรรม ตลอดจนกลยุทธ์ กลวิธีและเป้าหมายในการสื่อสาร นอกจากนั้นยังเป็นพื้นฐานในการกำหนดนโยบายและโครงการต่าง ๆ ขององค์การด้วยเช่นกัน อาจกล่าวได้ว่า การวางแผนการประชาสัมพันธ์เป็นการกำหนดกลยุทธ์ซึ่งจะช่วยให้องค์กรสามารถตอบคำถามได้ว่า องค์กรควรทำอย่างไร ควรสื่อสารกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายอย่างไร และด้วยเหตุผลใด (Cutlip, Center & Broom, 2006: 282) การวางแผนการประชาสัมพันธ์ โดยหลักการและขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์นั้น ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้ (วิมลพรรณ อาภาเวท, 2553: 200-206) 1) การศึกษาสภาพการณ์และสภาพปัญหา โดยต้องมีความเข้าใจสถานการณ์ของสถาบันองค์กรนั้น ตั้งแต่ภูมิหลังจนถึงปัจจุบัน โดยครอบคลุมถึงการศึกษาลักษณะประชาคมติ การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสาร เพื่อให้สามารถระบุปัญหาได้ชัดเจน และจัดลำดับความสำคัญของปัญหาว่า ปัญหาใดควรได้รับการแก้ไขก่อน 2) กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จโดยเป็นข้อความที่ชัดเจนแน่นอนว่าต้องการสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใด หรือต้องการแก้ปัญหาใดบ้างเป็นต้น 3) กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อให้ผู้วางแผนและผู้นำแผนไปปฏิบัติได้มีความรู้จักและเข้าใจประชาชนที่แผนนั้นจะเข้าถึง 4) กำหนดวิธีการสื่อสารในแผนการประชาสัมพันธ์กิจกรรมสำหรับงานประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) กิจกรรมประจำ คือการปฏิบัติงานหรือการกระทำใด ๆ ที่สถาบันต้องกระทำเป็นประจำ (2) กิจกรรมพิเศษ คือการปฏิบัติงานหรือการกระทำใด ๆ ที่ไม่ใช่งานประจำของการประชาสัมพันธ์ เช่น การแก้ไขปัญหาภายใน การแก้ไขภาพลักษณ์ เป็นต้น 5) การกำหนดระยะเวลา ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้รู้ถึงขอบเขตของระยะเวลาว่า แผนการประชาสัมพันธ์นั้นจะเริ่มดำเนินการเมื่อใดและสิ้นสุดเมื่อใด 6) การกำหนดงบประมาณ ที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจนเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาภายหลัง 7) การประเมินผลและติดตามผลงาน เพื่อตรวจสอบผลการดำเนินงานในด้านประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ว่ามีการใช้ทรัพยากรการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์เกิดประโยชน์สูงสุดและประหยัด ส่วนอีกด้านหนึ่ง การตรวจสอบประสิทธิผลของแผน เพื่อจะได้ทราบว่าแผนประชาสัมพันธ์ดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

สื่อประชาสัมพันธ์ สื่อประชาสัมพันธ์หมายถึง ช่องทางการสื่อสารที่จะนำข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมาย และเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการกระจายข้อมูลข่าวสารที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่จะนำไปสู่ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร การดำเนินการวางแผนในการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ถือเป็นขั้นตอนของกระบวนการประชาสัมพันธ์ นักประชาสัมพันธ์ต้องจัดทำแผนงานประชาสัมพันธ์ด้วยการตั้งวัตถุประสงค์ให้แน่ชัดว่า ต้องการสื่อไปยังกลุ่มเป้าหมายใด ข้อความที่ต้องการสื่อออกไปคืออะไร กลยุทธ์/ยุทธวิธีในการใช้สื่อเป็นอย่างไร มีข้อจำกัดด้านงบประมาณหรือไม่ ทั้งนี้การเลือกสื่อต้องพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด อีกทั้งควรเป็นสื่อที่

ควบคุมได้ เพื่อให้ได้ข้อความที่เราต้องการสื่อออกไป มีความถูกต้องและครบถ้วน (จินตวีร์ เกษมสุข, 2563) สื่อที่ใช้ในกิจกรรมเพื่อการประชาสัมพันธ์ประกอบด้วย 1) สื่อบุคคล เป็นสื่อที่มนุษย์ใช้สำหรับการติดต่อสื่อสารระหว่างบุคคลซึ่งอยู่ห่างไกลกัน จนไม่อาจจะติดต่อกันโดยไม่ผ่านสื่อได้ เป็นสื่อซึ่งใช้เฉพาะบุคคลมีลักษณะเป็นส่วนตัวไม่เกี่ยวกับผู้อื่นที่ไม่ได้เกี่ยวข้องกับการสื่อสารในขณะนั้น ๆ เช่น จดหมาย โทรเลข โทรศัพท์ภาพถ่ายในครอบครัว บันทึกรายการ อนุทิน ฯลฯ ทำหน้าที่ในการช่วยส่งสารระหว่างผู้ส่งถึงผู้รับที่อยู่ห่างไกลกัน นอกจากนั้นก็ยังมีเครื่องมืออุปกรณ์บางชนิดที่จัดว่าเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล อาทิการประชุมกลุ่มย่อย การเรียนการสอน ซึ่งจำเป็นต้องใช้สื่อต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องด้วย เช่น แบบจำลอง หนังสือหรือเอกสาร เป็นต้น (ปติวีร์ดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2549: 22) ทั้งนี้ วิมลพรรณ อาภาเวท (2553: 219-239) ยังได้จำแนกสื่อบุคคลออกเป็น (1) สื่อบุคคล ได้แก่ นักประชาสัมพันธ์ และรวมถึงสมาชิกทุก ๆ คนภายในองค์กร และ (2) สื่อคำพูด เช่น การพูดในที่ประชุม การสนทนาอย่างไม่เป็นทางการ การอภิปรายกลุ่ม การกล่าวสุนทรพจน์ การกล่าวปราศรัย เป็นต้น 2) สื่อมวลชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ภาพยนตร์ สื่อมวลชนมีประโยชน์ในแง่ของการเผยแพร่ข่าวสาร ไปยังมวลชนได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว (ปติวีร์ดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา, 2549: 22) 3) สื่อเฉพาะกิจ หมายถึง สิ่งที่ถูกผลิตขึ้นมาโดยมีเนื้อหาสาระที่เฉพาะเจาะจง และมีจุดมุ่งหมายหลักอยู่ที่ผู้รับสารเฉพาะกลุ่ม (เกศินี จุฑาวิจิตร, 2542: 187) เมื่อเทียบกับสื่อมวลชนแล้ว สื่อเฉพาะกิจจะเข้าถึงง่ายกว่าในแง่ของการเข้าถึงผู้รับสาร เช่น (1) วารสาร (2) จุลสาร (3) จดหมายข่าว (4) จดหมายถ้อยแถลง (5) แผ่นพับ (6) แผ่นปลิวและใบแทรก (7) ใบปิดหรือโปสเตอร์ (8) ป้ายกลางแจ้ง เป็นต้น 4) สื่อสมัยใหม่ คือสื่อที่พัฒนาจากสื่อเดิมที่มีอยู่โดยการ บูรณาการสื่อเก่าและสื่อใหม่ และอาศัยความคิดสร้างสรรค์รวมทั้งเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้าไป การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีดิจิทัล เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ เทคโนโลยีเครือข่าย หรือเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในช่วงปลายศตวรรษที่ 20 เทคโนโลยีที่ถูกนิยามว่า เป็นสื่อใหม่ส่วนมากมักจะมีคุณลักษณะที่ถูกจัดการได้ (Manipulated) เชื่อมต่อเป็นเครือข่ายได้ (Networkable) ทำให้หนาแน่น (Dense) และบีบอัดสัญญาณได้ (Compressible) มีปฏิสัมพันธ์ (Interactive) และมีความเป็นกลาง (Impartial) ดังนั้น “สื่อใหม่” จึงหมายถึงความถึง อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์มัลติมีเดีย เกมส์คอมพิวเตอร์ ซีดีรอม และดีวีดี “สื่อใหม่” จึงไม่ได้หมายความถึงรายการโทรทัศน์ภาพยนตร์วารสาร หนังสือ หรือสิ่งพิมพ์แบบเดิม ๆ (Manovich, 2003) ทั้งนี้ ธนารีย์ สะสุนทร (2558) ได้เสนอการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network ว่า องค์กรที่จะใช้ Social Media ควรมีการอัพเดทข้อมูลข่าวสาร และมีการโพสต์ข้อความรูปภาพ หรือความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้ควรมีการสื่อสารผ่าน Social Media ผสมผสานกันหลายรูปแบบ เพื่อช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลให้กระจายในวงกว้างมากขึ้น (Cross & Thomas, 2009: 173) และการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network ให้ค่านึงว่า ประชาชนทุกกลุ่ม อายุ อาชีพ และระดับการศึกษาล้วนแล้วแต่เป็นผู้ที่มีโอกาสอ่านเว็บบล็อก โอกาสเข้าร่วมกับชุมชนออนไลน์

เพื่อดึงข้อมูลข่าวสารขององค์กรหรือสินค้าของบริษัทกลับไปหาบุคคลดังกล่าว ดังนั้นการดำเนินงานประชาสัมพันธ์จะต้องพยายามทราบให้ได้ว่าบุคคลที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริงขององค์กรเป็นใคร ซึ่งสามารถจะดูได้จากการตั้งค่าโปรไฟล์ (Profiles) ของบุคคลดังกล่าวที่ได้กำหนดไว้ที่เว็บเครือข่ายที่บุคคลนั้นใช้บริการ ซึ่งข้อมูลที่น่าเสนอผ่าน Social Network ช่วยผู้บริโภคนในการหาข้อมูลวางแผนและแบ่งปันข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือองค์กรเพื่อเป็นประโยชน์ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ดังนั้นควรจะให้ความสำคัญกับข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือองค์กรที่ผู้บริโภคต้องการและนำเสนอผ่าน Social Network เพื่อให้ผู้บริโภคประกอบการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network ทำให้องค์กรเป็นบุคคลแรกที่จะทราบความคิดเห็นของลูกค้า (Comment) เรื่องที่ลูกค้าวิตกกังวล (Concern) และความต้องการที่แท้จริงของลูกค้า (Insight) ว่าอะไรเป็นสิ่งที่มียุทธผลต่อความคิดและการตัดสินใจของลูกค้า ดังนั้นจะต้องให้ลูกค้าหรือกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับองค์กรได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็นและสื่อสารแบบมีปฏิสัมพันธ์กับองค์กรได้ ช่วยให้องค์กรสามารถเก็บข้อมูลทางการตลาดที่จะเป็นโอกาสในการเพิ่มการเข้าถึงเนื้อหาสารของตราสินค้า (Brand Message) เพื่อเพิ่มประสิทธิผลทางการตลาด หรือการสร้างกระแสทางการตลาดหรือการตลาดแบบปากต่อปาก อีกทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่าน Social Network สามารถนำมาใช้บริหารจัดการข้อมูลความรู้ต่าง ๆ ให้กับองค์กรได้

การประชาสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2537) อธิบายว่า องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เมื่อมองจากภายนอก ผู้รับสารมี 3 ข้อ คือ 1) ความแตกต่างภายในผู้ส่งสาร ผู้ส่งสารแต่ละคนมีปัจจัยที่แตกต่างกัน ทำให้มีความน่าโน้มน้าวใจไม่เหมือนกัน เช่นความน่าเชื่อถือ อำนาจของบุคคล บทบาทของกลุ่มตน สัมพันธภาพกับผู้รับสาร และลักษณะด้านต่าง ๆ 2) ความแตกต่างภายในสารแต่ละชิ้นที่แตกต่างกันจะมีความน่าโน้มน้าวใจต่างกัน เช่นความต่างในสาระของสาร 3) ความแตกต่างของสื่อ ความน่าโน้มน้าวใจของสารจะแตกต่างกันเมื่อเกิดการสื่อสารส่วนบุคคลเปรียบเทียบกับ การส่งสารผ่านช่องทางอื่น ๆ การโน้มน้าวใจเมื่อมองจากตัวผู้รับสาร การที่ผู้รับสารคนหนึ่ง ๆ จะมีความละเอียดอ่อนต่อการถูกโน้มน้าวเพียงใด อาจพิจารณาได้จาก 3.1) ลักษณะของประชากร 3.2) ทรรศนะและทัศนคติ 3.3) ความรู้ที่ผู้รับสารมีเกี่ยวกับสารนั้น ๆ ลักษณะด้านอารมณ์ความสำคัญที่ผู้รับสารให้แก่หัวข้อหนึ่ง ๆ 3.4) วิธีการที่ผู้รับสารรับรู้สภาพการณ์หนึ่ง การสื่อสารทุกครั้งไม่จำเป็นจะเป็นการสื่อสารระหว่างบุคคล การสื่อสารกับกลุ่มคนหรือมวลชน โดยหลักธรรมชาติของมนุษย์แล้วมักทำการสื่อสารเพื่อมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมของผู้รับสาร โดยมีจุดมุ่งหมายหลักของการสื่อสารในแต่ละครั้ง และใช้วิธีโน้มน้าวใจให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ ผู้ฟังมีความเข้าใจ เกิดการคล้อยตามหรือเห็นด้วยกับเรื่องที่ผู้ส่งสารต้องการจะสื่อสาร ซึ่งนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายและลักษณะของ “การโน้มน้าวใจ” ไว้ดังนี้ (กิตติภักดิ์ ดับพุทซ์, 2562: 9-11) อรวรรณ ปิรันธน์โอวาท (2549: 11-12) กล่าวว่า การโน้มน้าวใจมีลักษณะสำคัญ

ดังต่อไปนี้ 1) ผู้โน้มน้าวใจตั้งใจที่จะมีอิทธิพลบางประการเหนือผู้ถูกโน้มน้าวใจ 2) โดยปกติผู้ถูกโน้มน้าวใจจะมีทางเลือกมากกว่าหนึ่งเสมอ และผู้ถูกโน้มน้าวใจจะพยายามชักจูงใจให้ผู้ถูกโน้มน้าวยอมรับทางเลือกที่ตนเสนอ 3) สิ่งที่ผู้โน้มน้าวต้องการคือการเปลี่ยนแปลงหรือการสร้างความคิดเห็นทัศนคติค่านิยม และความเชื่อของผู้ถูกโน้มน้าวใจ ซึ่งจะส่งผลต่อปัจจัยอื่น ได้แก่ อารมณ์และพฤติกรรม เป็นต้น เพชรดา ฐิติยาภรณ์ (2557) ให้ความหมายว่ามนุษย์ต้องการมีอิทธิพลเหนือคนอื่นโดยเน้นขั้นตอนการโน้มน้าวใจด้วยวิธีการสื่อสารเท่านั้น จะประกอบด้วย ผู้ส่งสาร ช่องทาง ของสื่อ ผู้รับสาร และปฏิกิริยาตอบกลับที่จะปรากฏอยู่ในทุกสถานการณ์ ทั้งนี้ อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2525) กล่าวว่า การโน้มน้าวใจ คือเครื่องมือที่สำคัญยิ่งที่มนุษย์ใช้ในการจูงใจบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องกับสถานการณ์ การสื่อสารเพื่อจูงใจ (Persuasive Communication Situation) อันเป็นสถานการณ์ที่บุคคลที่เป็นแหล่งข่าวสารหวังที่จะให้ผู้รับสารก่อปฏิกิริยาตอบสนองต่อข่าวสาร มีจุดมุ่งหมายเพื่อต้องการให้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหรือก่อให้เกิดอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้รับสารให้ดำเนินไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง

กล่าวโดยสรุป ในแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์ ผู้วิจัยมีความเห็นว่าเป็นนโยบายสำคัญหนึ่งในข้อเสนอเชิงนโยบายในงานวิจัยนี้ ซึ่งกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อการจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ควรเป็นการสร้างภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่อาศัยจุดเด่นของลักษณะพื้นที่ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิธีการประชาสัมพันธ์ควรเป็นการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ และใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ และใช้สื่อสมัยใหม่เพื่อให้เกิดการเข้าถึงนักท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด

6. แนวคิดเกี่ยวกับข้อเสนอเชิงนโยบาย

6.1 ความหมายและความสำคัญของนโยบาย

6.1.1 ความหมายของนโยบาย

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 (ราชบัณฑิตยสถาน, 2556) ให้ความหมายว่า นโยบาย (นย+อุปาย) คือหลักและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ

คำว่า “นโยบาย” ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย ได้แก่ เฟรดริช (Friedrich, 1963: 70) กล่าวว่าไว้ว่า นโยบาย คือ ข้อเสนอสำหรับแนวทางการดำเนินงานของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือรัฐบาล ภายในสภาพแวดล้อมแบบหนึ่งซึ่งจะมีทั้งอุปสรรคและโอกาสบางประการด้วย อุปสรรคและโอกาสที่มีนั่นเอง ที่ผลักดันให้มีการเสนอนโยบายขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์และเอาชนะสภาพการณ์เช่นนั้น ทั้งนี้เพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างหนึ่งอย่างใดนั่นเอง กรีนวูด (Greenwood, 1965: 222) กล่าวว่านโยบายหมายถึงการตัดสินใจขั้นต้นอย่างกว้าง ๆ จากข้อมูล

ทั่วไปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานให้เป็นไปโดยถูกต้องและบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2539: 152) ได้กล่าวไว้ว่า นโยบายแนวทางที่กำหนดขึ้นเพื่อแนะแนวความคิดในการตัดสินใจของผู้บริหารให้มั่นใจว่ามีการตัดสินใจที่เหมาะสม ส่วน วิโรจน์ สารรัตน์ (2550) กล่าวว่า นโยบาย (Policy) เป็นข้อความที่บอกให้ทราบถึงทิศทาง การเปลี่ยนแปลงขององค์การ หรือของสังคม ทิศทางดังกล่าวอาจจะอธิบายถึง เรื่องอะไร เพื่ออะไร อย่างไร และเพียงใดของความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ ซึ่งจำแนกความหมายของนโยบายออกเป็น 3 กลุ่มความหมาย โดยกลุ่มแรกหมายถึงข้อความที่บอกให้ทราบถึงกิจกรรมหรือการกระทำ (Activity or Action) อย่างไม่อย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง ซึ่งในที่สุดจะแปรรูปออกมาเป็นแผนงานโครงการที่กำหนดขึ้น ข้อความเชิงนโยบายในความหมายนี้จะบอกถึงเป้าหมายปลายทางของกิจกรรม แนวทางการปฏิบัติ และคุณประโยชน์ของกิจกรรมหรือการกระทำที่กำหนด กลุ่มที่สอง หมายถึงข้อความที่บอกให้ทราบถึงแนวทางหรือวิธีการ (Strategy or Means) เพื่อเป็นเครื่องชี้แนะและกำหนดแนวทางปฏิบัติจากปัจจุบัน สู่อนาคต และกลุ่มที่สาม หมายถึงข้อความที่บอกให้ทราบถึงคุณค่า และการตัดสินใจ (value and decision) ที่ได้เลือกสรรแล้วซึ่งนโยบายประเภทนี้จะบ่งบอกทางเลือกที่มีหลายทางว่าทางเลือกใดดีที่สุดหรือเหมาะสมที่สุด สมคิด พรหมจ้อย (2550) ได้ให้ความหมายของนโยบายไว้ 2 ประการ คือ ประการแรก นโยบาย หมายถึงแนวทางที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อให้เป็นทิศทางสำหรับการตัดสินใจ และประการที่สอง นโยบาย หมายถึงแนวทางหรือการตัดสินใจของหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง เพื่อเป็นการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เช่น นโยบายการศึกษา นโยบายเศรษฐกิจ นโยบายการเงิน เป็นต้น พิธาน พันทอง (2548) ให้ความหมายนโยบายว่า เป็นกรอบหรือแนวคิดที่ใช้ในการตัดสินใจขั้นต้นในการดำเนินงานในอนาคตขององค์การหรือหน่วยงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ และดลฤดี วาสนานนท์ (2560) กล่าวว่านโยบาย หมายถึงหลักการและวิธีปฏิบัติซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการร่วมกัน ที่ใช้เป็นแนวทางเพื่อการตัดสินใจของผู้บริหารหน่วยงานหรือองค์การ สำหรับการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์

จากความเห็นของนักวิชาการทั้งหมดข้างต้น สรุปได้ว่า นโยบาย หมายถึงแนวทางที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจของผู้บริหารองค์กร และเป็นแนวทางการปฏิบัติร่วมกันของหน่วยงาน เพื่อการดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

6.1.2 ความสำคัญของนโยบาย

นโยบายเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนด ทิศทางและเป้าหมายเพื่อการพัฒนาขององค์การ ซึ่งนำมาเป็นกรอบชี้แนะการปฏิบัติ (Course of Action) นโยบายอาจเป็นแนวทางทั้งในระดับกว้างและในระดับองค์การ ซึ่งมีความสำคัญต่อการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในระดับต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์ (ทวีป ศิริรัศมี, 2544) ซึ่ง จักรพงษ์ สุวรรณรัศมี (2553) ได้กล่าวถึง

ความสำคัญของนโยบายว่า เป็นเครื่องมือสำคัญในการตอบสนองความต้องการและค่านิยมขององค์กรหรือบุคคล อีกทั้งเป็นสิ่งบอกทิศทางในการพัฒนาประเทศทั้งในทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมถึงการนำพาองค์กรไปสู่จุดมุ่งหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับ Lasswell and Kaplan (1970) ที่กล่าวว่า นโยบายและการบริหารมีความสัมพันธ์กันเพราะนโยบายเป็นเครื่องบ่งชี้ทิศทางการบริหารงาน และเป็นข้อมูลที่ผู้บริหารพิจารณาใช้เพื่อการตัดสินใจสั่งการ นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการด้านนโยบายของไทยที่ได้กล่าวถึงความสำคัญของนโยบายกับการบริหารในทัศนะที่ตรงกันหลายประการดังนี้ คือ 1) นโยบายเป็นสิ่งที่กำหนดล่วงหน้า ช่วยลดการใช้ความคิดที่พิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ มากมายให้ลดน้อยลง ช่วยประหยัดเวลา 2) ช่วยให้การประสานงานเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริหารในฝ่ายต่าง ๆ ขององค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน 3) ช่วยให้เกิดความมั่นใจในองค์กร ลดความสับสนของสมาชิกเพราะสมาชิกเข้าใจเป้าหมายและทิศทางการปฏิบัติงาน 4) ช่วยกระตุ้นให้การตัดสินใจของผู้บริหารเป็นไปอย่างมีพลัง ลดความไม่แน่ใจว่าการตัดสินใจสอดคล้องกับแนวคิดของผู้บริหารระดับสูงหรือไม่ 5) เป็นกรอบการตัดสินใจของผู้ใต้บังคับบัญชาซึ่งช่วยให้การมอบหมายอำนาจทำได้ดีขึ้น และ 6) ช่วยให้เกิดความเสมอภาค ยุติธรรม เทียบธรรม มีความชัดเจนมากขึ้น เนื่องจากการตัดสินใจที่สอดคล้องกัน (ประชุม รอดประเสริฐ, 2545) นโยบายมีความสำคัญต่อการบริหารจัดการขององค์กรอย่างยิ่งเนื่องจากนโยบายช่วยให้มีการกำหนดเป้าหมายขององค์กรล่วงหน้า ฝ่ายบริหารและฝ่ายปฏิบัติมีทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจนสอดคล้องกันก่อให้เกิดการพัฒนาองค์กรในด้านต่าง ๆ ช่วยส่งเสริมอำนาจของฝ่ายบริหารให้ถูกต้องเป็นธรรม และช่วยให้สามารถนำปัจจัยทางการบริหารมาใช้ได้อย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (ดลฤดี วาสนานนท์, 2560: 34)

6.2 รูปแบบการกำหนดนโยบาย

สมหวัง พิริยานูวัฒน์ และदनัย เทียนพุด (2532: 170) กล่าวว่าลักษณะของนโยบายโดยทั่วไป อาจระบุได้เป็น 2 ประเภท คือ 1) นโยบายแบบแนวทางกว้าง ๆ (Blessing) ลักษณะของแนวนโยบายแบบแนวทางกว้าง ๆ โดยทั่วไปจะมีข้อความที่ระบุทิศทาง หรือแนวทางของการดำเนินงานในเรื่องที่นโยบายนั้นกำหนด ในลักษณะที่เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติ เลือกทางเลือกในการปฏิบัติที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมในการดำเนินงานของตนได้มากกว่าหนึ่งทางเลือกหรือได้จากหลายทางเลือก ซึ่งมักจะแสดงจุดเน้นและแนวทางในการดำเนินงานอย่างกว้าง ๆ ข้อความที่สรุปทิศทางในการดำเนินงานอาจเป็นไปในเชิงบอกให้รู้ว่าอยากให้ทำอะไร ไม่อยากให้ทำอะไร หรืออาจแสดงออกในแบบกระตุนเชิงชักชวนให้ปฏิบัติตามแนวทางใดแนวทางหนึ่ง หลักสำคัญคือ แสดงจุดเน้นและแนวทางดำเนินงาน และ 2) นโยบายแบบจำเพาะเจาะจง (Indicative) จะมีข้อความที่ชี้แนวทางในการดำเนินงานค่อนข้างชัดเจนแน่นอน จำเพาะเจาะจง (specific) ให้ทำอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเลือกอย่างใดอย่างหนึ่งตามที่ระบุไว้ โดยจะบอกให้ทราบว่าต้องการให้ทำอะไร เน้นสิ่งใด ส่งเสริมเรื่องใดโดยเฉพาะ ในบางกรณี

อาจจะเสนอแนะมาตรการที่เหมาะสมเสริมหรือประกอบไว้ให้อีกด้วย ข้อความที่ระบุทิศทางการทำงานและกิจกรรมที่ต้องปฏิบัติงานในนโยบายแบบจำเพาะเจาะจง จะมีความแน่นอน ไม่มีทางเลือกให้มากนัก หรือมีให้ก็ค่อนข้างจำกัด ส่วน วิโรจน์ สารรัตน์ (2548: 32-42) ได้กล่าวถึงการกำหนดนโยบายว่ามีหลายรูปแบบโดยนำเสนอไว้ 7 รูปแบบ ดังนี้ 1) รูปแบบผู้นำ (Elite model) ผู้กำหนดนโยบายคือผู้นำยึดหลักอำนาจนิยมว่าผู้นำต้องการอะไรเมื่อกำหนดแล้วผู้ตามมีหน้าที่น่านโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุผล 2) รูปแบบกลุ่ม (Group model) เป็นการกำหนดนโยบายโดยกลุ่มยึดหลักการมีส่วนร่วมและการหาจุดร่วมระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ โดยอาศัยหลักการเสียงข้างมาก การประนีประนอมหรือการเจรจาต่อรอง 3) รูปแบบสถาบัน (Institution model) กำหนดโดยสถาบันยึดหลักความเป็นสถาบันอ้างอิงความเป็นสถาบันที่ทุกคนต้องปฏิบัติตามหากไม่ปฏิบัติตามอาจมีบทลงโทษ 4) รูปแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental model) ยึดหลักแนวคิดความต่อเนื่องจากอดีต สู่ปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้อาจเนื่องจากมีเวลาจำกัดงบประมาณน้อยขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ 5) รูปแบบระบบ (System model) ยึดถือแนวคิดว่านโยบายเป็นปัจจัยป้อนออก (output) ที่เกิดจากปัจจัยป้อนเข้า (input) ของปัญหาความต้องการหรือข้อเรียกร้องจากกลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ในองค์กรหรือสังคมแล้วมีกระบวนการ (process) ของโครงสร้างองค์การหรือสังคมที่จะกำหนดเป็นนโยบายออกมา 6) รูปแบบกระบวนการ (Process model) ยึดถือแนวคิดว่าการกำหนดนโยบายเป็นกิจกรรมที่มีขั้นตอนต่าง ๆ เป็นกระบวนการคือมีขั้นตอนการกำหนดปัญหาความต้องการข้อเรียกร้อง มีขั้นตอนการเสนอแนะทางเลือกนโยบายหลากหลายทางเลือก มีขั้นตอนการเลือกนโยบายที่ดีที่สุด หรือที่เหมาะสมที่สุด มีขั้นตอนการนำเอานโยบายไปปฏิบัติและมีขั้นตอนการประเมินนโยบาย 7) รูปแบบมีเหตุผล (Rational model) คำนึงถึงผลตอบแทน (gain) ที่จะได้รับมากกว่าค่าใช้จ่าย (cost) ซึ่งผลตอบแทนมิได้หมายถึงเฉพาะเรื่องเงินเท่านั้น แต่หมายถึงผลได้ผลเสียในด้านอื่นด้วยซึ่งการที่จะกำหนดนโยบายในแบบนี้ออกมาได้ผู้กำหนดนโยบายต้องมีความรู้ความสามารถหลายประการเช่นรู้ว่าองค์การหรือสังคมต้องการอะไรมีน้ำหนักมากน้อยกว่ากันอย่างไรรู้ทางเลือกนโยบายทุกทางที่มีอยู่สามารถคาดการณ์ผลของทางเลือกนโยบายแต่ละทางได้ถูกต้องสามารถคำนวณหาอัตราส่วนระหว่างผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายสำหรับแต่ละทางเลือกและสามารถเลือกนโยบายที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

จากรูปแบบการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบการกำหนดนโยบายในการวิจัยในครั้งนี้ เห็นว่านโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เป็นลักษณะนโยบายแบบจำเพาะเจาะจง (Indicative) สอดคล้องกับรูปแบบการกำหนดนโยบายในรูปแบบกลุ่ม (Group model) โดยให้ผู้ร่วมในการกำหนดนโยบายคือผู้ที่พักอาศัยหรือประกอบกิจการอยู่ในพื้นที่ คลองเจดีย์บูชา ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี (ด้านถนนขวาพระ) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศบาล 7)

6.3 ลักษณะของนโยบายที่ดีและองค์ประกอบของนโยบาย

6.3.1 ลักษณะของนโยบายที่ดี การบริหารงานใดจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับนโยบายที่ดีขององค์กรนั้น โดยนโยบายที่ดีว่าต้องมีลักษณะดังนี้ คือ 1) ต้องมีเป้าหมายที่ส่งผลประโยชน์แก่องค์กรหรือประชาชนโดยส่วนรวมมากที่สุด 2) ครอบคลุมภารกิจทุกด้านและมีความสอดคล้องสนับสนุนซึ่งกันและกันไม่ขัดแย้งกัน 3) ควรได้มาจากการถ่วงถ่วงถึงความสำคัญหรือความต้องการ 4) นโยบายที่ดีควรประกอบด้วยเป้าหมาย แนวทางและกลวิธีที่ดี ดำเนินการได้รวดเร็วและเสียค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด 5) ต้องมีเนื้อหาเป็นหลักในการดำเนินงานและมีหลักประกันในการประเมินความสำเร็จทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ และ 6) นโยบายที่ดีจะเป็นข้อความที่ชัดเจน ถ่ายทอดไปสู่ผู้ปฏิบัติได้โดยง่ายและมี ความเข้าใจตรงกัน (วิโรจน์ สารรัตน์, 2550) ซึ่งนโยบายที่ดีจะช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องทิศทาง ง่ายและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ช่วยให้ผู้ปฏิบัติหรือผู้บังคับบัญชาสามารถกำหนดแนวปฏิบัติและตัดสินใจในภารกิจที่ตนเองรับผิดชอบได้ด้วยตนเอง โดยไม่จำเป็นต้องรอการวินิจฉัยสั่งการจากผู้บังคับบัญชาเสมอไป ทั้งนี้เพราะการมีความเข้าใจในนโยบายอย่างชัดเจนแล้วนั่นเอง (ไพเราะ คณະพูล, 2555) อย่างไรก็ตามนโยบายขององค์กรใดองค์กรหนึ่งมีคุณลักษณะที่ดีที่เหมาะสมโดยถือเอาทัศนะของบุคคลเป็นที่ตั้ง เพราะนโยบายสามารถมองได้จากหลายแง่มุม มุมหนึ่งอาจเป็นที่ยอมรับของบุคคลคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่ง แต่อีกคนหนึ่งหรือกลุ่มหนึ่งอาจเห็นว่ายังไม่เหมาะสมดีพอ ดังนั้นคุณลักษณะที่ดีของนโยบายจะเป็นคุณลักษณะที่เป็นไปตามหลักการถือเสียงข้างมากหรือเป็นที่ศนะของกลุ่มคนส่วนใหญ่โดยอนุโลมที่อาจมีคนอีกกลุ่มหนึ่งหรือจำนวนน้อยโจมตีคัดค้านและวิพากษ์วิจารณ์ไปตามทัศนะหรือตามเหตุผลของบุคคลกลุ่มนั้น (มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2550) นโยบายที่ดีมีความสำคัญต่อการบริหาร เนื่องจากนโยบายเป็นแนวทางการปฏิบัติงานที่ต้องมีความชัดเจนในวัตถุประสงค์ว่าใครจะทำอะไร เมื่อไร ทำได้ และอย่างไร ซึ่งนโยบายที่ดีต้องมีความชัดเจน กำหนดขึ้นจากข้อมูลที่เป็นจริง เข้าใจง่าย และทุกคนต้องเข้าใจตรงกัน มีการกำหนดระยะเวลาการใช้สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและสังคมโดยรวม สอดคล้องกับแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติ (ดลฤดี วาสนานนท์, 2560: 35-37)

กล่าวโดยสรุป การบริหารงานขององค์กรจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรนั้น นโยบายที่ดีจะต้องมีความชัดเจน มีความเข้าใจตรงกันทั้งของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติในองค์กร มีความครอบคลุมทุกส่วนงาน ประกอบด้วยเป้าหมาย แนวทางและกลวิธีที่ดี ช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกต้องทิศทาง ง่าย และมีประสิทธิภาพ และที่สำคัญเกิดประโยชน์ต่อองค์กรโดยส่วนรวม

6.3.2 องค์ประกอบของนโยบาย องค์ประกอบของนโยบายที่สำคัญมี 2 องค์ประกอบ คือ 1) วัตถุประสงค์ของนโยบาย (Policy Objectives) และ 2) เครื่องมือของนโยบาย (Policy Instruments) โดยวัตถุประสงค์ของนโยบาย หมายถึง จุดหมายที่เป็นที่คาดหวังให้บรรลุผล และเครื่องมือของนโยบาย หมายถึงวิถีทางที่จะทำให้บรรลุผลในจุดหมายนั้น ซึ่งวัตถุประสงค์อื่น ๆ อาจมีวิถีทางหรือทางเลือกเพื่อการปฏิบัติที่หลากหลาย หรือในทางกลับกันวิถีทางหรือทางเลือกหนึ่ง อาจสะท้อนเพื่อการบรรลุจุดหมายเกินกว่าหนึ่งจุดหมายได้ (วิโรจน์ สารรัตน์, 2554) ซึ่ง วิจิตร ศรีสะอาด (2552) และ ทองอินทร์ วงศ์โสธร (2545) ได้วิเคราะห์องค์ประกอบของนโยบาย โดยนำองค์ประกอบเชิงโครงสร้างและองค์ประกอบเชิงกระบวนการมาบูรณาการเข้าด้วยกัน แบ่งได้เป็น 4 ลักษณะ คือ 1) นโยบายในฐานะเป็นแม่บทของการบริหาร มีลักษณะเป็นข้อความทั่วไป จึงแสดงถึงเจตนารมณ์ของผู้มีอำนาจในการกำหนดนโยบาย ครอบคลุมหน่วยงานทุกระดับ และเป็นแม่บทในการดำเนินงานของหน่วยงานที่มีหน้าที่รับผิดชอบ อาจมีเงื่อนไขเวลากำหนดไว้ 2) นโยบายจะเป็นส่วนหนึ่งของแผน ขั้นตอนแรกเป็นการจัดทำวัตถุประสงค์และนโยบาย ประกอบด้วยกำหนดพันธกิจ วัตถุประสงค์ นโยบายและมาตรการ ขั้นตอนที่สองเป็นการจัดทำแผน ประกอบด้วยการจัดทำแผนงานงบประมาณและแนวปฏิบัติ 3) นโยบายในฐานะเป็นกรอบการปฏิบัติ นโยบายประเภทนี้มีลักษณะแคบ เจาะจง และมีความเฉพาะเรื่อง จะเป็นแม่บทของแนวปฏิบัติระเบียบ และกฎเกณฑ์ ซึ่งมีข้อสังเกตว่านโยบายแตกต่างจากแนวปฏิบัติและกฎเกณฑ์ คือนโยบายมีลักษณะยืดหยุ่นผู้บริหารสามารถใช้ดุลยพินิจในการดำเนินการตามนโยบาย แต่แนวปฏิบัติและระเบียบมีความตายตัวไม่ยืดหยุ่นไม่ให้อำนาจแก่ผู้ปฏิบัติ และ 4) นโยบายในฐานะเป็นกระบวนการ สามารถแบ่งได้เป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่ การกำหนดนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติ การประเมินผลนโยบายและผลย้อนกลับ นพดล มโนงาม (2555) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของนโยบาย ประกอบไปด้วยวัตถุประสงค์ (Ends) นโยบายจะต้องมีวัตถุประสงค์บอกไว้เป็นเป้าหมายปลายทาง แนวทาง (Means) นโยบายจะต้องบอกว่าอะไรเป็นแนวทางที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์และกลไกของนโยบาย (Mechanism) นโยบายจะบรรลุวัตถุประสงค์ได้จะต้องมีกลไกในการนำไปปฏิบัติ เช่น ต้องมีการออกกฎหมาย ออกระเบียบข้อบังคับ เป็นต้น โดยกระบวนการอันจะนำมาซึ่งนโยบายในการดำเนินงานที่ถูกต้องมีประสิทธิภาพเป็นไปตามหลักวิทยาศาสตร์ของการบริหารซึ่งเป็นที่รับทราบและยอมรับจากบุคคลทุกฝ่ายขององค์การหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือการกำหนดนโยบายนั่นเอง (ปิยะพงษ์ บุษบงก์, 2552) ดังนั้นการกำหนดนโยบายเป็นการกำหนดหลักการหรือกรอบความคิด แนวทางหรือกลวิธีดำเนินงานที่ผู้มีอำนาจหน้าที่ในองค์กรกำหนดขึ้นเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กรหรือเฉพาะบุคคล ในทางปฏิบัติอาจกำหนดได้ในทุกระดับชั้นขององค์การ เช่นนโยบายระดับประเทศ ซึ่งเป็นนโยบายส่วนรวม นโยบายระดับสาขางาน นโยบายระดับภาค นโยบายระดับหน่วยงาน และนโยบายระดับสายงาน นโยบายยังอยู่ใกล้ระดับปฏิบัติการมากเพียงใด ลักษณะของนโยบายก็ยังมีแนวโน้มเป็นแบบจำเพาะเจาะจงมากขึ้น

อีกทั้งการกำหนดนโยบายยังเป็นกระบวนการที่ต่อเนื่องซึ่งอาจมีชื่อเรียกแตกต่างกัน เช่นเรียกว่า วงจรนโยบาย (Policy Cycle) หรือการพัฒนาโยบาย (Policy Development) แต่ให้คำอธิบายคล้ายกัน และหากจะมีส่วนแตกต่างกันก็อยู่ที่การเน้นความสำคัญในองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่ง ดังที่ ธงชัย สันติวงษ์ (2545) กล่าวถึงกระบวนการของนโยบายไว้ว่ามี 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดประเด็นปัญหาและความต้องการ บริบทต่าง ๆ ในสังคมทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง การปกครอง ฯลฯ ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดเค้าโครงนโยบายเบื้องต้นและการพัฒนาโยบาย ขั้นตอนที่ 3 การนำนโยบายไปปฏิบัติเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายที่กำหนดไว้โดยองค์กรหรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจะต้องอาศัยระยะเวลาและดำเนินการอย่างเป็นกระบวนการเป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน และขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลนโยบายเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารนโยบายที่ผู้บริหารนโยบายจะต้องกำหนดไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อการตัดสินใจว่านโยบายที่กำลังดำเนินอยู่นั้นยังเหมาะสมที่จะต้องใช้ต่อไป (Retain) หรือจะต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง (Modify) หรือยกเลิก (Eliminate) องค์ประกอบของนโยบายยังหมายถึง ส่วนสำคัญที่ประกอบกันทำให้เกิดเป็นนโยบายขึ้นมา องค์ประกอบของนโยบายมี 2 องค์ประกอบที่สำคัญคือ วัตถุประสงค์ของนโยบาย (Policy Objective) และแนวทางของนโยบาย (Policy Means) หรือเครื่องมือของนโยบาย (Policy Instruments) ในบางครั้งอาจมีองค์ประกอบส่วนที่ 3 ได้แก่กลไกของนโยบาย (Policy Mechanism) (ตลฤดี วาสนานนท์, 2560: 35-37)

6.4 การวิจัยเชิงนโยบาย

6.4.1 ความเป็นมาของการวิจัยเชิงนโยบาย

การวิจัยเชิงนโยบายเริ่มประมาณช่วงทศวรรษ 1970 มีการตั้งสถาบันวิจัยเชิงนโยบายการจัดวารสารและการฝึกอบรม การวิจัยเชิงนโยบายในที่ต่างกันอาจผันแปรตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) แหล่งเงินทุน หากเป็นผู้ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย การเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องจะมีมาก 2) จุดเน้นการวิจัยอยู่ที่การหาคำตอบหรือหาทางแก้ปัญหา 3) ความเป็นผู้วิจัยภายใน/ภายนอกองค์กร ถ้าเป็นผู้วิจัยภายในอาจพบอุปสรรคปัญหาความเป็นระบบราชการและวิสัยทัศน์ในการวิจัย และถ้าเป็นผู้วิจัยภายนอกจะมีความเป็นอิสระในการวิพากษ์วิจารณ์ได้มากกว่า และ 4) หลักการทางวิชาการของผู้วิจัย หากต้องการแก้ปัญหาความลำเอียงเชิงวิชาการและการป้องกันการมีมุมมองเฉพาะด้านก็ต้องใช้การวิจัยเชิงบูรณาการระหว่างศาสตร์สาขาต่าง ๆ (วิโรจน์ สารรัตน์ และประยุทธ์ ชูสอน, 2548)

6.4.2 ความหมายของการวิจัยเชิงนโยบาย

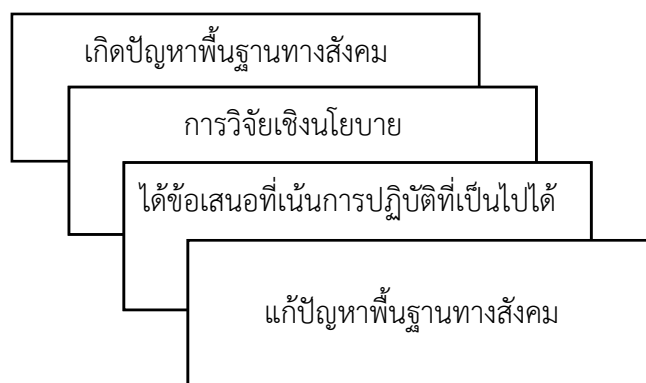
การวิจัยเชิงนโยบาย เป็นกระบวนการศึกษารวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อสรุปและข้อเสนอแนะต่าง ๆ ตลอดจนแนวทางปฏิบัติที่อาจจะเป็นไปได้ ในการแก้ปัญหาหรือการพัฒนาในเรื่องใดเรื่องหนึ่งในระดับนโยบาย เสนอผู้บริหารสำหรับประกอบการตัดสินใจในการกำหนดนโยบาย การพัฒนานโยบาย และการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ รวมทั้งเป็นการวิจัยเพื่อการประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบาย ทั้งนี้ในการดำเนินงานวิจัยนั้น ควรให้ความสำคัญกับเนื้อหาซึ่งมีองค์ประกอบหลายด้านด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการมีจรรยาบรรณของนักวิจัย (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์, 2555) สอดคล้องกับ Dukeshire and Jennifer (2002) ที่ว่า การวิจัยเชิงนโยบาย หมายถึงกระบวนการวิเคราะห์ปัญหาของสังคมเพื่อนำเสนอแนวทางการแก้ปัญหาให้กับผู้ที่วางนโยบายและข้อเสนอแนะเหล่านั้นต้องเน้นไปที่การปฏิบัติได้จริงเพื่อเป็นการแก้ปัญหาหรือลดปัญหานั้น ๆ และ วีระยุทธ ชาติตะกานัญญ์ (2553) กล่าวว่า การวิจัยเชิงนโยบายเป็นการวิจัยที่มุ่งกำหนดแนวทางการดำเนินการของแต่ละสถาบันหรือหน่วยงานจากปัจจุบันไปสู่อนาคตเพื่อมุ่งหวังให้การตัดสินใจในการดำเนินการดังกล่าวมีความถูกต้องเหมาะสมและเป็นไปได้มากที่สุด

6.4.3 ประเภทของการวิจัยเชิงนโยบาย

ประเภทของการวิจัยนโยบายแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การวิจัยที่เน้นการวิเคราะห์ตัวนโยบาย 2) การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามนโยบาย และ 3) การวิจัยเพื่อพัฒนานโยบาย (สุคนธา คงศีล และสุชุม เจียมตัน, 2550) สำหรับ Oaks (2003) แบ่งประเภทของการวิจัยเชิงนโยบายออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) การวิจัยพื้นฐาน (Basic Research) เป็นการออกแบบเพื่อสำรวจความรู้ใหม่อาจจะมีผลหรือไม่มีผลกระทบต่อปัญหาสังคมในทันทีทันใด 2) การวิจัยทางเทคนิค (Technical Research) เป็นการออกแบบเพื่อการแก้ปัญหาเฉพาะ 3) การวิเคราะห์นโยบาย (Policy Analysis) เป็นการปฏิบัติเพื่อศึกษาถึงการนำมาใช้และผลของกระบวนการในการสร้างนโยบาย 4) การวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับแนวโน้มการปฏิบัติเพื่อการแก้ปัญหาสังคมพื้นฐาน ส่วน Majchrzak (1984) ได้แบ่งประเภทของการวิจัยเชิงนโยบายที่ผันแปรตามแหล่งข้อมูลเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) การวิจัยเชิงนโยบายถูกกำหนดด้วยแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน เช่น จากหน่วยงานราชการ ความสนใจของกลุ่มเขตเลือกตั้ง หรือองค์การการกุศล 2) การวิจัยอาจผันแปรตามจุดสนใจซึ่งเป็นการนิยามปัญหา หรือเป็นการแก้ปัญหา 3) การวิจัยอาจผันแปรตามสภาพแวดล้อมอาจดำเนินการในสภาพแวดล้อมขององค์การที่หลากหลาย เช่น สำนักงานจัดทำวางแผน การวิเคราะห์นโยบาย การวัดผลประเมินผล การวิจัยหรือพัฒนา 4) การวิจัยอาจผันแปรตามข้อกำหนดทางวิชาการของผู้วิจัย เช่น ทางจิตวิทยา สังคมศาสตร์ กฎหมาย สังคมวิทยา มนุษยวิทยา เศรษฐศาสตร์และการบริหารระบบราชการ

