



ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิด

อริยสัจ 4

โดย

นายสงกรานต์ กลมสุข



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา แบบ 2.1

ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา

มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2568

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตาม
แนวคิดอริยสัจ 4



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา แบบ 2.1
ภาควิชาพื้นฐานทางการศึกษา
มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2568
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศิลปากร

POLICY GUIDELINES FOR DEVELOPING NAKHON PATHOM PROVINCE
TOURISM TOWARDS A CITY OF THREE DHAMMA BASED ON THE FOUR
NOBLE TRUTHS CONCEPT



A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for Doctor of Philosophy RECREATION TOURISM AND SPORT MANAGEMENT
Department of Education Foundations
Academic Year 2025
Copyright of Silpakorn University

หัวข้อ	ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด
	นครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4
โดย	นายสงกรานต์ กลมสุข
สาขาวิชา	การจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา แบบ 2.1
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	ศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	รองศาสตราจารย์ ดร. วรรณวีร์ บุญคุ้ม
	อาจารย์ ดร. วิชิต อิมอาร์มย์

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต

..... คณบดีคณะศึกษาศาสตร์
(ศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ
(ศาสตราจารย์ กิตติคุณ ดร. สมบัติ กาญจนกิจ)

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

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรรณวีร์ บุญคุ้ม)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(อาจารย์ ดร. วิชิต อิมอาร์มย์)

..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วรรณวิสา บุญมาก)

660630030 : การจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา แบบ 2.1

คำสำคัญ : เมืองสามธรรม, อริยสัจ 4, ข้อเสนอเชิงนโยบาย, The ACTIVE Model

นาย สงกรานต์ กลมสุข: ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศาสตราจารย์ ดร. คณิต เขียววิชัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Develop) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา วิเคราะห์ศักยภาพและปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมตามแนวคิด “เมืองสามธรรม” (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) และพัฒนาพร้อมตรวจสอบความเหมาะสมของข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การวิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักอริยสัจ 4 เป็นกรอบแนวคิดในการกำหนดขั้นตอนการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 (R₁) การวิเคราะห์ปัญหา (ทุกข์) ขั้นที่ 2 (D₁) การยกร่างนโยบาย (สมุทัย) ขั้นที่ 3 (R₂) การประเมินร่างนโยบาย (นิโรธ) และขั้นที่ 4 (D₂) การรับรองนโยบาย (มรรค) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ให้ข้อมูลหลักซึ่งเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาการท่องเที่ยว 19 ท่าน และนักท่องเที่ยว 400 คน เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง และร่างข้อเสนอเชิงนโยบายแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ

ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดนครปฐมแม้จะมีศักยภาพสูงและมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก แต่ปัญหาหลักคืออัตราการเข้าพักค้างคืนที่ต่ำทำให้จังหวัดยังคงเป็น “เมืองผ่าน” รวมถึงปัญหาการกลืนกินของพาณิชย์นิยมต่อความแท้จริงทางวัฒนธรรม ซึ่งถูกจัดว่าเป็น “ทุกข์” ที่ต้องได้รับการแก้ไข ผลการสังเคราะห์และตรวจสอบความเหมาะสมในขั้นตอนที่ 4 ได้ข้อสรุปเชิงนโยบายที่ผ่านการรับรองจากผู้เชี่ยวชาญในระดับชั้นทามติสูง โดยได้ตั้งชื่อโมเดลของข้อเสนอเชิงนโยบายนี้ว่า “The ACTIVE Model” ประกอบด้วยข้อเสนอเชิงนโยบายหลัก 6 ข้อ กลไกย่อย 34 กลไกและตัวชี้วัดความสำเร็จ จำนวน 166 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) Authenticity & IP Protection (ธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา) 2) Content & Spiritual Guide (หลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา) 3) Transport & Digital Connectivity (ปฏิรูประบบขนส่งและการเชื่อมโยงข้อมูลดิจิทัล) 4) Immersion & Experience Routes (การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์และการมีส่วนร่วม) 5) Vetting & Sanctity Control (กำหนดเขตคุ้มครองและควบคุมกิจกรรมพาณิชย์เชิงศาสนสถาน) และ 6) Environmental & Green Infrastructure (การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว) ซึ่งข้อเสนอเชิงนโยบาย The ACTIVE Model นั้นเป็นการมุ่งเน้นการแก้ไข

ปัญหาเชิงโครงสร้างด้วยหลักอริยสัจ 4 โดยการปกป้องความแท้จริงทางวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ (Authenticity, Sanctity) และการเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้สังเกตการณ์สู่ผู้มีส่วนร่วม (Immersion) ซึ่งตอกย้ำความจำเป็นในการผนวกปรัชญาเชิงจริยธรรมเข้ากับกลยุทธ์การบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยนี้จึงเป็นองค์ความรู้เชิงระบบชุดแรกที่สามารถใช้เป็นพิมพ์เขียวเชิงกลยุทธ์ในการเปลี่ยนสถานะของจังหวัดนครปฐมจาก “เมืองทางผ่าน” สู่ “จุดหมายปลายทางที่น่าจดจำและยั่งยืน”



660630030 : Major RECREATION TOURISM AND SPORT MANAGEMENT

Keyword : City of Three Dhamma, Four Noble Truths, Policy Guidelines, The ACTIVE Model

Mr. Songkran KLOMSOOK : POLICY GUIDELINES FOR DEVELOPING NAKHON PATHOM PROVINCE TOURISM TOWARDS A CITY OF THREE DHAMMA BASED ON THE FOUR NOBLE TRUTHS CONCEPT Thesis advisor : Professor Dr. Kanit Kheovichai

This research is a Research and Development study utilizing a Mixed Method Research approach to achieve three main objectives: to analyze the potential and inherent problems of tourism in Nakhon Pathom Province under the "City of Three Dhamma" concept (Dhamma, Nature, and Culture); and to develop and verify the suitability of policy guidelines for sustainable tourism development. The study employs the Buddhist principle of the Four Noble Truths (Ariyasacca 4) as its framework, structured into four sequential steps: Step 1 (R_1) identifying the problems (Dukkha), Step 2 (D_1) formulating the draft policies (Samudaya), Step 3 (R_2) evaluating the policy drafts (Nirodha), and Step 4 (D_2) expert validation (Magga). The sample group consisted of 19 key informants (Stakeholders) selected through purposive sampling, and 400 tourists for quantitative data collection. Research instruments included semi-structured interviews, structured questionnaires, and a 5-point rating scale for policy evaluation.

The findings (Dukkha) revealed that despite the province's strong potential, attracting visitors but the main challenge is the low average overnight stay rate, positioning the province as a "transit city" rather than a "stay-over destination". Other key challenges include the commodification consuming cultural authenticity and the lack of integrated public transport links. The final policy synthesis and validation step (Magga) yielded a consensus on the strategic guidelines, named "The ACTIVE Model," which comprises six core policy recommendations, 34 subsidiary mechanisms and 166 key performance indicators included; 1) Authenticity & IP Protection (Establishing Cultural Governance and IP Protection) 2) Content & Spiritual Guide (Developing Curricula and Personnel for Philosophical Interpretation) 3)

Transport & Digital Connectivity (Reforming Transport and Interactive Digital Platforms)
4) Immersion & Experience Routes (Transforming Activity Formats towards Active Participation Experiences) 5) Vetting & Sanctity Control (Establishing Strict Sanctuary Zoning and Commercial Activity Control in Religious Sites) and 6) Environmental & Green Infrastructure (Investing in Green Infrastructure and Site-Specific Pollution Control). The ACTIVE Model addresses structural problems using the Four Noble Truths by prioritizing the protection of cultural and spiritual values and transforming the tourist role from passive observer to active participant. This model serves as a comprehensive strategic blueprint for transitioning Nakhon Pathom from a “transit city” to a sustainable and memorable “destination”.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความรู้ ความเมตตาและการสนับสนุนจากหลายภาคส่วนตลอดระยะเวลาของการศึกษา ซึ่งมีใช่เพียงกระบวนการทางวิชาการ หากแต่เป็นเส้นทางแห่งการเรียนรู้ ความอดทน และการต่อสู้กับข้อจำกัดของชีวิตในฐานะผู้ที่ต้องทำงานควบคู่ไปกับการศึกษาในระดับสูงสุด ผู้วิจัยจึงขอถือโอกาสนี้แสดงความขอบคุณอย่างสุดซึ้งต่อทุกท่านที่มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้ผลงานวิจัยฉบับนี้เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณอย่างสูงต่อ ศ. ดร.คณิต เขียววิชัย ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก รศ. ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม และ อาจารย์ ดร.วิจิต อัมอาร์มย์ ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม ศ.กิตติคุณ ดร.สมบัติ กาญจนกิจ ประธานสอบวิทยานิพนธ์ และ ผศ. ดร.วรรณวิสา บุญมาก กรรมการสอบ และผู้ทรงคุณวุฒิ ทุกท่านได้ให้คำแนะนำเชิงวิชาการอย่างลุ่มลึก รอบคอบ และเปี่ยมไปด้วยความเมตตา ทุกท่านมิได้เพียงชี้แนะในเชิงระเบียบวิธีและกรอบแนวคิด หากยังเป็นแบบอย่างของนักวิชาการที่บำเพ็ญให้ผู้วิจัยยึดมั่นในคุณค่าของความรู้และความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ได้สละเวลาถ่ายทอดองค์ความรู้และประสบการณ์อันเป็นประโยชน์ ตลอดจนผู้บริหารโดยเฉพาะท่านอธิการบดี และท่านคณบดี คณะสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยคริสเตียน ที่กรุณาให้โอกาสทางการศึกษาและการสนับสนุนอย่างดียิ่ง ผู้วิจัยสัญญาว่าจะนำองค์ความรู้ที่ได้รับกลับไปสร้างประโยชน์แก่สถาบันต่อไป

เหนือสิ่งอื่นใด ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณจากหัวใจต่อครอบครัว ซึ่งเป็นรากฐานที่มั่นคงของชีวิต ขอรำลึกถึง คุณพ่อसानิต กลมสุข ผู้ล่วงลับ ด้วยความรัก ความเคารพ และความกตัญญู แม้ท่านจะมิได้อยู่ร่วมเห็นความสำเร็จในวันนี้ แต่คำสอน ความเข้มแข็ง และแบบอย่างของความมุ่งมั่นอดทน ยังคงเป็นพลังเจียบที่หล่อเลี้ยงจิตใจผู้วิจัยตลอดเส้นทางการศึกษา ขอขอบพระคุณคุณแม่ รวมถึงน้องสาว ผู้เป็นกำลังใจสำคัญ เป็นที่พิทักษ์ทางใจ และเป็นแรงสนับสนุนที่ไม่เคยลดน้อยลงในทุกช่วงเวลาของความเหนื่อยล้า และคอยอยู่เคียงข้าง ให้กำลังใจ และเข้าใจในภาระหน้าที่และความทุ่มเทของผู้วิจัยเสมอมา รวมถึงเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ทุกคน ผู้วิจัยยังคงซาบซึ้งและขอบคุณที่ร่วมแบ่งปันกำลังใจตลอดเส้นทางนี้