6.4.4 ลักษณะสำคัญของการวิจัยเชิงนโยบาย

ลักษณะสำคัญของการวิจัยเชิงนโยบาย คือการเป็นพหุมิติ (Multi-Dimension) มองปัญหาที่ศึกษาด้วยหลากหลายแง่มุม รวมถึงเป็นวิธีการอุปมานเชิงประจักษ์ (Empirico-Inductive Approach) อุปมานผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างไปสู่ประชากร เพื่อให้ข้อสรุปจากการวิจัยใช้อธิบายได้ทั่วไปซึ่งให้ความสำคัญทั้งอดีต ปัจจุบัน และอนาคต ไม่กำหนดกรอบตัวแปรไว้อย่างตายตัว แต่เปิดกว้างต่ออิทธิพลและตัวแปรแทรกซ้อนเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ผลงานวิจัย หรือแหล่งทุนโดยแสดงถึงคุณค่า หรือแนวคิดให้เห็นชัดเจนในนิยามของปัญหา ปัญหาการวิจัย การพัฒนาข้อเสนอจากผลการวิจัย และการเผยแพร่ผลการวิจัย (วิโรจน์ สารรัตน์, 2556a) ขณะที่ Yin (2014) กล่าวว่า การวิจัยเชิงนโยบายที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องใช้ความเชี่ยวชาญหลายด้านในการศึกษา และต้องมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นจำนวนมาก ข้อเสนอ เชิงนโยบายเป็นสิ่งจำเป็นในกระบวนการวิจัยโดยกำหนดหลักเกณฑ์ 3 ประการคือ 1) นโยบายมีความสัมพันธ์กับการวิจัยเชิงนโยบาย คือผลของการวิจัยเป็นเพียงข้อมูลในการแก้ปัญหาส่วนหนึ่งในจำนวนข้อมูลทั้งหมดของการตัดสินใจ 2) นโยบายสัมพันธ์กับการวิจัยเชิงนโยบายเนื่องจากนโยบายไม่ได้ถูกจัดทำขึ้น แต่เป็นการสะสมเพิ่มพูน ซึ่งผู้กำหนดนโยบายเป็นผู้ดำเนินการจัดการแก้ปัญหา โดยเฉพาะปัญหาที่ยาก ปัญหาที่มีความซับซ้อนและปัญหาที่ไม่สามารถตัดสินใจได้โดยง่าย และ 3) กระบวนการทำนโยบายเป็นสิ่งที่มีความซับซ้อน เนื่องจากมีผู้กระทำที่แตกต่างกัน ดังนั้นโครงสร้างนโยบายจำนวนมาก อาจให้ผลตรงหรือไม่ตรงกับตามความตั้งใจก็ได้ การวิจัยเชิงนโยบายสามารถทำได้ด้วยระเบียบวิธีที่หลากหลายอาจเป็นการวิจัยพื้นฐาน (Basic Research) การวิจัยประยุกต์ (Applied Research) หรือการวิจัยผสม (Mixed Research) อย่างไรก็ตามจุดมุ่งหมายในการวิจัยจะเป็นสิ่งเดียวกันนั่นคือการให้ได้มาซึ่งข้อเสนอที่เน้นการปฏิบัติที่เป็นไปได้ เพื่อการแก้ปัญหาพื้นฐานทางสังคมที่นำมาเป็นประเด็นในการศึกษาวิจัย ดูได้จากลำดับความสัมพันธ์เชิงเหตุผลดังนี้



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของจุดมุ่งหมายในการวิจัยเชิงนโยบาย

จากทัศนคติเกี่ยวกับการวิจัยเชิงนโยบายที่กล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีแนวคิดที่สามารถนำมาปรับและประยุกต์ในการวิจัยนี้ คือ แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบการวิจัย (Design of study) ว่าสามารถจะดัดแปลง (Adapting) ผสมผสาน (Combining) หรือปรับปรุง (Improvising) ให้มีความเหมาะสมได้ โดยการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนานโยบาย ผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดการวิจัยแบบผสม (Mixed Research) จากระเบียบวิธีวิจัยหลากหลายประเภทมาเป็นแนวทางในการจัดทำข้อเสนอการวิจัยเชิงนโยบายที่ประกอบด้วยการศึกษาสำรวจข้อมูล (Survey Study) พหุกรณีศึกษาหลายพื้นที่ (Multicase Multisite Studies) วิเคราะห์ SWOT การสนทนากลุ่ม (Focus Group) และสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurships)

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

7.1 งานวิจัยในประเทศ

กัมปนาท เพชรแก้ว (2560: บทคัดย่อ) ทำการศึกษาการให้ความหมายและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา วัดখনอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งเน้นศึกษาเรื่องการให้ความหมายและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษา วัดখনอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วัดখনอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี 2) เพื่อสำรวจรูปแบบกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วัดখনอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี และ 3) เพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วัดখনอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยว พระและอาจารย์วัดখনอน นักท่องเที่ยว จำนวน 17 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลแบบสามเส้า และการวิเคราะห์ข้อมูลแบบเทียบเคียงรูปแบบผลการวิจัยพบว่า 1) การให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของวัดখনอน หมายถึงการที่นักท่องเที่ยวได้เข้าไปท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประสบการณ์จากสถานที่ท่องเที่ยวไม่ใช่การที่นักท่องเที่ยวเข้ามาแล้วผ่านไป ได้เห็นได้เรียนรู้การแสดงหนังใหญ่และการทำตัวหนังใหญ่ 2) กลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วัดখনอน กลยุทธ์ที่สำคัญที่สุดของวัดখনอนคือตัวผลิตภัณฑ์หนังใหญ่ วัดখনอนมีความเป็นอัตลักษณ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เสมอ 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การที่ภาครัฐ เอกชน หน่วยงานการท่องเที่ยวควรเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนภายในวัดখনอน ช่วยกันบริหารจัดการร่วมกันเพื่อพัฒนาวัดখনอนต่อไป

ธนบดี ฉายาพันธุ์ (2561: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาป่าปรังพินปี ตำบลซบสีทอง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการบริหารจัดการป่าปรังพินปีในปัจจุบัน ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานการพัฒนา

ปาปรังพันปีสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และแนวทางการพัฒนา ปาปรังพันปีสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi - Structure Interview) กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาคั้งนี้มี 6 กลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลซบสีทอง เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลซบสีทอง กำนัน ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง ผู้ประกอบการเอกชนหรือนักท่องเที่ยว จำนวน 15 คน วิธีการศึกษาคือการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และวิธีสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่าในปัจจุบันจังหวัดชัยภูมิได้มีนโยบายด้านการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์สำคัญ เนื่องจากจังหวัดชัยภูมิมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่งดงามอยู่เป็นจำนวนมาก เพียงแต่ยังไม่ได้จัดระบบการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ ซึ่งจำเป็นต้องจัดการความพร้อมให้ทุกภาคส่วนให้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่เพื่อการบริหารจัดการที่ดี ประชาชนในพื้นที่จะเป็นผู้บริหารจัดการโดยชุมชน และจะส่งเสริมให้ชุมชนได้นำผลผลิตต่าง ๆ มานำเสนอให้นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ในชุมชนอีกด้วย ส่วนทางราชการก็ได้ดำเนินการจัดหางบประมาณส่งเสริมสนับสนุน และนอกจากนี้อุทยานแห่งชาติภูแลนคา ยังได้เสนอไปยังกรมอุทยานแห่งชาติสัตว์ป่าและพันธุ์พืช จะเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของชัยภูมิซึ่งตอนนี้อยู่ในระหว่างจัดเจ้าหน้าที่เข้ามาดูแลซึ่งที่ผ่านมาถือว่าเป็นการเริ่มต้นที่ดี ประชาชนและภาครัฐลงมาให้ความสำคัญ แต่ประชาชนยังขาดความรู้ด้านการจัดการแบบบูรณาการ โดยเฉพาะเมื่อมีคนมาทำการจัดการขยะย่อมจะต้องมีการวางแผน รวมทั้งความปลอดภัยด้านเส้นทางเดินรถ ความปลอดภัยด้านทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ปัญหาและอุปสรรคการดำเนินงานการพัฒนาปาปรังพันปีสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ดังนั้นการพัฒนาปาปรังพันปีสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จึงเป็นเรื่องที่ไม่ยากนัก หากได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยการสอดแทรกแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ร่วมกับการจัดการ

ภัทรอาภรณ์ เอี่ยมวิริยวัฒน์ (2561: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี 2) ร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี และ 3) นำเสนอและรับรองยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research) และเทคนิคการวิจัยเชิงอนาคตแบบ EDFR (Ethnographic Delphi Futures Research) เครื่องมือที่ใช้คือการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 14 คน และผู้เชี่ยวชาญจำนวน 18 คน เพื่อร่วมประเมินตรวจสอบความสำคัญและความเหมาะสมของยุทธศาสตร์กลยุทธ์เป้าหมายและ

การดำเนินงาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลพื้นฐานและศักยภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน บ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) ยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี มีวิสัยทัศน์คือชุมชนต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และอนุรักษ์รักษาประเพณี วัฒนธรรม ทนธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 4 ประเด็นยุทธศาสตร์ได้แก่ 2.1) การสร้างรูปแบบจากการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในเชิงเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากฐานอัตลักษณ์ของชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2.2) พัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อชุมชนในด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2.3) การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนและเครือข่ายเพื่อเพิ่มระยะเวลาพำนักผ่านการยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยว 2.4) การพัฒนาบุคลากร องค์ความรู้ในชุมชนและสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 3) ข้อเสนอเชิงนโยบายของยุทธศาสตร์เพื่อยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านการรับรองจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียประโยชน์จากงานวิจัยนี้ทำให้องค์การและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลที่ได้มาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนในด้านการท่องเที่ยวและสามารถเป็นต้นแบบให้กับชุมชนอื่นในการวางแผนทางการพัฒนาตนเองทั้งด้านการท่องเที่ยว และด้านการอนุรักษ์เพื่อให้เกิดความยั่งยืนภายในชุมชนได้ในอนาคต

เมทินี ทนงกิจ, ฐาศุภร์ จันประเสริฐ และศยามล เอกะกุลานันต์ (2561: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เป็นไปเพื่อการศึกษากระบวนการทำงานและปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของบุคลากรในวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว มีผู้เกี่ยวข้องกับกระบวนการวิจัย 8 คน จากการเลือกแบบเจาะจงใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่มและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการตรวจสอบสามเส้า ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบ่งได้ 4 ลักษณะ คือ 1) การนำทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่และมีเอกลักษณ์เฉพาะมาให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ 2) รูปแบบกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวพูดคุยแลกเปลี่ยนและลงมือทำด้วยตนเอง 3) บทบาทของผู้จัดการท่องเที่ยวเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราวและดำเนินกิจกรรม และ 4) ผลลัพธ์ที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวเอื้อต่อเจ้าของพื้นที่และผู้มาเยือน กระบวนการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นการเตรียมการ บุคลากรจะต้องชี้แจงรายละเอียดที่สำคัญให้ผู้มาเยือนได้เตรียมตัว และมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ 2) ขั้นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บุคลากรจะทำหน้าที่ตามข้อตกลง มาตรฐานโฮมสเตย์และหลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) ขั้นการประเมินผลบุคลากรจะให้ผู้มาเยือนประเมินความพึงพอใจและ

ให้ข้อเสนอแนะจากการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการทำงานต่อไป ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก 2) การบริหารจัดการภายในองค์กร 3) คุณลักษณะของบุคลากรและปัจจัยร่วม 2 ประการ คือ 1) ความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ 2) ระยะเวลาที่ใช้ในการเรียนรู้จากปัญหาจากผลการวิจัยข้างต้น วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว กลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปปรับใช้เป็นแนวทางการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยว การบริหารจัดการองค์การประเภทวิสาหกิจ ชุมชนท่องเที่ยว และการพัฒนาความสามารถในการทำงานของบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยชุมชนได้

รัตติยา พรหมกัลป์, พระเทพปริยัติเมธี และนัยนา เกติวิชัย (2561: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นการศึกษาวิจัยในเชิงเอกสารโดยการสังเคราะห์เชิงคุณลักษณะ โดยใช้เนื้อหาสาระเฉพาะส่วนที่เป็นข้อค้นพบของรายงานวิจัยซึ่งมีความสอดคล้องกับงานที่ผู้วิจัยกำลังศึกษามาเป็นฐานในการวิเคราะห์ สังเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอผลการวิเคราะห์เป็นลำดับขั้น ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม เป็นสิ่งที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วยการร่วมทำร่วมรับผลประโยชน์ร่วมวางแผน และร่วมคิด 2) ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้นประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมสิ่งดึงดูดใจ และความเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ 3) ปัจจัยด้านการตลาด เป็นการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลให้เกิดการดึงดูดใจจนตัดสินใจมาท่องเที่ยว และได้รับความพึงพอใจ ประกอบด้วย ช่องทางการสื่อสาร เครือข่าย และการประชาสัมพันธ์ และ 4) การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม และทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การเรียนรู้ เข้าถึง สัมผัส และลงมือทำ

วรรณรัตน์ ศรีรัตน์ (2561: บทคัดย่อ) ทำการศึกษาการพัฒนาารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโอมสเดย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตาม มาตรฐานโอมสเดย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม และเพื่อพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโอมสเดย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ กับผู้ประกอบการโอมสเดย์จำนวน 4 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์ จำนวน 14 คน การวิจัยเชิงปริมาณเพื่อ

ตรวจสอบผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรของการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรสงคราม โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 383 คน ด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ ผลการวิจัยมีดังนี้

- 1) รูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโสมสเดย์ไทยในจังหวัด สมุทรสงคราม การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ไม่มีผู้รับผิดชอบโดยตรง วิธีการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ ผ่านสื่อและช่องทางของหน่วยงานภาครัฐเป็นหลัก กลุ่มเป้าหมายของการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ประชาชนในจังหวัดสมุทรสงคราม นักท่องเที่ยวจากกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ กลุ่มทัวร์จากต่างประเทศ เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับการบริการ เรื่องราวของโสมสเดย์และชุมชน เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อและช่องทางของหน่วยงานภาครัฐ
- 2) การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐานโสมสเดย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ควรมีผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์โสมสเดย์ กลุ่มเป้าหมายควรมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติแบบเฉพาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เห็นคุณค่าการท่องเที่ยวแบบวิถีชาวบ้าน เนื้อหาการประชาสัมพันธ์ควรเน้นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นหรือจุดขายของโสมสเดย์ เรื่องราวสะท้อนประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน เครื่องมือการประชาสัมพันธ์ควรใช้เครื่องมือที่หลากหลายแบบผสมผสาน สื่อสังคมออนไลน์ สื่อหรือช่องทางที่ทำให้เกิดการรีวิวหรือการบอกต่อ

วิทยา ชินบุตร (2561: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน โดยการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี 2) ศึกษาทรัพยากรการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรการท่องเที่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน และ 4) ศึกษาแนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจโดยแบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 0.899 ค่าความเชื่อมั่นของทรัพยากรการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.946 และค่าความเชื่อมั่นของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เท่ากับ 0.951 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติ Chi Square (χ^2) ค่า t-test ใช้สถิติวิเคราะห์ F-test แบบการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว One-way ANOVA หรือ Brown Forsyth เมื่อมีคู่ใดที่

แตกต่างกันโดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) หรือ Dennett's T3 และใช้สถิติสหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, ระดับการศึกษาสูงสุด และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนอาชีพ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, เพศ อายุ สถานภาพ ศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และศาสนา ระดับการศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับการได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ส่วนอายุมีความสัมพันธ์กับการได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวในจังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ศาสนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และที่ระดับ 0.05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ศาสนา ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และที่ระดับ 0.01 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ และอาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ในภาพรวม ไม่แตกต่างกันที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4) แนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน พัฒนาศูนย์ให้บริการข้อมูลประจำแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ยกระดับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ จัดทำคู่มือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาสินค้าพื้นถิ่น ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน พัฒนาความสามารถด้านภาษาต่างประเทศแก่บุคลากรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน รวมทั้งสร้างเครือข่ายแหล่งท่องเที่ยวกับจังหวัดอื่น ๆ ที่มีพื้นที่ใกล้เคียงกัน

เพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2562: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีสนทนากลุ่ม (Focus Group) กลุ่มนักวิชาชีพการประชาสัมพันธ์ประเด็นสภาพการณ์ดำเนินการในปัจจุบันที่ได้เกิดปัญหาและอุปสรรคที่ใช้สื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) กลุ่มนักวิชาการการประชาสัมพันธ์ประเด็นการวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสาร การประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ควบคู่กับการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ผลการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ 14C การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) Clear: การสื่อสารที่ดีต้องมีความชัดเจนเรียบง่ายเมื่อสื่อออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย 2) Consider : การสื่อสารที่ดีต้องมีความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอด้านเนื้อหา 3) Consistency : การสื่อสารที่ดีต้องมีความเสมอต้นเสมอปลาย 4) Confidence : การสื่อสารที่ดีต้องมีความเชื่อมั่น 5) Continue : การสื่อสารที่ดีต้องมีความสม่ำเสมอ 6) Content Communication : การสื่อสารที่ดีต้องมีความเข้มข้นของเนื้อหา 7) Communication Tools : การสื่อสารที่ดีต้องมีการกำหนดเครื่องมือสื่อสาร 8) Communication Tactic : การสื่อสารที่ดีต้องมีชั้นเชิงในการสื่อสาร 9) Corporate Social Responsibility : (CSR) การสื่อสารที่ดีต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 10) Comparison : การสื่อสารที่ดีต้องมีการสื่อสารที่มีการเปรียบเทียบ 11) Concrete : การสื่อสารที่ดีต้องมีความความคิดสร้างสรรค์ 12) Competition : การสื่อสารที่ดีต้องมีสร้างข้อมูลที่ดีเพื่อแข่งขัน 13) Collaborate with influencers : การสื่อสารต้องสร้างความร่วมมือกับผู้ทรงอิทธิพลทางด้านความคิด และ 14) Concise : การสื่อสารที่ดีต้องมีความกระชับ ส่วนกลยุทธ์การดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือกลยุทธ์ DMP ได้แก่ 1) (Digital Marketing) การทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ 2) (Media Ethics) หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณ ในยุคโซเชียลมีเดีย 3) (Psychology of Communication for Positive Relationship in Team) หลักจิตวิทยาการสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพเชิงบวกในทีมที่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ 12 ข้อ โดยสามารถนำมาใช้กับ การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive MPR) 2) รูปแบบการสร้างภาพลักษณ์ (Image Management) 3) รูปแบบของความสัมพันธ์กับระหว่างองค์กร (Brand Image) 4) รูปแบบของกระบวนการทางการตลาด (Marketing Process) 5) รูปแบบของการทำให้เกิดความผูกพันในตราสินค้า (Brand Loyalty) 6) รูปแบบการสื่อสารการตลาด (Content Marketing) 7) รูปแบบการเชื่อมความสัมพันธ์ให้กับชุมชน (CSR) Corporate Social Responsibility 8) รูปแบบการสื่อสารได้มีส่วนร่วม (Participatory Communication) 9) รูปแบบทำให้เกิดการสื่อสารที่ชวนติดตาม (Follow-up Communication) 10) รูปแบบการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) 11) รูปแบบของกิจกรรมพิเศษ

(Special Event) และ 12) AIDA เข้ามาเพื่อให้การดำเนินการได้สมบูรณ์มีความแปลกใหม่ และการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่องทางและกลุ่มเป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย

วิชรพงษ์ ชุมดวง และอัมพิกา ชุมมธยา (2562: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการบูรณาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พื้นที่โดยรอบตามแนวแกนเมืองมรดกโลกศรีสขนาลัย-สุโขทัย-กำแพงเพชร จากแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยว จนทำให้เกิดปัญหาการท่องเที่ยวในพื้นที่มรดกโลกที่ชุมชนโดยรอบกลับไม่ได้รับประโยชน์จากการประกาศเป็นเขตเมืองมรดกโลกอย่างแท้จริง ทั้งทางการพัฒนาด้านกายภาพ สังคม และเศรษฐกิจ จึงเป็นประเด็นการศึกษาและเสนอแนะแนวทางการบูรณาการโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์มีส่วนร่วม (Creative-Community Based Tourism : C-CBT) บริเวณพื้นที่โดยรอบตามแนวแกนเมืองมรดกโลก ศรีสขนาลัย-สุโขทัย-กำแพงเพชร ภายใต้วัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาการพัฒนาศักยภาพชุมชนการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และมรดก ทางวัฒนธรรม 2) เพื่อศึกษาต้นแบบการบริหารจัดการชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) เพื่อจัดทำรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่เชื่อมโยงเครือข่ายกับชุมชนต้นแบบอย่างยั่งยืน และ 4) เพื่อเสนอแนวทางการบูรณาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พื้นที่โดยรอบตามแนวแกนเมืองมรดกโลกศรีสขนาลัย-สุโขทัย-กำแพงเพชร ผลการศึกษาพบว่าจากการสำรวจ 28 ชุมชนที่มีความเด่นชัดทางด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์มีส่วนร่วม (C-CBT) โดยรอบพื้นที่แนวแกน สามารถแบ่งได้ 5 กลุ่มชุมชนหลัก ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เป็นชุมชนที่มีที่พักรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและมีการบริหารจัดการที่ชัดเจน กลุ่มที่ 2 เป็นชุมชนที่มีงานหัตถกรรม ทอผ้าตีนจก การทำเครื่องเงินที่มีจัดการโดยชุมชนเอง กลุ่มที่ 3 เป็นชุมชนที่มีผลผลิตการเกษตร ใบกล้วยตานี สวนเกษตรที่มีระบบการจัดการที่ดีมาก กลุ่มที่ 4 เป็นชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน งานไม้ไผ่ และรูปแบบของเรือนไม้ในอดีต กลุ่มที่ 5 เป็นชุมชนที่มีผลผลิตของกล้วยไข่ มีการท่องเที่ยวน้ำตก และหมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง นอกจากนี้จากแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ยังได้ตัวแทนของกลุ่มชุมชนที่มีศักยภาพสูงสุด เพื่อเป็นพี่เลี้ยงเชื่อมโยงเครือข่ายกับชุมชนที่มีศักยภาพรองในกลุ่มของตนเองลงไป ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ชุมชนแม่สิน และชุมชนนาต้นจั่น กลุ่มที่ 2 ได้แก่ ชุมชนหาดเสี้ยวและชุมชนหาดสูง กลุ่มที่ 3 ได้แก่ ชุมชนบ้านคุกพัฒนา กลุ่มที่ 4 ได้แก่ ชุมชนวัดตระพังทอง กลุ่มที่ 5 ได้แก่ ชุมชนตลาดเก่านครชุม และชุมชนเมืองกำแพงเพชร เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นโครงข่ายเดียวกันอย่างต่อเนื่องขนานไปกับแกนเมืองมรดกโลก ผ่านกระบวนการออกแบบและวางผังชุมชนในมิติต่าง ๆ ทั้งเชิงกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรม โดยชุมชนมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติและมรดกวัฒนธรรมชุมชน อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชนที่เน้นคนเป็นหัวใจของการจัดการการท่องเที่ยว ชุมชนต้องอาศัยทักษะ ความสามารถ

ในการทำงานที่หลากหลาย เชื่อมโยงให้คนในชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ ท่องเที่ยว ที่นำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความสมดุลไปพร้อม ๆ กับการคงไว้ซึ่ง ภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายเข้มแข็งไปใน อนาคต

สุพัตรา จึงตระกูล และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2562: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา แนวทาง การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนมังเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาแนวทางการพัฒนาโฮงมูนมังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม เพื่อ

- 1) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนมังเมือง ขอนแก่น ตำบลในเมืองอำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
- 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของการพัฒนาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนมังเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น
- 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาและข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนมังเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น โดยศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key-Informants) แบบเฉพาะเจาะจง 4 กลุ่ม ประกอบด้วย
 - 1) ผู้กำหนดนโยบาย
 - 2) กลุ่มหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง
 - 3) ผู้ประกอบการภาคเอกชนและนักท่องเที่ยว และ
 - 4) ผู้นำชุมชน โดยการใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้วิธีเชิงพรรณนาและ วิเคราะห์เนื้อหา นำข้อมูลมาสรุปและเสนอแนะ ผลการวิจัยพบว่า 1. แนวทางการพัฒนา โฮงมูนมังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนต้นทุนทางวัฒนธรรมส่งเสริมและพัฒนาองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การสร้างคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 2) ด้านการเรียนรู้และพัฒนาเครือข่าย 3) ด้านการประดิษฐ์คิดค้น 4) ด้านการคุ้มครอง และ 5) ด้านการจูงใจ 2. ปัญหาและอุปสรรคในการ ดำเนินงานการพัฒนาโฮงมูนมังเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนต้นทุนทางวัฒนธรรม คือ
 - 1) ปัจจุบันเยาวชนคนรุ่นใหม่หลงใหลในวัฒนธรรมตะวันตกจนคุณค่ามรดก ทางวัฒนธรรมอีสานนั้น เสื่อมถอยลง คนรุ่นใหม่ไม่เห็นคุณค่าของการอนุรักษ์สืบทอดสืบสานในวิถีอีสาน 2) ขาดการบริหาร จัดการองค์ความรู้ให้กับเยาวชนคนรุ่นใหม่ได้เห็นคุณค่าร่วมกันอนุรักษ์สืบสานประเพณี วัฒนธรรมวิถี อีสานอันดีงามไม่ให้เกิดการสูญหาย และ 3) ไม่มีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บนต้นทุน ทางวัฒนธรรมแบบองค์รวม หรือแบบครบวงจร สรุปแนวทางการพัฒนาโฮงมูนมังเป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โฮงมูนมังเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น นั้น ต้องเริ่มจากให้เยาวชนคนรุ่นใหม่เห็นคุณค่าของมรดกบนต้นทุนทางวัฒนธรรม วิถีอีสาน ประเพณีอันดีงาม และให้เยาวชนหันมาอนุรักษ์วัฒนธรรม สืบสานวิถีความเป็นอีสาน ขนบธรรมเนียมประเพณีที่ควรค่าแก่การสืบทอด ไม่ให้สูญหายจากรุ่นสู่รุ่น

กัณฑ์ภณ แก้วสง่า, บุชบา สุธีธร และอภิชญา อยู่ในธรรม (2563: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์เนื้อหาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม และ 2) ศึกษาการใช้ประโยชน์และความพึงพอใจต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคมของนักท่องเที่ยว การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาจากแฟนเพจ จำนวน 3 เพจ ได้แก่แฟนเพจ DASTA Thailand แฟนเพจ Tourism Council of Thailand และแฟนเพจการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT Thailand โดยใช้การสัมภาษณ์ เชิงลึก สัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างและพัฒนาเฟสบุ๊คของแฟนเพจทั้ง 3 เพจ จำนวน 6 คน และนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนก แยกแยะและจัดหมวดหมู่ข้อค้นพบตามแนวคิดและทฤษฎี ที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยพบว่า 1) ทั้ง 3 แฟนเพจนำเสนอเนื้อหาที่มีความทันสมัยโดยมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ รูปภาพ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นอย่างดีโดยเห็นว่าประโยชน์ของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้และมีความพึงพอใจต่อแฟนเพจที่เข้าไปใช้เพราะมีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือและมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ

ณัฐนิภรณ์ น้อยเสงี่ยม และ สาทิณี วัฒนกิจ (2564: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแนวทางการออกแบบปรับปรุงภูมิทัศน์น้ำตกน้ำเค็ม จังหวัดตรัง เพื่อการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาศักยภาพและอัตลักษณ์ที่โดดเด่น บนความสัมพันธ์ทางกายภาพของสภาพแวดล้อมธรรมชาติและตำนานความเชื่อท้องถิ่น เพื่อการออกแบบปรับปรุงภูมิทัศน์น้ำตกน้ำเค็ม จังหวัดตรัง ดำเนินการด้วยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของภาคประชาสังคมในพื้นที่ โดยมีกลุ่มตัวแทนชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยวชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ ร่วมกิจกรรมการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนารูปแบบภูมิทัศน์ ของแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับชุมชน ผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกน้ำเค็มมีความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านสภาพแวดล้อมธรรมชาติและความสัมพันธ์กับตำนานท้องถิ่น การค้นหารูปแบบภูมิทัศน์ที่เหมาะสมคำนึงถึงความกลมกลืน กับสภาพแวดล้อม และนำอัตลักษณ์มาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดวางองค์ประกอบภูมิทัศน์ ข้อค้นพบประเด็นสำคัญในการวิจัย คือ ชุมชนมีส่วนร่วมเพียงระดับการร่วมปรึกษาหารือ ส่วนอำนาจการตัดสินใจหน่วยงานภาครัฐยังคงเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางการพัฒนา การค้นหารูปแบบภูมิทัศน์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมวิเคราะห์ แก้ไขปัญหาพร้อมกันระหว่างนักวิจัยและชุมชนส่งผลให้เกิดพลังการขับเคลื่อนเพื่อนำรูปแบบภูมิทัศน์มาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดเป็นรูปธรรมอย่างยั่งยืนต่อไป

หนึ่งหทัย ขอมผลกลาง และ นายกันตภณ แก้วสง่า (2564: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย การวิจัยฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 2) ศึกษาศักยภาพของท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 3) ศึกษาบทบาทและหน้าที่ของท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 4) ศึกษาปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคของท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย 5) แสวงหาแนวทางที่พึงประสงค์ของท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยเครื่องมือ 3 ประเภท เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างกลุ่มต่าง ๆ ได้แก่ 1) แบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน 2) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง จำนวน 12 คน และ 3) การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 3 ส่วน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ จำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ข้อมูลโดยการจำแนกและจัดกลุ่มข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่างต่ำกว่า 20 ปี สำเร็จการศึกษาสูงสุดระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานศึกษาหรือนิสิต มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มีความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน จำนวน 1 ครั้ง หรือครั้งแรก สาเหตุที่มาท่องเที่ยวเชียงคานเพื่อรับประทานอาหารเช้าท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวถนนคนเดินแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเชียงคานที่ได้รับความนิยม 10 อันดับแรก ได้แก่ ถนนคนเดิน แก่งคุดคู้ การทำข้าวปุ้นน้ำแจ่ว การทำมะพร้าวแก้ว การตัดบาตรข้าวเหนียว การทำข้าวเปียกเส้น วัดศรีคุณเมือง พระพุทธบาทภูความเงิน พระใหญ่ ภูคกั๊ว และการทำผ้าหม่นนม ตามลำดับ 2) ความพึงพอใจและความต้องการของนักท่องเที่ยว ด้านความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ที่ระดับพึงพอใจมาก และด้านความต้องการโดยภาพรวมอยู่ที่ระดับต้องการมาก 3) ศักยภาพของท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเชียงคานถือว่ายังมีความสมบูรณ์ ด้านวิธีส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ท้องถิ่นมุ่งให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชนท้องถิ่น ด้านแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเชียงคานที่มีลักษณะเด่น เช่น เทศกาลออกพรรษา ภาษาของเชียงคาน หมูบ้านวัฒนธรรมไทดำ และพระใหญ่ภูคกั๊ว 4) บทบาทและหน้าที่ของท้องถิ่น ที่ว่าการอำเภอเชียงคานเป็นเสมือนตัวเชื่อมประสานในฐานะเป็นหัวหน้าส่วนราชการของชาวอำเภอเชียงคานให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี เป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือต้องการเพิ่มช่วงระยะเวลาในการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน และท้องถิ่นมีการวางแผนการท่องเที่ยวร่วมกับองค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) โดยวางแผนร่วมกันเป็นแผน 3 ปี 5) ปัจจัยที่เป็นปัญหาและอุปสรรคของท้องถิ่น คือขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถในการสื่อสาร

ด้วยภาษาอังกฤษ ขาดงบประมาณในการดำเนินงาน บางพื้นที่มีแหล่งท่องเที่ยวน้อย ปริมาณขยะมีจำนวนมาก ชุมชนท้องถิ่นบางแห่งมีความขัดแย้งในชุมชน การติดต่อประสานงานในระบอบราชการมีความล่าช้า 6) แนวทางที่พึงประสงค์ของท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านบทบาทที่พึงประสงค์ คือให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ประชาชนส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านหน้าที่ที่พึงประสงค์ คือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของอำเภอเชียงคานไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้อยู่คู่กับประชาชนชาวอำเภอเชียงคาน การปฏิบัติตามกฎระเบียบข้อบังคับของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม คือควรส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ควรปรับปรุงภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม ควรส่งเสริมให้คนเชียงคานรักและหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยวของตนเอง ควรเก็บภาษีของธุรกิจที่פקให้เท่าเทียมกัน

7.2 งานวิจัยในต่างประเทศ

Blapp and Mitas (2017: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนชนบทของบาห์ลี โดยกล่าวว่า การศึกษาในปัจจุบันได้ขยายความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชนบท จากงานวิจัยก่อนหน้านี้ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่มี ความชัดเจน เช่นความเสี่ยงของสินค้าที่มีบทบาทในพื้นที่ชนบทของประเทศกำลังพัฒนา การศึกษานี้สร้างขึ้นจากความคาบเกี่ยวทางทฤษฎีซึ่งชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจช่วยเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจแก้ไขปัญหาสามประการที่ทำลายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ 1) แก้ปัญหาการขาดแคลนเรื่องงบประมาณหรือเงินลงทุนด้วยมรดกที่จับต้องไม่ได้ 2) แก้ปัญหาการสูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้วยการจุดประกายความสนใจให้กับวัฒนธรรม 3) ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน เปลี่ยนสถานะของคนในท้องถิ่นจากลูกจ้างไปเป็นผู้ให้ความรู้ ความทับซ้อนทางทฤษฎีเหล่านี้ได้รับการสำรวจในบริบทของหมู่บ้านชาวบาห์ลี 5 หมู่บ้านโดยใช้วิธีการทางจุลภาคกับการสังเกตของผู้เข้าร่วมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผลจากการศึกษานี้ส่วนหนึ่งยืนยันและขยายการทำงานร่วมกันทางทฤษฎี นอกจากนี้ยังพบการทำงานร่วมกัน ความกระตือรือร้นที่เพิ่มมากขึ้นในการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมและหนึ่งการปฏิสัมพันธ์เชิงลบ ความไม่มีตัวตนในฐานะผู้สร้างความแตกต่าง ผลการวิจัยยังเผยให้เห็นเงื่อนไขของความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยสรุปผู้วิจัยได้ให้ข้อสรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชนบทมีแนวโน้มที่ดีภายใต้เงื่อนไขบางประการ

Suhartanto et al. (2019: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาเรื่องความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: บทบาทของคุณภาพของประสบการณ์ คุณค่า ความพึงพอใจ และแรงจูงใจ โดยการศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความภักดีของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคุณภาพของประสบการณ์ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ และแรงจูงใจในการพัฒนาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 แห่งในเมืองบันดุง ประเทศอินโดนีเซีย มีการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้กับนักท่องเที่ยวหลังจากที่พวกเขาได้สัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว โดยรวมแล้วมีการรวบรวมแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ 369 ข้อ ด้วยสมมติฐานที่พัฒนาขึ้นซึ่งตรวจสอบโดยใช้วิธี Partial Least Square ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของประสบการณ์ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในทำนองเดียวกันการศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าอิทธิพลของปัจจัยกำหนดความภักดีของนักท่องเที่ยว (ต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว) ส่วนหนึ่งมาจากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว สุดท้ายการศึกษานี้เปิดเผยว่าในบรรดาปัจจัยกำหนดความภักดี คุณภาพของประสบการณ์มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ผลลัพธ์เหล่านี้ช่วยให้ทั้งนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับวิธีพัฒนาความภักดีของลูกค้าต่อไป

Ni Nyoman Sri Astuti et al. (2019: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษา การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชนบท: กรณีศึกษาในหมู่บ้าน Beraban, Selemadeg Timur, Tabanan Regency อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของบาหลีมีการพัฒนาอย่างรวดเร็วตั้งแต่รัฐบาลเริ่มส่งเสริมการท่องเที่ยวในยุคระเบียบใหม่ ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นอย่างมากและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้เปลี่ยนแปลงสู่การท่องเที่ยวแบบมวลชน ในขณะที่พัฒนานี้ได้นำมาซึ่งสวัสดิการ แต่ก็ได้นำไปสู่เศรษฐกิจที่เปราะบางจนต้องพึ่งพาการท่องเที่ยวมากเกินไป บาหลีได้เริ่มแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวแบบมวลชนและจัดตั้งสมาคมการท่องเที่ยวโดยชุมชนบาหลี Community-Based Tourism Association Bali (CoBTA) ซึ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบทเพื่อส่งเสริมสวัสดิภาพของประชาชนในชนบทให้ดีขึ้น ทางองค์กรแนะนำหมู่บ้านต่าง ๆ ให้มีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างในตลาดการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูง การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชนบทของหมู่บ้านเบราบัน ระเบียบวิธีการวิจัยที่ใช้คือการสังเกตโครงสร้าง การวิเคราะห์เอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่าการทำงานร่วมกันส่งผลให้เกิดประโยชน์ทวิคูณต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเบราบัน เช่นความไม่ชัดเจนของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มีทรัพยากรทางการเงินต่ำ ความกระตือรือร้นที่มากขึ้นของคนในท้องถิ่นในการแบ่งปันวัฒนธรรมของตนผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมผ่านประสบการณ์การเรียนรู้ที่สร้างสรรค์และการกระจาย

อำนาจที่เท่าเทียมกันระหว่างเจ้าบ้านและแขกผู้มาเยือนผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เกี่ยวข้องกับคนในท้องถิ่น

Bakas et al. (2020: บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาการสร้างความเชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ความเฉพาะเจาะจงตามสถานที่ที่เป็นแหล่งที่มาของแรงบันดาลใจและองค์ประกอบเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการริเริ่มที่โดดเด่นพร้อมเสียงสะท้อนในท้องถิ่น สถานที่ซึ่งเกิดขึ้นโดยองค์รวมประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ วัฒนธรรม มรดกที่จับต้องไม่ได้และที่จับต้องได้และผู้คนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น งานวิจัยนี้วิเคราะห์วิธีการที่ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้พัฒนาขึ้นภายใน CREATOUR ผสานรวมองค์ประกอบที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของในสถานที่ที่เข้าเยี่ยมชม ผู้วิจัยมีส่วนร่วมในแบบฝึกหัดสะท้อนกลับโดยรวมเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นซึ่งเผยให้เห็นวิธีการเชื่อมโยงกับสถานที่ใน 4 มิติ ได้แก่ สถานที่ กิจกรรมการเล่าเรื่องและการเข้าถึง สำหรับสถานที่เฉพาะที่จะก่อให้เกิดประสบการณ์ตรงในภาพรวมไม่ว่าจะเป็นทั้งในภาพใหญ่และภาพย่อยของสถานที่ จากภูมิทัศน์ไปสู่สถานที่จัดกิจกรรม ในขณะที่กิจกรรมกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับภูมิทัศน์และทรัพยากรธรรมชาติโดยตรง การตรวจสอบให้แน่ใจว่าประสบการณ์นั้นได้รวมถึงการประดิษฐ์สิ่งที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีและงานฝีมือท้องถิ่นยังสามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างมีความหมาย การบูรณาการการเล่าเรื่องเข้ากับประสบการณ์ ยกตัวอย่างเช่น ใช้การแสดงละครหรือการบอกเล่าเรื่องราวส่วนตัวโดยคนในท้องถิ่น การเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับสถานที่ในท้องถิ่นผ่านประวัติศาสตร์นิทานและลักษณะของผู้นในท้องถิ่น ท้ายที่สุดช่วงเวลาแห่งการพบปะสังสรรค์ภายใต้กิจกรรมสร้างสรรค์ตลอดจนช่วงเวลาทางสังคม เช่น การปิกนิกหรือการเล่นมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ ผ่อนคลายและซึมซับ "ความรู้สึกของสถานที่" การผสมผสานองค์ประกอบทั้งสี่เข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยให้นักท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เฉพาะสถานที่ในรูปแบบที่สร้างสรรค์ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ การวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

8. กรอบแนวความคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม และการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอเชิงนโยบาย การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม สามารถเขียนเป็นกรอบแนวความคิด ได้ดังนี้



ภาพที่ 3 กรอบแนวความคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ที่ประกอบด้วยการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาบริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

สำหรับการวิจัยในครั้งนี้มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

การศึกษาระยะที่ 1

ศึกษาบริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

ระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจข้อมูลสภาพปัจจุบัน ศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ข้อมูลท้องถิ่น จากเอกสารทางราชการ รายงานการวิจัย เอกสารทางวิชาการ ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แผนยุทธศาสตร์ หรือนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยว (Document Analysis) รวมถึงการลงสำรวจพื้นที่ที่ทำการศึกษาเพื่อให้เห็นสภาพที่แท้จริงของพื้นที่ สภาพทั่วไปของพื้นที่ บริบท วิถีชีวิต การประกอบอาชีพ สภาพแวดล้อม นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis and Synthesis) โดยยึดความสอดคล้องของข้อมูล ซึ่งผลของการศึกษาจะนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการสร้างแบบสอบถามในการสำรวจเชิงปริมาณ และการสำรวจเชิงคุณภาพ

ระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 2 เป็นการสำรวจเชิงคุณภาพ การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้นำชุมชน 4 ชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาที่ทำการศึกษ ได้แก่ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7

2. ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยผู้วิจัยเป็นผู้นำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวไปสัมภาษณ์ด้วยตนเอง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำคำร้องถึงบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อให้มีหนังสือขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในชุมชน ขอความอนุเคราะห์การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

3. การวิเคราะห์ข้อมูล กล่าวคือ ผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทบทวนและทำความเข้าใจในข้อมูล โดยจัดกลุ่มความหมายแยกออกเป็นประเด็น (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะร่วมหรือที่มีความหมายเหมือนกันไว้ด้วยกัน จากนั้นให้ความหมาย หรือจำแนกชื่อกลุ่มข้อมูลนั้น ๆ (Theme) นำกลุ่มคำข้อความหรือประโยคที่ได้มาตีความหรือให้ความหมาย หากข้อมูลยังไม่มี ความชัดเจนจะบันทึกแยกเป็นข้อสังเกตไว้ต่างหาก เพื่อสะสมข้อมูลนั้นไว้แล้วนำกลับมาวิเคราะห์เมื่อได้ข้อมูลมากพอ ทำการวิเคราะห์หาคุณลักษณะของข้อมูลที่จำแนกเป็นหัวข้อย่อยโดยพิจารณาความสอดคล้องกับคำถามการวิจัย และเขียนคำบรรยายความหมายตามลักษณะข้อความที่ปรากฏและนำเสนอพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบเพื่อสะท้อนให้เห็นสาระสำคัญของกลุ่มข้อมูลแต่ละกลุ่ม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) มีรายละเอียดดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาระยะที่ 1 ขึ้นตอนที่ 1 มาสร้างข้อคำถามเพื่อใช้ในสัมภาษณ์ให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการสำรวจ

2. ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีลำดับขั้นตอนการสร้างและการจัดทำรูปแบบของเครื่องมือ ดังนี้

2.1 สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) ที่เกี่ยวกับสภาพพื้นที่และบริบทชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) บริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ได้แก่ ลักษณะของสภาพพื้นที่ ศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยว ทรัพยากรในพื้นที่ บริบทของชุมชน ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ โดยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง

(Semi-Structure) สร้างแนวคำถามแบบกว้าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลระดับลึกที่เข้าถึงความเป็นจริงมากที่สุด มีทั้งคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็น

2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมครบถ้วนของเนื้อหา ความเหมาะสมของสำนวนภาษา ความครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา รวมถึงให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากนั้นพิจารณาปรับปรุงแก้ไข และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) หากมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันสามารถนำไปใช้ได้ (สรายุทธ กันหลง, 2560) ผลปรากฏว่าได้ค่าเท่ากับ 1

ระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 3 เป็นการสำรวจเชิงปริมาณ การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) มีรายละเอียดดังนี้

1. ดำเนินการขอข้อมูลประชากรชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ทั้ง 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 จากเทศบาลนครนครปฐม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำคำร้องถึงบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อให้มีหนังสือขอความอนุเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้จากเทศบาลนครนครปฐม

2. ดำเนินการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

2.1 ประชากร (Population)

สำหรับประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาใน 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 จำนวน 3,535 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่าง (Samples)

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง (Samples) ที่ใช้ในการศึกษาขั้นตอนนี้ ได้มาจากคำนวณจากสูตรของทาโร่ ยามานะ (Yamane, 1973: 727-728) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 359 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากสูตรต่อไปนี้

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรทั้งหมด

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้อยู่ร้อยละ 5 (.05)

$$\begin{aligned} \text{ดังนั้น } n &= \frac{3,535}{1+3,535(0.05)^2} \\ &= 359 \end{aligned}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 359 คน

3. ดำเนินการนำแบบสอบถามไปจัดเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำคำร้องถึงบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อให้มีหนังสือขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในชุมชน ขอความอนุเคราะห์การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้รับแบบสอบถามคืน ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสถิติเพื่อสังคมศาสตร์ ดังนี้

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของเบส (Best, 1981: 179-187) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

4.3 วิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการนำเสนอในรูปการบรรยายเป็นความเรียง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม มีรายละเอียดดังนี้

1. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 1 มาสร้างข้อคำถามให้ครอบคลุมสิ่งที่ต้องการการประเมิน

2. ดำเนินการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีลำดับขั้นตอนการสร้างและการจัดทำรูปแบบของเครื่องมือ ดังนี้

2.1 สร้างเครื่องมือเป็นแบบสอบถาม ซึ่งเป็นแบบสอบถามการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยขอคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษา แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่เป็นวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553; Allen & Seaman, 2007) ดังนี้

มากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
มาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	มีค่าคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมครบถ้วนของเนื้อหา ความเหมาะสมของสำนวนภาษา ความครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา รวมถึงให้ข้อเสนอแนะเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จากนั้นพิจารณาปรับปรุงแก้ไข และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) หากมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 0.50 แสดงว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความสอดคล้องกันสามารถนำไปใช้ได้ (สรายุทธ กั้นหลง, 2560) ผลปรากฏว่าได้ค่าเท่ากับ 1

2.3 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มทดลองจำนวน 30 คน จากนั้นนำไปทดสอบวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีของครอนบาค (Cronbarch's alpha coefficient) ผลปรากฏว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Coefficient of Reliability) ของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.73

การศึกษาระยะที่ 2

ทำการศึกษาศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ดังนี้

ระยะที่ 2 ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม การดำเนินการโดยนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจเชิงคุณภาพในการศึกษาระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 2 มาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในเพื่อหาจุดแข็งและจุดอ่อน และวิเคราะห์สภาพภายนอก เพื่อหาโอกาสและอุปสรรค ด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis แยกเป็นข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแต่ละชุมชน และข้อมูลจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในภาพรวม

ระยะที่ 2 ขั้นตอนที่ 2 การสังเคราะห์ข้อมูลหาศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเชิงปริมาณในการศึกษาระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 3 และสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกในการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ที่ได้จากการศึกษาระยะที่ 2 ขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์หาศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมในด้านต่าง ๆ

การศึกษาระยะที่ 3

จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน มีการดำเนินการดังนี้

ระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 1 จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยมีการดำเนินการดังนี้

1. ดำเนินการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบเจาะจง (Purposive sampling) จำนวน 10 คน ได้แก่

1.1 ตัวแทนประชากรของชุมชน ชุมชนละ 2 คน โดยมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้นำชุมชน หรือเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชน หรือเป็นบุคคลที่คนในชุมชนให้ความเคารพนับถือ

1.2 ตัวแทนผู้ประกอบการค้าขายในพื้นที่ที่ทำการศึกษา จำนวน 2 คน โดยมีคุณสมบัติคือ เป็นบุคคลที่มีกิจการร้านค้าเป็นหลักแหล่งในพื้นที่และประกอบกิจการค้าขายมาไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 1 คน และบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้าอาจจะเป็นในตลาดนัดหรือหาบเร่แผงลอยและประกอบกิจการค้าขายมาไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 1 คน

2. จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) โดยนำผลการศึกษา ในระยะที่ 1 และผลการศึกษาในระยะที่ 2 นำเสนอในการสนทนากลุ่ม ให้ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม ได้อภิปราย แสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะ แนวทางในการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