และท้ายที่สุด ผู้วิจัยขอขอบคุณตนเอง ที่ไม่ย่อท้อต่อข้อจำกัดและความเหนื่อยล้า และยังคงศรัทธาในคุณค่าของการศึกษา วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จึงเป็นทั้งผลงานทางวิชาการและหลักฐานแห่งความเพียรและความหวังที่จะนำองค์ความรู้ไปใช้สร้างคุณประโยชน์แก่สังคมที่ผู้วิจัยภาคภูมิใจอย่างยิ่ง

สงกรานต์ กลมสุข



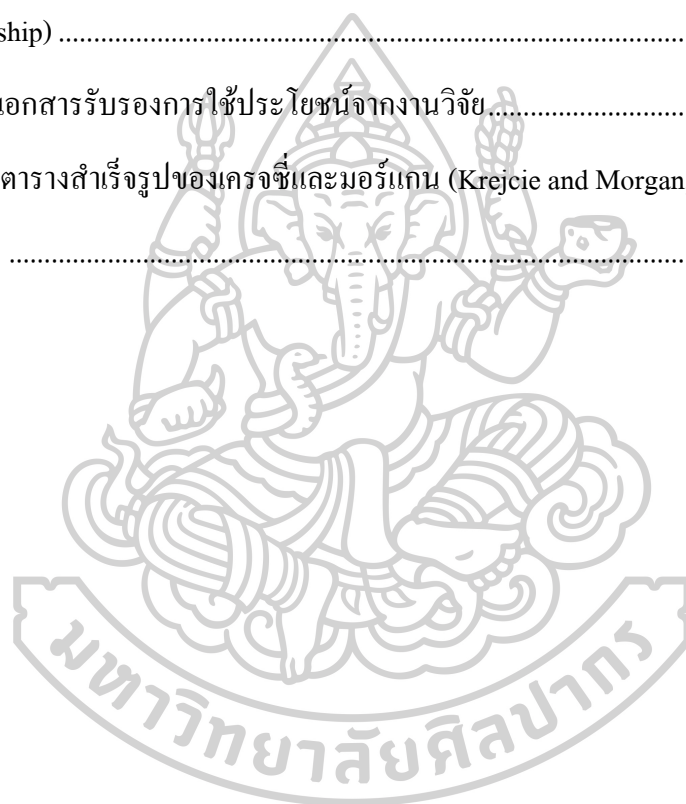
สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ.....	ญ
สารบัญตาราง.....	ฐ
สารบัญรูปภาพ.....	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	6
3. คำถามในการวิจัย.....	6
4. ขอบเขตของการวิจัย	7
5. นิยามศัพท์เฉพาะ.....	11
6. ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัย	13
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	14
1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	14
2. แนวคิดเกี่ยวกับท่องเที่ยวเมืองสามธรรม	26
3. แนวคิดเกี่ยวกับข้อเสนอเชิงนโยบาย.....	55
4. การสรุปเป็นข้อเสนอแนะ	82
5. ยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติ ระดับจังหวัดและระดับ ท้องถิ่น.....	99
6. บริบทและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดนครปฐม	108

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	120
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย	134
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	135
1. การออกแบบการวิจัยและวิธีการวิจัย	135
2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	144
3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย.....	150
4. การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย.....	151
5. การพิทักษ์สิทธิ์ของผู้เข้าร่วมการวิจัย.....	152
6. การเก็บรวบรวมข้อมูล	153
7. การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	155
8. สรุปขั้นตอนการศึกษาวิจัย.....	158
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	160
ขั้นตอนที่ 1 : ผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางการ ท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมที่สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ตามวัตถุประสงค์ของ งานวิจัยข้อที่ 1)	160
ขั้นตอนที่ 2 : การยกร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย	249
ขั้นตอนที่ 3 : การพัฒนาและการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย สำหรับการยกระดับการ ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม	296
ขั้นตอนที่ 4 : การนำข้อเสนอเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง	316
บทที่ 5 สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	389
1. สรุปผลการวิจัย	389
2. การอภิปรายผล	404
3. ข้อเสนอแนะ	414
3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้.....	414

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป	416
รายการอ้างอิง	418
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	430
ภาคผนวก ข จดหมายเชิญผู้ทรงเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย (IOC)	442
ภาคผนวก ค (ตัวอย่าง) จดหมายเชิญผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการสัมภาษณ์เพื่อเก็บข้อมูล	448
ภาคผนวก ง (ตัวอย่าง) จดหมายเชิญผู้ทรงคุณวุฒิสำหรับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship)	450
ภาคผนวก จ เอกสารรับรองการใช้ประโยชน์จากงานวิจัย	452
ภาคผนวก ฉ ตารางสำเร็จรูปของเครจซ์และมอร์แกน (Krejcic and Morgan, 1970)	455
ประวัติผู้เขียน	457



สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ด้วยอริยสัจ 4	98
ตารางที่ 2 สถิติผู้เยี่ยมเยียนภายในจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2562 – 2565.....	104
ตารางที่ 3 สถิติรายได้จากผู้เยี่ยมเยียนภายในจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2562 – 2565	105
ตารางที่ 4 แสดงเขตการปกครองจังหวัดนครปฐม	111
ตารางที่ 5 จำนวนประชากรและจำนวนครัวเรือน จังหวัดนครปฐม พ.ศ.2563 – 2567	112
ตารางที่ 6 แสดงจำนวนของผู้เชี่ยวชาญจำแนกตามหน่วยงาน.....	147
ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม.....	163
ตารางที่ 8 จำนวนของผู้เชี่ยวชาญจำแนกตามหน่วยงาน.....	170
ตารางที่ 9 สรุปความสอดคล้องของคุณสมบัติผู้เชี่ยวชาญ.....	171
ตารางที่ 10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของcronbachของแบบสอบถาม.....	230
ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	232
ตารางที่ 12 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมด้าที่ 1	235
ตารางที่ 13 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมด้าที่ 2.....	239
ตารางที่ 14 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมด้าที่ 3.....	242
ตารางที่ 15 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมด้าที่ 4.....	244
ตารางที่ 16 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1	298
ตารางที่ 17 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2	299