3. การวิเคราะห์ข้อมูล กล่าวคือผู้วิจัยทำการศึกษาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ทบทวนและทำความเข้าใจในข้อมูล โดยจัดกลุ่มความหมายแยกออกเป็น ประเด็น (Content Analysis) โดยจัดกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะร่วมหรือที่มีความหมายเหมือนกันไว้ด้วยกัน จากนั้นให้ความหมาย หรือจำแนกชื่อกลุ่มข้อมูลนั้น ๆ (Theme) นำกลุ่มคำข้อความหรือ ประโยคที่ได้มาตีความหรือให้ความหมาย หากข้อมูลยังไม่มี ความชัดเจนจะบันทึกแยกเป็นข้อสังเกตไว้ต่างหาก เพื่อสะสมข้อมูลนั้นไว้แล้วนำกลับมาวิเคราะห์เมื่อได้ข้อมูลมากพอ ทำการวิเคราะห์ หาคุณลักษณะของข้อมูลที่จำแนกเป็นหัวข้อย่อยโดยพิจารณาความสอดคล้องกับคำถามการวิจัย และเขียนคำบรรยายความหมายตามลักษณะข้อความที่ปรากฏและนำเสนอพร้อมทั้งยกตัวอย่าง ประกอบเพื่อสะท้อนให้เห็นสาระสำคัญของกลุ่มข้อมูลแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำร่าง ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด นครปฐม

ระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 2 จัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยนำผลการศึกษาระยะที่ 1 ผลการศึกษาระยะที่ 2 และผลการศึกษาระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ จัดทำเป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 3 การจัดสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) นำเสนอร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบและมีความเห็น มีการดำเนินการดังนี้

1. ดำเนินการเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) แบบเจาะจง ได้จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ 1 คน ด้านการปรับภูมิทัศน์ 1 คน ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1 คน ด้านวัฒนธรรม 1 คน ด้านการประชาสัมพันธ์ 1 คน และผู้ที่ปฏิบัติหรือเคยปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ที่ทำการศึกษา 1 คน

2. จัดทำสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) นำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา อภิปราย มีความเห็นพร้อมข้อเสนอแนะ

3. นำผลการสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ให้ถูกต้องเหมาะสมตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ

ระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 4 การประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม มีการดำเนินการดังนี้

1. นำเสนอร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ที่ได้ปรับปรุงให้ถูกต้องเหมาะสม เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง เพื่อทำการประเมินตามมาตรฐานการประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความเป็นประโยชน์ เพื่อทำการรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน มาหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของเบส (Best, 1981: 179-187) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	4.50 - 5.00	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.50 - 4.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.50 - 3.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.50 - 2.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.49	หมายถึง	มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ที่เป็นวิธีการของลิเคิร์ต (Likert) (บุญชม ศรีสะอาด, 2553; Allen & Seaman, 2007) ดังนี้

มากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	5	คะแนน
มาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ	4	คะแนน
ปานกลาง	มีค่าคะแนนเท่ากับ	3	คะแนน
น้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ	2	คะแนน
น้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ	1	คะแนน

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้ตอบแบบสอบถาม เกี่ยวกับการปรับปรุงร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด (Open Ended) การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย เพื่อขอความร่วมมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน เพื่อขอความอนุเคราะห์การเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้นำส่งหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยพร้อมแบบประเมินถึงผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญทุกท่าน รวมถึงการติดต่อขอรับแบบประเมินคืนด้วยตนเอง

จากวิธีวิจัยข้างต้น ผู้วิจัยได้สรุปวิธีดำเนินการวิจัย ปรากฏดังภาพที่ 4 ได้ดังนี้





ภาพที่ 4 วิธีดำเนินการวิจัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม” ผู้วิจัยกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

การศึกษาระยะที่ 1 ทำการศึกษาบริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

การศึกษาระยะที่ 2 ทำการศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

การศึกษาระยะที่ 3 จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาระยะที่ 1 ทำการศึกษบริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

มีผลการศึกษา ดังนี้

ผลการศึกษาระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องพบว่า คลองเจดีย์บูชาช่วงพื้นที่ที่ทำการศึกษา คือคลองเจดีย์บูชา ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี (ด้านถนนขวาพระ) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศา ซอย 7) เป็นคลองมีระยะทาง 1,650 เมตร มีความกว้าง 15-20 เมตร มีถนนเลียบบนขาคลองทั้งสองด้าน ได้แก่ถนนพิพิธปราสาทเลียบบคลองด้านทิศเหนือ และถนนพิพิธปราสาทเลียบบคลองด้านทิศใต้ ไหลผ่านสี่ชุมชน กล่าวคือ ชุมชนด้านทิศเหนือของคลอง ติดถนนพิพิธปราสาท ได้แก่ ชุมชนสวนลำไย ศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6 และชุมชนซอย 7 และชุมชนด้านทิศใต้ของคลอง ติดถนนพิพิธปราสาท ได้แก่ ชุมชนเทศาพิพิธปราสาท และชุมชนซอย 7 (ชุมชนซอย 7 มีพื้นที่ครอบคลุมทั้งสองฝั่งคลอง)

หากพิจารณาตามลักษณะของสภาพพื้นที่ สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วน กล่าวคือ ส่วนแรก ตั้งแต่ต้นคลองสะพานทวาราวดี จนถึงสะพาน 3 (ถนนเทศบาลซอย 3) อยู่ใกล้สถานที่สำคัญคือ องค์พระปฐมเจดีย์ ทั้งสองฝั่งคลองในช่วงนี้เป็นแหล่งธุรกิจการค้าสำคัญของจังหวัดนครปฐม และเป็น ที่รู้จักของประชาชนในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง เป็นอาคารพาณิชย์และแหล่งที่อยู่อาศัย มีร้านค้าต่าง ๆ จำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิด มีตลาดนัดซอย 2 เปิดทำการ 2 ช่วงเวลาของทุกวัน คือช่วงเช้าเวลา 05.00 – 10.00 น. และช่วงเย็นเวลา 16.00 – 20.00 น. โดยจะทำการปิดถนนเทศบาล ซอย 2 เพื่อจัดเป็นพื้นที่ตลาด มีพ่อค้าแม่ค้าทั้งจากประชาชนในจังหวัดนครปฐมและต่างพื้นที่มา จำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิดทั้งอาหารสด อาหารแห้ง สินค้าอุปโภคและบริโภค มีประชาชนมา จับจ่ายซื้อของกันเป็นจำนวนมาก ในช่วงเวลาดังกล่าวทั้งเช้าและเย็นเกิดจราจรติดขัด เนื่องจากผู้คน เดินซื้อสินค้าและจอดรถริมถนนที่ไม่เป็นระเบียบ ริมคลองทั้งสองฝั่งมีผู้คนที่มาจับจ่ายซื้อของ มาจับจองร้านค้าแผงลอยรถเข็น และจอดรถค้าขายอย่างอิสระ จำหน่ายสินค้าหลากหลาย ทั้งอาหารสด เครื่องอุปโภคบริโภค จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จนั้นรับประทาน มีสภาพที่ไม่เป็นระเบียบ บางร้านมีการ ทิ้งของเสียและขยะลงคลอง มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์คือ สถานที่ที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวัง ปฐมนคร บริเวณพื้นที่ที่ทำการเทศบาลนครนครปฐมเดิม ปัจจุบันได้ถูกรื้อไปแล้วเป็นพื้นที่ว่างเปล่า คลองช่วงนี้ในอดีตเคยเป็นตลาดน้ำที่มีพ่อค้าแม่ค้าพาเรือจำหน่ายสินค้าในคลองอีกด้วย ส่วนที่ 2 คือ ตั้งแต่สะพาน 4 (ถนนเทศบาลซอย 4) จนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศบาลซอย 7) เป็นพื้นที่ชุมชนที่อยู่อาศัย มีอาคารพาณิชย์เปิดธุรกิจร้านค้าบ้างแต่ไม่หนาแน่นมากนัก และเป็นที่ตั้งของสถานศึกษา คือ โรงเรียน อนุบาลนครปฐม โรงเรียนอนุบาลสุธีธร โรงเรียนวัดห้วยจรเข้มและโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย มีสถานที่ สำคัญทางศาสนา คือ ศาลเจ้าย่งเต็กเซียงตั้ง ศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และวัดห้วยจรเข้ม

ผลการศึกษาระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจเชิงคุณภาพบริเวณพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการ จัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ผลการสัมภาษณ์ สรุปรายละเอียด ได้ดังนี้

1. สภาพคลองเจดีย์บูชาในปัจจุบัน คลองเจดีย์บูชามีสภาพน้ำเน่าเสียและเต็มไปด้วยขยะ
2. คลองเจดีย์บูชาเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนในฐานะที่เป็นคลองเก่าแก่สมัยโบราณ ที่พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 ทรงให้ขุดเพื่อเป็นทางสัญจรไปสักการะ องค์พระปฐมเจดีย์
3. วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีความหลากหลายตามลักษณะ พื้นที่ ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งธุรกิจการค้า ได้แก่ ธิติยา ถิ่นวิลัย และสมัคร มะกรวัฒน์ (สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2563) กล่าวว่า ชุมชนเทศา-ทิพากร และชุมชนสวนลำไย ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย และธุรกิจส่วนตัว ลักษณะชุมชนเป็นชุมชนในเขตเมืองเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า มีตลาดนัดซอย 2 ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีทั้งคนในพื้นที่และคนต่างถิ่นเข้ามาประกอบอาชีพค้าขายตั้งร้านค้าแผงลอย

อยู่ในฝั่งคลอง ส่วนในพื้นที่ย่านพักอาศัยได้แก่ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 นั้น สมจิตต์ ชวนชม (สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2563) และ ลมัย ดาวจรัสแสงชัย (สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2563) กล่าวว่า เป็นชุมชนบ้านพักอาศัย บ้านจัดสรร เป็นที่ตั้งของโรงเรียน วิถีชีวิตคนในชุมชน ประกอบอาชีพหลากหลายทั้งข้าราชการ ลูกจ้าง ประกอบอาชีพส่วนตัว ออกไปทำงานในเวลาเช้าและกลับในเวลาเย็น

4. ในเรื่องความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชน พบว่า ในชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 คนในชุมชนให้ความร่วมมือร่วมใจเป็นอย่างดี มีความรัก ความสามัคคี มีความเอื้อเฟื้อช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจง ซอย 6 มีคณะกรรมการชุมชนและอาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน (อสม.) ที่เข้มแข็ง ทำงานกันเป็นทีมอย่างเป็นระบบ แต่มีชุมชนเทศา-ทิพากร ซึ่ง ธิติยา ถิ่นวิสัย (สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2563) กล่าวว่า คนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือกัน มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ การแสวงหาความร่วมมือค่อนข้างยากเพราะสภาพของคนในชุมชนเป็นไปแบบต่างคนต่างอยู่ต่างคนต่างค้าขาย มีข้อพิพาทกันไปบ่อย ๆ ทั้งเรื่องการตั้งของบนทางเท้าปัญหาขยะและการจัดการพื้นที่ขายของ แต่หากมีการจัดระเบียบให้เหมาะสม จัดกิจกรรมที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์ร่วมกัน รวมถึงเป็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจการค้าของคนในชุมชน ชี้แจงให้คนในชุมชนเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ อาจได้รับความร่วมมือก็ได้

5. ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชน พบว่า ทุกชุมชนในพื้นที่ ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ผู้นำชุมชนรู้จักกันและมีการพบปะพูดคุยกันอยู่เสมอ

6. พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีจุดเด่นที่สนับสนุนการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือประวัติศาสตร์ของคลองเจดีย์บูชา ความเป็นเขตเมือง เป็นแหล่งค้าขายมีร้านค้าอยู่เป็นจำนวนมาก มีผู้คนสัญจรไปมา ลักษณะของถนนและคลองที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามได้ไม่ยาก

7. ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีทรัพยากรที่เป็นประโยชน์ต่อการจัดการท่องเที่ยว ได้แก่ ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ทัศนียภาพของคลองเจดีย์บูชาที่สามารถพัฒนาให้สวยงาม ความเป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปจังหวัดนครปฐม และศาลเจ้าแม่ต้นแจงที่เป็นที่รู้จักและเป็นທີ່เคารพสักการะของคนทั่วไป

8. สิ่งที่ต้องได้รับการแก้ไขเป็นอันดับแรก หากจะมีการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม คือ ปัญหาน้ำเน่าเสีย มีการทิ้งขยะและน้ำเสียลงในคลองและการพัฒนาทัศนียภาพ การจัดการปัญหาขยะการจ้ดระบบ และระเบียบการตั้งร้านค้าแผงลอยที่ใครจะมาตั้งขายก็มาขายได้ ไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

9. ปัญหาอุปสรรคหากจะมีการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ธิติยา ถิ่นวิสัย (สัมภาษณ์, 9 มีนาคม 2563) กล่าวว่า ชุมชนเทศบาลพิหาร มีปัญหาอุปสรรคคือปัญหาเรื่องความร่วมมือของคนในชุมชน ส่วน สมจิตต์ ชวนชม (สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2563) กล่าวว่า ในชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงซอย 6 มีปัญหาอุปสรรคคือปัญหาปริมาณน้ำในคลองที่น้อยถึงน้อยมาก และ ลมัย ดาวจรัสแสงชัย (สัมภาษณ์, 10 มีนาคม 2563) กล่าวว่า ในชุมชนซอย 7 มีปัญหาอุปสรรคคือ การทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่บางหน่วยงานไม่ได้เข้าถึงคนในชุมชนและสภาพพื้นที่ ทำให้ไม่เข้าใจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง แผนการพัฒนาและวิธีการยังไม่สามารถตอบสนองตามความต้องการของคนในชุมชนเมื่อมีปัญหาหรือเสนอแผนการพัฒนาและความต้องการของชุมชนต่อเทศบาลในหลาย ๆ เรื่อง กลับเพิกเฉย หรือการเข้ามาแก้ปัญหาก็เป็นไปอย่างล่าช้าที่มีความล่าช้า ไม่ตอบสนองความต้องการของประชาชน

ผลการศึกษาระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 3 การสำรวจเชิงปริมาณ การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) มีรายละเอียดดังนี้

ผลจากแบบสอบถามข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม จากกลุ่มตัวอย่างที่อาศัยอยู่ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาจำนวน 359 คน

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 359 คน ประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ อาชีพและระยะเวลาที่อาศัย โดยใช้การแจกแจงความถี่และร้อยละ ปรากฏในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	95	26.5
2. หญิง	264	73.5
รวม	359	100

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (ต่อ)

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ช่วงอายุ		
1. 15-35 ปี	49	13.6
2. 36-55 ปี	196	54.6
3. 56 ปีขึ้นไป	114	31.8
รวม	359	100
เพศ		
1. ชาย	95	26.5
2. หญิง	264	73.5
รวม	359	100
ช่วงอายุ		
1. 15-35 ปี	49	13.6
2. 36-55 ปี	196	54.6
3. 56 ปีขึ้นไป	114	31.8
รวม	359	100
อาชีพ		
1. พนักงานบริษัท	12	3.3
2. ค้าขาย	225	62.7
3. รับจ้าง	81	22.6
4. นักเรียนนักศึกษา	6	1.7
5. อื่น ๆ (เช่น เกษียณ, ข้าราชการบำนาญ, ผู้สูงอายุที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ)	35	9.7
รวม	359	100
ระยะเวลาที่อาศัย		
1. 0-10 ปี	104	29
2. 11-20 ปี	122	34
3. 21 ปีขึ้นไป	133	37
รวม	359	100

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 73.5 เป็นเพศชายจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 26.5 ส่วนใหญ่ช่วงอายุ 36-55 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 54.6 รองลงมาช่วงอายุ 56ปีขึ้นไป จำนวน 114 คิดเป็นร้อยละ 31.8 และช่วงอายุ 15-35 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 13.6 ส่วนใหญ่อาชีพค้าขาย จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 62.7 รองลงมาอาชีพรับจ้าง จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 อาชีพอื่น ๆ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 อาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.3 และนักเรียน นักศึกษา จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.7 ระยะเวลาที่อาศัยส่วนใหญ่ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาระยะเวลาที่อาศัย 11-20 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 34 และระยะเวลาที่อาศัย 0-10 ปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 29 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ใน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านบริหารจัดการ ด้านภูมิทัศน์ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว และด้านการประชาสัมพันธ์ ปรากฏผลดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการบริหารจัดการ ปรากฏผลในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการบริหารจัดการ

ด้านการบริหารจัดการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าระดับ
1. ท่านคิดว่าคนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา มีความสมัคร สมานสามัคคีกันในชุมชน	3.24	0.58	ปานกลาง
2. ท่านคิดว่าคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ความร่วมมือกัน	3.20	0.62	ปานกลาง
3. ท่านคิดว่าคนในชุมชนมีลักษณะต่างคนต่างอยู่ ต่างคน ต่างค้าขาย	3.32	0.59	ปานกลาง
4. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชา มีหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาดูแล	2.31	0.65	น้อย

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับ ของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการ
บริหารจัดการ (ต่อ)

ด้านการบริหารจัดการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าระดับ
5. ท่านคิดว่าคนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีข้อพิพาทกัน บ่อย ๆ ในเรื่องการจัดวางสิ่งของบนทางเท้า	3.14	0.56	ปานกลาง
6. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง ไม่ได้เข้าใจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชน ในพื้นที่อย่างแท้จริง	3.67	0.57	มาก
7. ท่านคิดว่าแผนการพัฒนาและวิธีการต่าง ๆ ยังไม่ สามารถตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน	3.70	0.60	มาก
8. ท่านคิดว่า การแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในชุมชนยังเป็นไป อย่างล่าช้า	3.73	0.62	มาก
9. ท่านคิดว่าคนในพื้นที่ชุมชนคลองเจดีย์บูชาขาดความ เชื่อมั่นในหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง	3.51	0.67	มาก
10. ท่านคิดว่าชุมชนใกล้เคียงในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาคน ในชุมชนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน	3.54	0.69	มาก
11. ท่านคิดว่าผู้นำชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีการ พบปะพูดคุย ปรึกษาหารือกัน	3.33	0.75	ปานกลาง
12. ท่านคิดว่าผู้นำชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีการ ช่วยเหลือซึ่งกันและกัน	3.15	0.64	ปานกลาง
13. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาไม่มีการจัดระบบ ร้านค้าแผงลอยริมคลอง ไม่เป็นระเบียบ และไม่มี การควบคุมดูแล	2.98	0.55	ปานกลาง
14. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีคณะกรรมการชุมชน ทำงานกันเป็นทีมและเป็นระบบ	3.31	0.65	ปานกลาง
15. ท่านคิดว่าเมื่อมีการนัดหมาย การประชุมร่วมกันของ คนในชุมชน จะได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชน เป็นอย่างดี	2.98	0.47	ปานกลาง

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับ ของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการ
บริหารจัดการ (ต่อ)

ด้านการบริหารจัดการ	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าระดับ
16. ท่านคิดว่าผู้นำชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาจะ ช่วยเหลือคนในชุมชนเมื่อได้รับความเดือดร้อน	3.09	0.52	ปานกลาง
รวม	3.26	0.23	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมในด้านการบริหารจัดการ
โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.23)

ด้านภูมิทัศน์

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านภูมิทัศน์ ปรากฏผลในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านภูมิทัศน์

ด้านภูมิทัศน์	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าระดับ
1. ท่านคิดว่าคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองที่มีภูมิทัศน์ที่ สวยงาม	2.42	1.04	น้อย
2. ท่านคิดว่าแหล่งร้านค้าบริเวณพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ก่อให้เกิดขยะ	4.04	0.65	มาก
3. ท่านคิดว่าถนนบริเวณคลองเจดีย์บูชาสามารถพัฒนา ทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ได้	2.53	0.89	น้อย

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านภูมิทัศน์
(ต่อ)

ด้านภูมิทัศน์	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าระดับ
4. ท่านคิดว่าหน่วยงานราชการในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ดูแลเรื่องการจัดการขยะ	2.13	0.74	น้อย
5. ท่านคิดว่าหน่วยงานราชการในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ดูแลเรื่องความสะอาด	1.99	0.90	น้อย
6. ท่านคิดว่าสภาพคลองเจดีย์บูชาในปัจจุบันมีสภาพน่าเสีย	4.50	0.83	มากที่สุด
7. ท่านคิดว่าคลองเจดีย์บูชามีขยะมูลฝอย	4.22	0.64	มาก
8. ท่านคิดว่าน้ำเน่าเสียในคลองเจดีย์บูชา เกิดจากการ ปล่อยน้ำเสียจากบ้านเรือนประชาชน	2.87	0.81	ปานกลาง
9. ท่านคิดว่าคนในชุมชนพื้นที่คลองเจดีย์บูชาช่วยกัน รักษาความสะอาดชุมชนของตน	2.65	0.73	ปานกลาง
รวม	3.04	0.34	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านภูมิทัศน์ โดยรวม
อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.34)

ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ปรากฏผล
ในตารางที่ 4 ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการจัด
กิจกรรมการท่องเที่ยว

ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าระดับ
1. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นแหล่งชุมนุมการค้า	4.12	0.70	มาก
2. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาอยู่ในเขตเมือง	4.76	0.50	มากที่สุด
3. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีถนนที่มีความสะดวก	4.65	0.68	มากที่สุด
4. ท่านคิดว่าพื้นที่ คลองเจดีย์บูชาเป็นแหล่งค้าขาย มีร้านค้าเป็นจำนวนมาก	4.05	0.45	มาก
5. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีผู้คนสัญจรไปมา	4.05	0.55	มาก
6. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป	3.60	0.62	มาก
7. ท่านคิดว่าร้านค้าบริเวณพื้นที่ คลองเจดีย์บูชาทำให้ การจราจรหนาแน่น	3.67	0.67	มาก
8. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถจัดกิจกรรม ต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น วันลอยกระทง	4.75	0.62	มากที่สุด
9. ท่านคิดว่าพื้นที่ คลองเจดีย์บูชาควรจัดเป็นแหล่ง จำหน่ายสินค้าพื้นเมือง สินค้าOTOP	2.57	0.89	ปานกลาง
รวม	4.03	0.33	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการพื้นที่คลองเจดีย์บูชา
ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว
โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.33)

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว
ปรากฏผลในตารางที่ 5 ดังนี้

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อศักยภาพ การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าระดับ
1. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาอยู่ในเขตเมือง สามารถสัญจรไปมาได้สะดวก	3.67	0.82	มาก
2. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีรถรับจ้างให้บริการอำนวยความสะดวก	3.85	0.65	มาก
3. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีรถบริการสาธารณะ ให้บริการอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ	2.98	0.60	ปานกลาง
4. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นพื้นที่ออกกำลังกาย หรือพักผ่อนหย่อนใจได้	2.90	0.71	ปานกลาง
5. ท่านคิดว่าสภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถพัฒนา ให้มีการสัญจรทางน้ำได้	1.57	0.96	น้อย
6. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นพื้นที่รวมกลุ่ม พบปะ พูดคุยปรึกษาหารือได้	2.96	0.57	ปานกลาง
รวม	2.99	0.37	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.37)

ด้านการประชาสัมพันธ์

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการประชาสัมพันธ์ ปรากฏผลในตารางที่ 6 ดังนี้

ตารางที่ 6 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าระดับของความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการประชาสัมพันธ์

ด้านการประชาสัมพันธ์	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ค่าเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	ค่าระดับ
1. ท่านคิดว่าคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและมีเรื่องราวที่น่าสนใจ	4.52	0.62	มากที่สุด
2. ท่านคิดว่าเส้นทางการเดินทางมาพื้นที่คลองเจดีย์บูชา มีความสะดวก	4.51	0.85	มากที่สุด
3. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากคำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ เช่น เพื่อน ครอบครัว หรือบุคคลอ้างอิง	3.10	0.44	ปานกลาง
4. ท่านคิดว่าการสร้างสภาพลักษณะที่ดีเช่นความสะอาด ความปลอดภัย เพื่อเป็นการจูงใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว	2.93	0.83	ปานกลาง
5. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากการประชาสัมพันธ์ทางเฟสบุ๊ค ไลน์	2.18	0.69	น้อย
6. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากการเผยแพร่ข่าวสาร โดยผ่านวิทยุ โทรทัศน์ ในการกระตุ้นให้เดินทางมาท่องเที่ยว	2.11	0.72	น้อย
7. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากการเผยแพร่ข่าวสาร โดยผ่านโปสเตอร์ หนังสือ ภาพถ่าย ในการกระตุ้นให้เดินทางมาท่องเที่ยว	1.90	0.79	น้อย
8. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์	1.58	0.80	น้อย
รวม	2.85	0.43	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการประชาสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.434)

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ปรากฏผลในตารางที่ 7 ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	\bar{X}	S.D.	ค่าระดับ
ด้านการบริหารจัดการ	3.26	0.23	ปานกลาง
ด้านภูมิทัศน์	3.04	0.34	ปานกลาง
ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.03	0.33	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2.99	0.37	ปานกลาง
ด้านการประชาสัมพันธ์	2.85	0.43	ปานกลาง
รวม	3.23	0.21	ปานกลาง

จากการสำรวจเชิงปริมาณ สรุปได้ว่า

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.33)

กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ด้านที่อยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.26) ด้านภูมิทัศน์ ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.34) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.37) และด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.43)

ในภาพรวม กลุ่มตัวอย่างมีความเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.205)

จากผลการศึกษาระยะที่ 1 ทั้งหมด บริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชา มีประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ทักษะนิภาพของคลองเจดีย์บูชาและพื้นที่โดยรอบ การเป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว อีกทั้งผลการสำรวจความเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมอยู่ในระดับปานกลาง กล่าวโดยสรุปว่า บริบททั่วไปพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถนำมาจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

ผลการศึกษาระยะที่ 2 การศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาระยะที่ 2 ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (SWOT Analysis) ปรากฏรายละเอียดดังนี้

1. การวิเคราะห์เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ของแต่ละชุมชนในพื้นที่

ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength-S) ปรากฏผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength-S) ในแต่ละชุมชน

ชุมชน	จุดแข็ง (Strengths)
เทศา-ทิพากร	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองเก่าแก่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ คือเคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนคร 2. ภูมิทัศน์ของคลอง ลักษณะของถนนและภูมิทัศน์โดยรอบที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ 3. อยู่ในเขตเมือง เป็นแหล่งธุรกิจ มีร้านค้าจำนวนมาก มีตลาดนัดซอย 2 และแผงลอยค้าขายริมฝั่งคลอง เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีผู้คนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก
สวนลำไย	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองเก่าแก่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ 2. ภูมิทัศน์ของคลอง ลักษณะของถนนและภูมิทัศน์โดยรอบที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ 3. ประวัติศาสตร์ของชุมชนสวนลำไย 4. อยู่ในเขตเมือง เป็นแหล่งธุรกิจ มีร้านค้าจำนวนมาก มีตลาดนัดซอย 2 และแผงลอยค้าขายริมฝั่งคลอง เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีผู้คนสัญจรไปมาเป็นจำนวนมาก 5. ความสมัครสมานสามัคคีของคนในชุมชน

ตารางที่ 8 ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength-S) ในแต่ละชุมชน (ต่อ)

ชุมชน	จุดแข็ง (Strengths)
ศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6	<ol style="list-style-type: none"> มีคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองเก่าแก่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ ภูมิทัศน์ของคลอง ลักษณะของถนนและภูมิทัศน์โดยรอบที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ชุมชนเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป มีสถานที่สำคัญคือศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6 เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีคนเคารพนับถือเป็นจำนวนมาก คณะกรรมการชุมชนทำงานกันเป็นทีมและเป็นระบบ อยู่ในเขตเมือง สามารถสัญจรไปมาได้โดยสะดวก
ชุมชนซอย 7	<ol style="list-style-type: none"> มีคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองเก่าแก่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ ภูมิทัศน์ของคลอง ลักษณะของถนนและภูมิทัศน์โดยรอบที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ อยู่ในเขตเมือง สามารถสัญจรไปมาได้โดยสะดวก ความสมัครสมานสามัคคีของคนในชุมชน

ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses-W) ปรากฏผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 9

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses-W) ในแต่ละชุมชน

ชุมชน	จุดอ่อน (Weaknesses-W)
เทศา-ทิพาการ	<ol style="list-style-type: none"> คลองเจดีย์บูชาซึ่งปัจจุบันไม่ได้ใช้เป็นเส้นทางสัญจรเช่นในอดีตแล้ว มีสภาพเน่าเสียเต็มไปด้วยขยะ ไม่มีการจัดระบบร้านค้าแผงลอยริมคลอง ใครจะมาขายก็มาตั้งได้ ไม่เป็นระเบียบ การตั้งร้านค้าแผงลอยล้าออกมาบนถนน ไม่มีการควบคุมดูแล ทำให้มีการทิ้งขยะ นำเสียลงคลอง คนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือกัน มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ ต่างคนต่างค้าขาย แสวงหาความร่วมมือค่อนข้างยาก มีข้อพิพาทกันบ่อย ๆ เรื่องการตั้งของบนทางเท้า

ตารางที่ 9 ผลการวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses-W) ในแต่ละชุมชน (ต่อ)

ชุมชน	จุดอ่อน (Weaknesses-W)
สวนลำไย	<ol style="list-style-type: none"> 1. คลองเจดีย์บูชาซึ่งปัจจุบันไม่ได้ใช้เป็นเส้นทางสัญจรเช่นในอดีตแล้ว มีสภาพเน่าเสียเต็มไปด้วยขยะ 2. คนในยุคหลังไม่ได้มีความผูกพันกับคลองเช่นในอดีต 3. ไม่มีการจัดระบบร้านค้าแผงลอยริมคลอง ใครจะมาขายก็มาตั้งได้ ไม่เป็นระเบียบ การตั้งร้านค้าแผงลอยล้าออกมาบนถนน ไม่มีการควบคุมดูแล ทำให้มีการทิ้งขยะ นำเสียลงคลอง
ศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6	คลองเจดีย์บูชาซึ่งปัจจุบันไม่ได้ใช้เป็นเส้นทางสัญจรเช่นในอดีตแล้ว มีสภาพเน่าเสียเต็มไปด้วยขยะ
ชุมชนซอย 7	คลองเจดีย์บูชาซึ่งปัจจุบันไม่ได้ใช้เป็นเส้นทางสัญจรเช่นในอดีตแล้ว มีสภาพเน่าเสียเต็มไปด้วยขยะ

ผลการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities-O) ปรากฏผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 10

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities-O) ในแต่ละชุมชน

ชุมชน	โอกาส
เทศา-ทิพากร	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว 2. มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนใกล้เคียง ผู้นำชุมชนรู้จักกัน มีการพบปะพูดคุยกันเสมอ
สวนลำไย	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว 2. มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนใกล้เคียง ผู้นำชุมชนรู้จักกัน มีการพบปะพูดคุยกันเสมอ

ตารางที่ 10 ผลการวิเคราะห์โอกาส (Opportunities-O) ในแต่ละชุมชน (ต่อ)

ชุมชน	โอกาส
ศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6	<ol style="list-style-type: none"> มีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนใกล้เคียง ผู้นำชุมชนรู้จักกัน มีการพบปะพูดคุยกันเสมอ
ชุมชนซอย 7	<ol style="list-style-type: none"> มีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนใกล้เคียง ผู้นำชุมชนรู้จักกัน มีการพบปะพูดคุยกันเสมอ

ผลการวิเคราะห์อุปสรรค (Threat-T) ปรากฏผลการวิเคราะห์ตามตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ผลการวิเคราะห์อุปสรรค (Threat-T) ในแต่ละชุมชน

ชุมชน	อุปสรรค
เทศา-ทิพากร	เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่เข้ามาดูแล ไม่ได้เข้าถึงคนในชุมชน และสภาพพื้นที่ ทำให้ไม่เข้าใจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง แผนการพัฒนาและวิธีการยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน การแก้ไขปัญหาก็เป็นไปอย่างล่าช้า คนในชุมชนไม่มีความเชื่อมั่นในเทศบาล
สวนลำไย	ไม่มี
ศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6	ไม่มี
ชุมชนซอย 7	เจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่เข้ามาดูแล ไม่ได้เข้าถึงคนในชุมชน และสภาพพื้นที่ ทำให้ไม่เข้าใจสภาพปัญหาและความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง แผนการพัฒนาและวิธีการยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน การแก้ไขปัญหาก็เป็นไปอย่างล่าช้า คนในชุมชนไม่มีความเชื่อมั่นในเทศบาล

2. การวิเคราะห์เพื่อสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค ของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาของแต่ละชุมชน มาวิเคราะห์และสรุปเป็นสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ปรากฏผลตามตารางที่ 12 ดังนี้

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

SWOT Analysis	ผลการวิเคราะห์
จุดแข็ง (Strength-S)	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองเก่าแก่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีเรื่องราวที่น่าสนใจ มีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ (พระราชวังปฐมนคร) 2. ภูมิทัศน์ของคลอง ลักษณะของถนนและภูมิทัศน์โดยรอบที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ 3. เป็นแหล่งชุมชนธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ที่มีผู้เดินทางมาจับจ่ายซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป 4. คนในชุมชนส่วนใหญ่มีความสมัครสมานสามัคคี (ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงชอย 6 และชุมชนชอย 7) 5. อยู่ในเขตเมือง อยู่ใกล้องค์พระปฐมเจดีย์ การคมนาคมสะดวก 6. มีสถานที่ทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป คือศาลเจ้าแม่ตันแจงชอย 6 วัดห้วยจรเข้มะ
จุดอ่อน (Weaknesses-W)	<ol style="list-style-type: none"> 1. คลองเจดีย์บูชาซึ่งปัจจุบันไม่ได้ใช้เป็นเส้นทางสัญจรเช่นในอดีตแล้ว มีสภาพเน่าเสียเต็มไปด้วยขยะ 2. คนในยุคหลังไม่ได้มีความผูกพันกับคลองเช่นในอดีต 3. ไม่มีการจัดระบบร้านค้าแผงลอยริมคลอง ใครจะมาขายก็มาตั้งได้ ไม่เป็นระเบียบ การตั้งร้านค้าแผงลอยล้าออกมาบนถนน ไม่มีการควบคุมดูแล ทำให้มีการทิ้งขยะ น้ำเสียลงคลอง

ตารางที่ 12 ผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT Analysis) ของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

SWOT Analysis	ผลการวิเคราะห์
	4. มีบางชุมชนคือ ชุมชนเทศา-ทิพากร ที่คนในชุมชนไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือ มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ ต่างคนต่างค้าขาย แสวงหาความร่วมมือค่อนข้างยาก มีข้อพิพาทกันบ่อย ๆ เรื่องการตั้งของบนทางเท้า
โอกาส (Opportunities-O)	1. มีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว 2. มีความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชนใกล้เคียง ผู้นำชุมชนรู้จักกัน มีการพบปะพูดคุยกันเสมอ
อุปสรรค (Threat-T)	การทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ที่ประชาชนไม่ได้มีความเชื่อมั่นเท่าที่ควร

ผลการศึกษาระยะที่ 2 ขั้นตอนที่ 2 ผลการศึกษาศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ใน 5 ด้าน มีดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.26) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ คือ คนในพื้นที่โดยส่วนใหญ่มีความสมัครสมานสามัคคี และชุมชนในพื้นที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ผู้นำชุมชนรู้จักกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกันและมีการพบปะพูดคุยกันอยู่เสมอ แต่สิ่งที่เป็นปัญหาอุปสรรคก็คือ พบว่า ในชุมชนเทศา-ทิพากร การแสวงหาความร่วมมือค่อนข้างยาก คนในชุมชนไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือ เพราะสภาพของคนในชุมชนเป็นไปแบบต่างคนต่างอยู่ต่างคนต่างค้าขายมีข้อพิพาทกันไปบ่อย ๆ ทั้งเรื่องการตั้งของบนทางเท้าปัญหาขยะและการจัดการพื้นที่ชายของ แต่อย่างไรก็ตามหากมีการจัดระเบียบให้เหมาะสม จัดกิจกรรมที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์ร่วมกัน รวมถึงเป็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจการค้าของคนในชุมชน ชี้แจงให้คนในชุมชนเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ อาจได้รับความร่วมมือก็ได้ และปัญหาอุปสรรคอีกประการหนึ่งคือ การทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ที่ประชาชนไม่ได้มีความเชื่อมั่นเท่าที่ควร

ด้านภูมิทัศน์ พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านภูมิทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.34) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ ภูมิทัศน์ของคลอง ลักษณะของถนนและภูมิทัศน์โดยรอบที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ แต่สิ่งที่ยังถือเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไข คือสภาพคลองเจดีย์บูชาในปัจจุบันที่มีสภาพเน่าเสียเต็มไปด้วยขยะ มีการทิ้งน้ำเสียและขยะลงคลอง

ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.33) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา มีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ คือสถานที่ที่เคยเป็นพระราชวังปฐมนคร ความเป็นแหล่งชุมนุมธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ที่มีผู้เดินทางมาจับจ่ายซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป สถานที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง อยู่ใกล้องค์พระปฐมเจดีย์ การคมนาคมสะดวก มีสถานที่ทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป คือ ศาลเจ้าแม่ต้นแจงชอย 6 วัดห้วยจรเข้มะ และมีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว แต่สิ่งที่ยังถือเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไข คือ ไม่มีการจัดระบบร้านค้าแผงลอยริมคลอง ใครจะมาขายก็มาตั้งได้ ไม่เป็นระเบียบ การตั้งร้านค้าแผงลอยถ้าออกมาบนถนนไม่มีการควบคุมดูแล ทำให้มีการทิ้งขยะ น้ำเสียลงคลอง

ด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านสิ่งแวดล้อมความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.37) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง อยู่ใกล้องค์พระปฐมเจดีย์ การคมนาคมสะดวก และมีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว

ด้านการประชาสัมพันธ์ พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.43) โดยถือเป็นด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดใน 5 ด้าน โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ คือ คนทั่วไปรู้จักคลองเจดีย์บูชาในฐานะที่เป็นคลองเก่าแก่มีประวัติศาสตร์คู่กับองค์พระปฐมเจดีย์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ได้ และความเป็นแหล่งชุมนุมธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ที่เป็นที่ยอมรับของคนทั่วไป แต่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์

กล่าวโดยสรุป ศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.21) โดยด้านที่มีศักยภาพมากที่สุด คือ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.33) รองลงมาตามลำดับคือด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.26) ด้านภูมิทัศน์ ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.34) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.37) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.43)

ผลการศึกษาระยะที่ 3 การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 1 ผลการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ปรากฏรายละเอียดดังนี้

ผู้ร่วมสนทนากลุ่ม จำนวน 10 คน ได้แก่ 1) ตัวแทนประชากรของชุมชน ชุมชนละ 2 คน โดยมีคุณสมบัติคือ เป็นผู้นำชุมชน หรือเป็นบุคคลที่เป็นที่รู้จักของคนในชุมชน หรือเป็นบุคคลที่คนในชุมชนให้ความเคารพนับถือ และ 2) ตัวแทนผู้ประกอบการค้าขายในพื้นที่ที่ทำการศึกษ จำนวน 2 คน โดยมีคุณสมบัติคือ เป็นบุคคลที่มีกิจการร้านค้าเป็นหลักแหล่งถาวรในพื้นที่และประกอบกิจการค้าขายมาไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 1 คน และบุคคลที่เป็นผู้ประกอบการร้านค้า อาจจะเป็นในตลาดนัดหรือหาบเร่แผงลอยและประกอบกิจการค้าขายมาไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 1 คน ซึ่งในการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้นำผลการศึกษาระยะที่ 1 และผลการศึกษาระยะที่ 2 นำเสนอให้ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มทราบเป็นข้อมูล ร่วมอภิปราย แสดงความคิดเห็นข้อเสนอแนะ แนวทางการจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมใน 5 ด้าน ได้แก่ (1) ด้านการบริหารจัดการ (2) ด้านภูมิทัศน์ (3) ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (4) ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว และ (5) ด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายปรากฏรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1.1 มีการจัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชน และประชาชนทั้ง 4 ชุมชน คือ ชุมชนสวนลำไย ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 ตัวแทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่และการจัดการท่องเที่ยว เช่น จังหวัดนครปฐม เทศบาลนครนครปฐม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครปฐม สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม เป็นต้น เข้าร่วมประชุม เพื่อรับฟังการชี้แจงทำความเข้าใจวัตถุประสงค์เป้าหมายของการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม รวมถึงประโยชน์ที่จะได้รับ เปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ

1.2 จัดตั้งองค์กรขึ้นมาองค์กรหนึ่ง เพื่อให้มีหน้าที่บริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ที่มาจากคนในชุมชนทั้ง 4 ชุมชน เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วม ในการจัดการท่องเที่ยว จัดทำแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวและบริหารจัดการการท่องเที่ยว ขับเคลื่อน การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชนอย่างแท้จริง และอีกส่วนหนึ่งเป็น ตัวแทนจากภาครัฐ เพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษา ประสานงานกับภาครัฐ ให้ความช่วยเหลือสนับสนุน การขับเคลื่อนในด้านต่าง ๆ เช่นด้านงบประมาณ ด้านกฎหมาย การดำเนินการตามระเบียบของทาง ราชการ นำเสนอเทศบาลนครนครปฐม เพื่อทำการรับรองตามระเบียบของทางราชการ

1.3 การจัดการท่องเที่ยว ควรแบ่งเป็นฝ่ายต่าง ๆ ตามลักษณะงานการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว เช่น ฝ่ายอำนวยการและประสานงาน ฝ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสนับสนุน ฝ่ายจัดเก็บรายได้ เป็นต้น มีโครงสร้างที่ชัดเจน มีหัวหน้าฝ่าย ผู้รับผิดชอบ โดยคัดเลือกจากคนในชุมชนเป็นหลัก

1.4 เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นเรื่องใหม่สำหรับคนชุมชน ควรจัดให้มีการอบรมบุคลากรทั้งระบบ โดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผู้ประกอบการภาคเอกชน ผู้มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความรู้ ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหาร จัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ด้านภูมิทัศน์ มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

ปัจจุบันสภาพคลองเจดีย์บูชา รวมถึงพื้นที่โดยรอบยังไม่มีความพร้อมในการจัดให้ เป็นพื้นที่การท่องเที่ยว ทั้งสภาพคลองที่เป็นน้ำเสีย มีขยะในคลอง พื้นที่โดยรอบยังไม่มี ความสวยงาม ระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ ยังไม่พร้อม ผู้ร่วมสนทนากลุ่มมีความเห็นควรดำเนินการปรับปรุงภูมิทัศน์ของ คลองเจดีย์บูชาและพื้นที่โดยรอบ ให้เหมาะสมกับการจัดการท่องเที่ยว กล่าวคือ

2.1 วางแผนฟื้นฟูคลองเจดีย์บูชาที่มีสภาพน้ำเน่าเสีย เต็มไปด้วยขยะ มีการทิ้ง น้ำเสียลงคลอง ให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด ไม่มีขยะ ไม่มีการทิ้งน้ำเสียลงคลอง และปรับปรุงตลิ่ง ริมคลองให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและปลอดภัย สามารถจัดทำเป็นตลาดน้ำ ทำกิจกรรมพายเรือได้ พัฒนาปรับปรุงพื้นที่ริมคลองทั้งสองด้านให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม

2.2 ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทาง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยว

2.3 วางแผนปรับปรุงทางเท้าที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกเป็นต้นไม้ที่มีความสำคัญ เช่น ต้นราชพฤกษ์ ต้นไม้ประจำชาติไทย ต้นรวงผึ้ง

ต้นไม้ประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ต้นจัน ต้นไม้ประจำจังหวัดนครปฐม เป็นต้น และติดตั้งไฟฟ้ารอบถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร เพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม

2.4 ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชา ได้แก่ สะพานทวารวดี (ถนนทวารวดี) สะพาน 1 (ถนนเทศบาล 1) สะพาน 2 (ถนนเทศบาล 2) สะพาน 3 (ถนนเทศบาล 3) สะพาน 4 (ถนนเทศบาล 4) สะพานไม่มีชื่อสำหรับคนเดินข้าม (ถนนเทศบาล 5) สะพานอุตรการบดี (ถนนเทศบาล 6) สะพานวชิรอุบลรัตน์ (ทางเข้าวัดห้วยจรเข้มะ) สะพานทักษิณานุกิจ (สะพานเหล็กด้านหลังโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย) และสะพาน 7 (ถนนเทศบาล 7) ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน

2.5 ออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า ให้เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ในส่วนต่าง ๆ เช่นพื้นที่ธุรกิจการค้าเพื่อจัดทำเป็นตลาดน้ำ ตลาดนัด ถนนคนเดิน ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าชุมชน เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการค้าของคนในชุมชน มีพื้นที่วัฒนธรรมโดยเห็นว่าบริเวณด้านบนประตูน้ำในปัจจุบันจัดเป็นสวนสาธารณะ อาจมีการขยายพื้นที่ส่วนนี้เช่นการสร้างพื้นที่เพิ่มเติมเหนือคลองต่อจากประตูน้ำเพื่อจัดทำเป็นลานวัฒนธรรม จัดให้มีการแสดง พื้นที่ช่วงปลายตั้งแต่หน้าวัดห้วยจรเข้มะ (สะพานวชิรอุบลรัตน์ จนถึงสะพาน 7) คลองมีความกว้างกว่าจุดอื่น มีทัศนียภาพที่สวยงาม อาจปรับปรุงให้เป็นสวนสุขภาพสำหรับชุมชน มีลู่วิ่ง มีเครื่องออกกำลังกาย จัดสิ่งแวดล้อมให้มีความสวยงาม มีจุดถ่ายภาพ เป็นสวนพักผ่อนหย่อนใจของคนในชุมชนในเวลาเย็น ให้คนในชุมชนได้มาออกกำลังกาย พาคครอบครัวมาเที่ยวพักผ่อน

2.6 วางแผนออกแบบสร้างสิ่งปลูกสร้าง ประติมากรรมกลางแจ้ง ที่มีความสวยงามสำหรับให้นักท่องเที่ยวถ่ายภาพเป็นที่ระลึก เช่น ชุมประตู่ สวนดอกไม้ ป้ายข้อความที่โดนใจ รูปปั้น ฯลฯ ที่ไม่ขัดกับอัตลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตย์ในพื้นที่ หรือที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐม คลองเจดีย์บูชา หรืออัตลักษณ์ของชุมชน เช่น นำเรือแจวมาตั้งที่ริมคลองตกแต่งเป็นมุมสำหรับถ่ายภาพหน้าตลาดน้ำ รูปปั้นส้มโอขนาดใหญ่ รูปปั้นกระบอกข้าวหลาม หลัทธิโลเมตรขนาดใหญ่ รูปปั้นเด็กแต่งชุดไทยถือลำไย (ชุมชนสวนลำไย) เป็นต้น

2.7 การปรับภูมิทัศน์รวมถึงการสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ จะต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน และคำนึงถึงผลกระทบต่อคนในชุมชน

2.8 ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐ ขอรับการสนับสนุนในสิ่งทีนอกเหนือความสามารถของชุมชน เช่น เครื่องมือเครื่องจักร การออกแบบ การก่อสร้าง วิศวกร สถาปนิก รวมถึงขอรับการสนับสนุนงบประมาณตามระเบียบของทางราชการ

3. ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

3.1 จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ซึ่งอดีตเคยเป็นตลาดน้ำให้มีลักษณะใกล้เคียงกับในอดีต โดยให้สิทธิการค้าขายสินค้าในตลาดแก่คนในชุมชนเป็นอันดับแรก

3.2 จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราชญ์และถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ส่งเสริมการแต่งชุดไทยเที่ยวตลาด ที่มีลักษณะเป็นตลาดวัฒนธรรม เน้นให้สิทธิคนในชุมชนสามารถจับจองพื้นที่นำสินค้าออกมาจำหน่ายได้เป็นกลุ่มแรก เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนครปฐม สินค้าโอท็อป วางแผนจัดแบ่งพื้นที่ตลาดตามลักษณะสินค้าและบริการ เช่น พื้นที่อาหารเครื่องดื่ม สินค้าท้องถิ่น สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ การดูแลความเรียบร้อย และการรักษาความสะอาด

3.3 มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์ เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ในวันที่จัดกิจกรรมตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรมการแสดงแก่นักท่องเที่ยว เช่น การแสดงผลงานศิลปะดนตรีหรือนาฏศิลป์ ของนักเรียนนักศึกษาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดนครปฐม คณะการแสดงพื้นบ้านของชุมชนในจังหวัดนครปฐม การฉายหนังกลางแปลง เป็นต้น

3.4 จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลากลางวันและเวลากลางคืน เพื่อสัมผัสวิถีชีวิตของคนในอดีต

3.5 จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น เส้นทางท่องเที่ยวรอบคลอง จุดที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนคร นิทรรศการวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ สักการะองค์พระปฐมเจดีย์และพระร่วงโรจนฤทธิ์ จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุกทำกิจกรรม เช่น การเผาข้าวหลาม โดยอาจเป็นการปั่นสามล้อท่องเที่ยว หรือจัดรถรางนำเที่ยว

3.6 เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กรมการสัตว์ทหารบกนำมาจัดให้นักท่องเที่ยวได้ขี่เที่ยวชมเส้นทาง

3.7 จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนั้บถอยหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ การออกร้านค้าอาหารเจในเทศกาลกินเจ เป็นต้น

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

4.1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คนในชุมชนก่อนเป็นกลุ่มแรก

4.2 จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงเป็นจุดนัดพบของนักท่องเที่ยว และจัดให้มีมัคคุเทศก์ โดยคนในชุมชน และมีแผนที่การท่องเที่ยว

4.3 จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ประวัติศาสตร์จังหวัดนครปฐม องค์พระปฐมเจดีย์ คลองเจดีย์บูชา วิถีชีวิตของผู้คนในอดีต ฯลฯ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว

4.4 จัดระบบการจราจร วางแผนเส้นทางการคมนาคม เส้นทางการเข้าออกพื้นที่พื้นที่จอดรถที่สามารถรองรับรถของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท โดยคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อคนในชุมชน

4.5 จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชุมประตูลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตเห็นได้ง่าย และมีหลายภาษา

4.6 จัดให้มีศูนย์อาหาร เป็นแหล่งรวมอาหารที่มีความหลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม และจัดให้มีศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกต่าง ๆ และศูนย์การเรียนรู้ ภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้และร่วมทำกิจกรรม

4.7 จัดระเบียบร้านค้าแผงลอยในพื้นที่ที่ปัจจุบันไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่รักษาความสะอาด โดยวางแผนกำหนดพื้นที่อนุญาตเป็นสัดส่วนชัดเจนและเป็นธรรมทั้งแก่ผู้ค้าเดิมและผู้ค้าใหม่ รวมถึงคนในชุมชน วางกฎระเบียบในการค้าที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกชนิดและประเภทของสินค้าและบริการที่อนุญาต ความเป็นมาตรฐานของสินค้าและบริการ ข้อห้ามและข้อปฏิบัติ การรักษาความสะอาด ไม่กีดขวางการจราจรและสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น ทั้งนี้เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม สะดวกในการบริหารจัดการ ควบคุมไม่ให้มีร้านค้ามากจนเกินไปจนเกิดความไม่เป็นระเบียบ หรือมีสินค้าและบริการที่ซ้ำซ้อนมากเกินไปทำให้ไม่มีความหลากหลายและเกิดการแย่งลูกค้าจนเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ค้า เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่ชุมชนและการท่องเที่ยว

4.8 ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐานเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่สนใจพักค้างคืน

4.9 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับการแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โควิด 19

4.10 ติดตั้งระบบการรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ ได้แก่ ไฟฟ้าส่องสว่าง ระบบกล้องวงจรปิด ระบบเสียงตามสาย ประสานเจ้าหน้าที่ตำรวจติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจและการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

4.11 มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอและมีการแยกขยะ มีช่วงเวลา และระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม

4.12 จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่

4.13 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว

4.14 จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพให้แก่คนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า เพื่อพัฒนา ศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ได้แก่ ความรู้ด้านการทำธุรกิจ การพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ การทำขนม การทำอาหารเครื่องดื่ม ความรู้ด้านการจัดการโรงแรม (สำหรับผู้ที่ สนใจทำโรงแรมหรือโฮมสเตย์) การทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ เป็นต้น

4.15 ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกวดร้านค้า ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าและบริการแนะนำ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์

5. ด้านการประชาสัมพันธ์ มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

5.1 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชาในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบ เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยใช้คลองเจดีย์บูชาเป็นจุดสำคัญ ความสำคัญของคลองเจดีย์บูชาที่มี ความเกี่ยวข้องกับองค์พระปฐมเจดีย์ที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จะ ได้สัมผัสกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของจังหวัดนครปฐม ได้สักการะองค์พระปฐมเจดีย์ ได้สัมผัสกับตลาดน้ำที่ เคยเป็นวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต ได้พายเรือในคลอง ได้ปั่นสามล้อ เป็นแหล่งการค้าสำคัญของจังหวัด นครปฐมที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับสินค้าที่ต่าง ๆ มากมาย ทั้งของกิน ของใช้ เป็นจุดเช็คอิน (Check in) ที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับทัศนียภาพที่สวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ ได้ออกกำลังกาย มีจุดถ่ายภาพสวย ๆ เป็นที่ระลึกลงโซเชียลมีเดีย และภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ ใจกลางเมือง การคมนาคมสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายและมีความปลอดภัย

5.2 การประชาสัมพันธ์ ใช้คิดถ้อยคำที่แปลกใหม่ ทันสมัย โดนใจ ใช้ภาษาที่สละสลวย

5.3 ใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวน ยูทูบเบอร์ (Youtuber) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา รีวิวสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ชิมอาหาร เที่ยวตลาดน้ำ พายเรือในคลอง ปั่นสามล้อเที่ยว เป็นต้น

5.4 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่นป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอต้นลงยูทูบ (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยม อย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ดีกิต็อก เพื่อให้เข้าถึงผู้คนให้ได้มากที่สุด

ผลการศึกษาระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 2 จัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่ คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ปรากฏรายละเอียด ดังนี้

ผู้วิจัยนำผลการศึกษาระยะที่ 1 ผลการศึกษาระยะที่ 2 และผลการศึกษาระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ จัดทำเป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วยนโยบาย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ 2) ด้านการปรับภูมิทัศน์ 3) ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) ด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และ 5) ด้านการประชาสัมพันธ์ มีกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย จำนวน 30 กลยุทธ์สนับสนุนนโยบาย และมาตรการการปฏิบัติ จำนวน 42 มาตรการ

ผลการศึกษาระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 3 การจัดสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) มีรายละเอียดกล่าวโดยสรุปดังนี้

1. ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญซึ่งประกอบด้วย ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ 1 คน ด้านการปรับภูมิทัศน์ 1 คน ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1 คน ด้านวัฒนธรรม 1 คน ด้านการประชาสัมพันธ์ 1 คน และผู้ที่ปฏิบัติหรือเคยปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ ที่ทำการศึกษา 1 คน รวมจำนวน 6 คน ได้ตรวจสอบและมีความเห็นว่า ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญทุกคนมีความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้ และเห็นด้วยในร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ที่ประกอบด้วย 5 นโยบาย 30 กลยุทธ์สนับสนุนนโยบาย และ 42 มาตรการปฏิบัติ มีความเห็นว่าหากนำข้อเสนอเชิงนโยบายดังกล่าวไปปฏิบัติได้จริง จะเกิดประโยชน์ต่อคนในชุมชน และจังหวัดนครปฐม เป็นอย่างมาก และให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1.1 ในนโยบายการปรับภูมิทัศน์ มีข้อสังเกตว่า คลองเจดีย์บูชา มีประตูระบายน้ำ ตั้งอยู่ที่บริเวณระหว่างสะพาน 3 และสะพาน 4 ควรมีการวางแผนการเปิดปิดประตูน้ำ รวมถึงแนวทางการระบายน้ำ เพราะจะมีผลกระทบต่อลาดน้ำที่จะจัดสร้างขึ้นและกิจกรรมการพายเรือชมคลอง

1.2 ในนโยบายการปรับภูมิทัศน์ ที่เสนอให้มีการฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ตั้งข้อสังเกตว่าสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ อาจมีข้อขัดข้องทางกฎหมาย หรือระเบียบปฏิบัติของทางราชการ เช่น พื้นที่เทศบาลนครนครปฐมเดิมที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนคร เคยมีข้อพิพาทฟ้องร้องกันในศาลปกครอง และปัจจุบันยังปล่อยให้เป็นที่ว่างเปล่าไม่มีการพัฒนาแต่อย่างใด ซึ่งหากจะดำเนินการในส่วนนี้ควรให้มีการปรึกษาหารือกับหน่วยงานราชการ ได้แก่ กรมศิลปากร อย่างใกล้ชิด และพิจารณาข้อกฎหมาย ระเบียบของทางราชการให้ถี่ถ้วน

1.3 อยากให้งานวิจัยชิ้นนี้ เป็นรูปแบบที่จะนำไปต่อยอดไปพัฒนาพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในช่วงอื่น ๆ เช่นคลองเจดีย์บูชาหน้าองค์พระปฐมเจดีย์ หน้าวัดพระงาม เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนรอบคลองเจดีย์บูชา สร้างสิ่งแวดล้อมที่ดี ให้คลองเจดีย์บูชาอันเป็นคลองสำคัญทางประวัติศาสตร์ได้ฟื้นคืนชีวิตขึ้นมาอีกครั้งอย่างยั่งยืน

2. นำผลการสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) มาปรับปรุงร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ให้ถูกต้องเหมาะสมตามความเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ได้เป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 นโยบาย 30 กลยุทธ์สนับสนุนนโยบาย 42 มาตรการปฏิบัติ ดังนี้

ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

นโยบายที่ 1 นโยบายการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 1 จำนวน 6 กลยุทธ์ ได้แก่

1. กำหนดรูปแบบองค์กรจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ มีที่มาจากคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน การแบ่งหน้าที่และการทำงาน (Division of Work) ฝ่ายงานต่าง ๆ ให้ครอบคลุมในทุกส่วนงาน กำหนดตำแหน่งงาน ภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ ตลอดจนจำนวนคนให้เพียงพอ พิจารณาในการให้อำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่ายงานตามหลักความสมดุลของการรวมและกระจายอำนาจ (The Degree of Centralization)

2. กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิธีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning) การจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ไว้ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบให้ครอบคลุมในทุกขั้นตอนทุกส่วนงาน กำหนดห้วงเวลา กรอบการดำเนินการ เป็นแนวทางที่วางไว้สำหรับการทำงานในอนาคต มีเอกภาพของทิศทางการดำเนินงาน (Unity of Direction) ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการทำงาน มีทิศทางการทำงานที่ชัดเจน มีเส้นทางเดินที่ไปสู่ทิศทางเดียวกัน

3. กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่าย เป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority & Responsibility) บริหารงานให้ปฏิบัติตามแผนควบคุม ตัดสินใจ สั่งการ และรับผิดชอบ ตลอดจนสอดส่องปัญหาเพื่อหาทางแก้ไข มีสายการบังคับบัญชา (Scalar chain) ปกครองดูแลผู้ปฏิบัติงาน กำกับดูแลเอาใจใส่การปฏิบัติ สร้างแรงจูงใจในการทำงาน ให้กำลังใจ

4. มีการประสานงาน (Coordination) มีทำงานในลักษณะการบูรณาการร่วมกัน ประสานเชื่อมโยง ทำงานประสานสอดคล้องกันในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล หัวหน้ากับลูกน้อง แผนกต่อแผนก ฝ่ายต่อฝ่าย จนถึงระดับผู้บริหาร กำหนดวิธีการและเครื่องมือที่สามารถติดต่อประสานกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพื่อให้การจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพไปในทิศทางเดียวกัน

5. มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด ทั้งในเรื่องของกรอบเวลา ขั้นตอนการทำงาน มาตรฐานการปฏิบัติ การใช้ทรัพยากร และงบประมาณ

6. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กร การบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 1 จำนวน 6 มาตรการ ได้แก่

1. จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนใน 4 ชุมชน คือ ชุมชนสวนลำไย ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงชอย 6 และชุมชนชอย 7 ตัวแทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่และการจัดการท่องเที่ยว เช่น จังหวัดนครปฐม เทศบาลนครนครปฐม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครปฐม สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม เป็นต้น ชี้แจงทำความเข้าใจและเป้าหมายของการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม รับฟังความคิดเห็น และจัดตั้งองค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบของคณะกรรมการส่วนหนึ่งจะต้องเป็นคนในชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำและขับเคลื่อนแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง และอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐมาเข้าเพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาประสานงานกับภาครัฐ ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนการขับเคลื่อนในด้านต่าง ๆ นำเสนอเทศบาลนครนครปฐม เพื่อทำการรับรองตามระเบียบของทางราชการ

2. คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กำหนดนโยบาย และเป้าหมาย การดำเนินการ วาง โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน จัดแบ่งภาระงานออกเป็นฝ่ายเพื่อดูแลรับผิดชอบใน งานต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ฝ่ายอำนวยการและประสานงาน ฝ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสนับสนุน ฝ่ายจัดเก็บรายได้ เป็นต้น อาจจัดให้อยู่ในรูปของคณะอนุกรรมการ เพื่อดูแลฝ่ายต่าง ๆ กำหนดภาระงาน อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ กำหนดจำนวนคนผู้ปฏิบัติ ในแต่ละฝ่าย สายการบังคับบัญชา ระเบียบปฏิบัติการทำงาน การจัดเก็บผลประโยชน์และกำหนด ค่าตอบแทน การติดต่อประสานงานระหว่างกัน การควบคุมกำกับดูแลและการประเมินผล

3. คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคล ผู้มีความรู้ความสามารถทำหน้าที่แต่ละฝ่าย ทั้งหัวหน้าฝ่ายและผู้ปฏิบัติงาน ที่มาจากคนในชุมชน เป็นหลัก

4. จัดอบรมบุคลากรทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และบุคลากร ผู้ปฏิบัติในแต่ละฝ่าย โดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผู้ประกอบการภาคเอกชน ผู้มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความรู้ ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหาร จัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5. มีการจัดการประชุมของคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และหัวหน้า ฝ่ายปฏิบัติเป็นประจำ เพื่อให้มีโอกาสพบปะพูดคุย เสนอแนะความคิดเห็นและปัญหาข้อขัดข้อง ในการทำงาน ประสานการทำงานระหว่างกัน

6. คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการ ท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการ จัดให้มีการสำรวจประเมิน ความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าผู้ประกอบการ และคนในชุมชน เป็นวงรอบ เช่น ทุก 3 เดือน หรือทุก 6 เดือน และมีการฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากช่องทางต่าง ๆ เช่น กล้องรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่จุดบริการนักท่องเที่ยว หรือความคิดเห็นข้อติชม ในช่องทางออนไลน์

นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับปรุงทัศนียภาพที่คลองเจดีย์บูชาให้เหมาะสมในการจัดเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 2 จำนวน 6 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

2. การฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยว

3. การพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรม ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด

4. การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่แยกออกเป็นสวน ๆ เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ โดยคำนึงถึงความสามารถใช้ประโยชน์พื้นที่ได้อย่างหลากหลาย รองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ความสะอาดความสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสวยงาม และความปลอดภัย การบริหารจัดการ การดูแลรักษา ความสะอาด การระบายน้ำ ทั้งนี้ให้มีผลกระทบต่อคนในชุมชนน้อยที่สุด

5. การรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน

6. การประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ เครื่องจักร เทคโนโลยี กำลังคน วิศวกร สถาปนิก นักวิชาการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 2 จำนวน 8 มาตรการ ได้แก่

1. คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ลงสำรวจพื้นที่ รับฟังสภาพปัญหา ความเห็นและข้อเสนอแนะจากคนในชุมชนรวมถึงพ่อค้าแม่ค้าและประชาชนทั่วไป นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพ

2. วางแผนฟื้นฟูคลองเจดีย์บูชาที่มีสภาพน้ำเน่าเสีย เต็มไปด้วยขยะ มีการทิ้งน้ำเสียลงคลอง ให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด ไม่มีขยะ ไม่มีการทิ้งน้ำเสียลงคลอง และปรับปรุงตลิ่งริมคลองให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและปลอดภัย และวางแผนการระบายน้ำ เพื่อรองรับการจัดทำเป็นตลาดน้ำ ทำกิจกรรมพายเรือได้ พัฒนาปรับปรุงพื้นที่ริมคลองทั้งสองด้านให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม

3. ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทางการท่องเที่ยว เช่น องค์พระปฐมเจดีย์ ตลาดพระเครื่ององค์พระปฐมเจดีย์ จุดที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนคร จุดที่เคยเป็นตลาดน้ำในอดีต ศาลเจ้าย่งเต็กเซียงตั้ง ศาลเจ้าแม่ตันแจง ตลาดพระเครื่องวัดห้วยจรเข้ม โดยหารือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมศิลปากร สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม และเทศบาลนครนครปฐม

4. วางแผนปรับปรุงทางเท้าที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกเป็นต้นไม้ที่มีความสำคัญ เช่น ต้นราชพฤกษ์ ต้นไม้ประจำชาติไทย ต้นรวงผึ้ง

ต้นไม้ประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ต้นจัน ต้นไม้ประจำจังหวัดนครปฐม และติดตั้งไฟฟ้ารอบถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร เพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้า ให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม

5. วางแผนออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชา ได้แก่ สะพานทวารวดี (ถนนขวาพระ) สะพาน 1 (จุดตัดถนนเทศาซอย 1) สะพาน 2 (ถนนเทศาซอย 2) สะพาน 3 (ถนนเทศาซอย 3) สะพาน 4 (ถนนเทศาซอย 4) สะพานไม่มีชื่อสำหรับคนเดินข้าม (ถนนเทศาซอย 5) สะพานอุตตการบดี (ถนนเทศาซอย 6) สะพานวาทินชอุปถัมภ์ (ทางเข้าวัดห้วยจรเข้มะ) สะพานทักษิณานุกิจ (สะพานเหล็กด้านหลังโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย) และสะพาน 7 (ถนนเทศาซอย 7) ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีสภาพที่ปลอดภัยที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน

6. วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น

6.1 คลองเจดีย์บูชา ช่วงสะพานทวารวดี ถึงสะพาน 3 จัดเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า สร้างตลาดน้ำในคลองเช่นในอดีต และตลาดนัดถนนคนเดินในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

6.2 คลองเจดีย์บูชา ช่วงสะพาน 3 ถึง สะพาน 7 จัดทำเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรม โดยสร้างลานคอนกรีตเหนือคลองตั้งแต่ประตูระบายน้ำไปทางสะพาน 4 ระยะทาง 50 เมตร รวมพื้นที่บนประตูระบายน้ำซึ่งปัจจุบันเป็นส่วน ให้เป็นลานวัฒนธรรม มีเวทีสำหรับจัดการแสดงในช่วงวันหยุด และเป็นสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจในวันทำการ มีท่าน้ำลงจากลานวัฒนธรรมสำหรับให้นักท่องเที่ยวพายเรือชมคลอง พัฒนาพื้นที่ริมคลองทั้งสองฝั่งตลอดเส้นทางให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีพ่อค้าแม่ค้าพายเรือจำหน่ายสินค้า

6.3 พื้นที่รอบคลองเจดีย์บูชา ช่วงตั้งแต่สะพานวาทินชอุปถัมภ์ จนถึงสะพาน 7 จัดทำเป็นสวนสุขภาพ ขยายบาทวิถี สร้างทางวิ่งออกกำลังกายริมคลอง ปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบให้สวยงาม รมรื่น ประดับตกแต่งน้ำพุ ไฟสี หรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ เพื่อให้เป็นสถานที่สำหรับถ่ายภาพเป็นจุดเช็คอิน (Check in) อีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม

6.4 วางแผนเส้นทางคมนาคม ทางเข้าทางออกพื้นที่ พื้นที่จอดรถที่สามารถรองรับรถของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท โดยคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อคนในชุมชน

6.5 วางแผนติดตั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่สนับสนุนต่อกิจกรรมท่องเที่ยว และธุรกิจการค้า เช่นระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา

7. จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปรับปรุงภูมิทัศน์ รวมถึงแผนออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม และเป็นไปเพื่อประโยชน์สำหรับชุมชนอย่างแท้จริง

8. นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับปรุงทัศนคติต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการตามระเบียบทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง

นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 3 จำนวน 7 กลยุทธ์ ได้แก่

1. จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ของจังหวัดนครปฐม ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา องค์พระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสิ้นชุมชน

2. จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด

3. จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ศึกษาความลักษณะทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม (Active participation) และเรียนรู้ประสบการณ์ (Learning experience) ในวิถีชีวิตประจำวันของคนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction) มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์กับคนในชุมชน ในขณะเดียวกันก็ได้รับความรู้ประสบการณ์ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้จัดการดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ และเกิดความประทับใจให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

4. จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทุกช่วงวัย

5. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลวันแห่งความรัก เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลลอยกระทง เป็นต้น

6. ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม

7. มีการแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่ว่าจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เข้ามาร่วมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 3 จำนวน 8 มาตรการ ได้แก่

1. จัดกิจกรรมแนะนำการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์และกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว โดยอาจจัดในรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเดินทางผ่านอุโมงค์ที่จัดทำขึ้นที่ทางเข้าออก ที่มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้ภาพสามมิติ ภาพยนตร์สั้น เป็นต้น

2. จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต โดยให้สิทธิการค้าขายสินค้าในตลาดแก่คนในชุมชนเป็นอันดับแรก

3. จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ส่งเสริมการแต่งชุดไทยเที่ยวตลาด ที่มีลักษณะเป็นตลาดวัฒนธรรม เน้นให้สิทธิคนในชุมชนสามารถจับจองพื้นที่นำสินค้าออกมาจำหน่ายได้เป็นกลุ่มแรก เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนครปฐม สินค้าโอท็อป วางแผนจัดแบ่งพื้นที่ตลาดตามลักษณะสินค้าและบริการ เช่น พื้นที่อาหารเครื่องดื่ม สินค้าท้องถิ่น สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ การดูแลความเรียบร้อย และการรักษาความสะอาด

4. มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์ เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ในวันที่จัดกิจกรรมตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรมการแสดงแก่นักท่องเที่ยว เช่น การแสดงผลงานศิลปะ ดนตรีหรือนาฏศิลป์ ของนักเรียนนักศึกษาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดนครปฐม คณะการแสดงพื้นบ้านของชุมชนในจังหวัดนครปฐม การฉายหนังกลางแปลง เป็นต้น

5. จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลากลางวันและเวลากลางคืน

6. จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น เส้นทางท่องเที่ยวรอบคลองจุดที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนคร นิทรรศการวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ สักการะองค์พระปฐมเจดีย์ และพระร่วงโรจนฤทธิ์ จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุกทำกิจกรรมเช่นการเผาข้าวหลาม โดยอาจเป็นการปั่นสามล้อท่องเที่ยว หรือจัดรถรางนำเที่ยว

7. เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กรมการสัตว์ทหารบกนำมาจัดให้นักท่องเที่ยวได้ขี่เที่ยวชมเส้นทาง

8. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนั้บถอยหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ การออกร้านค้าอาหารเจในเทศกาลกินเจ เป็นต้น

นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดการทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 4 จำนวน 6 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชน
2. การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด และต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมในพื้นที่
3. การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย เชื่อมมั่นในการจัดการท่องเที่ยว มีความประทับใจให้กลับมาเที่ยวอีก
4. การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก
5. ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม
6. ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การนวดแผนไทย การทำหน้าที่มีคคุเทศก์ เพื่อให้สามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยว

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 4 จำนวน 15 มาตรการ ได้แก่

1. การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะต่าง ๆ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คนในชุมชนก่อนเป็นกลุ่มแรก
2. จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงเป็นจุดนัดพบของนักท่องเที่ยว และจัดให้มีคคุเทศก์ โดยคนในชุมชน และมีแผนที่การท่องเที่ยว
3. จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ประวัติศาสตร์จังหวัดนครปฐม องค์พระปฐมเจดีย์ คลองเจดีย์บูชา วิถีชีวิตของผู้คนในอดีต ฯลฯ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว

4. จัดระบบการจราจร เส้นทางรถเข้าออกพื้นที่ จัดพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวกแก่การเข้าออก มีความปลอดภัย ไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยวจนเกินไป และรองรับยานพาหนะที่หลากหลาย เช่นรถโดยสารท่องเที่ยว รถยนต์ส่วนตัว รถยนต์ผู้พิการ และรถจักรยานยนต์ โดยจัดพื้นที่จอดรถไว้ด้านนอกแหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ เช่นรถราง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการจราจรและการจอดรถในพื้นที่ท่องเที่ยว

5. จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชุมประตู่ สิ่งปลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตเห็นได้ง่าย และมีหลายภาษา

6. จัดให้มีศูนย์อาหาร เป็นแหล่งรวมอาหารที่มีความหลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกต่าง ๆ รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้และร่วมทำกิจกรรม

7. จัดระเบียบร้านค้าแผงลอยในพื้นที่ที่ปัจจุบันไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่รักษาความสะอาด โดยวางแผนกำหนดพื้นที่อนุญาตเป็นสัดส่วนชัดเจนและเป็นธรรมทั้งแก่ผู้ค้าเดิมและผู้ค้าใหม่ รวมถึงคนในชุมชน วางกฎระเบียบในการค้าที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นการค้าคัดเลือกชนิดและประเภทของสินค้าและบริการที่อนุญาต ความเป็นมาตรฐานของสินค้าและบริการ ข้อห้ามและข้อปฏิบัติ การรักษาความสะอาด ไม่กีดขวางการจราจรและสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น ทั้งนี้เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม สะดวกในการบริหารจัดการ ควบคุมไม่ให้มีร้านค้ามากจนเกินไปจนเกิดความไม่เป็นระเบียบ หรือมีสินค้าและบริการที่ซ้ำซ้อนมากเกินไปทำให้ไม่มีความหลากหลายและเกิดการแย่งลูกค้าจนเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ค้า เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่ชุมชนและการท่องเที่ยว

8. ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐานเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่สนใจพักค้างคืน

9. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับการแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โควิด 19

10. ติดตั้งระบบการรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ ได้แก่ ไฟฟ้าส่องสว่าง ระบบกล้องวงจรปิด ระบบเสียงตามสาย ประสานเจ้าหน้าที่ตำรวจติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

11. มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอและมีการแยกขยะ มีช่วงเวลาและระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม

12. จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่

13. นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว

14. จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพให้แก่คนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ได้แก่ ความรู้ด้านการทำธุรกิจ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การทำขนม การทำอาหารเครื่องดื่ม ความรู้ด้านการจัดการโรงแรม (สำหรับผู้ที่สนใจทำโรงแรมหรือโฮมสเตย์) การทำหน้าที่เป็นมีคัคเทศก์ เป็นต้น

15. ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกวดร้านค้า ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าและบริการแนะนำ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์

นโยบายที่ 5 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 5 จำนวน 5 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การสร้างภาพลักษณ์คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. การประชาสัมพันธ์ด้วยสารที่เน้นน้ำใจ
3. การนำเสนอสารด้วยการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์
4. การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing)
5. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์ สร้างสื่อประชาสัมพันธ์

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 5 จำนวน 5 มาตรการ ได้แก่

1. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชาในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยใช้คลองเจดีย์บูชาเป็นจุดสำคัญ ความสำคัญของคลองเจดีย์บูชาที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์พระปฐมเจดีย์ที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของจังหวัดนครปฐม ได้สักการะองค์พระปฐมเจดีย์ ได้สัมผัสกับตลาดน้ำที่เคยเป็นวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต ได้พายเรือในคลอง ได้ปั่นสามล้อ เป็นแหล่งการค้าสำคัญของจังหวัดนครปฐมที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับสินค้าที่ต่าง ๆ มากมาย ทั้งของกิน ของใช้ เป็นจุดเช็คอิน (Check in) ที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับทัศนียภาพที่สวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ ได้ออกกำลังกาย มีจุดถ่ายภาพสวย ๆ เป็นที่ระลึกลงโซเชียลมีเดีย และภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใจกลางเมือง การคมนาคมสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายและมีความปลอดภัย

2. การเน้นน้ำใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาร โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวโดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ เช่น ความเป็นหนึ่งเดียว ความแปลกใหม่ โอกาสที่หาได้ยาก ความเป็นที่แรก การทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษ เป็นต้น เช่น “ตลาดน้ำใจกลางเมือง” “จะมีสักกี่ครั้งในชีวิตที่ได้พาคนรักพายเรือชมคลองในค่ำคืนวันแห่งความรัก (จัดกิจกรรมวันแห่งความรัก พายเรือชมแสงไฟในคลองเจดีย์บูชา)”

3. สร้างสรรค์ถ้อยคำอย่างสละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณรายละเอียดของการจัดกิจกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น “พายเรือ ปั่นสามล้อ ชิมม้า ครอบคลองเจดีย์บูชา” “พายเรือชมจันทร์ในคืนวันเพ็ญเดือน 12 (กิจกรรมพายเรือในวันลอยกระทง)”

4. การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวนยูทูบเบอร์ (Youtuber) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา รีวิวนสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ชิมอาหาร เที่ยวตลาดน้ำ พายเรือในคลอง ปั่นสามล้อเที่ยว เป็นต้น

5. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอต้นลงยูทูบ (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟสบุ๊ค ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ทวิตเตอร์ ดิจิตัล

ผลการศึกษาระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 4 การประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม มีการดำเนินการดังนี้

นำเสนอร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ที่ได้รับการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ในการสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurships) ให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง เพื่อทำการประเมินตามมาตรฐานการประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความเป็นประโยชน์ เพื่อทำการรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ซึ่งประกอบด้วย 5 นโยบาย 30 กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย และ 42 มาตรการปฏิบัติ ซึ่งผลการประเมิน ปรากฏดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
นโยบายที่ 1 นโยบายการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง	4.17	0.41	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด	4.17	0.41	มาก	4.67	0.52	มากที่สุด
กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 1												
กลยุทธ์ที่ 1 กำหนดรูปแบบองค์การจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ที่มาจากคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง	4.33	0.52	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.17	0.41	มาก
กลยุทธ์ที่ 2 กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning)	4.50	0.55	มากที่สุด	4.00	0.00	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.00	0.00	มาก
กลยุทธ์ที่ 3 กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่ายเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 4 มีการประสานงาน (Coordination) บูรณาการร่วมกันประสานเชื่อมโยงทำงานประสานสอดคล้องกัน ในทุกระดับ	4.17	0.41	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.17	0.41	มาก	4.33	0.52	มาก

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
กลยุทธ์ที่ 5 มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด	4.67	0.516	มากที่สุด	4.33	0.82	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กรและบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.17	0.75	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
มาตรการปฏิบัตินโยบายที่ 1												
มาตรการที่ 1 จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนตัวแทนภาครัฐ จัดตั้งองค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบของคณะกรรมการส่วนหนึ่งจะต้องเป็นคนในชุมชนและอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐนำเสนอเทศบาลนครปฐม เพื่อทำการรับรองตามระเบียบของทางราชการ	4.50	0.84	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก
มาตรการที่ 2 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.45	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
กำหนดนโยบาย และ เป้าหมายการ ดำเนินการ วาง โครงสร้างองค์กรที่ ชัดเจน จัดแบ่งภาระ งานออกเป็นฝ่ายเพื่อ ดูแลรับผิดชอบในงาน ต่าง ๆ												
มาตรการที่ 3 คณะกรรมการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือก แต่งตั้งบุคคลผู้มีความรู้ ความสามารถทำหน้าที่ แต่ละฝ่าย ที่มาจากคน ในชุมชนเป็นหลัก	4.67	0.52	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก	4.83	0.41	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก
มาตรการที่ 4 จัดอบรม บุคลากรทั้งระบบ เพื่อให้บุคลากรทุก ฝ่ายมีความรู้ด้านการ ท่องเที่ยว การบริหาร จัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้ การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมี ประสิทธิภาพ	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก	4.33	0.52	มาก	4.17	0.41	มาก
มาตรการที่ 5 มีการ จัดการประชุมของ คณะกรรมการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว และหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติ เป็นประจำ ประสาน การทำงานระหว่างกัน	4.50	0.55	มากที่สุด	4.17	0.41	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก
มาตรการที่ 6 คณะกรรมการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและ ควบคุมการจัดการ ท่องเที่ยว การปฏิบัติ งานของแต่ละฝ่ายให้ เป็นไปตามแผน มีการ	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
สำรวจประเมินความพึงพอใจ และมีการฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากช่องทางต่าง ๆ												
นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับภูมิทัศน์พื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.83	0.41	มากที่สุด	5.00	0.000	มากที่สุด	4.83	0.408	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 2												
กลยุทธ์ที่ 1 การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรมให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้คนในชุมชน	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 2 การฟื้นฟูพัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว	3.33	0.52	ปานกลาง	3.50	0.55	ปานกลาง	3.00	0.00	ปานกลาง	3.50	0.55	ปานกลาง
กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตย์ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
กลยุทธ์ที่ 4 การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ได้อย่างหลากหลาย รองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ความสะดวกสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสวยงาม และความปลอดภัย การบริหารจัดการ การดูแลรักษา ความสะอาด การระบายน้ำ ทั้งนี้ให้มีผลกระทบต่อคนในชุมชนน้อยที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 5 การดำเนินการต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน รวมถึงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 6 ประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ เครื่องจักรเทคโนโลยี กำลังคน วิศวกร สถาปนิก นักวิชาการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ	5.00	0.00	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
มาตรการปฏิบัตินโยบายที่ 2												
มาตรการที่ 1 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ลงสำรวจพื้นที่	4.67	0.52	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงทัศน												
มาตรการที่ 2 วางแผนฟื้นฟูคลองเจดีย์บูชาที่ให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด และปรับปรุงริมตลิ่ง	4.50	0.55	มากที่สุด	4.17	0.41	มาก	4.17	0.41	มาก	4.33	0.52	มาก
มาตรการที่ 3 ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยว	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 4 วางแผนออกแบบปรับปรุงทางเท้าที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกเป็นต้นไม้ที่มี ความสำคัญ และติดตั้งไฟฟ้ารอบถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร เพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก	4.33	0.52	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 5 ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชาทุกแห่ง ให้มีรูปแบบที่	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
สวยงาม มีสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน												
มาตรการที่ 6 วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า แบ่งเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า พื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรม พื้นที่สวนสุขภาพ วางแผนเส้นทางการคมนาคมและวางแผนติดตั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน	4.83	0.41	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 7 จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงแผนออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปรายแสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
มาตรการที่ 8 นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการตามระเบียบทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง	5.00	0.00	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 3												
กลยุทธ์ที่ 1 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา องค์พระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสิ้นชุมชน	4.33	0.52	มากที่สุด	4.67	0.516	มากที่สุด	4.50	0.548	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 2 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มากที่สุด	4.17	0.41	มากที่สุด	4.17	0.41	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 3 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่ใ้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาความลักษณะทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม และเรียนรู้ประสบการณ์ ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
กลยุทธ์ที่ 4 จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทุกช่วงวัย	5.00	0.00	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 5 จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 6 ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 7 มีการแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่ว่าจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เข้ามาร่วมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.33	0.52	มากที่สุด	4.33	0.52	มากที่สุด	4.17	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
มาตรการปฏิบัตินโยบายที่ 3												
มาตรการที่ 1 จัดกิจกรรมแนะนำการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์และ กิจกรรมการท่องเที่ยว ก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มาตรการที่ 2 จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดีถึงสะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
มาตรการที่ 3 จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ที่มีลักษณะเป็นตลาดวัฒนธรรม	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 4 มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์ เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ในวันจัดกิจกรรมตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรมการแสดงแก่นักท่องเที่ยว	4.33	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
มาตรการที่ 5 จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลากลางวันและเวลากลางคืน	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
มาตรการที่ 6 จัดเส้นทางการท่องเที่ยวไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุกทำกิจกรรม	4.83	0.41	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มาตรการที่ 7 เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
มาตรการที่ 8 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนันทนุถุกรรมหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว	4.33	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.33	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 4												
กลยุทธ์ที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชน	4.67	0.52	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 2 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีสภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อ	4.00	0.00	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ชุมชนมากที่สุด และต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมในพื้นที่												
กลยุทธ์ที่ 3 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย เชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยว มีความประทับใจให้กลับมาเที่ยวอีก	4.33	0.52	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก
กลยุทธ์ที่ 4 ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม	4.83	0.41	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก	4.83	0.41	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 5 การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสาธารณะ	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
การโรงแรม การนวด แผนไทย การทำหน้าที่ มัคคุเทศก์												
มาตรการปฏิบัตินโยบายที่ 4												
มาตรการที่ 1 การ จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการ สาธารณะต่าง ๆ ต้อง ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม ในการบริหาร จัดการ เสนอความ คิดเห็น และให้สิทธิ ได้รับการจัดสรร ประโยชน์แก่คนใน ชุมชนก่อนเป็นกลุ่มแรก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก
มาตรการที่ 2 จัดตั้งจุด บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงเป็นจุดนัดพบ ของนักท่องเที่ยว และ จัดให้มีมัคคุเทศก์ โดย คนในชุมชน และมีแผน ที่การท่องเที่ยว	4.83	0.41	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 3 จัดตั้ง ศูนย์การเรียนรู้ ประวัติศาสตร์คลอง เจดีย์บูชา เป็นแหล่ง รวบรวมข้อมูล ประวัติศาสตร์ เพื่อเป็น แหล่งเรียนรู้แก่นัก ท่องเที่ยว	4.67	0.52	มากที่สุด	4.17	0.41	มาก	4.67	0.52	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก
มาตรการที่ 4 จัดระบบ การจราจร เส้นทาง เข้าออกพื้นที่ จัดพื้นที่ จอดรถที่มีความสะดวก แก่การเข้าออก มีความ ปลอดภัย ไม่ไกลจากจุด ท่องเที่ยวจนเกินไป และรองรับยานพาหนะ ที่หลากหลาย จัดพื้นที่ จอดรถไว้ด้านนอก	4.33	0.52	มาก	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
แหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่												
มาตรการที่ 5 จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชุมประตูลีปลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตได้ง่าย และมีหลายภาษา	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.17	0.41	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 6 จัดให้มีศูนย์อาหาร และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น	4.33	0.52	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
มาตรการที่ 7 จัดระเบียบร้านค้าแผงลอย	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 8 ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐาน	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
มาตรการที่ 9 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับ การแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โรคโควิด 19	4.67	0.52	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มาตรการที่ 10 ติดตั้งระบบการรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ประสานเจ้าหน้าที่ตำรวจติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	4.17	0.41	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
มาตรการที่ 11 มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอ และมีการแยกขยะ มีช่วงเวลาและระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
มาตรการที่ 12 จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก
มาตรการที่ 13 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่นป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว	4.33	0.52	มาก	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
มาตรการที่ 14 จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 15 ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกวดร้านค้า ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็น	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้
เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
สินค้าและบริการ แนะนำ ขึ้นป้าย ประชาสัมพันธ์												
นโยบายที่ 5 นโยบาย ด้านการ ประชาสัมพันธ์	4.83	0.41	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก	4.67	0.52	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก
กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 5												
กลยุทธ์ที่ 1 การสร้าง ภาพลักษณ์คลองเจดีย์ บูชาให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	4.50	0.55	มากที่สุด	4.33	0.52	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 2 การ ประชาสัมพันธ์ด้วยสาร ที่โน้มน้าวใจ	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 3 การ นำเสนอสารด้วยการใช้ ภาษาที่สร้างสรรค์	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 4 การใช้ บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผล ทางการตลาด (Celebrity Marketing)	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
กลยุทธ์ที่ 5 การจัดทำ สื่อประชาสัมพันธ์ที่ หลากหลาย การใช้ แพลตฟอร์มในสื่อสังคม ออนไลน์สร้างสื่อ ประชาสัมพันธ์	4.83	0.41	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด
มาตรการปฏิบัตินโยบายที่ 5												
มาตรการที่ 1 ประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยวคลองเจดีย์ บูชาในภาพลักษณ์ที่ เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์มี นักท่องเที่ยวจะได้ สัมผัสประสบการณ์ ชีวิตที่หลากหลาย มา เที่ยวที่เดียวครบ ทั้ง เที่ยว กิน ชอป และอยู่ ใจกลางเมือง	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
มาตรการที่ 2 การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาร โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว โดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 3 สร้างสรรค์สื่อตัวอย่าง สละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณารายละเอียดของการจัดกิจกรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.83	0.41	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวนยูทูปเบอร์ (Youtuber) (ผู้ที่ผลิตสื่อลงในเว็บไซต์ที่สามารถลงสื่อวิดีโอและสามารถแบ่งปันวิดีโอให้ผู้อื่นได้รับชมที่ชื่อว่า ยูทูป (Youtube)) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา ริวิวสถานที่ท่องเที่ยว	4.83	0.41	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด	4.67	0.52	มากที่สุด	4.50	0.55	มากที่สุด
มาตรการที่ 5 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา สื่อโฆษณา	4.33	0.52	มาก	4.17	0.41	มาก	4.33	0.52	มาก	4.50	0.55	มากที่สุด

ตารางที่ 13 ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (ต่อ)

รายการประเมิน	ความถูกต้อง			ความเหมาะสม			ความเป็นไปได้			ความเป็นประโยชน์		
	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ทางวิทยุ สื่อวิดีโอคนลงยูทูป (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ดีกติก												

จากตารางที่ 13 สรุปผลการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ทั้ง 5 นโยบาย 30 กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย และ 42 มาตรการปฏิบัติ จากผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ได้ผลดังนี้

ผลการประเมินรับรองนโยบาย

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองนโยบายเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับปรุงทัศนพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) นโยบายที่ 5 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) ลำดับต่อมา นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และนโยบายที่ 1 นโยบายการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองนโยบายเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ นโยบายที่ 1 นโยบายการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับปรุงทัศนพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) ลำดับต่อมา นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) และ นโยบายที่ 5 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}=4.33$, S.D.=0.52)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองนโยบายเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับภูมิทัศน์พื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) นโยบายที่ 5 ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และนโยบายที่ 1 นโยบายการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองนโยบายเรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ นโยบายที่ 1 นโยบายการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับภูมิทัศน์พื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และนโยบายที่ 5 ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 1

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 1 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 5 มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 2 กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning) ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 3 กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่ายเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 1 กำหนดรูปแบบองค์กรจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ที่มาจากรคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 4 มีการประสานงาน (Coordination) บูรณาการร่วมกัน ประสานเชื่อมโยง ทำงานประสานสอดคล้องกันในทุกระดับ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41) และกลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและ

การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กรและบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.75)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 1 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 3 กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่ายเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) คือกลยุทธ์ที่ 1 กำหนดรูปแบบขององค์กรจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ที่มาจากคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 4 มีการประสานงาน (Coordination) บูรณาการร่วมกัน ประสานเชื่อมโยง ทำงานประสานสอดคล้องกันในทุกระดับ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กรและบริหารจัดการ ($\bar{X} = 4.45$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 5 มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.82) และกลยุทธ์ที่ 2 กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning) ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.00)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 1 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กรและบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 1 กำหนดรูปแบบขององค์กรจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ที่มาจากคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 2 กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning) ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 3 กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่ายเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 5 มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และกลยุทธ์ที่ 4 มีการประสานงาน (Coordination) บูรณาการร่วมกัน ประสานเชื่อมโยง ทำงานประสานสอดคล้องกันในทุกระดับ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 1 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กรและบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 3 กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่ายเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 5 มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 4 มีการประสานงาน (Coordination) บูรณาการร่วมกัน ประสานเชื่อมโยง ทำงานประสานสอดคล้องกันในทุกระดับ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 1 กำหนดรูปแบบขององค์กรจัดการคล่องเจตียุทธศาสตร์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ที่มาจากคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41) และกลยุทธ์ที่ 2 กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning) ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.00)

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 2

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 2 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ได้อย่างหลากหลาย รองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ความสะดวกสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสวยงาม และความปลอดภัย การบริหารจัดการ การดูแลรักษาความสะอาด การระบายน้ำ ทั้งนี้ให้มีผลกระทบต่อคนในชุมชนน้อยที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 6 ประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ เครื่องจักรเทคโนโลยี กำลังคน วิศวกร สถาปนิก นักวิชาการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 1 การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่มีสภาพเสื่อมโทรม ให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้คนในชุมชน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตย์ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 5 การดำเนินการต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน รวมถึงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) และกลยุทธ์ที่ 2 การฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.33$, S.D. = 0.516)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 2 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ได้อย่างหลากหลาย รองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ความสะดวกสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสวยงาม และความปลอดภัย การบริหารจัดการ การดูแลรักษาความสะอาด การระบายน้ำ ทั้งนี้ให้มีผลกระทบต่อคนในชุมชนน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 6 ประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ เครื่องจักร เทคโนโลยี กำลังคน วิศวกร สถาปนิก นักวิชาการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 5 การดำเนินการต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน รวมถึงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 1 การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรม ให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้คนในชุมชน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และกลยุทธ์ที่ 2 การฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.55)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 2 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ได้อย่างหลากหลาย รองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ความสะดวกสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสวยงาม และความปลอดภัย การบริหารจัดการ การดูแลรักษาความสะอาด การระบายน้ำ ทั้งนี้ให้มีผลกระทบต่อคนในชุมชนน้อยที่สุด ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สถาปัตยกรรม ภูมิสถาปัตยกรรม ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 6 ประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ เครื่องจักร เทคโนโลยี กำลังคน วิศวกร สถาปนิก นักวิชาการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 1 การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรม ให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และสร้าง

คุณภาพชีวิตที่ดีให้คนในชุมชน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 5 การดำเนินการต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน รวมถึงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.545) และกลยุทธ์ที่ 2 การฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.00$, S.D. = 0.00)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 2 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 6 ประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ เครื่องจักร เทคโนโลยี กำลังคน วิศวกร สถาปนิก นักวิชาการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 5 การดำเนินการต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน รวมถึงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาและปรับปรุงमितสน์ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรม ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 4 การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ได้อย่างหลากหลาย รองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ความสะดวกสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสวยงาม และความปลอดภัย การบริหารจัดการ การดูแลรักษาความสะอาด การระบายน้ำ ทั้งนี้ให้มีผลกระทบต่อคนในชุมชนน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 1 การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรม ให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้คนในชุมชน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และกลยุทธ์ที่ 2 การฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.50$, S.D. = 0.55)

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 3

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 3 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทุกช่วงวัย ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 5 จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 6 ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 2 จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม

และสิ่งแวดลอม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบตอสิ่งแวดลอมหรือกระทบนอยที่สดุ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 3 จัดรูปแบบการทองเที่ยว และกิจกรรมการทองเที่ยวในลักษณะที่ให่คงไว่ซึ่งวิถีชีวิตของทองถิ่น ให่ให้นักทองเที่ยวได่ศึกษาความลักษณะทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ให่ให้นักทองเที่ยวเขาไปมีสวนรวม และเรียนรู่ประสบการณั ในวิถีชีวิตประจำวันของผู่คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหวางกัน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 1 จัดรูปแบบการทองเที่ยว และกิจกรรมการทองเที่ยวที่ให่ความสำคัญกับประวัติศาสตรั ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม ประวัติศาสตรั คลองเจดีย์บูชา องคัพระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสี่ชุมชน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และกลยุทธ์ที่ 7 มีการแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่วาจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือหนวยงานราชการ ภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เข้ามารวมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำกิจกรรมการทองเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 3 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปนอยที่สดุ ได่แก่ กลยุทธ์ที่ 4 จัดรูปแบบการทองเที่ยวและจัดกิจกรรมการทองเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักทองเที่ยวที่หลากหลาย ทุกช่วงวัย ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 5 จัดกิจกรรมการทองเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนนักทองเที่ยวเขามาทองเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 1 จัดรูปแบบการทองเที่ยว และกิจกรรมการทองเที่ยวที่ให่ความสำคัญกับประวัติศาสตรั ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม ประวัติศาสตรั คลองเจดีย์บูชา องคัพระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสี่ชุมชน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 3 จัดรูปแบบการทองเที่ยว และกิจกรรมการทองเที่ยวในลักษณะที่ให่คงไว่ซึ่งวิถีชีวิตของทองถิ่น ให่ให้นักทองเที่ยวได่ศึกษาความลักษณะทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ให่ให้นักทองเที่ยวเขาไปมีสวนรวม และเรียนรู่ประสบการณั ในวิถีชีวิตประจำวันของผู่คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหวางกัน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 6 ชุมชนมีส่วนร่วมและได่รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่วาต้องให่คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการทองเที่ยวและได่รับผลประโยชน์จากการทองเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 2 จัดรูปแบบการทองเที่ยว และกิจกรรมการทองเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดลอม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบตอสิ่งแวดลอมหรือกระทบนอยที่สดุ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และ กลยุทธ์ที่ 7 มีการแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่วาจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือหนวยงานราชการ ภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เข้ามารวมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำกิจกรรมการทองเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 3 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 3 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยว ในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาความลักษณะทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม และเรียนรู้ประสบการณ์ ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 5 จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 1 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา องค์พระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสี่ชุมชน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 4 จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายทุกช่วงวัย ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 6 ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 2 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41) และ กลยุทธ์ที่ 7 มีการแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่ว่าจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เข้ามาร่วมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 3 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 3 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น ให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาความลักษณะทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม และเรียนรู้ประสบการณ์ ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 5 จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 1 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา องค์พระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสี่ชุมชน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 4 จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายทุกช่วงวัย ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 7 มีการแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่ว่าจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือหน่วยงานราชการ ภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ

เข้ามาร่วมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67, S.D. = 0.52$) กลยุทธ์ที่ 6 ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.52$) และ กลยุทธ์ที่ 2 จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด ($\bar{X} = 4.17, S.D. = 0.41$)

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 4

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 4 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.83, S.D. = 0.41$) กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การนวดแผนไทย การทำหน้าที่มัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.83, S.D. = 0.41$) กลยุทธ์ที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชน ($\bar{X} = 4.67, S.D. = 0.52$) กลยุทธ์ที่ 5 การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ ($\bar{X} = 4.50, S.D. = 0.55$) กลยุทธ์ที่ 3 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย เชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยว มีความประทับใจให้กลับมาเที่ยวอีก ($\bar{X} = 4.33, S.D. = 0.52$) และ กลยุทธ์ที่ 2 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตย์ในพื้นที่ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด และต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.00, S.D. = 0.00$)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 4 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชน ($\bar{X} = 5.00, S.D. = 0.00$) กลยุทธ์ที่ 3 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึก

สะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย เชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยว มีความประทับใจให้กลับมาเที่ยวอีก ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 2 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์ และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด และต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 5 การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสาธารณะ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การนวดแผนไทย การทำหน้าที่มัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) และ กลยุทธ์ที่ 4 ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขาย มีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 4 เรียงลำดับจาก ค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 5 การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสาธารณะ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดอบรมเพื่อให้รู้ ด้านการประกอบอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การนวดแผนไทย การทำหน้าที่มัคคุเทศก์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก จะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 3 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก ให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยว เกิดความรู้สึกสะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย เชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยว มีความประทับใจให้กลับมา เที่ยวอีก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และกลยุทธ์ที่ 2 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดง ถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ ลักษณะเฉพาะ ของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชน มากที่สุด และต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.00$, S.D. = 0.55)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 4 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 2 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด และต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมในพื้นที่ ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 5 การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสาธารณะ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดอบรม เพื่อให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การนวดแผนไทย การทำหน้าที่มีคฤหบดี ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 4 ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และกลยุทธ์ที่ 3 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย เชื่อมั่นในการจัดการท่องเที่ยว มีความประทับใจให้กลับมาเที่ยวอีก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 5

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 5 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 2 การประชาสัมพันธ์ด้วยสารที่โน้มน้าวใจ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 5 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 3 การนำเสนอสารด้วยการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) และ กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างภาพลักษณ์คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 5 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 2 การประชาสัมพันธ์ด้วยสารที่โน้มน้าวใจ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 5 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 3 การนำเสนอสาร

ด้วยการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และกลยุทธ์ที่ 1 การสร้างภาพลักษณ์คล่องเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 5 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 5 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างภาพลักษณ์คล่องเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) กลยุทธ์ที่ 2 การประชาสัมพันธ์ด้วยสารที่โน้มน้าวใจ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และกลยุทธ์ที่ 3 การนำเสนอสารด้วยการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองกลยุทธ์สนับสนุนนโยบายที่ 5 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ กลยุทธ์ที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) กลยุทธ์ที่ 1 การสร้างภาพลักษณ์คล่องเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 2 การประชาสัมพันธ์ด้วยสารที่โน้มน้าวใจ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) กลยุทธ์ที่ 3 การนำเสนอสารด้วยการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) และ กลยุทธ์ที่ 5 การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52)

ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติ

แนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 1

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 1 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 3 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถทำหน้าที่แต่ละฝ่าย ที่มาจากคนในชุมชนเป็นหลัก ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 6 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผน มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจ และมีการฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากช่องทางต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 1 จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนตัวแทนภาครัฐ จัดตั้งองค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบของคณะกรรมการส่วนหนึ่งจะต้องเป็นคนในชุมชน และอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐ นำเสนอเทศบาลนครนครปฐม เพื่อทำการรับรองตามระเบียบของทางราชการ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.84) มาตรการที่ 2 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

กำหนดนโยบาย และเป้าหมายการดำเนินการวางโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน จัดแบ่งภาระงานออกเป็น ฝ่ายเพื่อดูแลรับผิดชอบในงานต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.84) มาตรการที่ 4 จัดอบรมบุคลากร ทั้งระบบ เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.84) และ มาตรการที่ 5 มีการจัดการประชุมของคณะกรรมการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว และหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติเป็นประจำ ประสานการทำงานระหว่างกัน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.84)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 1 เรียงลำดับจาก ค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 1 จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนตัวแทนภาครัฐ จัดตั้งองค์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบของคณะกรรมการส่วนหนึ่งจะต้องเป็น คนในชุมชน และอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐ นำเสนอเทศบาลนครนครปฐม เพื่อทำการรับรอง ตามระเบียบของทางราชการ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 6 คณะกรรมการบริหารจัดการ การท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่าย ให้เป็นไปตามแผน มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจ และมีการฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากช่องทางต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 2 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กำหนดนโยบายและเป้าหมายการดำเนินการวางโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน จัดแบ่งภาระงานออกเป็น ฝ่ายเพื่อดูแลรับผิดชอบในงานต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.84) มาตรการที่ 3 คณะกรรมการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถทำหน้าที่แต่ละฝ่าย ที่มาจากคนในชุมชนเป็นหลัก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 4 จัดอบรมบุคลากรทั้งระบบ เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และ มาตรการที่ 5 มีการจัดการประชุมของคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติเป็นประจำ ประสานการทำงานระหว่างกัน ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 1 เรียงลำดับจาก ค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 1 จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วน ที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนตัวแทนภาครัฐ จัดตั้งองค์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบของคณะกรรมการส่วนหนึ่งจะต้องเป็น คนในชุมชน และอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐ นำเสนอเทศบาลนครนครปฐม เพื่อทำการรับรอง ตามระเบียบของทางราชการ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 2 คณะกรรมการบริหารจัดการ

การท่องเที่ยว กำหนดนโยบาย และเป้าหมายการดำเนินการ วาง โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน จัดแบ่ง ภาระงานออกเป็นฝ่ายเพื่อดูแลรับผิดชอบในงานต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 3 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถ ทำหน้าที่แต่ละฝ่ายที่มาจากคนในชุมชนเป็นหลัก ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 6 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผน มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจ และมีการฟัง ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากช่องทางต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 5 มีการ จัดการประชุมของคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติเป็นประจำ ประสานการทำงานระหว่างกัน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และ มาตรการที่ 4 จัดอบรมบุคลากร ทั้งระบบ เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 1 เรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 2 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กำหนดนโยบายและเป้าหมายการดำเนินการ วางโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน จัดแบ่งภาระงานออกเป็น ฝ่ายเพื่อดูแลรับผิดชอบในงานต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 6 คณะกรรมการบริหาร จัดการการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่าย ให้เป็นไปตามแผน มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจ และมีการฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จากช่องทางต่าง ๆ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 1 จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจาก ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนตัวแทนภาครัฐ จัดตั้งองค์การบริหารจัดการ การท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์กรประกอบของคณะกรรมการ ส่วนหนึ่งจะต้องเป็นคนในชุมชน และอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐ นำเสนอเทศบาลนคร นครปฐม เพื่อทำการรับรองตามระเบียบของทางราชการ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 3 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถ ทำหน้าที่แต่ละฝ่ายที่มาจากคนในชุมชนเป็นหลัก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 5 มีการ จัดการประชุมของคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติเป็นประจำ ประสานการทำงานระหว่างกัน ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และ มาตรการที่ 4 จัดอบรมบุคลากร ทั้งระบบ เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

แนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 2

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 2 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 8 นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับปรุงมิทส์ต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการตามระเบียบทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 6 วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า แบ่งเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า พื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรม พื้นที่สวนสุขภาพ วางแผนเส้นทางการคมนาคม และวางแผนติดตั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 1 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ลงสำรวจพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงมิทส์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 3 ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 7 จัดเวทีประชาคมนำแผนการพัฒนาและปรับปรุงมิทส์ รวมถึงแผนออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 2 วางแผนฟื้นฟูคลองเจดีย์บูชาให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด และปรับปรุงริมตลิ่ง ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 4 วางแผนออกแบบปรับปรุงทางเท้าที่ชำรุดให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความปลอดภัยปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกเป็นต้นไม้ที่มีความสำคัญ และติดตั้งไฟฟ้ารอบถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากรเพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และ มาตรการที่ 5 ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชาทุกแห่ง ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีสภาพปัตยกรรมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 2 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 1 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยวพร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ลงสำรวจพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงมิทส์ ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 3 ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทางการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 8 นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับปรุงมิทส์ต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการตามระเบียบ

ทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 7 จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปฏิรูปทัศน์ รวมถึงแผน ออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 5 ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชาทุกแห่ง ให้มีรูปแบบ ที่สวยงาม มีสภาพปัตยกรรมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 6 วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัด กิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า แบ่งเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า พื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยว และวัฒนธรรม พื้นที่สวนสุขภาพ วางแผนเส้นทางการคมนาคม และวางแผนติดตั้งระบบ สาธารณูปโภคพื้นฐาน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการ ที่ 4 วางแผนออกแบบปรับปรุงทางเท้า ที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความ ปลอดภัย ปลุกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกและติดตั้งไฟฟ้ารอบถนนพิพิธปราสาท และถนนทิพากร เพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ ของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และ มาตรการที่ 2 วางแผนฟื้นฟูคลองเจดีย์บูชา ที่ให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด และปรับปรุงริมตลิ่ง ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 2 เรียงลำดับจาก ค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 5 ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์ บูชาทุกแห่ง ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีสภาพปัตยกรรมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณี ของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 6 วางแผนออกแบบ การใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า แบ่งเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า พื้นที่ จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรม พื้นที่สวนสุขภาพ วางแผนเส้นทางการคมนาคม และวางแผน ติดตั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 7 จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปฏิรูปทัศน์ รวมถึงแผนออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 8 นำเสนอแผนการพัฒนา และปฏิรูปทัศน์ต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการ ตามระเบียบทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 1 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พร้อมทั้งหน่วยงาน ภาครัฐ ลงสำรวจพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการพัฒนาและปฏิรูปทัศน์ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 3 ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทาง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 4 วางแผนออกแบบปรับปรุงทางเท้า

ที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกและติดตั้งไฟฟ้ารอบถนน พืชปราสาทและถนนทิพากร เพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และ มาตรการที่ 2 วางแผนฟื้นฟูคลองเจดีย์บูชาให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด และปรับปรุงริมตลิ่ง ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 2 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 8 นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการตามระเบียบทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 1 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ลงสำรวจพื้นที่ นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพ มาตรการที่ 5 ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชาทุกแห่ง ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีสภาพดีเยี่ยมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 7 จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพ รวมถึงแผนออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 3 ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทางท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 4 วางแผนออกแบบปรับปรุงทางเท้าที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงามเพื่อความปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกเป็นต้นไม้ที่มีความสำคัญ และติดตั้งไฟฟ้ารอบถนน พืชปราสาทและถนนทิพากรเพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 6 วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า แบ่งเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า พื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรม พื้นที่สวนสุขภาพ วางแผนเส้นทางคมนาคม และวางแผนติดตั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และ มาตรการที่ 2 วางแผนฟื้นฟูคลองเจดีย์บูชาให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด และปรับปรุงริมตลิ่ง ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

แนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 3

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 3 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 2 จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชา ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต ($\bar{X} = 4.83$,

S.D. = 0.42) มาตรการที่ 3 จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราชาศาและถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ที่มีลักษณะเป็นตลาดวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 6 จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุกทำกิจกรรม ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 7 เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 5 จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลากลางวันและเวลากลางคืน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 1 จัดกิจกรรมแนะนำการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์และกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 8 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนบถอยหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.52) และ มาตรการที่ 4 มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์ เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ในวันที่จัดกิจกรรมตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรมการแสดงแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 3 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 6 จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุกทำกิจกรรม ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 2 จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 8 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนบถอยหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 3 จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราชาศาและถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ที่มีลักษณะเป็นตลาดวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 5 จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลากลางวันและเวลากลางคืน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 7 เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 1 จัดกิจกรรมแนะนำการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์และกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และ มาตรการที่ 4 มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์

เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ในวันที่จัดกิจกรรมตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรมการแสดงแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.50$, S.D.=0.55)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 3 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 2 จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชา ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 5 จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลากลางวันและเวลากลางคืน ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 6 จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุกทำกิจกรรม ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 8 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนั่งรถหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 1 จัดกิจกรรมแนะนำการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์และกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 4 มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์ เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ ในวันที่จัดกิจกรรมตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรมการแสดงแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 7 เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) และ มาตรการที่ 3 จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ที่มีลักษณะเป็นตลาดวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 3 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 1 จัดกิจกรรมแนะนำการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์และกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 2 จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชา ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 6 จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุกทำกิจกรรม ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 4 มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์ เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ในวันที่จัดกิจกรรม

ตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรมการแสดงแก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.516) มาตรการที่ 5 จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลา กลางวันและเวลากลางคืน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 7 เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือ ภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 3 จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพาน ทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ที่มีลักษณะเป็นตลาดวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และมาตรการที่ 8 กิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนบถอยหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ ในวันขึ้นปีใหม่ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55)

แนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 4

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 4 เรียงลำดับจาก ค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 7 จัดระเบียบร้านค้าแผงลอย ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 2 จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึง เป็นจุดนัดพบของนักท่องเที่ยว และจัดให้มีมัคคุเทศก์ โดยคนในชุมชน และมีแผนที่การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 14 จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพ เพื่อพัฒนาศักยภาพ ในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 3 จัดตั้ง ศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นแหล่ง เรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 9 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทาง การแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับ การแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โควิด 19 ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.516) มาตรการที่ 11 มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอและมี การแยกขยะ มีช่วงเวลาและระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 12 จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะต่าง ๆ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการ บริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คนในชุมชนก่อนเป็นกลุ่ม แรก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 5 จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้ายชุ่มประตู สิ่งปลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และ ป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตเห็นได้ง่าย และมีหลายภาษา ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 8 ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 15 ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกวด

ร้านค้า ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าและบริการแนะนำ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 4 จัดระบบการจราจร เส้นทางเข้าออกพื้นที่ จัดพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวกแก่การเข้าออก มีความปลอดภัย ไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยวจนเกินไป และรองรับยานพาหนะที่หลากหลาย จัดพื้นที่จอดรถไว้ด้านนอกแหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 6 จัดให้มีศูนย์อาหาร และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 13 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่นป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และมาตรการที่ 10 ติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ ประธานเจ้าหน้าที่ตำรวจติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 4 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 2 จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือแนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงเป็นจุดนัดพบของนักท่องเที่ยว และจัดให้มีมัคคุเทศก์ โดยคนในชุมชน และมีแผนที่การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 9 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับ การแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โควิด 19 ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 4 จัดระบบการจราจร เส้นทางเข้าออกพื้นที่ จัดพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวกแก่การเข้าออก มีความปลอดภัย ไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยวจนเกินไป และรองรับยานพาหนะที่หลากหลาย จัดพื้นที่จอดรถไว้ด้านนอกแหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 5 จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชุมประตู่ สิ่งปลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตได้ง่าย และมีหลายภาษา ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 7 จัดระเบียบร้านค้าแผงลอย ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 11 มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอและการแยกขยะ มีช่วงเวลาและระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 13 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่นป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 14 จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 15 ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกอกร้านค้า

ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าและบริการแนะนำ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 6 จัดให้มีศูนย์อาหาร และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 8 ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 10 ติดตั้งระบบการรักษาความปลอดภัย ทั่วพื้นที่ ประธานเจ้าหน้าที่ตำรวจติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 12 จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะต่าง ๆ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คนในชุมชนก่อนเป็นกลุ่มแรก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และ มาตรการที่ 3 จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 4 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 2 จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือแนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงเป็นจุดนัดพบของนักท่องเที่ยว และจัดให้มีมัคคุเทศก์ โดยคนในชุมชน และมีแผนที่การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 6 จัดให้มีศูนย์อาหาร และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 11 มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอและมีการแยกขยะ มีช่วงเวลาและระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 15 ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกวดร้านค้า ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าและบริการแนะนำ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 3 จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 4 จัดระบบการจราจร เส้นทางเข้าออกพื้นที่ จัดพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวกแก่การเข้าออก มีความปลอดภัย ไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยวจนเกินไป และรองรับยานพาหนะที่หลากหลาย จัดพื้นที่จอดรถไว้ด้านนอกแหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 7 จัดระเบียบร้านค้าแผงลอย ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 8 ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 13 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่นป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะต่าง ๆ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิ

ได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คนในชุมชนก่อนเป็นกลุ่มแรก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 9 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสาน และวางแผนเส้นทางส่งกลับการแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โควิด 19 ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 10 ติดตั้งระบบการรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ ประสานเจ้าหน้าที่ตำรวจติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 12 จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 14 จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และมาตรการที่ 5 จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชุมประตู่ สิ่งปลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตได้ง่าย และมีหลายภาษา ($\bar{X}=4.17$, S.D.=0.41)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 4 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 4 จัดระบบการจราจร เส้นทางเข้าออกพื้นที่จัดพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวกแก่การเข้าออก มีความปลอดภัย ไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยวจนเกินไป และรองรับยานพาหนะที่หลากหลาย จัดพื้นที่จอดรถไว้ด้านนอกแหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ ($\bar{X} = 5.00$, S.D. = 0.00) มาตรการที่ 6 จัดให้มีศูนย์อาหารและศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 8 ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐาน ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 11 มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอและมีการแยกขยะ มีช่วงเวลาและระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 13 นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่นป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 15 ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกวดร้านค้า ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าและบริการแนะนำ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 10 ติดตั้งระบบการรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ ประสานเจ้าหน้าที่ตำรวจติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 2 จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงเป็นจุดนัดพบของนักท่องเที่ยว และจัดให้มีมัคคุเทศก์ โดยคนในชุมชน และมีแผนที่การท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 5 จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชุมประตู่ สิ่งปลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มี

ความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตได้ง่าย และมีหลายภาษา ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 7 จัดระเบียบร้านค้าแผงลอย ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 9 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับ การแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โควิด 19 ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 14 จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 1 การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะต่าง ๆ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คนในชุมชนก่อนเป็นกลุ่มแรก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 3 จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52) และมาตรการที่ 12 จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.52)

แนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 5

ด้านความถูกต้อง ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 5 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวนยูทูบเบอร์ (Youtuber) (ผู้ที่ผลิตสื่อลงในเว็บไซต์ที่สามารถลงสื่อ วิดีทัศน์ และสามารถแบ่งปันวิดีโอที่คนอื่นได้รับชมที่ชื่อว่า ยูทูบ (Youtube)) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก มาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา รั้ววิสาหกิจท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 1 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชาในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบ ทั้งเที่ยว กิน ชอป และอยู่ใจกลางเมือง ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 2 การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาร โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว โดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 3 สร้างสรรค์ถ้อยคำอย่างสละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณารายละเอียดของการจัดกิจกรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) และมาตรการที่ 5 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอลงยูทูบ (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ดีกิต็อก ($\bar{X} = 4.33$, S.D.=0.52)

ด้านความเหมาะสม ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 5 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 1 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชาในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบ ทั้งเที่ยว กิน ชอป และอยู่ใจกลางเมือง ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 2 การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาร โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวโดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 3 สร้างสรรค์ถ้อยคำอย่างสละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณารายละเอียดของการจัดกิจกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวนยูทูบเบอร์ (Youtuber) (ผู้ที่ผลิตสื่อลงในเว็บไซต์ที่สามารถลงสื่อวิดีโอและสามารถแบ่งปันวิดีโอให้ผู้อื่นได้รับชมที่ชื่อว่า ยูทูบ (Youtube) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา วิวสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และ มาตรการที่ 5 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอลงยูทูบ (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟสบุค ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ตึกตอก ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.41)

ด้านความเป็นไปได้ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 5 เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 3 สร้างสรรค์ถ้อยคำอย่างสละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณารายละเอียดของการจัดกิจกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.83$, S.D. = 0.41) มาตรการที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวนยูทูบเบอร์ (Youtuber) (ผู้ที่ผลิตสื่อลงในเว็บไซต์ที่สามารถลงสื่อวิดีโอและสามารถแบ่งปันวิดีโอให้ผู้อื่นได้รับชมที่ชื่อว่า ยูทูบ (Youtube)) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา วิวสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 1 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชาในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบ ทั้งเที่ยว กิน ชอป และอยู่ใจกลางเมือง ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 2 การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาร โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว โดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และมาตรการที่ 5 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอลงยูทูบ (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยม

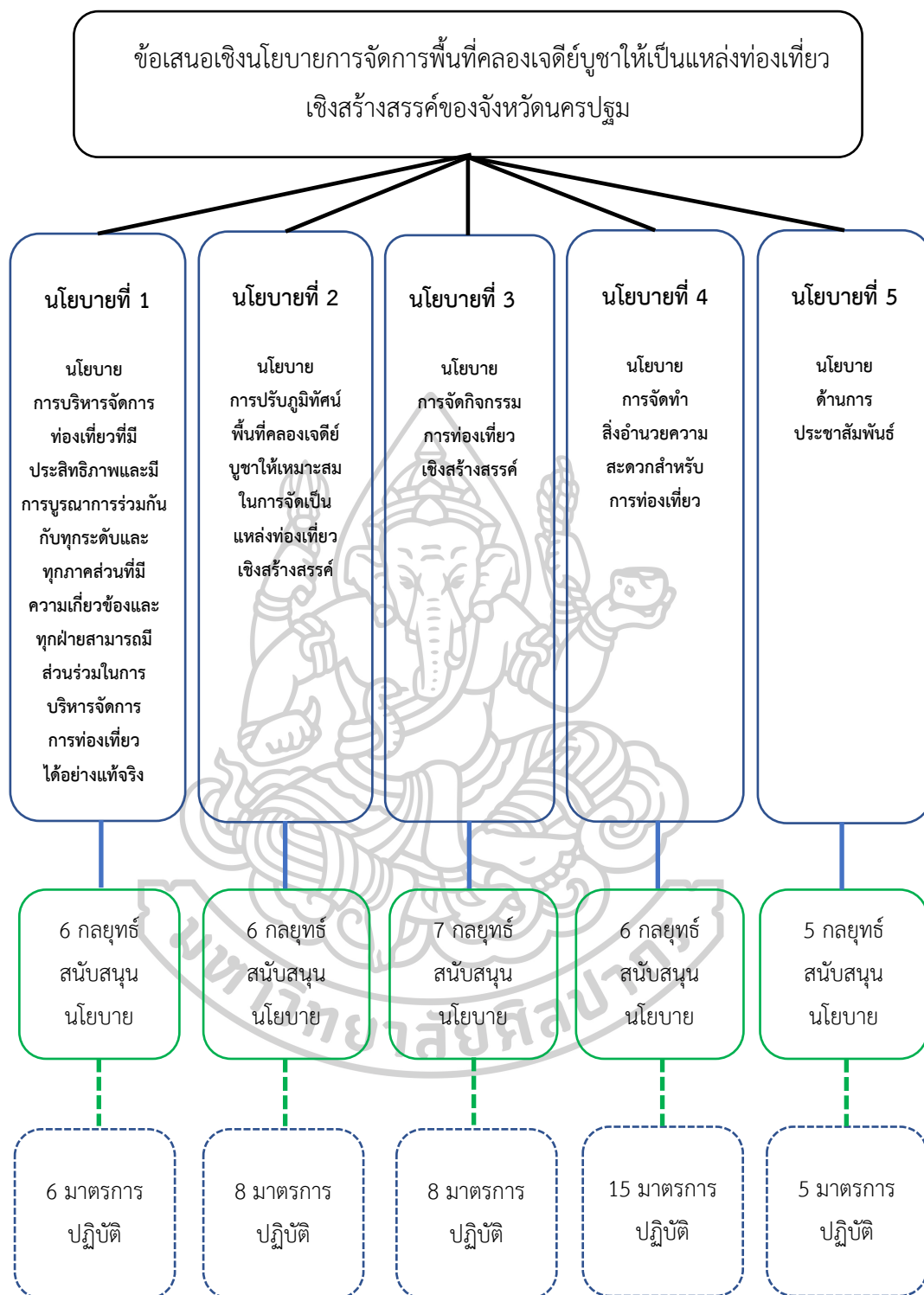
อย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ดิกด็อก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.52)

ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินรับรองแนวการปฏิบัติในนโยบายที่ 5 เรียงลำดับ จากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ มาตรการที่ 1 ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา ในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิต ที่หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบ ทั้งเที่ยว กิน ชอป และอยู่ใจกลางเมือง ($\bar{X} = 4.67$, S.D. = 0.52) มาตรการที่ 2 การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาระ โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว โดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 3 สร้างสรรค์ ถ้อยคำอย่างสละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณา รายละเอียดของการจัดกิจกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจ เข้ามาร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) มาตรการที่ 4 การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อ ผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวนยูทูบเบอร์ (Youtuber) (ผู้ที่ผลิตสื่อลงในเว็บไซต์ ที่สามารถลงสื่อวีดิทัศน์ และสามารถแบ่งปันวีดิทัศน์ให้ผู้อื่นได้รับชมที่ชื่อว่า ยูทูบ (Youtube)) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา ริวิวสถานที่ท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55) และมาตรการที่ 5 จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่น ป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวีดิทัศน์ลงยูทูบ (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยม อย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ดิกด็อก ($\bar{X} = 4.50$, S.D. = 0.55)

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งได้จากการศึกษาทั้ง 3 ระยะ ได้แก่ **การศึกษาระยะที่ 1** ผลการศึกษาริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสำหรับการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ซึ่งได้มาจากผลการเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทางเอกสาร (Document Analysis) และการลงสำรวจพื้นที่ที่ทำการศึกษาเพื่อให้เห็นสภาพที่แท้จริงของพื้นที่ ผลการสำรวจเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 4 คน ผลการสำรวจเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 359 คน **การศึกษาระยะที่ 2** ได้ผลการศึกษาเป็นข้อมูลศักยภาพด้านการจัดการ พื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมใน 5 ด้าน ซึ่งได้มาจาก ผลการสังเคราะห์ข้อมูลผลการสำรวจเชิงปริมาณ และผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและ อุปสรรค และ**การศึกษาระยะที่ 3** ได้ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ซึ่งได้มาจากการนำผลการศึกษาระยะที่ 1 และ ผลการศึกษาระยะที่ 2 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ จัดทำเป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่

คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ผ่านการตรวจสอบและ
มีความเห็นโดยผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 คน ในการจัดสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ
(Connoisseurship) และผ่านการประเมินและรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ
ดังกล่าวเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งผลจากการศึกษาทั้งหมดได้เป็น **ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม** ประกอบด้วย
5 นโยบาย 30 กลยุทธ์สนับสนุนนโยบาย และ 42 มาตรการปฏิบัติ สรุปเขียนเป็นแผนภาพได้
ดังปรากฏในแผนภาพที่ 5





ภาพที่ 5 ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ของจังหวัดนครปฐม

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาบริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงนโยบาย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทำการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถามประเมินศักยภาพของพื้นที่และชุมชนในการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 359 คน และการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม จากผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการสำรวจข้อมูลสภาพปัจจุบัน ศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ข้อมูลท้องถิ่น จากเอกสารทางราชการ รายงานการวิจัย เอกสารทางวิชาการ ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แผนยุทธศาสตร์หรือนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยว รวมถึงการลงสำรวจพื้นที่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้นำชุมชน 4 ชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา จำนวน 4 คน การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurships) ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 6 คน สามารถสรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ ได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการศึกษาบริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

คลองเจดีย์บูชา ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ช่วงตั้งแต่สะพานทวารวดี (ด้านถนนทวารวดี) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศบาล 7) มีระยะทาง 1,650 เมตร มีความกว้าง 15-20 เมตร มีถนนเลียบบนขอบคลองทั้งสองด้าน ได้แก่ถนนพิพิธปราสาทเลียบบนคลองด้านทิศเหนือ และถนนพิพิธปราสาทเลียบบนคลองด้านทิศใต้ ไหลผ่านสี่ชุมชน กล่าวคือ ชุมชนด้านทิศเหนือของคลอง

ติดถนนพิพิธปราสาท ได้แก่ ชุมชนสวนลำไย ศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6 และชุมชนซอย 7 และชุมชนด้านทิศใต้ของคลอง ติดถนนทิพากร ได้แก่ ชุมชนเทศาทิพากร และชุมชนซอย 7 (ชุมชนซอย 7 ครอบคลุมทั้งสองฝั่งคลอง)

คลองเจดีย์บูชาเป็นคลองเก่าแก่สมัยโบราณถูกขุดขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ขุดคลองจากแม่น้ำเมืองนครชัยศรี เข้าไปจนถึงบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ เพื่อความสะดวกในการคมนาคมและการไปนมัสการพระปฐมเจดีย์ แต่ในปัจจุบันไม่ได้ใช้สัญจรตั้งเช่นในอดีต น้ำในคลองมีสภาพเน่าเสียและเต็มไปด้วยขยะ พิจารณาตามลักษณะของสภาพพื้นที่ สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ส่วน กล่าวคือ ส่วนแรกตั้งแต่ต้นคลองสะพานทวาราวดี จนถึงสะพาน 3 (ถนนเทศาซอย 3) อยู่ใกล้สถานที่สำคัญคือองค์พระปฐมเจดีย์ ทั้งสองฝั่งคลองในช่วงนี้เป็นแหล่งธุรกิจการค้าสำคัญของจังหวัดนครปฐม และเป็นที่ยึดของประชาชนในจังหวัดนครปฐมและจังหวัดใกล้เคียง เป็นอาคารพาณิชย์และแหล่งที่อยู่อาศัย มีร้านค้าต่าง ๆ จำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิด มีตลาดนัดซอย 2 เปิดทำการ 2 ช่วงเวลาของทุกวัน คือช่วงเช้าเวลา 05.00 – 10.00 น. และช่วงเย็นเวลา 16.00 – 20.00 น. โดยจะทำการปิดถนนเทศาซอย 2 เพื่อจัดเป็นพื้นที่ตลาด มีพ่อค้าแม่ค้าทั้งจากประชาชนในจังหวัดนครปฐมและต่างพื้นที่มาจำหน่ายสินค้าหลากหลายชนิดทั้งอาหารสด อาหารแห้ง สินค้าอุปโภคและบริโภค มีประชาชนมาจับจ่ายซื้อของกันเป็นจำนวนมาก ในช่วงเวลาตลาดนัดทั้งเช้าและเย็นเกิดจราจรติดขัด เนื่องจากผู้คนเดินซื้อสินค้าและจอดรถริมถนนที่ไม่เป็นระเบียบ ริมคลองทั้งสองฝั่งมีผู้คนทั้งในพื้นที่และต่างพื้นที่มาจับจองร้านค้าแผงลอยรถเข็น และจอดรถค้ารถร่อย่างอิสระ จำหน่ายสินค้าหลากหลาย ทั้งอาหารสด เครื่องอุปโภคบริโภค จำหน่ายอาหารปรุงสำเร็จนั่งรับประทาน มีสภาพที่ไม่เป็นระเบียบ บางร้านมีการทิ้งของเสียและขยะลงคลอง มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์คือ เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนคร บริเวณพื้นที่ที่ทำการเทศบาลนครนครปฐมเดิม ปัจจุบันได้ถูกรื้อไปแล้วเป็นพื้นที่ว่างเปล่า คลองช่วงนี้ในอดีตเคยเป็นตลาดน้ำที่มีพ่อค้าแม่ค้าพายเรือจำหน่ายสินค้าในคลองอีกด้วย ส่วนที่สองตั้งแต่สะพาน 4 (ถนนเทศาซอย 4) จนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศาซอย 7) เป็นพื้นที่ชุมชนที่อยู่อาศัย มีอาคารพาณิชย์เปิดธุรกิจร้านค้าบ้างแต่ไม่หนาแน่นมากนัก และเป็นที่ตั้งของสถานศึกษา คือ โรงเรียนอนุบาลนครปฐม โรงเรียนอนุบาลสุธีธร โรงเรียนวัดห้วยจรเข้มะและโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย มีสถานที่สำคัญทางศาสนา คือ ศาลเจ้าองค์เต็กเซียงตั้ง ศาลเจ้าแม่ตันแจง ซอย 6 และวัดห้วยจรเข้มะ

วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในพื้นที่มีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชน ในชุมชนเทศา-ทิพากร และชุมชนสวนลำไยซึ่งเป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขายและธุรกิจส่วนตัว ลักษณะชุมชนเป็นชุมชนในเขตเมืองเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้า มีตลาดนัดซอย 2 ซึ่งเป็นที่ยึดของคนทั่วไป มีทั้งคนในพื้นที่และคนต่างถิ่นเข้ามาประกอบอาชีพค้าขายตั้งร้านค้าแผงลอยอยู่ในฝั่งคลอง ในส่วนชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 ซึ่งเป็นชุมชน

บ้านพักอาศัย บ้านจัดสรร เป็นที่ตั้งของโรงเรียน วิธีชีวิตคนในชุมชนประกอบอาชีพหลากหลาย ทั้งข้าราชการ ลูกจ้าง ประกอบอาชีพส่วนตัว ออกไปทำงานในเวลาเช้าและกลับในเวลาเย็น

ในเรื่องความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนนั้น พบว่า ในชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 คนในชุมชนให้ความร่วมมือร่วมใจเป็นอย่างดี มีความรัก ความสามัคคี มีความเอื้อเฟื้อ ช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 มีคณะกรรมการชุมชนและอาสาสมัครสาธารณสุขหมู่บ้าน (อสม.) ที่เข้มแข็ง ทำงานกันเป็นทีมอย่างเป็นระบบ แต่มีชุมชนเทศา-ทิพากรที่คนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือกัน มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ การแสวงหาความร่วมมือค่อนข้างยากเพราะสภาพของคนในชุมชนเป็นแบบต่างคนต่างอยู่ต่างคนต่างค้าขาย มีข้อพิพาทกันบ่อย ๆ ทั้งเรื่องการจัดของบนทางเท้าปัญหาขยะและการจัดการพื้นที่ขายของ แต่หากมีการจัดระเบียบให้เหมาะสม จัดกิจกรรมที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์ร่วมกัน รวมถึงเป็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจการค้าของคนในชุมชน ชี้แจงให้คนในชุมชนเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ อาจได้รับความร่วมมือก็ได้ แต่ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนนั้นทุกชุมชนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ผู้นำชุมชนรู้จักกันและมีการพบปะพูดคุยกันอยู่เสมอ

พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีจุดเด่นรวมถึงทรัพยากรที่สนับสนุนการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือประวัติศาสตร์ของคลองเจดีย์บูชา ความเป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปจังหวัดนครปฐม เป็นแหล่งค้าขายมีร้านค้าอยู่เป็นจำนวนมาก มีผู้คนสัญจรไปมา ทัศนียภาพของคลองเจดีย์บูชาที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามได้ไม่ยาก

และผลการสำรวจความเห็นต่อการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ด้านภูมิทัศน์ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่าด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้รับการประเมินให้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.33) และด้านอื่น ๆ ได้รับการประเมินให้อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.23) ด้านภูมิทัศน์ ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.34) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.37) และด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.44) ซึ่งในภาพรวม การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ได้รับการประเมินให้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.21)

2. สรุปผลการศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ใน 5 ด้าน มีดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.23) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ คือ คนในพื้นที่โดยส่วนใหญ่มีความสมัครสมานสามัคคี และชุมชนในพื้นที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ผู้นำชุมชนรู้จักกัน ช่วยเหลือเกื้อกูลกันและมีการพบปะพูดคุยกันอยู่เสมอ และมีสิ่งที่เป็นปัญหาอุปสรรคก็คือ คนในชุมชนเทศา-ทิพากรที่พบว่าคนในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือกัน มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ การแสวงหาความร่วมมือค่อนข้างยากเพราะสภาพของคนในชุมชนเป็นไปแบบต่างคนต่างอยู่ต่างคนต่างค่าขายมีข้อพิพาทกันไปบ่อย ๆ ทั้งเรื่องการตั้งของบนทางเท้าปัญหาขยะและการจัดการพื้นที่ขายของแต่อย่างไรก็ตามหากมีการจัดระเบียบให้เหมาะสม จัดกิจกรรมที่ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมและได้ประโยชน์ร่วมกัน รวมถึงเป็นโอกาสในการพัฒนาธุรกิจการค้าของคนในชุมชน ชี้แจงให้คนในชุมชนเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ อาจได้รับความร่วมมือก็ได้ และปัญหาอุปสรรคอีกประการหนึ่งคือ การทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ที่ประชาชนไม่ได้มีความเชื่อมั่นเท่าที่ควร

ด้านภูมิทัศน์ พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านภูมิทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.34) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ ภูมิทัศน์ของคลอง ลักษณะของถนนและภูมิทัศน์โดยรอบที่สามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ แต่สิ่งที่ยังถือเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไข คือสภาพคลองเจดีย์บูชาในปัจจุบันที่มีสภาพเน่าเสียเต็มไปด้วยขยะมีการทิ้งน้ำเสียและขยะลงคลอง

ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.33) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา มีสถานที่ทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ คือสถานที่ที่เคยเป็นพระราชวังปฐมนคร ความเป็นแหล่งชุมนุมธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ที่มีผู้เดินทางมาจับจ่ายซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป สถานที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง อยู่ใกล้องค์พระปฐมเจดีย์ การคมนาคมสะดวก มีสถานที่ทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป คือศาลเจ้าแม่ต้นแจงชอย 6 วัดห้วยจรเข้มะ และ มีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริม

การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว แต่สิ่งที่ถือเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไข คือ ไม่มีการจัดระบบร้านค้าแผงลอยริมคลอง ใครจะมาขายก็มาตั้งได้ ไม่เป็นระเบียบ การตั้งร้านค้าแผงลอยล้าออกมาบนถนน ไม่มีการควบคุมดูแล ทำให้มีการทิ้งขยะ น้ำเสียลงคลอง

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.37) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง อยู่ใกล้องค์พระปฐมเจดีย์ การคมนาคมสะดวก และมีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว

ด้านการประชาสัมพันธ์ พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.43) โดยถือเป็นด้านที่มีศักยภาพน้อยที่สุดใน 5 ด้าน โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ คือ คนทั่วไปรู้จักคลองเจดีย์บูชาในฐานะที่เป็นคลองเก่าแก่มีประวัติศาสตร์คู่กับองค์พระปฐมเจดีย์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์ได้ และความเป็นแหล่งชุมนุมธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ที่เป็นรู้จักของคนทั่วไป แต่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสังคมออนไลน์

กล่าวโดยสรุป ศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.21) โดยด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.33) รองลงมาตามลำดับคือด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.23) ด้านภูมิทัศน์ ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.344) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.37) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.43)

3. ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 นโยบาย 30 กลยุทธ์สนับสนุนนโยบาย 42 มาตรการปฏิบัติ ดังนี้

นโยบายที่ 1 การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 1 มี 6 กลยุทธ์ ได้แก่

1. กำหนดรูปแบบองค์กรจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ มีที่มาจากคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน การแบ่งหน้าที่และการทำงาน (Division of Work) ฝ่ายงานต่าง ๆ ให้ครอบคลุมในทุกส่วนงาน กำหนดตำแหน่งงาน ภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ ตลอดจนจำนวนคนให้เพียงพอ พิจารณาในการให้อำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่ายงานตามหลักความสมดุลของการรวมและกระจายอำนาจ (The Degree of Centralization)

2. กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning) การจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ไว้ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบให้ครอบคลุมในทุกขั้นตอนทุกส่วนงาน กำหนดช่วงเวลา กรอบการดำเนินการ เป็นแนวทางที่วางไว้สำหรับการทำงานในอนาคต มีเอกภาพของทิศทางการดำเนินงาน (Unity of Direction) ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนในการทำงาน มีทิศทางการทำงานที่ชัดเจน มีเส้นทางเดินที่ไปสู่ทิศทางเดียวกัน

3. กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่าย เป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority & Responsibility) บริหารงานให้เป็นไปตามแผน ควบคุมตัดสินใจ สั่งการ และรับผิดชอบ ตลอดจนสอดส่องปัญหาเพื่อหาทางแก้ไข มีสายการบังคับบัญชา (Scalar chain) ปกครองดูแลผู้ปฏิบัติงาน กำกับดูแลเอาใจใส่การปฏิบัติ สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กำลังใจ

4. มีการประสานงาน (Coordination) มีทำงานในลักษณะการบูรณาการร่วมกัน ประสานเชื่อมโยง ทำงานประสานสอดคล้องกันในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล หัวหน้ากับลูกน้อง แผนกต่อแผนก ฝ่ายต่อฝ่าย จนถึงระดับผู้บริหาร กำหนดวิธีการและเครื่องมือที่สามารถติดต่อประสานกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพื่อให้การจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพไปในทิศทางเดียวกัน

5. มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด ทั้งในเรื่องของกรอบเวลา ขั้นตอนการทำงาน มาตรฐานการปฏิบัติ การใช้ทรัพยากร และงบประมาณ และ

6. ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กร การบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

มาตรการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 1 จำนวน 6 มาตรการ ได้แก่

1. จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนใน 4 ชุมชน คือ ชุมชนสวนลำไย ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 ตัวแทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่และการจัดการท่องเที่ยว เช่น จังหวัดนครปฐม เทศบาลนครนครปฐม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครปฐม สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม เป็นต้น ซึ่งแจ้งทำความเข้าใจและเป้าหมายของการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม รับฟังความคิดเห็น และจัดตั้งองค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบของคณะกรรมการส่วนหนึ่งจะต้องเป็นคนในชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำและขับเคลื่อนแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง และอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐมาเข้าเพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาประสานงานกับภาครัฐ ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนการขับเคลื่อนในด้านต่าง ๆ นำเสนอเทศบาลนครปฐม เพื่อทำการรับรองตามระเบียบของทางราชการ

2. คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กำหนดนโยบาย และเป้าหมายการดำเนินการ วาง โครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน จัดแบ่งภาระงานออกเป็นฝ่ายเพื่อดูแลรับผิดชอบในงานต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ฝ่ายอำนวยการและประสานงาน ฝ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสนับสนุน ฝ่ายจัดเก็บรายได้ เป็นต้น อาจจัดให้อยู่ในรูปของคณะอนุกรรมการเพื่อดูแลฝ่ายต่าง ๆ กำหนดภาระงาน อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ กำหนดจำนวนคนผู้ปฏิบัติในแต่ละฝ่าย สายการบังคับบัญชา ระเบียบปฏิบัติการทำงาน การจัดเก็บผลประโยชน์และกำหนดค่าตอบแทน การติดต่อประสานงานระหว่างกัน การควบคุมกำกับดูแล และการประเมินผล

3. คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถทำหน้าที่แต่ละฝ่าย ทั้งหัวหน้าฝ่ายและผู้ปฏิบัติงาน ที่มาจกคนในชุมชนเป็นหลัก

4. จัดอบรมบุคลากรทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และบุคลากร ผู้ปฏิบัติในแต่ละฝ่าย โดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผู้ประกอบการภาคเอกชน ผู้มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5. มีการจัดการประชุมของคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติเป็นประจำ เพื่อให้มีโอกาสพบปะพูดคุย เสนอแนะความคิดเห็นและปัญหาข้อขัดข้องในการทำงาน ประสานการทำงานระหว่างกัน และ

6. คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการ จัดให้มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าผู้ประกอบการ และคนในชุมชน เป็นวงรอบ เช่น ทุก 3 เดือน หรือทุก 6 เดือน และมีการฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากช่องทางต่าง ๆ เช่น กล้องรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่จุดบริการนักท่องเที่ยว หรือความคิดเห็นข้อติชมในช่องทางออนไลน์

นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับภูมิทัศน์พื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 2 จำนวน 6 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรม ให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี

2. การฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

3. การพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรม ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด

4. การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่แยกออกเป็นส่วน ๆ เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ โดยคำนึงถึงการใช้ประโยชน์พื้นที่ได้อย่างหลากหลาย รองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ความสะอาดสวยงาม ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสวยงาม และความปลอดภัย การบริหารจัดการ การดูแลรักษา ความสะอาด การระบายน้ำ ทั้งนี้ให้มีผลกระทบต่อคนในชุมชนน้อยที่สุด

5. การดำเนินการต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน รวมถึงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน

6. ประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ เครื่องจักร เทคโนโลยี กำลังคน วิศวกร สถาปนิก นักวิชาการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 2 จำนวน 8 มาตรการ ได้แก่

1. คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ลงสำรวจพื้นที่ รับฟังสภาพปัญหา ความเห็น และข้อเสนอแนะจากคนในชุมชนรวมถึงพ่อค้าแม่ค้าและประชาชนทั่วไป นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงทัศน

2. พื้นฟูคลองเจดีย์บูชาที่มีสภาพน้ำเน่าเสีย เต็มไปด้วยขยะ มีการทิ้งน้ำเสียลงคลอง ให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด ไม่มีขยะ ไม่มีการทิ้งน้ำเสียลงคลอง และปรับปรุงตลิ่งริมคลองให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและปลอดภัย และวางแผนการระบายน้ำ เพื่อรองรับการจัดทำเป็นตลาดน้ำ ทำกิจกรรมพายเรือได้ พัฒนาปรับปรุงพื้นที่ริมคลองทั้งสองด้านให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม

3. ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทาง การท่องเที่ยว เช่น องค์พระปฐมเจดีย์ ตลาดพระเครื่ององค์พระปฐมเจดีย์ จุดที่เคยเป็นที่ตั้งของ พระราชวังปฐมนคร จุดที่เคยเป็นตลาดน้ำในอดีต ศาลเจ้าย่งเต็กเซียงตั้ง ศาลเจ้าแม่ตันแจง ตลาดพระเครื่องวัดห้วยจรเข้ม โดยหารือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมศิลปากร สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม และเทศบาลนครนครปฐม

4. ปรับปรุงทางเท้าที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกเป็นต้นไม้ที่มีความสำคัญ เช่น ต้นราชพฤกษ์ ต้นไม้ประจำชาติไทย ต้นรวงผึ้ง ต้นไม้ประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ต้นจัน ต้นไม้ประจำจังหวัดนครปฐม และติดตั้งไฟฟารอบถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร เพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม

5. ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชา ได้แก่ สะพานทวารวดี (ติดกับถนนทศพร) สะพาน 1 (จุดตัดถนนเทศบาลซอย 1) สะพาน 2 (จุดตัดถนนเทศบาลซอย 2) สะพาน 3 (จุดตัดถนนเทศบาลซอย 3) สะพาน 4 (จุดตัดถนนเทศบาลซอย 4) สะพานไม่มีชื่อสำหรับคนเดินข้าม (จุดตัดถนนเทศบาลซอย 5) สะพานอุตุการบดี (จุดตัดถนนเทศบาลซอย 6) สะพานนาฉิมขุภัณฑ์ (ทางเข้าวัดห้วยจรเข้ม) สะพานทักษิณานุกิจ (สะพานเหล็กด้านหลังโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย) และ สะพาน 7 (จุดตัดถนนเทศบาลซอย 7) ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน

6. วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น

6.1 คลองเจดีย์บูชา ช่วงสะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 จัดเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า สร้างตลาดน้ำในคลองเช่นในอดีต และตลาดนัดถนนคนเดินในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์

6.2 คลองเจดีย์บูชา ช่วงสะพาน 3 ถึง สะพาน 7 จัดทำเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรม โดยสร้างลานคอนกรีตเหนือคลองตั้งแต่ประตูระบายน้ำไปทางสะพาน 4 ระยะทาง 50 เมตร รวมพื้นที่บนประตูระบายน้ำซึ่งปัจจุบันเป็นสวน ให้เป็นลานวัฒนธรรม มีเวทีสำหรับจัดการแสดงในช่วงวันหยุด และเป็นสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจในวันทำการ มีท่าน้ำลงจากลานวัฒนธรรมสำหรับให้นักท่องเที่ยวพายเรือชมคลอง พัฒนาพื้นที่ริมคลองทั้งสองฝั่งตลอดเส้นทางให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีพ่อค้าแม่ค้าพายเรือจำหน่ายสินค้า

6.3 พื้นที่รอบคลองเจดีย์บูชา ช่วงตั้งแต่สะพานวชิรานุชูปถัมภ์ จนถึงสะพาน 7 จัดทำเป็นสวนสุขภาพ ขยายบาทวิถี สร้างทางวิ่งออกกำลังกายริมคลอง ปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบให้สวยงาม ร่มรื่น ประดับตกแต่งน้ำพุ ไฟสี หรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ เพื่อให้เป็นสถานที่สำหรับถ่ายภาพเป็นจุดเช็คอิน (Check in) อีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม

6.4 วางแผนเส้นทางคมนาคม ทางเข้าทางออกพื้นที่ พื้นที่จอดรถที่สามารถรองรับรถของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท โดยคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อคนในชุมชน

6.5 วางแผนติดตั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่สนับสนุนต่อกิจกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจการค้า เช่นระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา

7. จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงแผนออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม และเป็นไปเพื่อประโยชน์สำหรับชุมชนอย่างแท้จริง

8. นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการตามระเบียบทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง

นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 3 จำนวน 7 กลยุทธ์ ได้แก่

1. จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ของจังหวัดนครปฐม ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา องค์พระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสิ้นชุมชน

2. จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด

3. จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ศึกษาความลักษณะทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม (Active participation) และเรียนรู้ประสบการณ์ (Learning experience) ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction) มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์กับคนในชุมชน ในขณะเดียวกันก็ได้รับความรู้ประสบการณ์ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้จัดการดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและเกิดความประทับใจให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

4. จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทุกช่วงวัย

5. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลวันแห่งความรัก เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลลอยกระทง เป็นต้น

6. ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม

7. มีการแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่ว่าจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เข้ามาร่วมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 3 จำนวน 8 มาตรการ ได้แก่

1. จัดกิจกรรมแนะนำการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์และกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว โดยอาจจัดในรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเดินผ่านอุโมงค์ที่จัดทำขึ้นที่ทางเข้าออก ที่มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้ภาพสามมิติ ภาพยนตร์สั้น เป็นต้น

2. จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต โดยให้สิทธิการค้าขายสินค้าในตลาดแก่คนในชุมชนเป็นอันดับแรก

3. จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราชญ์และถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ส่งเสริมการแต่งชุดไทยเที่ยวตลาด ที่มีลักษณะเป็นตลาดวัฒนธรรม เน้นให้สิทธิคนในชุมชนสามารถจับจองพื้นที่นำสินค้าออกมาจำหน่ายได้เป็นกลุ่มแรก เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนครปฐม สินค้าโอท็อป วางแผนจัดแบ่งพื้นที่ตลาดตามลักษณะสินค้าและบริการ เช่น พื้นที่อาหารเครื่องดื่ม สินค้าท้องถิ่น สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ การดูแลความเรียบร้อย และการรักษาความสะอาด

4. มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์ เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ในวันที่จัดกิจกรรมตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรมการแสดงแก่นักท่องเที่ยว เช่น การแสดงผลงานศิลปะดนตรีหรือนาฏศิลป์ ของนักเรียนนักศึกษาของสถาบันการศึกษาในจังหวัดนครปฐม คณะการแสดงพื้นบ้านของชุมชนในจังหวัดนครปฐม การฉายหนังกลางแปลง เป็นต้น

5. จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลากลางวันและเวลากลางคืน

6. จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น เส้นทางท่องเที่ยวรอบคลอง จุดที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนคร นิทรรศการวัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถานสักการะองค์พระปฐมเจดีย์และพระร่วงโรจนฤทธิ์ จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุกทำกิจกรรมเช่นการเผาข้าวหลาม โดยอาจเป็นการปั่นสามล้อท่องเที่ยว หรือจัดรถรางนำเที่ยว

7. เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กรมการสัตว์ทหารบกนำมาจัดให้นักท่องเที่ยวได้ขี่เที่ยวชมเส้นทาง

8. จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนั้บถอยหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ การออกร้านค้าอาหารเจในเทศกาลกินเจ เป็นต้น

นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 4 จำนวน 6 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชน

2. การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด และต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมในพื้นที่

3. การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย เชื่อมั่น ในการจัดการท่องเที่ยว มีความประทับใจให้กลับมาเที่ยวอีก

4. การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวก

5. ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชน มีส่วนร่วมในการจัดการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ อันจะเป็นการกระจาย รายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความ เจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม

6. ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดอบรมเพื่อให้ ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การนวดแผนไทย การทำหน้าที่มัคคุเทศก์ เพื่อให้สามารถจัดกิจกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตสินค้าและ บริการที่มีคุณภาพเป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยว

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 4 จำนวน 15 มาตรการ ได้แก่

1. การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะต่าง ๆ ต้องให้คนในชุมชน มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คน ในชุมชนก่อนเป็นกลุ่มแรก

2. จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงเป็นจุดนัดพบของนักท่องเที่ยว และจัดให้มีมัคคุเทศก์ โดยคนในชุมชน และมีแผนที่การท่องเที่ยว

3. จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูล ทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ประวัติศาสตร์จังหวัดนครปฐม องค์พระปฐมเจดีย์ คลองเจดีย์บูชา วิถีชีวิต ของผู้คนในอดีต ฯลฯ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว

4. จัดระบบการจราจร เส้นทาง การเข้าออกพื้นที่ จัดพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวก แก่การเข้าออก มีความปลอดภัย ไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยวจนเกินไป และรองรับยานพาหนะที่หลากหลาย เช่นรถโดยสารท่องเที่ยว รถยนต์ส่วนตัว รถยนต์ผู้พิการ และรถจักรยานยนต์ โดยจัดพื้นที่จอดรถ ไว้ด้านนอกแหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ เช่นรถราง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการจราจรและการจอดรถในพื้นที่ท่องเที่ยว

5. จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชุมประตูลี ป้ายบอกสถานที่ หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทาง ที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตได้ง่าย และมีหลายภาษา

6. จัดให้มีศูนย์อาหาร เป็นแหล่งรวมอาหารที่มีความหลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกต่าง ๆ รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้และร่วมทำกิจกรรม

7. จัดระเบียบร้านค้าแผงลอยในพื้นที่ที่ปัจจุบันไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่รักษาความสะอาด โดยวางแผนกำหนดพื้นที่อนุญาตเป็นสัดส่วนชัดเจนและเป็นธรรมทั้งแก่ผู้ค้าเดิมและผู้ค้าใหม่ รวมถึงคนในชุมชน วางกฎระเบียบในการค้าที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นการคัดเลือกชนิดและประเภทของสินค้าและบริการที่อนุญาต ความเป็นมาตรฐานของสินค้าและบริการ ข้อห้ามและข้อปฏิบัติ การรักษาความสะอาด ไม่กีดขวางการจราจรและสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น ทั้งนี้เพื่อความเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม สะดวกในการบริหารจัดการ ควบคุมไม่ให้มีร้านค้ามากจนเกินไปจนเกิดความไม่เป็นระเบียบ หรือมีสินค้าและบริการที่ซ้ำซ้อนมากเกินไปทำให้ไม่มีความหลากหลายและเกิดการแย่งลูกค้าจนเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ค้า เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ตีแผ่ชุมชนและการท่องเที่ยว

8. ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐานเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่สนใจพักค้างคืน

9. จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับการแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โควิด 19

10. ติดตั้งระบบการรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ ได้แก่ ไฟฟ้าส่องสว่าง ระบบกล้องวงจรปิด ระบบเสียงตามสาย ประสานเจ้าหน้าที่ตำรวจติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

11. มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอและมีการแยกขยะ มีช่วงเวลาและระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม

12. จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่

13. นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่น ป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว

14. จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพให้แก่คนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ได้แก่ ความรู้ด้านการทำธุรกิจ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การทำขนม การทำอาหารเครื่องดื่ม ความรู้ด้านการจัดการโรงแรม (สำหรับผู้ที่สนใจทำโรงแรมหรือโฮมสเตย์) การทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ เป็นต้น

15. ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกวดร้านค้า ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าและบริการแนะนำ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์

นโยบายที่ 5 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 5 จำนวน 5 กลยุทธ์ ได้แก่

1. การสร้างภาพลักษณ์คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
2. การประชาสัมพันธ์ด้วยสารที่โน้มน้าวใจ
3. การนำเสนอสารด้วยการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์
4. การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing)
5. การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 5 จำนวน 5 มาตรการ ได้แก่

1. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชาในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยใช้คลองเจดีย์บูชาเป็นจุดสำคัญ ความสำคัญของคลองเจดีย์บูชาที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์พระปฐมเจดีย์ที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของจังหวัดนครปฐม ได้สักการะองค์พระปฐมเจดีย์ ได้สัมผัสกับตลาดน้ำที่เคยเป็นวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต ได้พายเรือในคลอง ได้ปั่นสามล้อ เป็นแหล่งการค้าสำคัญของจังหวัดนครปฐมที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับสินค้าที่ต่าง ๆ มากมาย ทั้งของกิน ของใช้ เป็นจุดเช็คอิน (Check in) ที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับทัศนียภาพที่สวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ ได้ออกกำลังกาย มีจุดถ่ายภาพสวย ๆ เป็นที่ระลึกลงโซเชียลมีเดีย และภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใจกลางเมือง การคมนาคมสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายและมีความปลอดภัย
2. การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาร โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว โดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ เช่น ความเป็นหนึ่งเดียว ความแปลกใหม่ โอกาสที่หาได้ยาก ความเป็นที่แรก การทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณเป็นคนพิเศษ เป็นต้น เช่น “ตลาดน้ำใจกลางเมือง” “จะมีสักกี่ครั้งในชีวิตที่ได้พาคันรักพายเรือชมคลองในค่ำคืนวันแห่งความรัก (จัดกิจกรรมวันแห่งความรัก พายเรือชมแสงไฟในคลองเจดีย์บูชา)”
3. สร้างสรรค์ถ้อยคำอย่างสละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณนารายละเอียดของกิจกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น “พายเรือ ปั่นสามล้อ ชิมม้ารอบคลองเจดีย์บูชา” “พายเรือชมจันทร์ในคืนวันเพ็ญเดือน 12 (กิจกรรมพายเรือในวันลอยกระทง)”
4. การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวนยูทูปเบอร์ (Youtuber) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา รีวิวสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ชิมอาหาร เที่ยวตลาดน้ำ พายเรือในคลอง ปั่นสามล้อเที่ยว เป็นต้น

5. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่นป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอต้นลงยูทูป (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ดีกิต็อก

การอภิปรายผลการวิจัย

1. อภิปรายบริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสำหรับการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัยมีความเห็นว่า สภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชา และประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชาที่เป็นคลองเก่าแก่โบราณที่ขุดขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เพื่อเป็นเส้นทางไปสักการะพระปฐมเจดีย์ และยังมีความผูกพันกับวิถีชีวิตของคนในอดีตคือ การเป็นเส้นทางสัญจรและเคยเป็นตลาดน้ำ มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ ได้แก่ในพื้นที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมมนคร ทัศนียภาพของคลองเจดีย์บูชาและพื้นที่โดยรอบ การเป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม จัดเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวสำคัญที่สามารถนำมาจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวว่า การจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ซึ่งประเภทของทรัพยากรท่องเที่ยวมี 3 ประเภท ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ 2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัตถุโบราณ และ 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณี

ในเรื่องสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมนั้น มีจุดแข็งที่เป็นปัจจัยสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวคือคลองเจดีย์บูชาที่มีประวัติศาสตร์เกี่ยวข้องกับองค์พระปฐมเจดีย์และจังหวัดนครปฐม รวมถึงเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของคนในอดีต ซึ่งสอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวว่า การจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ส่วนจุดแข็งในเรื่องการเป็นแหล่งชุมนุมธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม และเป็นที่อยู่ของคนทั่วไป อยู่ใจกลางเมือง การคมนาคมมีความสะดวก ผู้วิจัยเห็นว่าจุดแข็งส่วนนี้สามารถพัฒนาเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวที่สำคัญ ที่จะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับ

ความสะดวกสบายและมีความสุขในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Collier and Harraway (2001) ซึ่งได้กล่าวถึงแนวคิดเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ว่าการท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกโดยความสะดวกสบายที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ที่รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น ดังนั้นการก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน เช่น ระบบขนส่ง ระบบการสื่อสาร ระบบสาธารณูปโภค ไฟฟ้า ประปา จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2544) ที่ได้กล่าวว่าการที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใด ๆ ก็ตาม ทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พักแรม อาหาร นันทนาการ จำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งจะสามารถรองรับการจัดการท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ชิตวร ลีละผลิน และ ภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ ที่ได้กล่าวว่า หากประเทศใดอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวอย่างดีจนเป็นที่ประทับใจก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการซ้ำอีก ทำให้ประเทศมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นไปอีก และจุดแข็งในเรื่องการที่คนในชุมชนส่วนใหญ่มีความรักความสามัคคีกัน และการมีความสัมพันธ์อันดีระหว่างชุมชน ผู้นำชุมชนรู้จักกัน มีการพบปะพูดคุยกันบ่อย ๆ และช่วยเหลือกัน ผู้วิจัยเห็นว่า เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่จะดึงคนในชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว สามารถแสวงหาความร่วมมือได้ง่าย สอดคล้องกับ วีระพล ทองมา (2547) ที่ได้กล่าวถึงแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Community Based Tourism (CBT) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเรื่องของการเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน ท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือ ในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน และยังคงสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ที่ได้กล่าวว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนนั้น ต้องมาจาก ความสมัครใจของชุมชน โดยเฉพาะการสมัครใจที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยว เพราะ การท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชน จะมีส่วนสร้างผลกระทบทั้งทางบวกและลบดังที่กล่าวแล้ว ดังนั้นจะเป็นผลดีอย่างไร หากชุมชนมีการประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวว่ามีอุปทานการท่องเที่ยวเป็นอย่างไรนอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของประชาชนยังเป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นมีความร่วมมือ การประสานงาน และความรับผิดชอบในการพัฒนาท้องถิ่นให้ตรงกับความต้องการของตนเอง โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามสมควร

ในเรื่องจุดอ่อน คือสภาพน้ำที่เน่าเสียและเต็มไปด้วยขยะ รวมถึงไม่มีการจัดระบบร้านค้า แผงลอยริมคลอง ถือเป็นจุดอ่อนที่จะต้องได้รับการแก้ไขหากต้องการจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งหากคลองเจตีย์บุขามีความสะอาด และการจัดร้านค้าแผงลอยมีความเรียบร้อย ก็จะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

ซึ่งสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ที่ได้ทำการศึกษาในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยว กล่าววาททรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ คุณค่าผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความอุดมสมบูรณ์เป็นธรรมชาติ ทำให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสกับธรรมชาติและได้รับความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ธรรมชาติ

สำหรับจุดอ่อนอีกเรื่องหนึ่งที่สำคัญคือ บางชุมชนคือ ชุมชนเทศา-ทิพากร ที่คนในชุมชนไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือ การแสวงหาความร่วมมือกระทำได้อ่อนช้อยยาก อาจด้วยเพราะอยู่ในแหล่งธุรกิจการค้าที่ไม่ได้มีโอกาสได้ร่วมทำกิจกรรมของชุมชนเท่าใดนัก และด้วยสภาพการแข่งขันทางการค้าอาจมีการกระทบกระทั่งกันบ้าง เห็นว่า แต่หากมีการจัดระเบียบให้เหมาะสม และมีการชี้แจงให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยว ที่จะนำมาซึ่งประโยชน์แก่ทุกฝ่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งโอกาสในการพัฒนาธุรกิจการค้าของคนในชุมชน อาจได้รับความร่วมมือมากยิ่งขึ้น

ในเรื่องอุปสรรค ที่ประชาชนไม่ได้มีความเชื่อมั่นในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่เท่าที่ควร เป็นเรื่องที่ควรนำเสนอให้ผู้บริหารเทศบาลนครนครปฐมได้ทราบเพื่อดำเนินการแก้ไข

2. อภิปรายผลการประเมินศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผลจากการศึกษาการประเมินศักยภาพด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ 2) ด้านภูมิทัศน์ 3) ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 5) ด้านประชาสัมพันธ์ นั้น ศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.21) โดยด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.33) รองลงมาตามลำดับคือด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.26$, S.D. = 0.23) ด้านภูมิทัศน์ ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.34) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.99$, S.D. = 0.37) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$, S.D. = 0.43) ซึ่งผลการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า พื้นที่คลองเจดีย์บูชาที่มีศักยภาพสามารถจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมได้ สอดคล้องกับ พยอม ธรรมบุตร (2546) ที่ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบสำคัญ 5 A's ได้แก่ 1) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) ได้แก่ การมีระบบโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม 2) การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) 3) แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) นับเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงสุดของการเดินทาง เพราะเป็นจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว 4) กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Tourist Activities และ Recreational Activities) นับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในยุคปัจจุบัน ซึ่งกิจกรรมทั้งหมดจะเป็นประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ในความทรงจำของนักท่องเที่ยวและกิจกรรมดังกล่าวมักก่อให้เกิด

การกระจายรายได้ และ 5) บริการต่าง ๆ ที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) อาทิเช่น บริการด้านร้านอาหาร โรงพยาบาล ไปรษณีย์ สถานีบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก ห้องสุขา ฯลฯ และยังสอดคล้องกับ ภูมิวิจัน์ เดชอ่อม (2556) ที่ได้กล่าวถึงมิติและปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยแบ่งออกเป็นมิติที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ มิติที่ 1 พื้นที่ (Space) พื้นที่ที่เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยเมืองและชุมชนที่มีศักยภาพ ความโดดเด่น และมีแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว ครอบคลุมตั้งแต่ผังเมืองในเชิงสัญญาณวิทยา ลักษณะทางสถาปัตยกรรมทั้งในเชิงกายภาพและเชิงพื้นที่ และวิถีชีวิตในชุมชนทั้งในเมืองและชนบท รวมถึงเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่สะท้อนภาพการเปลี่ยนแปลงในเชิงการรับรู้ของนักท่องเที่ยว เป็นกลุ่มข้อมูลที่สะท้อนความเป็นจริงและการเปลี่ยนแปลงสภาพของพื้นที่ทางกายภาพและพื้นที่ในโลกเสมือนจริง มิติที่ 2 การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวผ่านวัฒนธรรมที่เดินทางไปเยี่ยมชม อาจอยู่ในรูปแบบของวัฒนธรรมเก่า วัฒนธรรมร่วมสมัย วัฒนธรรมระดับชาติ หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์จริง ก่อให้เกิดการเรียนรู้สิ่งใหม่และสามารถนำไปใช้ในชีวิตรประจำวันได้ และมิติที่ 3 ตัวกลาง (Agents) เป็นผู้ที่มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละสถานที่ ได้แก่คนในชุมชนหรือท้องถิ่น ซึ่งได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา มีทักษะและความสามารถประยุกต์ให้เข้ากับบริบทปัจจุบันได้ และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม

3. อภิปรายข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

3.1 อภิปรายข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 นโยบาย 30 กลยุทธ์สนับสนุนนโยบาย 42 มาตรการปฏิบัติ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

อภิปรายนโยบายที่ 1 การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย ได้แก่ 1) กำหนดรูปแบบองค์กรจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ มีที่มาจากคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง มีการกำหนดโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน การแบ่งหน้าที่และการทำงาน (Division of Work) ฝ่ายงานต่าง ๆ ให้ครอบคลุมในทุกส่วนงาน กำหนดตำแหน่งงาน ภาระหน้าที่ ความรับผิดชอบ ตลอดจนจำนวนคนให้เพียงพอ พิจารณาในการให้อำนาจหน้าที่ของแต่ละฝ่ายงานตามหลักความสมดุลของการรวมและกระจายอำนาจ (The Degree

of Centralization) 2) กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิธีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning) การจัดการคล่องเจตีย์บุขาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ไว้ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบให้ครอบคลุมในทุกชั้นตอนทุกส่วนงาน กำหนดห้วงเวลา กรอบการดำเนินการ เป็นแนวทางที่วางไว้สำหรับการทำงานในอนาคต มีเอกภาพของทิศทางการดำเนินงาน (Unity of Direction) ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เกิดความสับสนใจการทำงาน มีทิศทางการทำงานที่ชัดเจน มีเส้นทางเดินที่ไปสู่ทิศทางเดียวกัน

3) กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่ายเป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ (Authority & Responsibility) บริหารงานให้เป็นไปตามแผน ควบคุม ตัดสินใจ สั่งการ และรับผิดชอบ ตลอดจนสอดส่องปัญหาเพื่อหาทางแก้ไข มีสายการบังคับบัญชา (Scalar chain) ปกครองดูแลผู้ปฏิบัติงาน กำกับดูแลเอาใจใส่การปฏิบัติ สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้กำลังใจ

4) มีการประสานงาน (Coordination) มีทำงานในลักษณะการบูรณาการร่วมกัน ประสานเชื่อมโยงทำงานประสานสอดคล้องกันในทุกระดับ ตั้งแต่ระดับบุคคล หัวหน้ากับลูกน้อง แผนกต่อแผนก ฝ่ายต่อฝ่าย จนถึงระดับผู้บริหาร กำหนดวิธีการและเครื่องมือที่สามารถติดต่อประสานกันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เพื่อให้การจัดการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพไปในทิศทางเดียวกัน 5) มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด ทั้งในเรื่องของกรอบเวลา ขั้นตอนการทำงาน มาตรฐานการปฏิบัติ การใช้ทรัพยากร และงบประมาณ และ 6) ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กร การบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ

6 มาตรการปฏิบัติ ได้แก่ 1) จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนใน 4 ชุมชน คือ ชุมชนสวนลำไย ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงชอย 6 และชุมชนชอย 7 ตัวแทนภาครัฐที่เกี่ยวข้องในพื้นที่และการจัดการท่องเที่ยว เช่น จังหวัดนครปฐม เทศบาลนครนครปฐม สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม สำนักงานโยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครปฐม สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม เป็นต้น ชี้แจงทำความเข้าใจและเป้าหมายของการจัดการพื้นที่คล่องเจตีย์บุขาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม รับฟังความคิดเห็น และจัดตั้งองค์การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบของคณะกรรมการส่วนหนึ่งจะต้องเป็นคนในชุมชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดทำและขับเคลื่อนแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของคนในชุมชนอย่างแท้จริง และอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจากภาครัฐมาเข้าเพื่อทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาประสานงานกับภาครัฐ ให้ความช่วยเหลือสนับสนุนการขับเคลื่อนในด้านต่าง ๆ นำเสนอเทศบาลนครนครปฐม เพื่อทำการรับรองตามระเบียบของทางราชการ 2) คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กำหนดนโยบาย และเป้าหมายการดำเนินการ วางโครงสร้างองค์กรที่ชัดเจน จัดแบ่งภาระงาน

ออกเป็นฝ่ายเพื่อดูแลรับผิดชอบในงานต่าง ๆ ยกตัวอย่างเช่น ฝ่ายอำนวยการและประสานงาน ฝ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายสนับสนุน ฝ่ายจัดเก็บรายได้ เป็นต้น อาจจัดให้อยู่ในรูปของคณะกรรมการเพื่อดูแลฝ่ายต่าง ๆ กำหนดภาระงาน อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบ กำหนดจำนวนคนผู้ปฏิบัติในแต่ละฝ่าย สายการบังคับบัญชา ระเบียบปฏิบัติการ การทำงาน การจัดเก็บผลประโยชน์และกำหนดค่าตอบแทน การติดต่อประสานงานระหว่างกัน การควบคุมกำกับดูแลและการประเมินผล 3) คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถทำหน้าที่แต่ละฝ่าย ทั้งหัวหน้าฝ่ายและผู้ปฏิบัติงาน ที่มาจากคนในชุมชนเป็นหลัก 4) จัดอบรมบุคลากรทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็นคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และบุคลากรผู้ปฏิบัติในแต่ละฝ่าย โดยการเชิญผู้ทรงคุณวุฒิ นักวิชาการ ผู้ประกอบการ ภาคเอกชนผู้มีประสบการณ์และประสบความสำเร็จในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่าย มีความรู้ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ 5) มีการจัดการประชุมของคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติเป็นประจำ เพื่อให้มีโอกาสพบปะพูดคุย เสนอแนะความคิดเห็นและปัญหาข้อขัดข้องในการทำงาน ประสานการทำงานระหว่างกัน และ 6) คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการ จัดให้มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าผู้ประกอบการ และคนในชุมชน เป็นวงรอบ เช่น ทุก 3 เดือน หรือทุก 6 เดือน และมีการฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากช่องทางต่าง ๆ เช่น กล้องรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่จุดบริการนักท่องเที่ยว หรือความคิดเห็นข้อติชมในช่องทางออนไลน์ นั้น สอดคล้องกับแนวคิดบริหารจัดการ POCCC ขององรี ฟาโยล์ ที่ได้กล่าวว่า แนวคิดบริหารจัดการ POCCC ขององรี ฟาโยล์ มี 5 ประการ ได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) 2) การจัดองค์การ (Organizing) 3) การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) 4) การประสานงาน (Coordination) และ 5) การควบคุม (Controlling) และสอดคล้องกับหลักการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน Community Based Tourism (CBT) ที่ วีระพล ทองมา (2547) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นเรื่องของ การเรียนรู้ร่วมกันของคนในชุมชน ท้องถิ่นและผู้มาเยือน ในการที่จะดูแลรักษาทรัพยากรด้านต่าง ๆ ของชุมชนที่มีอยู่แล้ว ตลอดจนเป็นเครื่องมือในการพัฒนาชุมชนให้เกิดความยั่งยืน อันเกิดจากการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน เพื่อประโยชน์แก่ชุมชน มีส่วนร่วม มีการสื่อสารพูดคุย สื่อความคิดเห็น การแก้ปัญหา รวมถึงการหาทางแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการระดมความคิด จัดให้มีเวทีพูดคุยร่วมกัน คิดวางแผนดำเนินการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการทำงานร่วมกัน และยังสอดคล้องกับหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน ซึ่ง สันติ พัฒนาศักดิ์ ได้กล่าวไว้ว่า การมีส่วนร่วม คือการที่ให้ประชาชนในท้องถิ่นหรือเกษตรกรในท้องถิ่นมีการประสานงาน และความรับผิดชอบต่อการพัฒนาท้องถิ่น

ให้ตรงกับความต้องการของตนเอง โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และมีการวางแผนไปจนถึงการลงมือปฏิบัติตามแผน และการประเมินผล ซึ่งจะก่อให้เกิดเกษตรกรหรือชุมชนเกิดจิตสำนึก ร่วมกันถึงการเป็นเจ้าของกิจการนั้น และยิ่งสอดคล้องกับ ไพโรจน์ สุขสัมฤทธิ์ (2532) ที่ได้กล่าวว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกระบวนการดำเนินงานรวมพลังประชาชนกับองค์กรของรัฐหรือองค์กรของเอกชน เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาหรือแก้ไขปัญหาของชุมชน โดยยึดหลักการว่า สมาชิกในชุมชนนั้น ๆ จะต้องร่วมมือกันวางแผนและปฏิบัติงาน เพื่อสนองความต้องการหรือแก้ปัญหาของประชาชนในชุมชน และนโยบายที่ 1 นี้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน ในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในด้านการพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบให้มีความสามารถในการแข่งขัน และในด้านส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และในยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณาการการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศ ในด้านการส่งเสริมการค้ากับดูแลการพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ในกลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ กัมปนาท เพชรแก้ว (2560) ที่ได้ทำการศึกษาการให้ความหมายและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี โดยผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภาคีรัฐ เอกชน หน่วยงานการท่องเที่ยวควรเข้ามามีส่วนร่วมกับชุมชนภายในวัดขนอน ช่วยกันบริหารจัดการร่วมกันเพื่อพัฒนาวัดขนอนต่อไป สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เมทินี ทะนงกิจ และคณะ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว โดยผลการวิจัยพบว่า กระบวนการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แบ่งเป็น 3 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นการเตรียมการ บุคลากรจะต้องชี้แจงรายละเอียดที่สำคัญให้ผู้มาเยือนได้เตรียมตัว และมอบหมายงานตามบทบาทหน้าที่ 2) ขั้นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บุคลากรจะทำหน้าที่ตามข้อตกลง มาตรฐานโฮมสเตย์ และหลักการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) ขั้นการประเมินผลบุคลากรจะให้ผู้มาเยือนประเมินความ

พึงพอใจและให้ข้อเสนอแนะจากการเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการทำงานต่อไป และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วยปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ 1) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก 2) การบริหารจัดการภายในองค์กร และ 3) คุณลักษณะของบุคลากร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนบดี ฉายาพันธุ์ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กรณีศึกษาป่าปรังพันปี ตำบลซับสีทอง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ โดยผลการวิจัยพบว่า จังหวัดชัยภูมิมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่งดงามอยู่เป็นจำนวนมาก เพียงแต่ยังไม่ได้จัดระบบการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ ซึ่งจำเป็นต้องจัดการความพร้อมให้ทุกภาคส่วนให้มีส่วนร่วมโดยเฉพาะประชาชนในพื้นที่ เพื่อการบริหารจัดการที่ดี ประชาชนในพื้นที่จะเป็นผู้จัดการโดยชุมชน และจะส่งเสริมให้ชุมชนได้นำผลผลิตต่าง ๆ มานำเสนอให้นักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ในชุมชนอีกด้วย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ รัตติยา พรหมกัลป์ และคณะ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม เป็นสิ่งที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วยการร่วมทำร่วมรับผลประโยชน์ ร่วมวางแผน และร่วมคิด สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ภัทธอรานันท์ เอี่ยมวิริยาวัฒน์ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาการพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยผลการวิจัยพบว่ายุทธศาสตร์เพื่อยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี มีวิสัยทัศน์คือชุมชนต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และอนุรักษ์รักษาประเพณี วัฒนธรรม ทุนธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย ประเด็นยุทธศาสตร์ได้แก่ การสร้างรูปแบบจากการพัฒนาวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในเชิงเศรษฐกิจเพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าจากฐานอัตลักษณ์ของชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการพัฒนาบุคลากร องค์ความรู้ในชุมชน และสนับสนุนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วัชรพงษ์ ชุมดวง และคณะ (2562) ที่ได้ทำการศึกษาการบูรณาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พื้นที่โดยรอบตามแนวแกนเมืองมรดกโลกศรีสัชชนาลัย-สุโขทัย-กำแพงเพชร ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผลการศึกษาพบว่า จากการสำรวจ 28 ชุมชนที่มีความเด่นชัดทางด้านองค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์มีส่วนร่วม (C-CBT) โดยรอบพื้นที่แนวแกน สามารถแบ่งได้ 5 กลุ่มชุมชนหลัก ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เป็นชุมชนที่มีที่พักรองรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนและมีการบริหารจัดการที่ชัดเจน กลุ่มที่ 2 เป็นชุมชนที่มีงานหัตถกรรมทอผ้าตีนจก การทำเครื่องเงินที่มีจัดการโดยชุมชนเอง กลุ่มที่ 3 เป็นชุมชนที่มีผลผลิตการเกษตรใบกล้วยตานี สวนเกษตรที่มีระบบการจัดการที่ดีมาก กลุ่มที่ 4 เป็นชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานงานไม้ไผ่ และรูปแบบของเรือนไม้ในอดีต กลุ่มที่ 5 เป็นชุมชนที่มีผลผลิตของกล้วยไข่ มีการท่องเที่ยว

น้ำตก และหมู่บ้านชาวกะเหรี่ยง นอกจากนี้จากแบบตรวจสอบรายการ (Check-list) ยังได้ตัวแทนของกลุ่มชุมชนที่มีศักยภาพสูงสุด เพื่อเป็นพี่เลี้ยงเชื่อมโยงเครือข่ายกับชุมชนที่มีศักยภาพรองในกลุ่มของตนเองลงไป ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ชุมชนแม่สิน และชุมชนนาตันจัน กลุ่มที่ 2 ได้แก่ ชุมชนหาดเสี้ยว และชุมชนหาดสูง, กลุ่มที่ 3 ได้แก่ ชุมชนบ้านคูกพัฒนา กลุ่มที่ 4 ได้แก่ ชุมชนวัดตระพังทอง กลุ่มที่ 5 ได้แก่ ชุมชนตลาดเก่านครชุม และชุมชนเมืองกำแพงเพชร เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเป็นโครงข่ายเดียวกัน อย่างต่อเนื่อง ขนานไปกับแกนเมืองมรดกโลก ผ่านกระบวนการออกแบบและวางผังชุมชนในมิติต่าง ๆ ทั้งเชิงกายภาพ เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดีเป็นรูปธรรม โดยชุมชนมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่สนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติและมรดกวัฒนธรรมชุมชน อีกทั้งยังเป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชนที่เน้นคนเป็นหัวใจของการจัดการท่องเที่ยว ชุมชนต้องอาศัยทักษะ ความสามารถในการทำงานที่หลากหลาย เชื่อมโยงให้คนในชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ ท่องเที่ยวที่นำไปสู่การดูแลรักษาและฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติให้มีความสมดุลไปพร้อม ๆ กับการคงไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนที่สามารถเชื่อมต่อเครือข่ายเข้มแข็งไปในอนาคต และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Ni Nyoman Sri Astuti et al. (2019) ที่ได้ทำการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชนบทกรณีศึกษาในหมู่บ้าน Beraban, Selemadeg Timur, Tabanan Regency ผลการวิจัยพบว่าการทำงานร่วมกันส่งผลให้เกิดประโยชน์ทวีคูณต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้านเบราบัน

อภิปรายนโยบายที่ 2 นโยบายการปรับภูมิทัศน์พื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย ได้แก่

- 1) การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรม ให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะสมกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งทำให้คนในชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี
- 2) การฟื้นฟู พัฒนา ปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
- 3) การพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรม ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด
- 4) การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่แยกออกเป็น ส่วน ๆ เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ โดยคำนึงถึงความสามารถใช้ประโยชน์พื้นที่ได้อย่างหลากหลาย รองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ ความสะดวกสบายในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ความสวยงาม และความปลอดภัย การบริหารจัดการ การดูแลรักษาความสะอาด การระบายน้ำ ทั้งนี้ให้มีผลกระทบต่อคนในชุมชนน้อยที่สุด
- 5) การดำเนินการต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน รวมถึงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน
- 6) ประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ เครื่องจักร เทคโนโลยี กำลังคน วิศวกร

สถาปนิก นักวิชาการ และองค์ความรู้ต่าง ๆ และ 8 มาตรการการปฏิบัติ ได้แก่ 1) คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว พร้อมทั้งหน่วยงานภาครัฐ ลงสำรวจพื้นที่ รับฟังสภาพปัญหา ความเห็น และข้อเสนอแนะจากคนในชุมชนรวมถึงพ่อค้าแม่ค้าและประชาชนทั่วไป นำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแผนการพัฒนาและปรับปรุงทัศนียภาพ 2) พื้นฟูคลองเจดีย์บูชาที่มีสภาพน้ำเน่าเสีย เต็มไปด้วยขยะ มีการทิ้งน้ำเสียลงคลอง ให้เป็นคลองที่น้ำใสสะอาด ไม่มีขยะ ไม่มีการทิ้งน้ำเสียลงคลอง และปรับปรุงตลิ่งริมคลองให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและปลอดภัย และวางแผนการระบายน้ำ เพื่อรองรับการจัดทำเป็นตลาดน้ำ ทำกิจกรรมขายเรือได้ พัฒนาปรับปรุงพื้นที่ริมคลองทั้งสองด้านให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม 3) ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ เพื่อจัดเส้นทางการท่องเที่ยว เช่น องค์พระปฐมเจดีย์ ตลาดพระเครื่ององค์พระปฐมเจดีย์ จุดที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนครจุดที่เคยเป็นตลาดน้ำในอดีต ศาลเจ้าย่งเต็กเซียงตั้ง ศาลเจ้าแม่ตันแจง ตลาดพระเครื่องวัดห้วยจรเข้ม โดยหารือกับส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรมศิลปากร สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม และเทศบาลนครนครปฐม 4) ปรับปรุงทางเท้าที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกเป็นต้นไม้ที่มีความสำคัญ เช่น ต้นราชพฤกษ์ ต้นไม้ประจำชาติไทย ต้นรวงผึ้ง ต้นไม้ประจำรัชกาลพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวรัชกาลปัจจุบัน ต้นจัน ต้นไม้ประจำจังหวัดนครปฐม และติดตั้งไฟฟ้ารอบถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร เพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม 5) ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชา ได้แก่ สะพานทวารวดี (ถนนขวาพระ) สะพาน 1 (ถนนเทศาซอย 1) สะพาน 2 (ถนนเทศาซอย 2) สะพาน 3 (ถนนเทศาซอย 3) สะพาน 4 (ถนนเทศาซอย 4) สะพานไม่มีชื่อสำหรับคนเดินข้าม (ถนนเทศาซอย 5) สะพานอุตุตรการบดี (ถนนเทศาซอย 6) สะพานวามิขอุปลัณภ (ทางเข้าวัดห้วยจรเข้ม) สะพานทักษิณา นุกิจ (สะพานเหล็กด้านหลังโรงเรียนพระปฐมวิทยาลัย) และสะพาน 7 (ถนนเทศาซอย 7) ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน 6) วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ออกเป็น 6.1) คลองเจดีย์บูชา ช่วงสะพานทวารวดี ถึงสะพาน 3 จัดเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า สร้างตลาดน้ำในคลองเช่นในอดีต และตลาดนัดถนนคนเดินในวันหยุดเสาร์-อาทิตย์ 6.2) คลองเจดีย์บูชา ช่วงสะพาน 3 ถึง สะพาน 7 จัดทำเป็นพื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรม โดยสร้างลานคอนกรีตเหนือคลองตั้งแต่ประตูระบายน้ำไปทางสะพาน 4 ระยะทาง 50 เมตร รวมพื้นที่บนประตูระบายน้ำซึ่งปัจจุบันเป็นสวน ให้เป็นลานวัฒนธรรม มีเวทีสำหรับการแสดงในวันหยุด และเป็นสวนสาธารณะสำหรับพักผ่อนหย่อนใจในวันทำการ มีท่าน้ำลงจากลานวัฒนธรรมสำหรับให้นักท่องเที่ยวพายเรือชมคลอง พัฒนาพื้นที่

ริมคลองทั้งสองฝั่งตลอดเส้นทางให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีพ่อค้าแม่ค้าขายเรือจำหน่ายสินค้า

6.3) พื้นที่รอบคลองเจดีย์บูชา ช่วงตั้งแต่สะพานวณิชอุบลณ์ถึงสะพาน 7 จัดทำเป็นสวนสุขภาพ ขยายบาทวิถี สร้างทางวิ่งออกกำลังกายริมคลอง ปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบให้สวยงาม ร่มรื่น ประดับตกแต่งน้ำพุ ไฟสี หรือสิ่งปลูกสร้างอื่น ๆ เพื่อให้เป็นสถานที่สำหรับถ่ายภาพ เป็นจุดเช็คอิน (Check in) อีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม 6.4) วางแผนเส้นทางคมนาคม ทางเข้าทางออกพื้นที่ พื้นที่จอดรถที่สามารถรองรับรถของนักท่องเที่ยวได้ทุกประเภท โดยคำนึงถึงความสะดวกและความปลอดภัยในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อคนในชุมชน 6.5) วางแผนติดตั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่สนับสนุนต่อกิจกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจการค้า เช่นระบบไฟฟ้า ระบบน้ำประปา 7) จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงแผนออกแบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม และเป็นไปเพื่อประโยชน์สำหรับชุมชนอย่างแท้จริง และ 8) นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และการดำเนินการตามระเบียบทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง นั้น สอดคล้องกับความเห็นของ Chen et al. (2017) ที่ได้เสนอว่า ในบริบทของปฏิสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและระบบนิเวศ การวางแผนและการปรับภูมิทัศน์ให้เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบนิเวศ ดังนั้น ในการพิจารณากระบวนการออกแบบภูมิทัศน์ข้อพิจารณา ที่นำมาเป็นปัจจัยในการออกแบบประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ กิจกรรม และสภาพแวดล้อมที่สามารถมองเห็นและรับรู้ได้ด้วยสายตา แต่ทั้งนี้การพัฒนาและสร้างสรรค์ใหม่จะต้องเคารพต่อกิจกรรมเดิมที่มีอยู่ในพื้นที่ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม และนโยบายที่ 2 นี้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน ในด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ระบบความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issues) ที่ 2 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวกิจกรรมสินค้าด้านการท่องเที่ยว

อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ญัฐนิภรณ์ น้อยเสงี่ยม และสาทิณี วัฒนกิจ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการออกแบบปรับปรุงภูมิทัศน์น้ำตกน้ำเค็ม จังหวัดตรัง เพื่อการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน โดยผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกน้ำเค็มมีความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านสภาพแวดล้อมธรรมชาติและความสัมพันธ์กับตำนานท้องถิ่น การค้นหารูปแบบภูมิทัศน์ที่เหมาะสมคำนึงถึงความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และนำอัตลักษณ์มาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดวางองค์ประกอบภูมิทัศน์

อภิปรายนโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประกอบด้วย 7 กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย ได้แก่ 1) จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ของจังหวัดนครปฐม ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา องค์พระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสี่ชุมชน 2) จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด 3) จัดรูปแบบการท่องเที่ยว และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ศึกษาความลักษณะทางด้านสังคมและวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม (Active participation) และเรียนรู้ประสบการณ์ (Learning experience) ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction) มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์กับคนในชุมชน ในขณะเดียวกันก็ได้รับความรู้ ประสบการณ์ ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้จัดการดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในชุมชน โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ และเกิดความประทับใจให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก 4) จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลายทุกช่วงวัย 5) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว เช่น เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลวันแห่งความรัก เทศกาลตรุษจีน เทศกาลกินเจ เทศกาลลอยกระทง เป็นต้น 6) ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพพัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม 7) มีการแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่ว่าจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เข้ามาร่วมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำ

กิจกรรมการท่องเที่ยว และ 8 มาตรการการปฏิบัติ ได้แก่ 1) จัดกิจกรรมแนะนำการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์และ กิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว โดยอาจจัดในรูปแบบให้นักท่องเที่ยวเดินผ่านอุโมงค์ ที่จัดทำขึ้นที่ทางเข้าออก ที่มีระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ ใช้ภาพสามมิติ ภาพยนตร์สั้น เป็นต้น 2) จัดกิจกรรมตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชาช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต โดยให้สิทธิการค้าขายสินค้าในตลาดแก่คนในชุมชนเป็นอันดับแรก 3) จัดให้มีตลาดถนนคนเดินบนถนนพิพิธปราชสวดีและถนนทิพากร ช่วงตั้งแต่สะพานทวาราวดี ถึงสะพาน 3 ในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ ส่งเสริมการแต่งชุดไทยเที่ยวตลาด ที่มีลักษณะเป็นตลาด วัฒนธรรม เน้นให้สิทธิคนในชุมชนสามารถจับจองพื้นที่นำสินค้าออกมาจำหน่ายได้เป็นกลุ่มแรก เน้นผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงในจังหวัดนครปฐม สินค้าโอท็อป วางแผนจัดแบ่งพื้นที่ตลาดตามลักษณะ สินค้าและบริการ เช่น พื้นที่อาหารเครื่องดื่ม สินค้าท้องถิ่น สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นต้น เพื่อให้ง่ายต่อการบริหารจัดการ การดูแลความเรียบร้อย และการรักษาความสะอาด 4) มีลานวัฒนธรรม มีการแสดงนิทรรศการประวัติศาสตร์ เวทีการแสดงทางวัฒนธรรม โดยจัดตารางการแสดงประจำสัปดาห์ ในวันที่จัดกิจกรรมตลาดถนนคนเดิน เชิญชวนให้หน่วยงานต่าง ๆ หรือภาคเอกชนจัดกิจกรรม การแสดงแก่นักท่องเที่ยว เช่น การแสดงผลงานศิลปะ ดนตรีหรือนาฏศิลป์ ของนักเรียนนักศึกษา ของสถาบันการศึกษาในจังหวัดนครปฐม คณะการแสดงพื้นบ้านของชุมชนในจังหวัดนครปฐม การฉายหนังกลางแปลง เป็นต้น 5) จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชาทั้งในเวลากลางวัน และเวลากลางคืน 6) จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ ที่สำคัญ เช่น เส้นทางท่องเที่ยว รอบคลอง จุดที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐมนคร นิทรรศการวัฒนธรรม พิพิธภัณฑสถาน สักการะ องค์พระปฐมเจดีย์และพระร่วงโรจนฤทธิ์ จัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และร่วมสนุก ทำกิจกรรมเช่นการเผาข้าวหลาม โดยอาจเป็นการปั่นสามล้อท่องเที่ยว หรือจัดรถรางนำเที่ยว 7) เชิญชวนให้หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น กรรมการสัตว์ทหารบกนำมาจัดให้นักท่องเที่ยวได้ขี่เที่ยวชมเส้นทาง และ 8) จัดกิจกรรม การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญต่าง ๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญ ในเทศกาลสงกรานต์ กิจกรรมนับถอยหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ การออกร้านค้าอาหารเจ ในเทศกาลกินเจ เป็นต้น นั้น มีความสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ได้กล่าวถึง ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว ว่าการท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลัก ทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยว สามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก โดยได้แบ่งทรัพยากร การท่องเที่ยวได้ 3 ประเภท ได้แก่ 1) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ 2) ทรัพยากร การท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถานและวัตถุโบราณ และ 3) ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภท

ศิลปวัฒนธรรมประเพณี และนโยบายที่ 3 นี้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิดความสมดุล และยั่งยืน ในด้านการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมีมาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการ ให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ ด้านพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ในยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว และในยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้กับการท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ และการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้ สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี ประจำถิ่น ในแต่ละเดือน สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issues) ที่ 2 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมสินค้าด้านการท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ เมทินี ทهنงกิจ และคณะ (2560) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว โดยผลการวิจัยพบว่าการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบ่งได้ 4 ลักษณะ คือ 1) การนำทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่และมีเอกลักษณ์เฉพาะมาให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ 2) รูปแบบกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวพูดคุยแลกเปลี่ยนและลงมือทำด้วยตนเอง 3) บทบาทของผู้จัดการท่องเที่ยวเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราวและดำเนินกิจกรรม และ 4) ผลลัพธ์ที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวเอื้อต่อเจ้าของพื้นที่และผู้มาเยือน และปัจจัยร่วมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ความพร้อมด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ หนึ่งทัย ขอผลกลาง และกันตภณ แก้วสง่า (2564) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย โดยผลการวิจัยพบว่า แนวทางที่พึงประสงค์ของท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านบทบาทที่พึงประสงค์ คือ ให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ประชาชน ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านหน้าที่ที่พึงประสงค์ คือ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของ

อำเภอเชียงคานไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้อยู่คู่กับประชาชนชาวอำเภอเชียงคาน สอดคล้องผลการวิจัยของ รัตติยา พรหมกัลป์ และคณะ (2561) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่ชุมชนสร้างขึ้นประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม สิ่งดึงดูดใจ และความเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ และการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ เป็นการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีองค์ประกอบของการมีส่วนร่วม และทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านกระบวนการบริหารจัดการ ประกอบด้วย การเรียนรู้ เข้าถึง สัมผัส และลงมือทำ สอดคล้องผลการวิจัยของ วิทยา ชินบุตร (2561) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน โดยผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Blapp and Mitas (2017) ที่ได้ทำการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนชนบทของบาหลี โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจแก้ไขปัญหาที่เป็นการทำลายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ 1) แก้ปัญหาการขาดแคลนเรื่องงบประมาณหรือเงินลงทุนด้วยมรดกที่จับต้องไม่ได้ 2) แก้ปัญหาการสูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้วยการจุดประกายความสนใจให้กับวัฒนธรรม 3) ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน เปลี่ยนสถานะของคนในท้องถิ่นจากลูกจ้างไปเป็นผู้ให้ความรู้ ดังนั้นในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาจะช่วยไม่ให้เกิดปัญหาเหล่านี้ได้ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Bakas et al. (2020) ที่ได้ทำการศึกษาความเชื่อมต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิจัยพบว่า กิจกรรมกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับภูมิทัศน์และทรัพยากรธรรมชาติโดยตรง ช่วงเวลาแห่งการพบปะสังสรรค์ภายใต้กิจกรรมสร้างสรรค์ตลอดจนช่วงเวลาทางสังคม เช่น การปิกนิกหรือการเล่นมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ ผ่อนคลายและซึมซับ "ความรู้สึกของสถานที่" การผสมผสานองค์ประกอบทั้งสี่ (สถานที่ กิจกรรม การเล่าเรื่อง และการเข้าสู่สังคม) เข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยให้นักท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เฉพาะสถานที่ในรูปแบบที่สร้างสรรค์ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Suhartanto et al. (2019) ที่ได้ทำการศึกษา ความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: บทบาทของคุณภาพของประสบการณ์ คุณค่า ความพึงพอใจและแรงจูงใจ ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของประสบการณ์ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในทำนองเดียวกัน การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าอิทธิพลของปัจจัยกำหนดความภักดีของนักท่องเที่ยว (ต่อความภักดีของ

นักท่องเที่ยว) ส่วนหนึ่งมาจากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว สุดท้ายการศึกษานี้เปิดเผยว่าในบรรดาปัจจัยกำหนดความภักดี คุณภาพของประสบการณ์มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ผลลัพธ์เหล่านี้ช่วยให้ทั้งนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับวิธีพัฒนาความภักดีของลูกค้าต่อไป ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างประสบการณ์ที่มีคุณภาพให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างคุณค่า ความพึงพอใจและแรงจูงใจให้แก่นักท่องเที่ยว จะมีผลถึงความภักดีของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้ง

อภิปรายนโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย 6 กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบาย ได้แก่ 1) การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้าและคนในชุมชน 2) การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคม ภูมิสถาปัตยกรรมในพื้นที่ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด และต้องไม่ทำลายสภาพแวดล้อมในพื้นที่ 3) การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกให้ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกสะดวกสบาย รู้สึกปลอดภัย เชื่อมมั่นในการจัดการท่องเที่ยว มีความประทับใจให้กลับมาเที่ยวอีก 4) การนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสาธารณะ 5) ชุมชนมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะ อันจะเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีอาชีพ พัฒนาคุณภาพชีวิต ทำให้ธุรกิจการค้าขายมีความเจริญเติบโตเป็นแหล่งเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัด นครปฐม 6) ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ โดยการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้ด้านการประกอบอาชีพ การผลิตสินค้าและบริการ การท่องเที่ยว การโรงแรม การนวดแผนไทย การทำหัตถ์ที่มีคุณค่า เพื่อให้อาจจัดการกิจกรรมท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลิตสินค้าและบริการที่มีคุณภาพเป็นที่ถูกใจของนักท่องเที่ยว และ 15 มาตรการการปฏิบัติ ได้แก่ 1) การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการสาธารณะต่าง ๆ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คนในชุมชนก่อนเป็นกลุ่มแรก 2) จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือ แนะนำ ประชาสัมพันธ์ รวมถึงเป็นจุดนัดพบของนักท่องเที่ยว และจัดให้มีมัคคุเทศก์ โดยคนในชุมชน และมีแผนที่การท่องเที่ยว 3) จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ได้แก่ ประวัติศาสตร์จังหวัดนครปฐม องค์พระปฐมเจดีย์ คลองเจดีย์บูชา วิถีชีวิตของผู้คนในอดีต ฯลฯ เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักท่องเที่ยว 4) จัดระบบการจราจร เส้นทางขาเข้าออกพื้นที่ จัดพื้นที่จอดรถที่มีความสะดวกแก่การเข้าออก มีความปลอดภัย ไม่ไกลจากจุดท่องเที่ยวจนเกินไป และรองรับ

ยานพาหนะที่หลากหลาย เช่นรถโดยสารท่องเที่ยว รถยนต์ส่วนตัว รถยนต์ผู้พิการ และรถจักรยานยนต์ โดยจัดพื้นที่จอดรถไว้ด้านนอกแหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ เช่นรถราง เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาการจราจรและการจอดรถในพื้นที่ท่องเที่ยว 5) จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชู่มประตู สิ่งปลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตเห็นได้ง่าย และมีหลายภาษา 6) จัดให้มีศูนย์อาหาร เป็นแหล่งรวมอาหารที่มีความหลากหลาย เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่ม และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกต่าง ๆ รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้และร่วมทำกิจกรรม 7) จัดระเบียบร้านค้าแผงลอยในพื้นที่ที่ปัจจุบันไม่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ไม่รักษาความสะอาด โดยวางแผนกำหนดพื้นที่อนุญาตเป็นสัดส่วนชัดเจนและเป็นธรรมทั้งแก่ผู้ค้าเดิมและผู้ค้าใหม่ รวมถึงคนในชุมชน วางกฎระเบียบในการค้าที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็น การคัดเลือกชนิดและประเภทของสินค้าและบริการที่อนุญาต ความเป็นมาตรฐานของสินค้าและบริการ ข้อห้ามและข้อปฏิบัติ การรักษาความสะอาด ไม่กีดขวางการจราจรและสร้างความเดือดร้อนให้แก่ผู้อื่น ทั้งนี้เพื่อความ เป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม สะดวกในการบริหารจัดการ ควบคุมไม่ให้มีร้านค้ามากจนเกินไป จนเกิดความไม่เป็นระเบียบ หรือมีสินค้าและบริการที่ซ้ำซ้อนมากเกินไปทำให้ไม่มีความหลากหลาย และเกิดการแย่งลูกค้าจนเกิดความขัดแย้งระหว่างผู้ค้า เกิดเป็นภาพลักษณ์ที่ดีแก่ชุมชนและการท่องเที่ยว 8) ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐานเพื่อบริการนักท่องเที่ยวที่สนใจพักค้างคืน 9) จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับการแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โควิด 19 10) ติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ ได้แก่ ไฟฟ้าส่องสว่าง ระบบกล้องวงจรปิด ระบบเสียงตามสาย ประสานเจ้าหน้าที่ตำรวจ ติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 11) มีระบบจัดการความสะอาด มีถังขยะที่เพียงพอและมีการแยกขยะ มีช่วงเวลาและระบบการจัดเก็บที่เหมาะสม 12) จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึงในพื้นที่ 13) นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ในการอำนวยความสะดวก เช่นป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว 14) จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพให้แก่คนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ ได้แก่ ความรู้ด้านการทำธุรกิจ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การทำขนม การทำอาหารเครื่องดื่ม ความรู้ด้านการจัดการโรงแรม (สำหรับผู้ที่สนใจทำโรงแรมหรือโฮมสเตย์) การทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์ เป็นต้น 15) ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ เช่นการประกวดร้านค้า ประกวดผลิตภัณฑ์ การขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าและบริการแนะนำ ขึ้นป้ายประชาสัมพันธ์ นั้น มีความสอดคล้องกับ

แนวความคิดการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ที่ Collier and Harraway (2001) กล่าวไว้ว่าการท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์นั้นแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกโดยความสะดวกสบายที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ที่รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่กล่าวว่า การที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมทรัพยากรท่องเที่ยวใด ๆ ก็ตาม ทรัพยากรท่องเที่ยวนั้นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า การสื่อสาร การขนส่ง ที่พักแรม อาหาร นำเที่ยว จำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ซึ่งจะสามารถรองรับการจัดการท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพด้วย หากประเทศใดอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างดีจนเป็นที่ประทับใจก็จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการซ้ำอีก ทำให้ประเทศมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นไปอีก และสอดคล้องกับกรมการท่องเที่ยวที่ได้ดำเนินการโครงการออกแบบพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบ ซึ่งเป็นโครงการที่มุ่งเน้นการศึกษา สำรวจ และออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่จำเป็น และสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนต้นแบบตามแนวความคิดพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยว (Tourism Village) สามารถนำรูปแบบการพัฒนาไปใช้และเสนอขอรับงบประมาณเพื่อดำเนินการก่อสร้างพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดเป็นรูปธรรม และเป็น การส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักยอมรับ และนโยบายที่ 4 นี้มีความสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564) ในยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวให้เกิด ความสมดุล และยั่งยืน ในด้านพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการทุกรูปแบบอย่างมี มาตรฐาน โดยการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งระบบ เสริมสร้าง พัฒนาและปรับปรุงมาตรฐานด้านการท่องเที่ยวและบริการ ให้ครอบคลุมทุกรูปแบบ ด้านพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว สินค้าและบริการอย่างยั่งยืน โดยการส่งเสริมให้ภาคีเครือข่ายการท่องเที่ยว ทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมด้านการบริหารจัดการ ตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน ทั้งในเชิงอัตลักษณ์ วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ในยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อรองรับการขยายตัว ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้านพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ด้านพัฒนาระบบ ความปลอดภัยและสุขอนามัยในแหล่งท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนเครื่องมือและอุปกรณ์ เพื่อป้องกัน และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ได้แก่ กล้องวงจรปิด เครื่องแปลภาษา การติดตั้งไฟในสถานที่ท่องเที่ยว อุปกรณ์ ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเบื้องต้น จัดตั้งศูนย์ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวส่งเสริมสุขอนามัย ในแหล่งท่องเที่ยว เช่น ปรับปรุงสุขาสาธารณะ การจัดการขยะและระบบบำบัดน้ำเสียในแหล่ง ท่องเที่ยว และในยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และสนับสนุนการมีส่วนร่วม ของประชาชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว ด้านส่งเสริมให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

ด้านการท่องเที่ยวและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวโดยการส่งเสริมให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เปิดโอกาสให้ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการบนพื้นฐานของมรดกและวัฒนธรรมท้องถิ่น สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issues) ที่ 2 ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 1 กลยุทธ์การพัฒนาโครงสร้างและปัจจัยพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมสินค้าด้านการท่องเที่ยว และกลยุทธ์ที่ 2 กลยุทธ์การพัฒนามาตรฐานและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิทยา ชินบุตร (2561) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวโดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน พัฒนาศูนย์ให้บริการข้อมูลประจำแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ยุกระดับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย พัฒนาระบบขนส่งสาธารณะ จัดทำคู่มือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาสินค้าพื้นถิ่น ผักกอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน พัฒนาความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ แก่บุคลากรทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน

อภิปรายนโยบายที่ 5 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ เพื่อสนับสนุนนโยบาย ได้แก่ 1) การสร้างภาพลักษณ์คล่องเจตีย์บุชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การประชาสัมพันธ์ด้วยสารที่โน้มน้าวใจการนำเสนอสารด้วยการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ 3) การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) 4) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ และ 5) มาตรการการปฏิบัติ ได้แก่ 1) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคล่องเจตีย์บุชาในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตที่หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบ เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยใช้คล่องเจตีย์บุชาเป็นจุดสำคัญ ความสำคัญของคล่องเจตีย์บุชาที่มีความเกี่ยวข้องกับองค์พระปฐมเจดีย์ที่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่จะได้สัมผัสกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของจังหวัดนครปฐม ได้สักการะองค์พระปฐมเจดีย์ ได้สัมผัสกับตลาดน้ำที่เคยเป็นวิถีชีวิตของผู้คนในอดีต ได้พายเรือในคลอง ได้ปั่นสามล้อ เป็นแหล่งการค้าสำคัญของจังหวัดนครปฐม ที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับสินค้าที่ต่าง ๆ มากมาย ทั้งของกิน ของใช้ เป็นจุดเช็คอิน (Check in) ที่นักท่องเที่ยวจะได้พบกับทัศนียภาพที่สวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อนหย่อนใจ ได้ออกกำลังกาย มีจุดถ่ายภาพสวย ๆ เป็นที่ระลึกลงโซเชียลมีเดีย และภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ใจกลางเมือง การคมนาคมสะดวก มีสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายและมีความปลอดภัย

2) การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาร โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยว โดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ เช่น ความเป็นหนึ่งเดียว ความแปลกใหม่ โอกาสที่หาได้ยาก ความเป็นที่แรก การทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าเป็นคนพิเศษ เป็นต้น เช่น “ตลาดน้ำใจกลางเมือง” “จะมีสักกี่ครั้งในชีวิตที่ได้พาคณกรักพายเรือชมคลองในค่ำคืนวันแห่งความรัก (จัดกิจกรรมวันแห่งความรัก พายเรือชมแสงไฟในคลองเจดีย์บูชา)” 3) สร้างสรรค์ถ้อยคำอย่างสละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณารายละเอียดของกิจกรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น “พายเรือ ปั่นสามล้อ ชิมม้า รอบคลองเจดีย์บูชา” “พายเรือชมจันทร์ในคืนวันเพ็ญเดือน 12 (กิจกรรมพายเรือในวันลอยกระทง)” 4) การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญชวนยูทูบเบอร์ (Youtuber) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา รีวิวนสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมท่องเที่ยว ชิมอาหาร เที่ยวตลาดน้ำ พายเรือในคลอง ปั่นสามล้อเที่ยว เป็นต้น และ

5) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ เช่นป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอต้นลงยูทูบ (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมอย่างมากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ อิน스타그램 ทวิตเตอร์ ดิกต็อก นั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิดการประชาสัมพันธ์ ที่ จินตวีร์ เกษมสุข (2563) ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์ ว่า การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะสร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิธีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่าง ๆ อย่างหลากหลาย และสอดคล้องกับหลักการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร และสอดคล้องกับ ธิติ รักษาติ (2558) ที่ได้ถึงการประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กรว่า ภาพลักษณ์ (Image) มีความสำคัญต่อหน่วยงาน องค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือตัวบุคคลมาก เพราะภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวขององค์กรทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ดีย่อมได้รับความไว้วางใจ ยอมรับ เชื่อถือ และพร้อมจะให้ความร่วมมือ สนับสนุนในการดำเนินงาน แต่ถ้าองค์กรใดมีภาพลักษณ์ไม่ดีย่อมจะส่งผลกระทบต่อองค์กรนั้น และสอดคล้องกับ จินตวีร์ เกษมสุข ที่ได้กล่าวถึงหลักการเลือกสื่อประชาสัมพันธ์ โดยกล่าวว่า การเลือกสื่อต้องพิจารณาเลือกสื่อที่เหมาะสมและสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด อีกทั้งควรเป็นสื่อที่ควบคุมได้ เพื่อให้ได้ข้อความที่เราต้องการสื่อออกไป มีความถูกต้องและครบถ้วน สอดคล้องกับ อรรพรรณ ปิรันธน์โอวาท (2537) ได้อธิบายถึงการประชาสัมพันธ์ด้วยการสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจ ว่า องค์ประกอบของการสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ เมื่อมองจากภายนอกผู้รับสารมี 3 ข้อ คือ 1) ความแตกต่างภายในผู้ส่งสาร 2) ความแตกต่างภายในของสาร และ 3) ความแตกต่างของสื่อ โดยนโยบายที่ 5 นี้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ.2560 - 2564)

ในยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทย และการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ในด้านการเสริมสร้างภาพลักษณ์คุณภาพและความปลอดภัยให้กับประเทศไทย โดยการพัฒนาภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นด้านคุณภาพ มุ่งเน้นการสื่อสารคุณค่าและภาพลักษณ์ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม (Preferred Destination) ที่มีคุณภาพสูงต่อนักท่องเที่ยว การทำการตลาดเป้าหมายและสร้างการรับรู้แก่นักท่องเที่ยว ผ่านช่องทางต่าง ๆ ด้านมาตรการรักษาความปลอดภัยและมาตรการป้องกันของประเทศไทย เพื่อช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ปลอดภัย ด้านการส่งเสริมการตลาดเฉพาะกลุ่มเพื่อดึงดูดการเดินทางท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมเอกลักษณ์ของประเทศไทยและของแต่ละท้องถิ่น และการส่งเสริมเอกลักษณ์ของแต่ละภูมิภาคและจังหวัด โดยการพัฒนาแบรนด์และสื่อสารความแตกต่างของภาคและจังหวัดต่าง ๆ ในรูปแบบการเล่าเรื่อง (Storytelling) การสื่อสารเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ผ่านช่องทางการตลาดที่เป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมาย ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศและการท่องเที่ยวที่สมดุลเชิงพื้นที่และเวลา โดยการสร้างการรับรู้ สินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวนอกฤดูกาล อาทิ การจัดกิจกรรม เทศกาล และงานประเพณี ประจำถิ่นในแต่ละเดือน การสร้างความนิยมของจังหวัดท่องเที่ยวรอง เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริม การส่งเสริม “ไทยเที่ยวไทย” ได้แก่ การสร้างค่านิยม การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ให้แก่คนไทยทุกคนในทุกเพศทุกวัย การส่งเสริมการตลาดแบบมีเป้าหมายเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มสุขภาพสตรี และด้านการส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องแบรนด์จังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอด แอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาด สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategy Issues) ที่ 2 ยกระดับการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม ให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ 3 กลยุทธ์การพัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก อีกทั้งสอดคล้องกับผลการวิจัยของเพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น (2562) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย โดยผลการศึกษาพบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ 14C การสื่อสารเพื่อการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) Clear: การสื่อสารที่ดีต้องมีความชัดเจนเรียงง่ายเมื่อสื่อออกไปยังกลุ่มเป้าหมาย 2) Consider : การสื่อสารที่ดีต้องมีความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลข่าวสารที่นำเสนอด้านเนื้อหา 3) Consistency : การสื่อสารที่ดีต้องมีความเสมอต้นเสมอปลาย 4) Confidence : การสื่อสารที่ดีต้องมีความเชื่อมั่น 5) Continue : การสื่อสาร

ที่ดีต้องมีความสม่ำเสมอ 6) Content Communication : การสื่อสารที่ดีต้อง มีความเข้มข้นของเนื้อหา 7) Communication Tools : การสื่อสารที่ดีต้องมีการกำหนดเครื่องมือสื่อสาร 8) Communication Tactic : การสื่อสารที่ดีต้องมีขั้นเชิงในการสื่อสาร 9) Corporate Social Responsibility : (CSR) การสื่อสารที่ดีต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม 10) Comparison : การสื่อสารที่ดีต้องมีการสื่อสารที่มีการเปรียบเทียบ 11) Concrete : การสื่อสารที่ดีต้องมีความความคิดสร้างสรรค์ 12) Competition : การสื่อสารที่ดีต้องมีสร้างข้อมูลที่ตีเพื่อแข่งขัน 13) Collaborate with influencers : การสื่อสารต้องสร้างความร่วมมือกับผู้ทรงอิทธิพลทางด้านความคิด และ 14) Concise : การสื่อสารที่ดีต้องมีความกระชับ ส่วนกลยุทธ์การดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ กลยุทธ์ DMP ได้แก่ 1) (Digital Marketing) การทำการตลาดบนสื่อออนไลน์ 2) (Media Ethics) หลักจริยธรรมและจรรยาบรรณ ในยุคโซเซียลมีเดีย 3) (Psychology of Communication for Positive Relationship in Team) หลักจิตวิทยา การสื่อสารเพื่อสร้างสัมพันธ์ภาพเชิงบวกในทีมที่มีรูปแบบการประชาสัมพันธ์ 12 ข้อ โดยสามารถนำมาใช้กับ การดำเนินการด้านการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ 1) รูปแบบการประชาสัมพันธ์เชิงรุก (Proactive MPR) 2) รูปแบบการสร้างภาพลักษณ์ (Image Management) 3) รูปแบบของความสัมพันธ์กับระหว่างองค์กร (Brand Image) 4) รูปแบบของกระบวนการทางการตลาด (Marketing Process) 5) รูปแบบของการทำให้เกิดความผูกพันในตราสินค้า (Brand Loyalty) 6) รูปแบบการสื่อสารการตลาด (Content Marketing) 7) รูปแบบการเชื่อมความสัมพันธ์ให้กับชุมชน (CSR) Corporate Social Responsibility 8) รูปแบบการสื่อสารได้มีส่วนร่วม (Participatory Communication) 9) รูปแบบทำให้เกิดการสื่อสารที่ชวนติดตาม (follow-up communication) 10) รูปแบบการสื่อสารสองทาง (Two-way Communication) 11) รูปแบบของกิจกรรมพิเศษ (Special Event) และ 12) AIDA เข้ามาเพื่อให้การดำเนินการได้สมบูรณ์มีความแปลกใหม่ และการดำเนินการประชาสัมพันธ์ที่มีเนื้อหาที่เหมาะสมกับช่องทางและกลุ่มเป้าหมายเพื่อเชื่อมโยงกับแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ กันตภณ แก้วสง่า และคณะ (2563) ที่ได้ทำการศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม ผลการวิจัยพบว่า 1) ทั้ง 3 แพนเพจ ได้แก่แพนเพจ DASTA Thailand แพนเพจ Tourism Council of Thailand และแพนเพจการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT Thailand นำเสนอเนื้อหาที่มีความทันสมัย โดยมีรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา ที่ได้รับความนิยม ได้แก่ รูปภาพ กิจกรรมการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและการให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นอย่างดีโดยเห็นว่าประโยชน์ของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยผ่อนคลายความเครียดได้และมีความพึงพอใจต่อแพนเพจที่เข้าไปใช้เพราะมีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือและมีความต่อเนื่องในการนำเสนอ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

จากผลการวิจัย ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ประชาชนยังไม่มีความเชื่อมั่นในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่เท่าที่ควร หากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะนำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมในงานวิจัยนี้ ไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่คลองเจดีย์บูชา หรือนำไปปรับใช้กับพื้นที่อื่น ๆ ผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐจะต้องเร่งสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับประชาชนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานและการบริการให้เข้าถึงประชาชนให้มากขึ้น

2. จากผลการวิจัย พบว่า มีบางชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาที่การแสวงหาความร่วมมือจากคนในชุมชนกระทำได้ค่อนข้างยาก ด้วยที่ผ่านมาคนในชุมชนไม่ค่อยให้ความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนเท่าที่ควร ด้วยลักษณะของวิถีชีวิตที่เป็นชุมชนค้าขาย มีการแข่งขันทางการค้า มีลักษณะต่างคนต่างอยู่ มีข้อพิพาทกันไปบ่อยครั้ง หากจะนำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมในงานวิจัยนี้ ไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ควรมีการสร้างความเข้าใจ ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาธุรกิจการค้าของคนในชุมชน และประโยชน์ที่จะได้รับ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชนให้มากขึ้น

3. หากจะมีการนำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมในงานวิจัยนี้ ไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่คลองเจดีย์บูชา เห็นควรนำผลการวิจัยนี้ไปนำเสนอให้ภาคเอกชนในจังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เพื่อเป็นการแสวงหาความร่วมมือจากภาคเอกชนอีกทางหนึ่ง

4. เห็นควรนำผลการวิจัยนี้ ไปเป็นรูปแบบในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในช่วงอื่น ๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เพื่อให้เกิดการพัฒนาคลองเจดีย์บูชาอย่างเป็นระบบตลอดทั้งสาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการนำงานวิจัยนี้ไปพัฒนาต่อยอด ดำเนินการวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ทหารูปแบบการท่องเที่ยว (Model) ที่เหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาต่อไป

2. ควรมีการวิจัยในเรื่องประวัติศาสตร์ รวมถึงภูมิปัญญาต่าง ๆ ในท้องถิ่นที่อาจสูญหายไป เพื่อเป็นประโยชน์ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

3. ควรมีการวิจัยและพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวมีความทันสมัย ปรับตัวเข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง และสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เช่น การท่องเที่ยวแบบ New Normal ในช่วงเกิดโรคระบาด การท่องเที่ยวแบบออนไลน์ เป็นต้น



รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรมการท่องเที่ยว. (2559). สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2558 จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด. สืบค้น 15 มีนาคม 2559, จาก <http://tourism2.tourism.go.th/home/details/11/221/25767>
- _____. (2560). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ.2560-2564. กรุงเทพฯ: พีดับบลิว ปรี้นติ้ง.
- _____. (2563). สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน. สืบค้น 15 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.facebook.com/Deptourism/posts/3546343952117042/>
- กันตภณ แก้วสง่า, บุชบา สุธีธร, และอภิษฐา อยู่ในธรรม. (2563). การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่ายสังคม. วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย, 15 (2), 18-28.
- กัมปนาท เพชรแก้ว. (2560). การให้ความหมายและกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษา วัดขนอน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). อนาคตของเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ตอนที่ 1). วารสาร TAT Review Magazine, 4. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.etatjournal.com/mobile/index.php/menu-read-tat/menu-2011/menu-2011-oct-dec/66-42554-technology-tourism>
- _____. (2556). ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. สืบค้น 6 สิงหาคม 2560, จาก <http://tourisminvest.tat.or.th/งานวิจัย/การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์>
- กิตติภักดิ์ ดับทุกข์. (2562). กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจของผู้ฝึกสอนนักกีฬาแบดมินตันทีมชาติไทย กรณีศึกษา เมย์ รัชนก อินทนนท์ (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์.
- เกศินี จุฑาวิจิตร. (2542). การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น (พิมพ์ครั้งที่ 2). นครปฐม: สถาบันราชภัฏนครปฐม.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ.2560-2564. กรุงเทพฯ: กิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- จักรพงษ์ สุวรรณรัตน์. (2553). คู่มือการจัดกิจกรรมสร้างสรรค์ ศิลปะเด็กปฐมวัย. ชลบุรี: สำนักงานเขตพื้นที่ชลบุรี.

- จังหวัดนครปฐม. (2562). จังหวัดนครปฐมจัดพิธีวันพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวฯ. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2562, จาก <http://www.nakhonpathom.go.th/gallery/detail/1121>
- จันทรานี สงวนนาม. (2551). *ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: บั๊ค พอยท์.
- จินตวีร์ เกษมศุข. (2563). *หลักและกลยุทธ์ในการประชาสัมพันธ์. เอกสารประกอบการเรียนรู้ด้วยตนเอง หมวดวิชาการชุมชนและมวลชนสัมพันธ์* [ออนไลน์]. สืบค้น 15 ตุลาคม 2563, จาก <https://www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/pr249561.pdf>
- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). *ความหมายและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. สืบค้น 13 มิถุนายน 2561, จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>
- ชิตาวร ลีละพลิน และภัทรชนม์ รัชตะหิรัญ. (2561). ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกของโฮมสเตย์ที่มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 8 (2), 1-12.
- ชูเกียรติ ลีสุวรรณ. (2531). *การให้ความรู้ความเข้าใจระดับตำบลในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในจังหวัดลำปาง โครงการนำร่องเพื่อจัดระบบการบริหาร ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในระดับจังหวัด สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ* (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ และคณะ. (2552). *โครงการวิจัยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตลุ่มแม่น้ำวาง* (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยสำนักงานภาค.
- ญาณภัทร ยอดแก้ว. (2563). การอนุรักษ์คลองเจดีย์บูชา: สืบสานและรักษาสายน้ำแห่งพระราชศรัทธาสู่ความยั่งยืน. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ครั้งที่ 12* (น. 1-14). นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ณรงค์ พลธิ์รักษ์ และคณะ. (2559). การจัดการการท่องเที่ยวชุมชนในจังหวัดจันทบุรีและตราด โดยเทคโนโลยีภูมิสารสนเทศ. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 35 (1), 39-47.
- ณรงค์ศักดิ์ ศรีทานันท์. (2554). แนวทางการกำกับสื่อใหม่ในยุคการหลอมรวมเทคโนโลยี. *วารสารนักบริหาร*, 31 (4), 126-134.
- ณัฐนิภรณ์ น้อยเสี้ยว และสาทิณี วัฒนกิจ. (2564). การศึกษาแนวทางการออกแบบปรับปรุงภูมิทัศน์น้ำตกน้ำเค็ม จังหวัดตรัง เพื่อการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของประชาชน. *The Journal of Architectural/Planning Research and Studies (JARS)*, 18 (1), 65-81.

- ดลฤดี วาสนานนท์. (2560). *ข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการฝึกนักศึกษาวิชาทหารของกองทัพบกไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาตรีบัณฑิต). นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทวีป ศิริรัศมี. (2544). *การวางแผนพัฒนาและประเมินโครงการ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ทองอินทร์ วงศ์โสธร. (2545). พฤติกรรมผู้นำของครูในห้องเรียน. *วารสารสุโขทัยธรรมมาธิราช*, 15 (2), 113-128.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2545). *การจัดการ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนบดี ฉายาพันธ์. (2561). แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาป่าปรังพันปี ตำบลซ่งสีทอง อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 8 (พิเศษ), 1-13.
- ธนารีย์ สะสุนทร. (2558). *ปัญหาและการแก้ปัญหาทางนพชาสัมพันธ์มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิภาคตะวันตก* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธิตี รักชาติ. (2555). รูปแบบการสื่อสารประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร*, 7 (1), 24-34.
- ธีระ สิ้นเดชารักษ์ และนาฬิกาอติภักดิ์ แสงสนิท. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: การรับรู้ของนักท่องเที่ยว ความพร้อมของเจ้าของกิจกรรมและความเป็นไปได้ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย*. สืบค้น 10 กันยายน 2563, จาก <http://www.dasta.or.th/th/theory/1615-การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์-การรับรู้ของนักท่องเที่ยว.html>
- นงลักษณ์ ใจฉลาด. (2556). *หลักการบริหารกิจกรรมและกิจกรรมนักเรียน*. เอกสารประกอบการสอน วิชาหลักในการบริหารกิจกรรมและกิจการนักเรียน สาขาบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- นพดล มโนงาม. (2555). *องค์ประกอบนโยบาย*. สืบค้น 5 พฤษภาคม 2560, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/453326>
- นพพงษ์ บุญจิตราดุลย์. (2549). *นิตยภัตการบริหาร* (พิมพ์ครั้งที่ 3). เชียงใหม่: Orange Group Tactics Design.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. (2544). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: บริษัทเพรสแอนด์ดีไซน์ จำกัด.
- _____. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุตรี จารุโรจน์ และคณะ. (2549). *ภาวะผู้นำและการทำงานเป็นทีม* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- ปติวรรดา ปาลกะวงศ์ ณ อยุธยา. (2549). *การวิจัยนิเทศศาสตร์*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- ประมธ สตะเวทิน. (2524). *หลักนิเทศศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: รุ่งเรืองสาส์น.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21*. กรุงเทพฯ: ไฟว์แอนด์โฟร์พรีนติ้ง.
- ปิยะพงษ์ บุขบงก์. (2552). *การกำหนดนโยบายสาธารณะ: กระบวนทัศน์ แนวทางตัวแบบกรอบและเทคนิค*. กรุงเทพฯ: เสนาธรรม.
- ปรีณธ์ ชินโชติ และธีระวัฒน์ จันทร์ทิ. (2559). รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของสวนผึ้ง. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ*, 9 (1), 250-268.
- พยอม ธรรมบุตร. (2546). *เอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พรทิพย์ พิมพ์สินธุ์. (2551). *การวิจัยเพื่อการประชาสัมพันธ์* (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพฯ: โฟร์พรีนติ้ง.
- พิธาน พื้นทอง. (2548). *ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพโรงเรียนขนาดเล็ก ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณัฐบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- พิมานา บุรณนินทุ. (2535). *การมีส่วนร่วมของกลุ่มสตรีในกิจกรรมการศึกษาและการพัฒนาในชุมชนบ้านปางกิ่ง อำเภอกู่หัวช้าง จังหวัดลำพูน* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพชรดา ฐิตยาภรณ์. (2557). *กลยุทธ์การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวใจบุคคลให้มาเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ทางพระพุทธศาสนา ณ พุทธมณฑล* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพียงกมล เกิดสมศรี และปรีชา พันธุ์แน่น. (2562). แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย. *วารสารร่วมพฤษภา มหาววิทยาลัยเกริก*, 38 (1), 21-33.
- ไพเราะ คณปะกุล. (2555). *ลักษณะนโยบายที่ดี*. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2560, จาก <https://www.gotoknow.org/posts/453164>
- ไพโรจน์ สุขสัมพันธ์. (2532). *การมีส่วนร่วมของประชาชน. เอกสารประกอบการบรรยายการอบรมเจ้าหน้าที่ส่งเสริมป่าไม้หลักสูตรการพัฒนาและส่งเสริมความร่วมมือด้านป่าไม้ กรมป่าไม้ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์*. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภารพิมพ์.
- ภัทร์อาภรณ์ เอี่ยมวิริยาวัฒน์. (2563). การพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อยกระดับชุมชนสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนบ้านพุน้ำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 14 (2), 433-451.

- ภักยมณี แก้วสง่า และนิศาชล จำนงศรี. (2555). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: ทางเลือกใหม่ของ การท่องเที่ยวไทย. *วารสารเทคโนโลยีสุรนารี*, 6 (1), 91-109.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติ สำหรับประเทศไทย. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*, 33 (2), 329-364.
- มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (2550). *แผนยุทธศาสตร์การบริหารมหาวิทยาลัยขอนแก่น พ.ศ. 2550-2553*.
ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- เมทินี ทนงกิจ, ฐาศุภร์ จันประเสริฐ และศยามล เอกะกุลานันต์. (2561). ปัจจัยแห่งความสำเร็จของ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว. *วารสารวิชาการ การท่องเที่ยวไทยนานาชาติ*, 14 (1), 77-109.
- ยุวดี นิรัตน์ตระกูล. (2554). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ : ต่อยอด เพิ่มคุณค่า หาจุดต่าง*. สืบค้น 10 กันยายน 2563, จาก http://www.etatjournal.com/upload/245/9_Creative_Tourism.pdf
- รัตติยา พรหมกัลป์, พระเทพปริยัติเมธี และนัยนา เกิดวิชัย. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการ ท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ราชภัฏสุรินทร์*, 21 (1), 13-28.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2554 เฉลิมพระเกียรติ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคล เฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554*. กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- รุ่งรัตน์ ชัยสำเร็จ. (2550). *การเขียนเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณรัตน์ ศรีรัตน์. (2561). *การพัฒนารูปแบบการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวตามมาตรฐาน โยมสเดย์ไทยในจังหวัดสมุทรสงคราม*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสวนดุสิต.
- วัชรพงษ์ ชุมดวง และอัมพิกา ชุมมธยา. (2562). *การบูรณาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พื้นที่โดยรอบ ตามแนวแกนเมืองมรดกโลกศรีสัชชาลัย-สุโขทัย-กำแพงเพชร* (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.).
- วิจิตร ศรีสะอ้าน. (2552). *มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในทัศนะศาสตราจารย์ ดร.วิจิตร ศรีสะอ้าน*. นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- วิจิตร ศรีสะอ้าน และคณะ (2557). *แนวคิดและหลักการเกี่ยวกับนโยบาย. ใน นโยบายการวางแผน และ การพัฒนาคุณภาพการศึกษา*. (1-73). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิเชียร วิทญ์อุดม. (2550). *การพัฒนาองค์การ*. กรุงเทพฯ: บริษัทธนวัชการพิมพ์จำกัด.

- วิทยา ชินบุตร. (2561). การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานีเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*, 8 (1), 75-89.
- วิมลพรรณ อภาเวท. (2553). *หลักการโฆษณาและประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- วิโรจน์ สารรัตน์. (2550). *การวางแผนและการบริหารโครงการ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- _____. (2551). *หลักและทฤษฎีการบริหาร*. ขอนแก่น: คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- _____. (2554). *การวิจัยทางการบริหารการศึกษา แนวคิดและกรณีศึกษา*. กรุงเทพฯ: อักษราพิพัฒน์.
- _____. (2556a). SYSTEMATIC EVALUATION. *เอกสารประกอบการสอนหลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*.
- _____. (2556b). *การวิจัยเชิงนโยบายแบบมีส่วนร่วม. เอกสารประกอบการสอนหลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย*.
- วิโรจน์ สารรัตน์ และประยูทธ ชูสอน. (2548). นโยบายและการวิจัยเชิงนโยบาย. *วารสารบริหารศึกษามหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 1 (2), 32-42.
- วิระพล ทองมา. (2547). *ผลที่เกิดขึ้นจากการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อประชาชนในพื้นที่ตำบลแม่แรม อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2545). *องค์การและการจัดการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- ศุภรัตน์ รัตนมุขย์. (2551). *ระบบการบริหารจัดการงานอาสาสมัคร*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมและพัฒนาพลังแผ่นดินเชิงคุณธรรม (ศูนย์คุณธรรม).
- ศูนย์วัฒนธรรมอำเภอเมืองนครปฐม. (ม.ป.ป.). *ตำนานพระปฐมเจดีย์*. สืบค้น 1 มิถุนายน 2562, จาก <https://emis.christian.ac.th/ctc/Conservart/Conservart/Papathomjadee/Papathomjade.html>
- สมคิด พรหมจ้อย. (2550). *เทคนิคการประเมินโครงการ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). นนทบุรี: จตุพรดีไซน์.
- สมหวัง พิริยานูวัฒน์ และदनัย เทียนพุด. (2532). *การวิจัยเชิงนโยบาย*. กรุงเทพฯ: สมาคมวิจัยสังคมศาสตร์แห่งประเทศไทย.
- สรายุทธ กันหลง. (2555). *การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม Cronbach's alpha*. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.ipernity.com>
- สันติ พัฒนาศักดิ์. (2539). *การมีส่วนร่วมของเกษตรกรในการอนุรักษ์ป่าชุมชน บ้านตลาดขี้เหล็ก ตำบลแม่โป่ง อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่* (การศึกษาระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- สาคร สุขศรีวงศ์. (2554). *การจัดการ: จากมุมมองนักบริหาร = Management from the executive's viewpoint*. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานจังหวัดนครปฐม. (ม.ป.ป.). *ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครปฐม*. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.nakhonpathom.go.th/content/history>
- สำนักงานจังหวัดนครปฐม. กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2561). *แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ.2561-2564*. นครปฐม: สำนักงานจังหวัดนครปฐม.
- สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์. (2555). *การวิจัยเชิงนโยบาย. เอกสารคู่มือการจัดการความรู้เรื่องการวิจัยเชิงนโยบาย (Policy Research)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- สำนักสถิติแห่งชาติ. ศูนย์สารสนเทศยุทธศาสตร์ภาครัฐ. (2555). *สำมะโนประชากรและเคหะ พ.ศ.2553*. กรุงเทพฯ: บริษัท เท็กซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น จำกัด.
- สิทธิชัย เสรีสงแสง. (2535). *ทัศนคติและแรงจูงใจของครูและราษฎรต่อการมีส่วนร่วมในการพัฒนาป่าชุมชน กรณีศึกษาเฉพาะครูและราษฎรหมู่บ้านวังจวนและหมู่บ้านวงแค ตำบลบ้านโคก อำเภอมือง จังหวัดเพชรบูรณ์* (รายงานผลการวิจัย). นครราชสีมา: สำนักป่าไม้เขตนครราชสีมา กรมป่าไม้.
- สุคนธา คงศีล และสุชุม เจริญตน. (2550). การวิจัยนโยบาย คืออะไรและทำอย่างไร?. *วารสารบริหารงานสาธารณสุข*, 13 (2), 56-62.
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 15). กรุงเทพฯ: สามลดา.
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). *การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ = Creative tourism Thailand: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน)*. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- สุพัตรา จิงตระกุล และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2562). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บนต้นทุนทางวัฒนธรรม กรณีศึกษา: โสมนัมเมืองขอนแก่น ตำบลในเมือง อำเภอมือง จังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิชาการธรรมทรรศน์*, 19 (1), 45-54.
- หนึ่งทัย ขอผลกลาง และกันตภณ แก้วสง่า. (2564). แนวทางการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดเลย. *วารสารการบริการและการท่องเที่ยวไทย*, 16 (1), 12-25.

- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2556). *โครงการต้นแบบการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเขตพื้นที่พิเศษ 4 (อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร) และเขตพื้นที่พิเศษ 5 จังหวัดเลย*. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2560, จาก <http://www.dasta.or.th/attachments/article/>
- _____. (2558). *รายงานการประเมินผลตามคำรับรองการปฏิบัติงานขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557*. สืบค้น 25 ตุลาคม 2563. จาก <https://po.opdc.go.th/content/MTEw>
- _____. (2560). *Creative tourism การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2560, จาก <http://creativetourism.circlecamp.com/index.php?page=aboutus>
- _____. (2561). *คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: บริษัท บุกพลัส พับลิชซิง จำกัด.
- อนุชา เล็กสกุลติก. (2551). *ชุมชนและการมีส่วนร่วมของชุมชนกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: สถาบันงานวิจัยแห่งชาติ.
- อรรธรณ ปิลันธน์โอวาท. (2537). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- _____. (2549). *การสื่อสารเพื่อการโน้มน้าวใจ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Allen, I.E., & Seaman, C.A. (2007). Likert Scales and Data Analyses. *Quality Progress*, 40 (13), 64-65.
- Andersson, L., & Thomsen, B.S. (2008). Performative Experiments and Cultural Re-Planning: Recapturing the Spectacle of the City. *Nordisk Arkitekturforskning*, 20 (1), 39-51.
- Asean Tourism. (2013). *ASEAN starts promoting experiential and creative tourism*. Retrieved on October 30, 2020, from <http://www.aseantourism.travel/news/detail/asean-starts-promoting-experiential-and-creative-tourism#.VBmI-vmSwyM>
- Bakas, F.E., Duxbury, N., Silva, S., & Castro, T.V. (2020). *Creative Tourism Development Models towards Sustainable and Regenerative Tourism*. Retrieved on December 15, 2020, from https://econpapers.repec.org/article/gamjsusta/v_3a1_3_3ay_3a2020_3ai_3a1_3ap_3a2-_3ad_3a466136.htm
- Bartol, & Matin. (1998). *Management Quality* (2nd ed.). New York: Prentice-Hall.
- Baskin, O., Aronoff, C., & Lattimore, D. (1997). *Public Relations: The profession and the practice*. Chicago: Brown and Benchmark.

- Best, J.W. (1981). *Research in Education* (4th ed.). Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Binkhorst, E. (2006). *The Co-Creation Tourism Experience*. Retrieved on October 30, 2020, from http://www.esade.edu/cedit2006/pdfs2006/papers/esther_binkhorst_paper_esade_may_06.pdf.
- Blapp, M., & Mitas, O. (2017). *Creative tourism in Balinese rural communities*. Retrieved on December 15, 2020, from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2017.1358701>
- Boorstin, D.J. (1973). *The Image: A guide to Pseudo-Events in AMERICA*. New York: Atheneum.
- Boulding, K. E. (1975). *Modern Public Relations*. New York: McGraw-Hill.
- Byars, L.L., & Rue, L.W. (2004). *Human Resource Management* (7th ed). The McGraw-Hill Companies.
- Carl, J.F. (1963). *Man and His Government*. New York: McGraw - Hill.
- Chen, L., Thapa, B., Kim, J., & Yi, L. (2017). *Landscape Optimization in a Highly Urbanized Tourism Destination: An Integrated Approach in Nanjing, China*. Retrieved on December 15, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/321912199_Landscape_Optimization_in_a_Highly_Urbanized_Tourism_Destination_An_Integrated_Approach_in_Nanjing_China
- Chulasai, B. (2004). *Environmental Impact Assessment: Aesthetics*. Bangkok, Thailand: Chulalongkorn University Printing.
- Collier, A., & Harraway, S. (1997). *The New Zealand Tourism Industry*. Auckland: Longman.
- Creative Tourism Austria. (2014). *Creative arts, crafts and culinary holidays in Austria*. Retrieved on October 30, 2020, from <http://www.kreativreisen.at/en/home.html>
- Cross, R., & Thomas, R.J. (2009). *Driving results through social network: how top organizations leverage networks for performance and growth*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Cutlip, S.M., Center, A.H., & Broom, G.M. (2006). *Effective public relations* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Dukeshire, S., & Jennifer, T. (2002). *Understanding the Link Between Research and Policy*. Port Hilford, Guysborough County, N.S.: Rural Communities Impacting Policy Project.