ตารางที่ 18 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3	300
ตารางที่ 19 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4	301
ตารางที่ 20 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5	302
ตารางที่ 21 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6	303
ตารางที่ 22 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1	306
ตารางที่ 23 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2	308
ตารางที่ 24 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3	309
ตารางที่ 25 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4	311
ตารางที่ 25 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 (ต่อ)	312
ตารางที่ 26 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5	313
ตารางที่ 27 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6	315
ตารางที่ 27 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6	316
ตารางที่ 28 ตารางสังเคราะห์กลไกและแผนระยะสั้น-ระยะยาว	408

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 แสดงวงจรของนโยบาย (Policy Cycle)	75
ภาพที่ 2 แสดงภาพข้อพิจารณาและแหล่งข้อมูลที่จะนำมาอ้างอิงในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ..	80
ภาพที่ 3 แสดงแนวทางวิธีจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่	80
ภาพที่ 4 แสดงภาพข้อพิจารณาและแหล่งข้อมูลที่จะนำมาอ้างอิงในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ..	81
ภาพที่ 5 แสดงภาพแนวทางการวิเคราะห์ความสอดคล้อง	81
ภาพที่ 6 แสดงภาพแนวทางการจัดทำข้อเสนอแนะ	82
ภาพที่ 7 แสดงภาพแนวทาง วิธีจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่	83
ภาพที่ 8 แสดงภาพองค์ประกอบข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่	84
ภาพที่ 9 แสดงรูปแบบการคิดของโกวิท วรพิพัฒน์	97
ภาพที่ 10 แสดงขั้นตอนสรุปการจัดการเรียนรู้ด้วยอริยสัจ 4	99
ภาพที่ 11 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดนครปฐม	104
ภาพที่ 12 แสดงอาณาเขตของจังหวัดนครปฐม	110
ภาพที่ 13 แสดงรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวด้วยยุทธศาสตร์ 3 ธรรม	126
ภาพที่ 14 กรอบแนวคิดการวิจัย	134
ภาพที่ 15 กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานวิจัย	137
ภาพที่ 16 โมเดลข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสาม ธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4	318
ภาพที่ 17 ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตาม แนวคิดอริยสัจ 4	387
ภาพที่ 18 แสดงแผนภาพสรุปข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมส	388

บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลก และเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของโลกต่อเนื่องกันมาหลายปี โดยปัจจุบันสถานการณ์ของการท่องเที่ยวทั่วโลกได้ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องภายหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยในปี พ.ศ.2566 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางทั่วโลกประมาณ 1.286 พันล้านคน ซึ่งใกล้เคียงกับระดับก่อนการระบาดที่มีจำนวน 1.462 พันล้านคน โดยมีการประมาณการเบื้องต้นชี้ให้เห็นถึงการเติบโต 2% เหนือระดับในปี พ.ศ. 2562 และตามรายงานของ Global and Regional Tourism Performance ของ UNTWO ฝรั่งเศสมีอัตราการนักท่องเที่ยวสูงที่สุดในโลก โดยมีผู้มาเยือน 100 ล้านคนในปี พ.ศ. 2566 สเปนอยู่ในอันดับสอง โดยมีนักท่องเที่ยวกว่า 85.17 ล้านคนมาเยือนสเปนในปี พ.ศ.2566 และจากรายงานของสำนักข่าว Reuters พบว่าการมีส่วนร่วมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการเดินทางโดยรวมต่อเศรษฐกิจ GDP โลกมีมูลค่าสูงถึง 11.1 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2024 คิดเป็น 10% ของ GDP โลก ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้น 12.1% จากปีที่แล้ว และสูงกว่าสถิติก่อนการระบาดในปี 2019 ถึง 7.5% นอกจากนี้ภาคการท่องเที่ยวยังสนับสนุนการจ้างงานทั่วโลกเกือบ 348 ล้านตำแหน่ง ซึ่งสูงกว่าปี 2019 ถึง 13.6 ล้านตำแหน่ง (Doyinsola Oladipo, 2024)

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยในช่วง 10 เดือนแรกของปี 2567 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าไทยกว่า 29 ล้านคน คิดเป็น 88% เมื่อเทียบกับช่วงก่อนโควิดและนํารายได้เข้าประเทศกว่า 1 ล้านล้านบาท เนื่องจากความต้องการท่องเที่ยวทั่วโลกที่ขยายตัว รวมถึงมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ อาทิ มาตรการ Visa-Free และการกลับมาดำเนินการของสายการบินและเที่ยวบิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567) แม้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้มีแนวโน้มที่เติบโตขึ้น แต่ในเชิงคุณภาพที่ชีวิตจากการใช้จ่ายกลับเป็นประเด็นที่ท้าทาย ส่วนหนึ่งเป็นผลจากโครงสร้างของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (Composition Effect) กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่อวันสูงยังฟื้นตัวช้าและมีสัดส่วนน้อยกว่าช่วงก่อนโควิด ขณะที่สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายน้อยกว่ามีอัตราเพิ่มขึ้น นอกจากนี้แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป (Behavior Trends) เช่น การหันมาเลือกบริโภค Street Food ทดแทนการบริโภคในร้านอาหารราคาแพง การเลือกซื้อสินค้าขึ้นพิเศษที่ผลิตในไทย เช่น สินค้าหัตถกรรม แทนที่จะซื้อของฝากครั้งละมาก ๆ การลดจำนวนวันพักให้สั้นลงตามกระแสการท่องเที่ยวแบบ Multi-countries ส่งผลให้การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปัจจุบันยังต่ำกว่าในอดีต (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2567)

อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการในประเทศไทยยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวต่อไปได้ โดยเฉพาะในกลุ่ม Wellness Tourism การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา ดนตรี และอาหาร การท่องเที่ยวเพื่อการทำงานในกลุ่ม Digital Nomads การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche) หรือการท่องเที่ยวทางเลือก (Alternative Tourism) ที่หลากหลายและมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางจิตใจและความยั่งยืน ส่งผลให้เกิดรูปแบบของการท่องเที่ยวอย่าง “การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม” ซึ่งเป็นการเดินทางที่ช่วยให้เกิดประสบการณ์เชิงลึกและเชื่อมโยงกับความสงบภายใน (World Economic Forum, 2022) ให้แก่นักท่องเที่ยวได้ ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religion Tourism / Pilgrimage) จึงได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ซึ่งการเดินทางไปยังแหล่งศาสนสถานไม่ได้มีเป้าหมายเพียงแค่การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเรียนรู้หลักธรรมะ การเข้าร่วมกิจกรรมปฏิบัติธรรม และการเสริมสร้างประสบการณ์ทางจิตวิญญาณ

หนึ่งในจังหวัดที่กลายเป็นจุดหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย นั่นก็คือ จังหวัดนครปฐม ซึ่งถือว่าเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพสูงในด้านนี้ เนื่องจากเป็นต้นกำเนิดพระพุทธศาสนาแห่งแรกในแผ่นดินสุวรรณภูมิ มีพระปฐมเจดีย์ ซึ่งเป็นพระเจดีย์ที่ใหญ่และเก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ทางพระพุทธศาสนาที่สำคัญของประเทศ ทั้งนี้นครปฐมไม่ใช่แค่มีวัดสวยงาม แต่ยังมีรากฐานเชิงประวัติศาสตร์พระพุทธศาสนาอย่างแท้จริงและลึกซึ้งยาวนานกว่าหลายพื้นที่ที่เน้นวัดสมัยหลังพุทธศตวรรษที่ 18 เป็นต้น (กรมการศาสนา, 2566) รวมถึงมีวัดเก่าแก่ เช่น วัดไร่ขิง วัดพระประโทนเจดีย์ที่เป็นศูนย์กลางของศรัทธา มีพระเกจิอาจารย์ชื่อดังหลายรูป รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน อีกหลายแห่ง

นอกจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนา จังหวัดนครปฐมยังถือว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม (Natural and Cultural Tourism) อีกด้วย เนื่องจากมีแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น พระราชวังสนามจันทร์ พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย ตลาดดอนหวาย หรือชุมชนชาติพันธุ์อย่างไททรงดำ เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น รวมไปถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีศักยภาพ เป็นระบบนิเวศชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมได้ เช่น สวนสามพราน พุทธมณฑล คลองมหาสวัสดิ์ และตลาดน้ำลำพญา ซึ่งล้วนแล้วแต่ก่อให้เกิดทัศนียภาพที่น่าประทับใจ สวยงามและร่มรื่นระหว่างล่องเรือนำเที่ยวแม่น้ำท่าจีนหรือทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้

แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรมหรือธรรมชาติของจังหวัดนครปฐมจะเป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมาโดยตลอด แต่การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังคงมีความท้าทายหลายประการ เช่น การพัฒนาในเชิงพาณิชย์ที่มากเกินไป การขาดระบบบริหารจัดการที่

สอดคล้องกับบริบททางศาสนาและวัฒนธรรม ความแออัดของนักท่องเที่ยว การขาดระเบียบวินัยของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม การใช้ทรัพยากรที่มากเกินไปความสามารถในการรองรับของสถานที่ รวมถึงการเสื่อมสภาพของโครงสร้างพื้นฐานที่ไม่ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567) นอกจากนี้ การพัฒนาโครงการเชิงพาณิชย์รอบสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น การขยายพื้นที่ค้าขาย ร้านอาหาร และแหล่งบันเทิงที่ไม่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของพื้นที่ศาสนา อาจลดทอนความศักดิ์สิทธิ์และความเจียบสงบที่เป็นหัวใจสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ รวมไปถึงขาดการบูรณาการการจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาให้เกิดความยั่งยืน ขาดการจัดระบบการท่องเที่ยวที่รองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และยังไม่มีแนวทางที่ชัดเจนในการพัฒนาจังหวัดนครปฐมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงศาสนาที่สามารถแข่งขันกับเมืองศาสนาในต่างประเทศได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565) รวมไปถึงการขาดความเชื่อมโยงระหว่างชุมชนท้องถิ่นกับภาคการท่องเที่ยวทำให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดนครปฐมอาจสูญเสียคุณค่าทางจิตวิญญาณ และกลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์มากกว่าการท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้และเข้าถึงศาสนาและวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ส่งผลให้ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพียงการสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์เท่านั้น โดยขาดการเรียนรู้หลักธรรมอย่างลึกซึ้ง

ด้านการท่องเที่ยวชุมชนและวัฒนธรรมพบว่ายังขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม การขาดแนวทางในการส่งเสริมกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์เพื่อให้เข้ากับไลฟ์สไตล์ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่และปัญหาการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหลายแห่งมุ่งเน้นเชิงพาณิชย์มากเกินไป ส่งผลให้บางพื้นที่สูญเสียอัตลักษณ์ดั้งเดิม ขาดมิติของการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชุมชนนั้น ๆ อย่างแท้จริง รวมไปถึงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนครปฐมยังขาดการพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัสประสบการณ์ได้อย่างลึกซึ้ง ข้อมูลการท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นยังไม่มีคำแนะนำที่น่าสนใจและทันสมัยพอ รวมถึงขาดการเชื่อมโยงกับชุมชนเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และมีส่วนร่วม (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561) เช่นกัน

ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติพบว่าการบุกรุกพื้นที่ริมน้ำทำกินและการขาดมาตรฐานการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การขาดแนวทางการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติที่ชัดเจน ส่งผลให้บางพื้นที่เผชิญกับปัญหาสิ่งแวดล้อม อาจก่อให้เกิดปัญหาขยะจากนักท่องเที่ยว การใช้ทรัพยากรน้ำอย่างไม่เหมาะสม และการลดลงของพื้นที่สีเขียวเนื่องจากการขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2566 - 2570) แม้ว่าปัญหานี้อาจจะยังไม่เกิดขึ้นอย่างชัดเจนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม แต่ก็อาจเสี่ยงได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวทางธรรมชาติของจังหวัดนครปฐมในอนาคต

ดังนั้น แม้การท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมจะยังคงมีปัญหาและอุปสรรคต่อการพัฒนาอยู่บ้าง แต่ก็ไม่อาจเลียงได้ว่า จังหวัดนครปฐมมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวของบนพื้นฐานของแนวคิด “เมืองสามธรรม” กล่าวคือ จังหวัดนครปฐมมีความโดดเด่นในการผสมผสาน ธรรมชาติด้าน และวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกันอย่างสมดุลและมีเอกลักษณ์แตกต่างจากจังหวัดอื่น ๆ ในประเทศไทย ทั้งในเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้าน “ธรรมะ” นครปฐมมีความสำคัญเหนือจังหวัดอื่น ๆ เพราะเป็นแหล่งกำเนิดพระพุทธศาสนาในดินแดนสุวรรณภูมิ ตามหลักฐานทางโบราณคดีพบว่าพระปฐมเจดีย์องค์แรกนั้นสันนิษฐานว่าสร้างขึ้นในสมัยที่นครปฐมยังเป็นเมืองศรีวิชัยของอาณาจักรทวารวดีและมีการสร้างพระเจดีย์ใหญ่ขึ้นเพื่อประกาศความยิ่งใหญ่ของพระพุทธศาสนา พระปฐมเจดีย์องค์แรกนี้ สร้างเป็นทรงบาตรคว่ำ ลักษณะคล้ายสถูปสาญจีในอินเดีย สูง 18 วา 2 ศอก ทั้งนี้เจ้าฟ้างกู (รัชกาลที่ 4 ในเวลาต่อมา) ได้ทรงมีพระราชวินิจฉัยว่า พระปฐมเจดีย์องค์นี้อาจเป็นเจดีย์ที่สร้างขึ้นเมื่อคราวที่พระสมณทูตในพระเจ้าอโศกมหาราชเดินทางมาเผยแผ่ศาสนายังสุวรรณภูมิก็เป็นได้ ส่วนยอดปรangkนั้นคงสร้างต่อเติมขึ้นภายหลัง โดยอาจมีเจ้านายพระองค์ใดมาบูรณะไว้ ซึ่งตรงกับความรู้ในศิลาจารึกหลักที่ 2 (จารึกวัดศรีชุม) ของพระมหาเถรศรีศรัทธา ต่อมาเมื่อพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 4 เสด็จขึ้นครองราชย์ พระองค์ยังทรงมีพระราชศรัทธาและโปรดเกล้าให้ปฏิสังขรณ์องค์พระปฐมเจดีย์ซึ่งถูกทิ้งร้างอยู่ในป่ารวมทั้งปรับปรุงพื้นที่โดยรอบเพื่อให้เป็นที่เคารพสักการะ (มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2566) โดยบูรณะครอบพระเจดีย์องค์เดิมไว้ภายใน และได้มีการบูรณะปฏิสังขรณ์ในรัชกาลต่อ ๆ มาจนถึงปัจจุบัน ทั้งนี้ พระปฐมเจดีย์ซึ่งเป็นสถูปโบราณที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศไทย สร้างขึ้นในราวพุทธศตวรรษที่ 11-12 โดยมีสถานะเป็นศูนย์กลางของการเผยแผ่พระพุทธศาสนาในภูมิภาคนี้ (ศักดิ์ชัย สายสิงห์, 2562) เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นที่มีวัดเก่า เช่น อโยธยา เชียงใหม่ หรือสุโขทัย จังหวัดนครปฐมแตกต่างตรงที่ไม่ได้เน้นเพียงความงามทางสถาปัตยกรรมหรือการอนุรักษ์โบราณสถานเท่านั้น แต่ยังเป็นศูนย์กลางของจิตวิญญาณทางพระพุทธศาสนาในเชิงลึก ที่เชื่อมโยงผู้คนกับพระธรรมวินัยมาตั้งแต่ยุคต้นพระพุทธศาสนา อีกทั้งมีบูรพาจารย์ที่เป็นอริยสงฆ์หลายท่าน เช่น พระอุดมประชาณ (หลวงพ่อบุญ รุติคุณ) วัดบางพระหลวงปู่เพิ่ม ปุณณวโร วัดกลางบางแก้ว พระมงคลสิทธิการ หรือหลวงพ่อบุญ วัดไผ่ล้อม พระราชธรรมมาภรณ์ หรือหลวงพ่อบุญ วัดดอนยายหอม พระครูโกวิทสุตการ หรือหลวงพ่อกำไร วัดโคกเขมา ซึ่งได้รับความเลื่อมใสและการสักการะบูชาอย่างยาวนาน