- Fayol, H. (1949). *General and Industrial Management*. London: Sir Isaac Pitman & Sons.
- Gilberg, S. (2014). *Creative tourism New Zealand*. Retrieved on October 30, 2020, from <http://www.creativetourism.co.nz/contact.html>
- Greenwood, W.T. (1965). *Management and Organizational Behaviors Theories: An Interdisciplinary Approach*. South-Western: University of Michigan.
- Gregory, A. (1996). *Public Relations in Practice*. London: Kogan Page Limited.
- Horayangkul, V. (1992). *Human Behavior and Environment*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing.
- Hu, X., Chulasai, L., & Phuangsaichai, S. (2011). Hedonic Pricing Model for Housing Market in City of Kunming, the People's Republic of China. *CMU Journal of Economics*, 15 (1), 144-165.
- Jenkins, F. (1982). *Public Relations Mode Simple*. London: Heinemann.
- Kamphusaen, P. (2009). *Cultural landscape management: a case study of Chanthaboon Community, Chanthaburi* (Master' thesis, Silpakorn University, Nakorn Pathom). Retrieved on October 30, 2020, from http://www.thapra.lib.su.ac.th/thesis/showthesis_th.asp?id=0000004074
- Kanazawa-Tourism. (2014). *Kanazawa: Japan Endless Discovery*. Retrieved on October 30, 2020, from <http://www.kanazawa-tourism.com/>
- Lasswell, H.D., & Kaplan, A. (1970). *Power and Society*. New Haven: Yale University Press.
- Majchrzak, A. (1984). *Technical analysis. In Methods for Policy Research*. Beverly Hills: Sage.
- Newsom, D., & Scott, A. (1976). *This is PR: The Realities of public Relations*. Belmont Calif: Wadsworth Publishing Company Inc.
- Ni Nyoman Sri Astuti, Ni Nyoman Triyuni, & others. (2019). Developing Creative Tourism In Rural Area: Case Study In Beraban Village, Selemadeg Timur, Tabanan Regency 2nd International Conference on Social Science (ICSS 2019) Advances in Social Science. *Education and Humanities Research*, volume 383.
- Oaks, T. (2003). *Action research as a methodology for theory development*. *Policy & Politics*, 31 (2), 239–248.
- Raymond A. Noe et al. (2003). *Human Resource Management: Gaining a Competitive Advantage*. New York: McGraw – Hill.

- Raymond, C. (2003). *Case study: creative tourism New Zealand*. Retrieved on October 30, 2020, from http://www.creativenz.govt.nz/assets/paperclip/publication_documents/documents/97/original/case-study-creative-tourism-newzealand.pdf?132207982
- Richards, G. (2009). Creative tourism and local development. In Wurzbürger, R., Pattakos, A. and Pratt, S. (eds). *Creative Tourism: A global conversation* (pp. 78-90). Santa Fe: Sunstone Press.
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. *ATLAS News*, 23, 16-20.
- Robbins, S.P., & DeCenzo. (2005). *Management* (6th ed.). New York: Prentice-Hill.
- Romana, K. (2013). "Creative tourism as a source of innovativeness and sustainability in tourism". In *An Enterprise Odyssey International Conference Proceedings* (pp. 1307-1320). Zageb: University of Zageb.
- Rue, L.W., & Byars, L.L. (2002). *Management: Skill and Application* (5th ed.). North America: McGraw-Hill.
- Smith, D. (2006). *Exploring Innovation*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Suhartanto, S.D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N.N. (2019). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. Retrieved on December 15, 2020, from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2019.1568400>
- Tourism of World. (ม.ป.ป.). *สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว*. สืบค้น 15 พฤษภาคม 2560, จาก <https://tourismatbuu.wordpress.com>.
- Wurzbürger, R. (2010). Introduction to the Santa Fe & UNESCO International Conference A Global Conversation on Best Practices and New Opportunities. In Wurzbürger, R. (Ed.), *Creative Tourism A Global Conversation how to provide unique creative experiences for travelers worldwide: at present at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe* (pp. 15-25). New Mexico, USA.
- Wurzbürger, R., Aagesen, T., Pattakos, A., & Pratt, S. (2009). Creative Tourism: A Global Conversation: How to Provide Unique Creative Experiences for Travelers Worldwide. *Paper Presented at the 2008 Santa Fe & UNESCO International Conference on Creative Tourism in Santa Fe*. New Mexico, USA.

- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.
- Yin, R. K. (2014). *Case Study Research Design and Methods* (5th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Yoshinobu. (1983). *The Aesthetic Townscape*. Cambridge: The MIT Press.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ
และผู้ที่เกี่ยวข้องในงานวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย การสำรวจบริบทชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จำนวน 3 ท่าน

1. ดร.นิรุทธ์ วัฒนภาส
2. ดร.จิตตรา มาคะผล
3. ดร.จิราพร ไชยเชนทร์

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือวิจัย การประเมินศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ จำนวน 5 ท่าน

1. ดร.อุรปริย์ เกิดในมงคล
2. ดร.นิรุทธ์ วัฒนภาส
3. ดร.จิตตรา มาคะผล
4. ดร.จิราพร ไชยเชนทร์
5. พันเอก ดร.ชลฤดี วาสนานนท์

รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

1. นางธิดิยา ถิ่นวิลัย ชุมชนเทศา-ทิพากร
2. นายดาบตำรวจ สัมคร มะกรวัฒน์ ชุมชนสวนลำไย
3. นางสาวสมจิตต์ ชวนชม ชุมชนศาลเจ้าแม่ต๋นแจงซอย 6
4. นางลมัย ดาวจรัสแสงชัย ชุมชนซอย 7

รายชื่อผู้ร่วมการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

1. นายถวัลย์ศักดิ์ ดำรงกิจถาวร
2. นางจรินทร์ ลิขิตไพบุลย์ชัย
3. นางนิจจารีย์ เจนศิริภรณ์
4. นางพัชรินทร์ ชื่นอารมณ
5. นายธนศักดิ์ เผ่าพันธุ์
6. นางเบญจรัตน์ บุญศรีงาม
7. นางสาวสมฤทัย ตรีธัญญา
8. นางกัญญณัฐ เลี่ยมงาม
9. นายปณิธาน จิตประไพ
10. นางมณฑิชา บุญศรีงาม

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ ในการจัดสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurships) และการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

1. ดร.สมคิด ภูมิโคกรักษ์
อาจารย์ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ โออินทร์
อาจารย์ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
3. ดร.นิพล เชื้อเมืองพาน
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
4. นายณรงค์ศักดิ์ เฉลิมเกียรติ
ข้าราชการบำนาญ (อดีตรองผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม)
5. นางสาววราตี แร่งเพชร
หัวหน้าฝ่ายส่งเสริมวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว รักษาราชการแทนผู้อำนวยการกองส่งเสริมวัฒนธรรม การท่องเที่ยวและกีฬา
6. นางเกษณี เจริญประเสริฐ
หัวหน้าฝ่ายบริหารงานทั่วไป



ภาคผนวก ข
แบบสอบถาม/แบบสัมภาษณ์/แบบประเมินที่ใช้ในการวิจัย

แบบสัมภาษณ์

ผู้นำชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา จำนวน 4 ชุมชน

เพื่อเป็นข้อมูลในการวิจัยเรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. ชื่อชุมชน.....
2. ชื่อสกุลผู้ให้สัมภาษณ์
3. อายุ.....ปี ระดับการศึกษา
4. ภูมิลำเนา.....
5. ที่อยู่ปัจจุบัน
6. ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในชุมชนพื้นที่คลองเจดีย์บูชา.....
7. อาชีพ.....



**ส่วนที่ 2 สภาพพื้นที่และบริบทชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม**

1. ปัจจุบันคลองเจดีย์บูชา มีสภาพเป็นอย่างไร

.....

.....

2. ท่านคิดว่าหากพูดถึงคลองเจดีย์บูชา คนในชุมชนของท่านมีความคิดเห็นอย่างไร

.....

.....

3. วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนของท่านเป็นอย่างไร

.....

.....

4. ความร่วมมือร่วมใจของคนในชุมชนเป็นอย่างไร

.....

.....

5. ท่านคิดว่าในชุมชนของท่านเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปหรือไม่ มีจุดเด่นในเรื่องอะไร

.....

.....

6. ความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนของท่านกับชุมชนใกล้เคียงเป็นอย่างไร

.....

.....

7. หากมีการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้มีสภาพแวดล้อมที่ดีขึ้นให้มีสภาพใกล้เคียงกับที่เคยเป็นมา
ในอดีตเช่นการเป็นคลองที่ผู้คนเคยใช้สัญจรไปมาเคยเป็นตลาดน้ำมีสภาพแวดล้อมที่สวยงามและ
ให้ทุกคนได้แวะมาเยี่ยมชมท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีจุดเด่นหรือมีลักษณะพิเศษอะไรบ้าง

.....

.....

8. ในชุมชนของท่านมีทรัพยากรใดบ้างที่จะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินการตามข้อ 7

.....

.....

9. มีการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาตามข้อ 7 ควรที่จะทำหรือแก้ไขในเรื่องใดในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาก่อนเป็นอันดับแรก

.....

.....

10. หากมีการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาตามข้อ 7 ท่านคิดว่าประชาชนในชุมชนของท่านจะให้ความร่วมมืออย่างไรบ้าง

.....

.....

11. หากมีการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาตามข้อ 7 ท่านคิดว่าจะมีสิ่งใดเป็นอุปสรรคในการดำเนินการอย่างไร

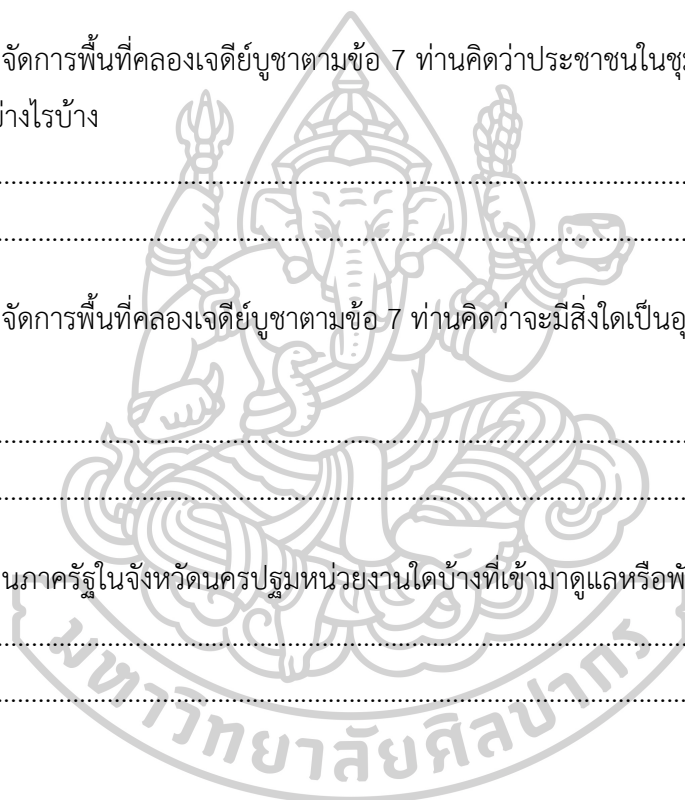
.....

.....

12. มีหน่วยงานภาครัฐในจังหวัดนครปฐมหน่วยงานใดบ้างที่เข้ามาดูแลหรือพัฒนาพื้นที่อย่างไร

.....

.....



แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ของจังหวัดนครปฐม

.....

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ในช่อง หน้าข้อความที่ตรงกับข้อมูลของท่าน

1. เพศ

- ชาย
 หญิง

2. ช่วงอายุ

- 15 - 35 ปี
 36 - 55 ปี
 56 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ

- ข้าราชการ
 พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัท
 ค้าขาย
 รับจ้าง
 นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา
 เกษียณ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

4. ระยะเวลาที่อาศัย

- 0-10 ปี
 11-20 ปี
 21 ปีขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ
จังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง แบบสอบถามเกี่ยวกับศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เมื่อท่านอ่านข้อความแล้ว โปรดทำเครื่องหมาย /
ในช่องตารางที่เป็นจริงมากที่สุดเพียงช่องเดียวตามลำดับความคิดเห็นของท่าน โดยมีเกณฑ์
การพิจารณา ดังนี้

- 5 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
4 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านมาก
3 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านปานกลาง
2 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านน้อย
1 หมายถึง ข้อความนั้นตรงกับความคิดเห็นของท่านน้อยที่สุด

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการบริหารจัดการ					
1. ท่านคิดว่าคนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีความสมัคร สมานสามัคคีกันในชุมชน					
2. ท่านคิดว่าคนภายในชุมชนส่วนใหญ่ไม่ค่อยให้ ความร่วมมือกันเท่าที่ควร					
3. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นพื้นที่รวมกลุ่ม พบปะ พูดคุยปรึกษาหารือได้					
4. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีหน่วยงานภาครัฐ เข้ามาดูแล					
5. ท่านคิดว่าคนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีข้อพิพาท กันบ่อย ๆ ในเรื่องการจัดวางสิ่งของบนทางเท้า					
6. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเจ้าหน้าที่ที่ เกี่ยวข้องไม่ได้เข้าใจสภาพปัญหาและความ ต้องการของชุมชนในพื้นที่อย่างแท้จริง					

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
7. ท่านคิดว่าแผนการพัฒนาและวิธีการต่าง ๆ ยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของคนในชุมชน					
8. ท่านคิดว่าการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ในชุมชนยังเป็นไปอย่างล่าช้า					
9. ท่านคิดว่าคนในพื้นที่ชุมชนคลองเจดีย์บูชาขาดความเชื่อมั่นในหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง					
10. ท่านคิดว่าชุมชนใกล้เคียงในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาคนในชุมชนมีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน					
11. ท่านคิดว่าผู้นำชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีการพบปะพูดคุยปรึกษาหารือกัน					
12. ท่านคิดว่าผู้นำชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน					
13. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาไม่มีการจัดระบบร้านค้าแผงลอยริมคลอง ไม่เป็นระเบียบ และไม่มีการควบคุมดูแล					
14. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีคณะกรรมการชุมชน ทำงานกันเป็นทีมและเป็นระบบ					
15. ท่านคิดว่าเมื่อมีการนัดหมาย การประชุมร่วมกันของคนในชุมชน จะได้รับความร่วมมือจากคนในชุมชนเป็นอย่างดี					
16. ท่านคิดว่าผู้นำชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาจะช่วยเหลือคนในชุมชนเมื่อได้รับความเดือดร้อน					
ด้านการปฏิบัติ					
1. ท่านคิดว่าคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองที่มีภูมิทัศน์ที่สวยงาม					
2. ท่านคิดว่าแหล่งร้านค้าบริเวณพื้นที่คลองเจดีย์บูชาก่อให้เกิดขยะ					

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
3. ท่านคิดว่าถนนบริเวณคลองเจดีย์บูชาสามารถพัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้					
4. ท่านคิดว่าหน่วยงานราชการในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาดูแลเรื่องการจัดการขยะ					
5. ท่านคิดว่าหน่วยงานราชการในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาดูแลเรื่องความสะอาด					
6. ท่านคิดว่าสภาพคลองเจดีย์บูชาในปัจจุบันมีสภาพน่าเสีย					
7. ท่านคิดว่าคลองเจดีย์บูชามีขยะมูลฝอย					
8. ท่านคิดว่าน้ำเน่าเสียในคลองเจดีย์บูชา เกิดจากการปล่อยน้ำเสียจากบ้านเรือนประชาชน					
9. ท่านคิดว่าคนในชุมชนพื้นที่คลองเจดีย์บูชาช่วยกันรักษาความสะอาดชุมชนของตน					
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว					
1. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นแหล่งชุมนุมการค้า					
2. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาอยู่ในเขตเมือง					
3. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีถนนที่มีความสะดวก					
4. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นแหล่งค้าขายมีร้านค้าเป็นจำนวนมาก					
5. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีผู้คนสัญจรไปมา					
6. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป					
7. ท่านคิดว่าร้านค้าบริเวณพื้นที่คลองเจดีย์บูชาทำให้การจราจรหนาแน่น					

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
8. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น วันลอยกระทง					
9. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาควรจัดเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง สินค้าOTOP					
ด้านสิ่งแวดล้อม					
1. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาอยู่ในเขตเมืองสามารถสัญจรไปมาได้สะดวก					
2. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีรถรับจ้างให้บริการอำนวยความสะดวก					
3. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีรถบริการสาธารณะให้บริการอำนวยความสะดวกไม่เพียงพอ					
4. ท่านคิดว่าพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นพื้นที่ออกกำลังกายหรือพักผ่อนหย่อนใจได้					
5. ท่านคิดว่าสภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถพัฒนาให้มีการสัญจรทางน้ำได้					
ด้านการประชาสัมพันธ์					
1. ท่านคิดว่าคลองเจดีย์บูชาเป็นคลองเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและมีเรื่องราวที่น่าสนใจ					
2. ท่านคิดว่าเส้นทางการเดินทางมาพื้นที่คลองเจดีย์บูชามีความสะดวก					
3. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากคำแนะนำจากบุคคลต่าง ๆ เช่น เพื่อน ครอบครัว หรือบุคคลอ้างอิง					

ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
4. ท่านคิดว่าการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีเช่นความสะอาด ปลอดภัย เพื่อเป็นการจูงใจให้เดินทางมาท่องเที่ยว					
5. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากการประชาสัมพันธ์ทางเฟสบุ๊ก ไลน์					
6. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากการเผยแพร่ข่าวสาร โดยผ่านวีดิทัศน์ โทรทัศน์ ในการกระตุ้นให้เดินทางมาท่องเที่ยว					
7. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากการเผยแพร่ข่าวสาร โดยผ่านโปสเตอร์ หนังสือ ภาพถ่าย ในการกระตุ้นให้เดินทางมาท่องเที่ยว					
8. ท่านคิดว่าคนส่วนใหญ่รู้จักคลองเจดีย์บูชาจากการประชาสัมพันธ์ทางเว็บไซต์					

ขอขอบคุณทุกท่านสำหรับความร่วมมือ



แบบประเมิน
เรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
ของจังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง

1. การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

2. แบบประเมินแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อ (ร่าง) ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความเป็นประโยชน์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะทั่วไป

ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดตอบแบบประเมินทุกข้อให้สมบูรณ์ และตามความเป็นจริง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยครั้งนี้ ความคิดเห็นของท่านถือเป็นความลับ ซึ่งจะไม่กระทบต่อสถานภาพของท่านและหน่วยงานแต่ประการใด ขอบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์เป็นอย่างสูง

พันตำรวจโทอายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์

สาขาพัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

1. ยศ-ชื่อ-สกุล
2. อายุ ปี
3. ระดับการศึกษา
4. ตำแหน่ง สถานที่ทำงาน
5. ความเชี่ยวชาญเฉพาะ
6. ประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง
7. วันที่ประเมิน วันที่ เดือน พ.ศ.....

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับ (ร่าง) ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

คำชี้แจง ให้ท่านทำเครื่องหมาย \checkmark ลงในช่องว่างที่กำหนดให้ตรงตามความเห็นของท่านมากที่สุด
ระดับความเห็น 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
นโยบายที่ 1 นโยบายการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง																				
กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 1																				
กลยุทธ์ที่ 1 กำหนดรูปแบบองค์กรจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (Organizing) ในรูปแบบของคณะกรรมการที่ได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ ที่มาจากคนในชุมชนและจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 2 กำหนดแผนปฏิบัติการหรือวิถีทางที่จะปฏิบัติงาน (Planning)																				
กลยุทธ์ที่ 3 กำหนดให้มีการบังคับบัญชา (Commanding) มีหัวหน้าในแต่ละฝ่าย เป็นผู้มีอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ																				
กลยุทธ์ที่ 4 มีการประสานงาน (Coordination) บูรณาการร่วมกัน ประสานเชื่อมโยงทำงานประสานสอดคล้องกัน ในทุกระดับ																				
กลยุทธ์ที่ 5 มีการกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) ให้สำเร็จลุล่วงตามที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติการ ให้การดำเนินงานเป็นไปตามกรอบที่กำหนด																				
กลยุทธ์ที่ 6 ส่งเสริมให้มีการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว เป็นบุคลากรที่มีคุณภาพมีความสามารถในการพัฒนาองค์กรและบริหารจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ																				
มาตรการปฏิบัตินโยบายที่ 1																				
มาตรการที่ 1 จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ ผู้นำชุมชนและประชาชนตัวแทนภาครัฐ จัดตั้งองค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว ในรูปคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว องค์ประกอบของคณะกรรมการส่วนหนึ่งจะต้องเป็นคนในชุมชน และอีกส่วนหนึ่งเป็นตัวแทนจาก																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
ภาครัฐ นำเสนอเทศบาลนคร นครปฐม เพื่อทำการรับรองตามระเบียบของทางราชการ																				
มาตรการที่ 2 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กำหนดนโยบาย และเป้าหมาย การดำเนินการ วาง โครงสร้าง องค์การที่ชัดเจน จัดแบ่งภาระงานออกเป็นฝ่ายเพื่อดูแลรับผิดชอบในงานต่าง ๆ																				
มาตรการที่ 3 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคล ผู้มีความรู้ความสามารถทำหน้าที่แต่ละฝ่าย ที่มาจากคนในชุมชนเป็นหลัก																				
มาตรการที่ 4 จัดอบรมบุคลากร ทั้งระบบ เพื่อให้บุคลากรทุกฝ่ายมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยว ด้านการตลาด บริหารธุรกิจ เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ																				
มาตรการที่ 5 มีการจัดการประชุมของคณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติเป็นประจำ ประสานการทำงานระหว่างกัน																				
มาตรการที่ 6 คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผน มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจ และมีการฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากช่องทางต่าง ๆ																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับภูมิทัศน์พื้นที่คลองเจดีย์บูชา ตั้งแต่สะพานทวาราวดี (ถนนขวาพระ) ไปจนถึงสะพาน 7 (ถนนเทศาซอย 7) ระยะทางประมาณ 1,650 เมตร และพื้นที่โดยรอบให้เหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์																				
กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 2																				
กลยุทธ์ที่ 1 การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่มีสภาพเสื่อมโทรม ให้ดีขึ้น มีทัศนียภาพที่สวยงาม และเหมาะกับการเป็นสถานที่ท่องเที่ยว และสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้คนในชุมชน																				
กลยุทธ์ที่ 2 การฟื้นฟู พัฒนาปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เพื่อจัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว																				
กลยุทธ์ที่ 3 การพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณี สภาพสังคมภูมิสถาปัตย์ ลักษณะเฉพาะของชุมชน และวิถีชีวิตของคนในชุมชน โดยไม่เป็นการทำลายวิถีชีวิตดั้งเดิม เกิดประโยชน์ต่อชุมชนมากที่สุด																				
กลยุทธ์ที่ 4 การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่ให้เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ ได้อย่างหลากหลายรองรับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบ																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
มาตรการที่ 4 วางแผนออกแบบปรับปรุงทางเท้าที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ออกแบบราวริมคลองให้แข็งแรงสวยงาม เพื่อความปลอดภัย ปลุกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่น โดยต้นไม้ที่นำมาปลูกเป็นต้นไม้ที่มีความสำคัญ และติดตั้งไฟฟ้ารอบถนนพิพิธปราสาทและถนนทิพากร เพื่อความปลอดภัย โดยออกแบบเสาไฟฟ้าให้มีความสวยงาม และแสดงถึงสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม																				
มาตรการที่ 5 ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชาทุกแห่ง ให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีสถาปัตยกรรมที่แสดงถึงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและประเพณีของจังหวัดนครปฐม อัตลักษณ์ของชุมชน																				
มาตรการที่ 6 วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า แบ่งเป็นพื้นที่ธุรกิจการค้า พื้นที่จัดกิจกรรมท่องเที่ยวและวัฒนธรรม พื้นที่สวนสุขภาพ และวางแผนติดตั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน																				
มาตรการที่ 7 จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงแผนออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ																				
มาตรการที่ 8 นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และ																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
การดำเนินการตามระเบียบทาง ราชการ รวมถึงนำเสนอต่อ ภาคเอกชน เพื่อขอรับการ ช่วยเหลือสนับสนุนอีกทางหนึ่ง																				
นโยบายที่ 3 นโยบายการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์																				
กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 3																				
กลยุทธ์ที่ 1 จัดรูปแบบการ ท่องเที่ยว และกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี ของจังหวัด นครปฐม ประวัติศาสตร์คลอง เจดีย์บูชา องค์พระปฐมเจดีย์ และของชุมชนทั้งสิ้นชุมชน																				
กลยุทธ์ที่ 2 จัดรูปแบบการ ท่องเที่ยว และกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการ จัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิง เศรษฐกิจ สังคมวัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม ไม่ก่อให้เกิด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือ กระทบน้อยที่สุด																				
กลยุทธ์ที่ 3 จัดรูปแบบการ ท่องเที่ยว และกิจกรรมการ ท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่น ให้ นักท่องเที่ยวได้ศึกษาความ ลักษณะทางด้านสังคมและ วัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเข้าไป มีส่วนร่วม และเรียนรู้ ประสบการณ์ ในวิถี ชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 4 จัดรูปแบบการ ท่องเที่ยวและ จัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่ตอบสนองความ ต้องการของนักท่องเที่ยวที่ หลากหลาย ทุกช่วงวัย																				
กลยุทธ์ที่ 5 จัดกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเทศกาล สำคัญต่าง ๆ เพื่อเชิญชวน นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว																				
กลยุทธ์ที่ 6 ชุมชนมีส่วนร่วมและ ได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลัก ที่ว่าต้องให้คนในชุมชนมีส่วน ร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและ ได้รับผลประโยชน์จากการ ท่องเที่ยว																				
กลยุทธ์ที่ 7 มีการแสวงหาความ ร่วมมือจากภายนอกชุมชน ไม่ว่าจะเป็นชุมชนใกล้เคียงหรือ หน่วยงานราชการ ภาคเอกชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มี ศักยภาพ เข้ามาร่วมกิจกรรม หรือสนับสนุนการทำกิจกรรม การท่องเที่ยว																				
มาตรการปฏิบัตินโยบายที่ 3																				
มาตรการที่ 1 จัดกิจกรรม แนะนำการท่องเที่ยวให้แก่ นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ ข้อมูลเบื้องต้นของประวัติศาสตร์ และกิจกรรมการท่องเที่ยวก่อนที่ จะเข้ามาท่องเที่ยว																				
มาตรการที่ 2 จัดกิจกรรม ตลาดน้ำ พื้นที่ในคลองเจดีย์บูชา ช่วงตั้งแต่สะพานทวารวดี ถึง สะพาน 3 ให้มีลักษณะใกล้เคียง กับตลาดน้ำในอดีต																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
ห้องเที่ยวจนเกินไป และรองรับยานพาหนะที่หลากหลาย จัดพื้นที่จอดรถไว้ด้านนอก แหล่งท่องเที่ยว แล้วจัดให้มีบริการรถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่																				
มาตรการที่ 5 จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชู่มประตู สิ่งปลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่าง ๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตได้ง่าย และมีหลายภาษา																				
มาตรการที่ 6 จัดให้มีศูนย์อาหาร และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ท้องถิ่น																				
มาตรการที่ 7 จัดระเบียบร้านค้าแผงลอย																				
มาตรการที่ 8 ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐาน																				
มาตรการที่ 9 จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์แก่นักท่องเที่ยว มีหน่วยแพทย์พยาบาล การประสานและวางแผนเส้นทางส่งกลับ การแพทย์กับโรงพยาบาลในจังหวัด ระบบการตรวจและคัดกรองโรคติดต่อ เช่น โรคโควิด 19																				
มาตรการที่ 10 ติดตั้งระบบการรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ ประสานเจ้าหน้าที่ตำรวจ ติดตั้งจุดบริการประชาชน จุดตรวจ และการจัดกำลังสายตรวจ รวมถึงการจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
กลยุทธ์ที่ 5 การจัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคม ออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์																				
มาตรการปฏิบัตินโยบายที่ 5																				
มาตรการที่ 1 ประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชาใน ภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์มีนักท่องเที่ยวจะ ได้สัมผัสประสบการณ์ชีวิตที่ หลากหลาย มาเที่ยวที่เดียวครบ ทั้งเที่ยว กิน ชอป และอยู่ใจ กลางเมือง																				
มาตรการที่ 2 การโน้มน้าวใจ ด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหา สาร โน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมา เที่ยว โดยใช้วิธีการสร้างคุณค่า ของเนื้อหาที่น่าสนใจ																				
มาตรการที่ 3 สร้างสรรค์สื่อ อย่างสร้างสรรค์อย่าง แนวความคิดกิจกรรม ใช้วิธีการ สร้างสารด้วยการใช้ภาษา พรรณารายละเอียดของการจัด กิจกรรม เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้ เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและ ตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ท่องเที่ยว																				
มาตรการที่ 4 การใช้บุคคลมี ชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เชิญ ชวนยูทูบเบอร์ (Youtuber) (ผู้ที่ผลิตสื่อลงในเว็บไซต์ที่ สามารถลงสื่อวิดีโอและ สามารถแบ่งปันวิดีโอให้ผู้อื่น ได้รับชมที่ชื่อว่า ยูทูบ (Youtube)) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่ รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา ริ้วสวนที่ท่องเที่ยว																				

รายการประเมิน	ระดับความเห็น																			
	ความถูกต้อง					ความเหมาะสม					ความเป็นไปได้					ความเป็นประโยชน์				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
มาตรการที่ 5 จัดทำสื่อ ประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มช่องทางในการ ประชาสัมพันธ์ เช่นป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอทัศน์ ลงยูทูป (Youtube) การใช้ แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมอย่าง มากในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อ ประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟสบุค ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิต เตอร์ ดีกิต็อก																				

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

ลงชื่อ

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญ



ภาคผนวก ค

หนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ
และหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล



ที่ กท 6806 (กค) 2546

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

3 พฤศจิกายน 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้ทุน

เรียน นายคณทศมนตรีเทศบาลนครปฐม

ด้วย พันตำรวจโทวิชาสุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์ รหัสประจำตัว 58260904 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิต
สาขาวิชา พัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัด
การพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ " มีความประสงค์ จะขอทุนเกี่ยวกับ จำนวน
ประชากรตั้งแต่ ซอย ๖- ๗ ในเทศบาลของท่าน เพื่อประกอบครุทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดให้ข้อมูลแก่นักศึกษา
ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ ข้าราชการพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. นิยथा โพธิยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



บันทึกข้อความ

สำนักงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.034-218790

ที่ ศบ 6805 (นบ) / 634

วันที่ 31 มกราคม 2561

เรื่อง ขกชฌเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.นิรุทธิ์ วัฒนภาส

ฝ่าย พันตำรวจโทวาอุลัทท์ วงศ์ศักดิ์รินทร์ รหัสประจำตัว 58269904 นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาศิลปกรรมศาสตร์ สาขาวิชา พัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ดำรงตำแหน่งวิทยานิพนธ์ (เรื่อง " จักเสนาเอเจงน โภฆาการังค การพันที่กดของเจตักุชาไว้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ "

ในกรณี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูริศ โพธิ์ทองศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยศิลปากร



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.034-218790

ที่ ศบ ๔๘๐๖ (นส) ๖๓๕

วันที่ ๓๑ มกราคม ๒๕๖๑

เรื่อง ขอบเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.จิตตรา มาทะผล

ด้วย พันตำรวจโททวีศักดิ์ วงศ์ศักดิ์รัตนทร์ รหัสประจำตัว 58260904 นักศึกษาระดับปริญญาโท มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขาวิชา พัฒนาศึกษา ภาควิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย มหา วิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย การจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาคุณภาพครูให้เป็นที่ต้องการของสังคมเชิงนวัตกรรม"

ในการนี้ ภาควิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.ไชยยศ ไพวิทยศิริธรรม)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณาบดีบัณฑิตวิทยาลัย





ที่ ศท 6805 (๔๕๕) / ๖38

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

31 มกราคม 2561

เรื่อง ขออนุญาตยื่นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.วิราพร ไชยชนนท์

ด้วย พันตำรวจโทไพฑูริย์กัทธัง วงศ์ศักดิ์รัตนจันทร์ รหัสประจำตัว 48260904 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาจิตวิทยา สาขาวิชา ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ทักษะของแรงงานวัยชราการจัดการพื้นที่คลองเจ็ดชัยบุชาโอบล้อมแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวังสนามจันทร์"

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ ขอเชิญคุณผู้ท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกาศผลการทำวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร. วิราพร ไชยชนนท์)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

วิทยาการแทน คณาบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร. 034-218790

ที่ อว ๕๖๐๖ ๗๒๗/๕๖๐๗



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

22 กันยายน 2563

เรื่อง ขอลงความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เรียน ประธานชุมชนบริเวณพื้นที่คลองเจ็ดชัยภูมิ

ด้วย พันตำรวจโทวสุภรณ์ วงศ์ศักดิ์สินทรัพย์ รหัสประจำตัว 59260904 นักศึกษาระดับปริญญาโท ภาควิชาศิลปการศึกษาศาสตร์บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ข้อเสนอยุทธศาสตร์นโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจ็ดชัยภูมิให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์" มีความประสงค์จะขอเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนในพื้นที่ชุมชนคลองเจ็ดชัยภูมิ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์แจ้งแก่ท่านและโปรดแจ้งผู้ที่เกี่ยวข้องทราบ เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลให้แก่ข้าพเจ้าด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. สริกมาศ มากฐิต)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงาบบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร. 034-218790

ที่ อว ๘๖๐๖ (๒๑๙) / ๕๖๑๓
๗



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

22 กันยายน 2563

เรื่อง ขอกลของเครื่องมือวิจัย

เรียน ประธานชุมชนบริเวณพื้นที่คลองเตยัญญา

ด้วย พันตำรวจโท นายภักดิ์ วงศ์ศักดิ์วิวัฒน์ รหัสประจำตัว ๘๘๒๘๐๙๐๔ นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " นัยเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเตยัญญาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ " มีความประสงค์จะขอทดลองเครื่องมือวิจัยที่ประชาชนในพื้นที่ชุมชนคลองเตยัญญา เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้นักศึกษาดังกล่าวได้ทดลองเครื่องมือวิจัยด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ ตักขอบพระคุณนี้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. อธิกมาส นาคชู)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

วิทยาการแทน ทดเบติบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร. 034-218790



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
ที่ อว 8606 ๒๒๖ ๖/๕๑๐

โทร.034-218790

วันที่ 22 กันยายน 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้อำนวยการศูนย์ทศวรรษวิชัย

เรียน อาจารย์ ดร.สุรวิทย์ เกิดในมงคล

สวัสดีครับ อาจารย์ ไพฑูริย์ วรศักดิ์รัตนทร์ รหัสประจำตัว ๘๘๖๐๐๒๐๔ นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ดำรงตำแหน่งวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการ
พื้นที่คลองมอญบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ "

ในขณะนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอรบกวนวิทยาทาน ในกรณีที่ท่านสะดวกเป็น
ผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาคณะต่าง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ทราบโดยด่วนขอขอบคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อรินทร มากฐิต)

รองคณบดีฝ่ายวิเทศสัมพันธ์ ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย





บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.034-218790

ที่ อว 8606 ๒๕๖๓ / ๕๖๐๔

วันที่ 22 กันยายน 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพนครีคมักวิทย์

เรียน อาจารย์ ดร.นิรุทธิ์ วิส โภกาส

ด้วย เห็นตัวรอง โทวาญักภัก วงศ์ศักดิ์วินทร์ รหัสประจำตัว 58260904 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิต
สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กิ่งมหาวิทยาลัยนิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการ
พื้นที่คลองเจดีย์บูชา ให้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย ให้กับนักศึกษาค้นคว้า

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.อนิภมาศ อ. กาจชัย)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย

รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย





บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.034-218790

ที่ ขว 8606 ๖๖๖ / 560๑

วันที่ 22 กันยายน 2563

เรื่อง ขยเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.จิตติมา มาะผล

ด้วย พันตำรวจโท วราวุธภักดิ์ วงศ์กัทธิวินทร์ รหัสประจำตัว 58260904 นักศึกษาระดับปริญญาโท ชั้นโท สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่ของเขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่นเรศวรด้านตะวันออก " ซึ่งขอเชิญคุณวราวุธภักดิ์

ในกรณี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเชิญคุณวราวุธภักดิ์เป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.จิตติมา มาะผล)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชา การและวิจัย

รักษาราชการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย



ที่ กว 8606(สงท)/5611



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

22 กันยายน 2565

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน อาจารย์ ดร.จิราพร ไชยชนนท์

ด้วย พันตำรวจโท วาญุภักดิ์ วงศ์ศักดิ์วิวัฒน์ รหัสประจำตัว 58260904 นักศึกษาระดับปริญญาโท ผู้มีเจตคติ
สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย
พื้นที่เกษตรจังหวัดบุรีรัมย์ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร มีความประสงค์ขอเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้
ผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.อชิภมาศ มากชู)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
วิทยาการแผ่นดิน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790

ที่ อว 8606 (ทศ./๕๖) ๒



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
เชียงใหม่ จ.นครปฐม 73000

22 กันยายน 2563

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน พันเอกหญิง ดร.คสฤดี วาสนานนท์

ด้วย พันตำรวจโทวาทฤกษ์ วงศ์สีตริณทร์ รหัสประจำตัว 58260904 นักศึกษาระดับปริญญาโทผู้บังคับการ
สาขาวิชาพัฒนศึกษา วิทยาลัยพลศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบาย
พื้นที่คลองเจริญบูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ "

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขยเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้
ผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว

จึงเรียนขอเชิญ โปรดให้ทราบและอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร. อธิกมาศ มากจิว)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณาบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย
นครปฐม โทร.034-218790



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร โทร.034-218790
 ที่ อว 8606 (บศ) 1474 วันที่ 24 มีนาคม 2564
 เรื่อง ขอร้องเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship)

เรียน อาจารย์ ดร.สมคิด ภูมิสิทธิ์

ด้วย พันธ์าราด โภคาญสิทธิ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์ รหัสประจำตัว 58260904 นักศึกษาระดับปริญญาตรี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร กำลังจะทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ " มีความประสงค์ขอร้องเชิญท่านเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ในวันที่ 30 มีนาคม 2564 เวลา 09.00-12.00 น. ในรูปแบบ Best Hybrid ระบบผสมระหว่างทางออนไลน์และOffline ณ ห้องประชุม 1308 สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยสกลนคร วิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เพื่อปรึกษาหารือเกี่ยวกับวิทยานิพนธ์

ในการนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(อาจารย์ ดร.สมคิด ภูมิสิทธิ์)

รองคณบดี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร

วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

วิทยาลัย



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยศิลปากร โทร. 034-218790
 ที่ ศว 8006 (9.5) 1435 วันที่ 24 มีนาคม 2564
 เรื่อง ขอมติเชิญเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Commoissership)
 เรียน ผู้อำนวยการสทศรณรงค์ ศรี สุภฤกษ์ ไออี.พี

ด้วย พันตำรวจโทวายุภักดิ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์ รหัสประจำตัว 58260904 นักศึกษาระดับปริญญาตรี ผู้มีเจตคติทางวิชาวัฒนธรรมศึกษา สำนักศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่ของเขตรัฐประหารให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ " มีความประสงค์ขอมติเชิญท่านเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Commoissership) ในวันที่ 30 มีนาคม 2564 เวลา 09.00-12.00 น. ในรูปแบบ Best Hybrid แบบผสมระหว่างออนไลน์ และ onsite ณ ห้องประชุม 308 สำนักงานกสิกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณี รับผิดชอบ สำนักศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Commoissership) ตามวัน เวลา และ สถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ ขัดขอกขอพระคุณถึง

(นายพรชัย อธิวัฒน์ มากจุฑา)

รองเลขาฯ สำนักศึกษาศาสตร์ สำนักวิชา วัฒนธรรมศึกษา

รักษาการแทน ศนศ. สำนักวิทยบริการ

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ที่ จว 8636 (๕๖๖) 1476



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร
พระราชมิ่งสามหมื่น
ก.เมือง ส.นครปฐม 73000

24 มีนาคม 2564

เรื่อง ขกเชิญเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Conciseurship)

เรียน อาจารย์ ดร.วิมล สิงห์เมืองหาญ

ด้วย สำนักการวิจัยและพัฒนา วังศักดิ์สิรินทร์ รหัสประจำตัว 58260904 บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสกลนคร ดำเนินทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ข้อเสนอเชิงนโยบายการวัดการพึงพิงที่คลมเตลี่ยุคใหม่" ให้เป็นแหล่งข้อมูลเชื่อมโยงเชิงสร้างสรรค์ " มีความประสงค์ขอเชิญท่านเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Conciseurship) ในวันที่ 30 มีนาคม 2564 เวลา 09.00-12.00 น. ในรูปแบบ Box Hybrid มากที่สุดรวมทั้งออนไลน์ และ Online ณ ห้องประชุม 138 สำนักส่งเสริมการบริการ บัณฑิตวิทยาลัยสกลนคร วิทยาลัยพัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยสกลนคร เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ในกรณี ขกสนใจวิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัยสกลนคร ขกขอรายละเอียดรายละเอียดจากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่มตามวันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความกรุณาตอบ ขกขอขอบพระคุณไว้

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.วิมล สิงห์เมืองหาญ)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณาธิการบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักการวิจัยและพัฒนา
นครปฐม โทร.024-218799

ที่ อว 8606/วชช/๒๕๖๔



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
เชียงใหม่ จ.นครปฐม 73000

24 มีนาคม 2564

เรื่อง ขอบขอยกเว้นความร่วมมือทางด้านผู้รู้ (Connoisseurship)

เรียน นายณรงค์ศักดิ์ วัฒนเกียรติ

ด้วย ผอ.ศูนย์วิจัย โบราณวัตถุ แห่งบัณฑิตวิทยาลัย รหัสประจำตัว 88260904 นักศึกษาระดับปริญญาตรีจะจัด
สาขาวิชาศิลปศึกษา โอนศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร กำหนดทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัด
การพื้นที่ของเจดีย์บูรพาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสรีรางศรรักษ์ " มีความประสงค์ขอเชิญท่านเข้าร่วมสัมมนาเชิง
ผู้รู้ (Connoisseurship) ในวันที่ 30 มีนาคม 2564 เวลา 09.00-12.00 น. ในรูปแบบ Best Hybrid แบบผสม
ระหว่างออนไลน์ และ onsite ณ ห้องประชุม 1508 สำนักงานสหกิจบริการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวัง
สนามจันทร์ เพื่าระดมความเห็นทำวิทยานิพนธ์

ในกรณีนี้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดเข้าร่วมสนทนากลุ่ม
ตาม วันเวลาและสถานที่ดังกล่าวด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้พิจารณาอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(ศาสตราจารย์ ดร.อนุชิต มาหาญ)

รองคณบดีฝ่ายศิลปศึกษา สำนักบริหารและวิจัย
วิทยาเขตนครปฐม คณะศิลปศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร

สำนักวิทยบริการศิลปศึกษา
นครปฐม โทร.084 218790

ที่ ๑๖ ๘๕๑๙ (๗๕) / 14๗๘



วังจิดวิทยาต๋อ มหาวิทยาลัยศรีนครินทร
พระราชวังสนามจันทร์
เชียงใหม่ จ.นศรปุฎ ๗๕๐๐๐

24 มีนาคม 2564

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสัมมนาเชิงวิชาการ (Conference)

เรียน นางสาววชิ แรงเพ็ชร

ด้วย พึงดำรง ไทวาทย์ภักดิ์ รองคณบดีบริหารฯ รหัสประจำตัว ๕๘26๐9๐4 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต
การศึกษาระดับนานาชาติ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิถฒ์ สังกัดวิทยาลัยการศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ “ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัด
การเก็บค่าธรรมเนียมของศูนย์วิจัยเชิงสร้างสรรค์” มีความประสงค์ขอเชิญท่านเข้าร่วมสัมมนาเชิง
ผู้เข้าร่วม (Conference) ในวันที่ 30 มีนาคม 2564 เวลา 09.00-12.00 น. ในรูปแบบ Best Hybrid (แบบผสม
ระหว่างออนไลน์ และ Offline) ที่ห้องประชุม ๑๐๘ ชั้นใต้ดินอาคารมคธ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิถฒ์ วิทยาเขตพระราชวัง
สนามจันทร์ เพื่อปรึกษาหารือกับวิทยากร

ในกรณี มีข้อสงสัยใดๆ กรุณาติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ โทร. ๐๕๓-๕๑๙๐๐๐๐ หรือ อีเมล prachin@sw.ac.th ขอขอบคุณเป็นอย่างสูง
ตามสมควรแก่โอกาสที่จง่าว่าด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ทราบตามควรฯ จักขอพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ



(ศาสตราจารย์ ดร.อรรักษ์ มนุษย์)

รองคณบดีฝ่ายกิจการพิเศษ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิถฒ์

รักษาการแทน คณบดีฝ่ายกิจการพิเศษ

สำนักงานส่งเสริมวิถฒ์
เชียงใหม่ โทร. ๐๕๓-๕๑๙๐๐๐๐

ที่ อว 8606 (ร.ร.) 1423



บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
ต.มีทอง อ.นครปฐม 73000

24 มีนาคม 2564

เรื่อง ขอบริษัทเข้าร่วมสัมมนาเชิงอิงผู้ใช้อย่างจริงจัง (Commissenship)

เรียน นางกษณี เจริญประเสริฐ

ด้วย พันธุ์ เรือง ไทวาญุคย์ วงศ์ศิริวิรินทร์ รหัสประจำตัว 58250904 นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา กรุงเทพมหานคร กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "ข้อเสนอเชิงนโยบายการดำเนินงานที่สอดคล้องกับความเป็นเอกเทศของเครือข่ายเชิงสร้างสรรค์" มีความประสงค์ขอเชิญท่านเข้าร่วมสัมมนาเชิงอิงผู้เกี่ยวข้อง (Commissenship) ในวันที่ 30 มีนาคม 2564 เวลา 09.00 - 12.00 น. ในรูปแบบ Best Hybrid แบบผสมระหว่างออนไลน์และOnsite ณ ห้องประชุม 1308 สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ เพื่อประกอบการทำวิทยานิพนธ์

ท่านจะมีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเข้าร่วมสัมมนาตามวันเวลาดังกล่าวเป็นอันขอแสดงความนับถือ

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดให้ความอนุเคราะห์ ข้าราชการพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(อาจารย์ ดร.ศกนมาส มานู)

รองคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย ฝ่ายวิชาการและวิจัย
รักษาการแทน คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

สำนักส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม
นครปฐม โทร.034-218790

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	พันตำรวจโทวายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์
วัน เดือน ปี เกิด	17 กุมภาพันธ์ 2521
สถานที่เกิด	จังหวัดลำปาง
วุฒิการศึกษา	<ul style="list-style-type: none"> - รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต โรงเรียนนายร้อยตำรวจ (ปีการศึกษา 2542) - นิติศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง (ปีการศึกษา 2545) - ประกาศนียบัตรเนติบัณฑิตไทย สำนักอบรมศึกษากฎหมายแห่งเนติบัณฑิตยสภา (ปีการศึกษา 2551) - นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง (ปีการศึกษา 2557)
ประวัติการทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> - รองสารวัตรจรรยา งานควบคุมจรรยาเขตใต้ ตำรวจภูธรจังหวัดเชียงใหม่ - ผู้บังคับหมวด(สบ 1) ฝ่ายปกครอง 2 กองบังคับการปกครอง โรงเรียนนายร้อยตำรวจ - สารวัตรงานวินัย ฝ่ายนิติการ กองบังคับการอำนวยการ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ - สารวัตรงานรักษาการณ ฝ่ายยานพาหนะอาคารและสถานที่ กองบังคับการอำนวยการ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ - ผู้บังคับกองร้อย(สบ 2) ฝ่ายปกครอง 3 กองบังคับการปกครอง โรงเรียนนายร้อยตำรวจ - รองผู้กำกับการ ฝ่ายปกครอง 3 กองบังคับการปกครอง โรงเรียนนายร้อยตำรวจ (ปฏิบัติหน้าที่ ผู้บังคับกองพันนักเรียนที่ 4 กรมนักเรียน โรงเรียนเตรียมทหาร สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ กองบัญชาการกองทัพไทย) - รองผู้กำกับการป้องกันปราบปราม สถานีตำรวจภูธรวิหารแดง ตำรวจภูธรจังหวัดสระบุรี
ผลงานตีพิมพ์	<p>วัลลภา วงศ์ศักดิ์รินทร์ และ วายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์. (2560). “พฤติกรรมกรรมมีวินัยในตนเองของนักเรียนโรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยศิลปากร”. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ปีที่ 12, 100-111.</p>