ในด้าน “ธรรมชาติ” นครปฐมแม้จะไม่มีภูเขาหรือทะเลเหมือนจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญอื่น ๆ แต่กลับโดดเด่นด้วยระบบนิเวศลุ่มน้ำที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตชุมชนแบบเกษตรกรรมอย่างแนบแน่น วิถีชีวิตสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน การทำสวนเกษตรผสมผสาน การท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่คลองมหาสวัสดิ์ และแนวทางการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ในรูปแบบสามพรานโมเดล ได้รับการยกย่องในระดับนานาชาติว่าเป็นการบูรณาการระหว่างเกษตรกรรม สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืนอย่าง

แท้จริง (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ซึ่งแตกต่างจากจังหวัดอย่าง เชียงใหม่หรือภูเก็ตที่เน้นภูมิทัศน์ธรรมชาติขนาดใหญ่หรือการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย แต่นครปฐมเน้น “ธรรมชาติที่มีชีวิต” ซึ่งสัมพันธ์กับชุมชนและวิถีชีวิตประจำวัน

ในมิติของ “วัฒนธรรม” นครปฐมมีความพิเศษจากความหลากหลายทางชาติพันธุ์ที่เกิดจากการตั้งถิ่นฐานของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เช่น มอญ ลาวเวียง ลาวครั่ง ไทยโซ่ง ฯลฯ (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2561) ซึ่งยังคงรักษาขนบธรรมเนียม ประเพณี และภาษาถิ่นไว้อย่างเข้มแข็ง สอดแทรกอยู่ในกิจกรรมประจำปีของชุมชน เช่น ประเพณีตักบาตรดอกไม้งานแห่เทียนพรรษา และประเพณีพื้นบ้านที่สืบทอดต่อเนื่อง (ฉวีวรรณ ประจวบเหมาะ, 2547) ซึ่งแต่ละชนเผ่าและแต่ละเชื้อชาติ มีวัฒนธรรมที่โดดเด่นสืบทอดและยึดมั่นในวัฒนธรรมประเพณีจากรุ่นสู่รุ่นเรื่อยมาและอยู่ด้วยกันด้วยความรักสามัคคีเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันมาจนทุกวันนี้ จึงเป็นที่มาของการเป็นเมืองแห่งวัฒนธรรม แตกต่างจากหลายจังหวัดที่กิจกรรมทางวัฒนธรรมบางส่วนถูกดัดแปลงหรือแสดงขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่นครปฐมยังสามารถอยู่ได้อย่างเป็นธรรมชาติในวิถีชีวิตจริง

ดังนั้น แนวคิด “เมืองสามธรรม” ซึ่งประกอบด้วยธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม จึงเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อีกทั้งยังมีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ที่ได้รับการกำหนดโดยองค์การสหประชาชาติ ในเป้าหมายที่ 11 ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน เป้าหมายที่ 12 ซึ่งมุ่งเน้นการบริโภคและการผลิตที่รับผิดชอบ และเป้าหมายที่ 17 ซึ่งส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการขับเคลื่อนการพัฒนา (United Nations, 2015) ทั้งนี้แนวคิดการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม จำเป็นต้องจัดการให้เกิดความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมคุณค่าทางศาสนา และการพัฒนาวัฒนธรรมให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาเมืองสามธรรมจึงต้องอาศัยแนวทางการบริหารจัดการที่คำนึงถึงความเชื่อมโยงขององค์ประกอบทั้งสามอย่างเป็นระบบ ซึ่งแนวคิด “อริยสัจ 4” สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ปัญหาและกำหนดแนวทางพัฒนาอย่างเป็นขั้นตอนได้ โดยเริ่มจากการพิจารณา “ทุกข์” หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งรวมถึงปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐาน การบริหารจัดการทรัพยากร และผลกระทบทางวัฒนธรรมและสังคม ต่อมาคือ “สมุทัย” หรือสาเหตุของปัญหา ซึ่งมาจากการขาดแนวทางเชิงนโยบายที่ชัดเจน การบริหารจัดการที่ไม่ได้คำนึงถึงความยั่งยืน และการพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่ไม่ได้ควบคุมให้เหมาะสม (Packer & Ballantyne, 2016) จากนั้นจึงกำหนดแนวทางแก้ไขที่เหมาะสม (นิโรธ) และวางแผนเชิงนโยบายเพื่อการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม (มรรค) (สมชาย พิพัฒน์ประภา, 2563) การดำเนินนโยบายบนพื้นฐานของหลักอริยสัจ 4 จึงจะสามารถช่วยให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องมีแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและสามารถร่วมมือกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้ในอนาคตและทำให้จังหวัดนครปฐม

สามารถเป็นต้นแบบของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่มีความยั่งยืน และสมดุลระหว่างเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมได้

จากการวิเคราะห์ข้างต้นชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเมืองสามธรรมของจังหวัดนครปฐม ยังคงมีความแตกต่างและโดดเด่นเหนือจังหวัดอื่น ๆ ทั้งในด้านประวัติศาสตร์ศาสนา ความสัมพันธ์กับธรรมชาติ วิถีวัฒนธรรมที่มีชีวิต และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ครอบคลุมทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล ดังนั้นผู้วิจัยคาดว่าในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจะสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน โดยคำนึงถึงหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาและแนวคิดเมืองสามธรรม ซึ่งการศึกษานี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของจังหวัดนครปฐมได้อย่างเหมาะสม แต่ยังสามารถใช้เป็นต้นแบบสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ธรรมชาติ และวัฒนธรรมในพื้นที่อื่น ๆ ของประเทศไทยที่อาจกำลังเผชิญกับปัญหาที่คล้ายคลึงกัน ซึ่งข้อเสนอเชิงนโยบายนี้จะช่วยให้การท่องเที่ยวของนครปฐมไม่เพียงแต่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แต่ยังเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมศาสนา วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และความเป็นอยู่ที่ดีของชุมชนในระยะยาวและยั่งยืนต่อไปในอนาคต

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 2.1 เพื่อศึกษา วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย ศักยภาพทางการท่องเที่ยว และสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
- 2.2 เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม)
- 2.3 เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

3. คำถามในการวิจัย

- 3.1 สภาพการณ์ ศักยภาพ และปัญหาที่พบของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมในปัจจุบันเป็นอย่างไร
- 3.2 รูปแบบของข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) เป็นอย่างไร
- 3.3 ข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 มีลักษณะอย่างไรบ้าง

4. ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านเนื้อหาจากเอกสาร ตำรา งานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาวิจัย ดังนี้

4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่เป้าหมายหลักในการวิจัย ประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับบริบทในด้านธรรมชาติ เช่น วัด ด้านธรรมชาติ เช่น แม่น้ำ คลอง ต่าง ๆ และด้านวัฒนธรรม เช่น ชุมชนชาติพันธุ์ โบราณสถาน ที่ได้มาจากการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยมีเกณฑ์ในการคัดเลือกแบบมีเงื่อนไข โดยจะต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Destination) ที่มีความลักษณะโดดเด่น (Outstanding Destination) มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในวงกว้างและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวที่ครอบคลุมในพื้นที่ 7 อำเภอของจังหวัดนครปฐม ได้แก่

4.1.1 อำเภอเมืองนครปฐม

4.1.2 อำเภอกำแพงแสน

4.1.3 อำเภอนครชัยศรี

4.1.4 อำเภอดอนตูม

4.1.5 อำเภอบางเลน

4.1.6 อำเภอสามพราน และ

4.1.7 อำเภอพุทธมณฑล

โดยการกำหนดขอบเขตเชิงพื้นที่ดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การวิเคราะห์ศักยภาพ ปัญหา และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างครอบคลุมทั้งมิติทาง ธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งเป็นแก่นของแนวคิด “เมืองสามธรรม” โดยแต่ละอำเภอมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ สังคม วัฒนธรรม และรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้เกิดบทบาทเชิงพื้นที่ (Area-based Roles) ที่หลากหลายในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของจังหวัด

ในเชิงการวิเคราะห์เชิงนโยบาย พื้นที่ทั้ง 7 อำเภอถูกใช้เป็นกรณีศึกษาเชิงพื้นที่ (Area-based Case) เพื่อสะท้อนทั้ง สภาพการณ์ปัจจุบัน (ทุกซ์) เช่น ปัญหาการเป็นเมืองทางผ่าน การกระจุกตัวของกิจกรรมเชิงพาณิชย์ และความไม่เชื่อมโยงของเส้นทางท่องเที่ยว รวมถึง เหตุปัจจัยของปัญหา (สมุทัย) ที่แตกต่างกันในแต่ละอำเภอ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน การจัดการพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ หรือ ศักยภาพของชุมชนท้องถิ่น ขณะเดียวกัน การพัฒนาและตรวจสอบข้อเสนอเชิงนโยบายในงานวิจัยนี้ มิได้จำกัดอยู่เพียงแหล่งท่องเที่ยวใดแหล่งหนึ่ง แต่ใช้การบูรณาการพื้นที่ทั้งจังหวัดเป็นฐานในการออกแบบกลไกเชิงนโยบาย (Policy Mechanisms) ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในระดับอำเภอ

และระดับจังหวัด โดยคำนึงถึงความแตกต่างเชิงพื้นที่และศักยภาพเฉพาะถิ่น อันสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาเชิงพื้นที่ (Area-based Development)

ดังนั้น ขอบเขตเชิงพื้นที่ของการวิจัยจึงมุ่งสะท้อนภาพรวมของจังหวัดนครปฐมในฐานะระบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ (Integrated Tourism System) ที่เชื่อมโยงพื้นที่ทั้ง 7 อำเภอเข้าด้วยกัน เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลและกรอบอ้างอิงในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีความสอดคล้อง เป็นระบบ และสามารถนำไปใช้ขับเคลื่อนจังหวัดนครปฐมสู่การเป็น “เมืองสามธรรม” ได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา สามารถจำแนกเนื้อหาของการทำงานวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย หลักการ วัตถุประสงค์ ยุทธศาสตร์ และเป้าหมายของการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ได้ดังนี้

4.2.1 การวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย และสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

4.2.2 การออกแบบและพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม ได้แก่

4.2.2.1 ธรรมะ เช่น การจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การจัดการการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ (มูเตลู) ในจังหวัดนครปฐม

4.2.2.2 ธรรมชาติ เช่น การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในจังหวัดนครปฐม

4.2.2.3 วัฒนธรรม เช่น การจัดการการท่องเที่ยวชุมชน การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ในจังหวัดนครปฐม

4.2.3 การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

4.3.1 ประชากร (Population) ประชากรเป้าหมายของการวิจัยนี้ครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 ประกอบด้วย 4 กลุ่มหลัก โดย 3 กลุ่มแรกจะเป็นกลุ่มประชากรสำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative survey) ได้แก่

4.3.1.1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหาร เนื่องจากกลุ่มเหล่านี้มีข้อมูลเชิงลึกและประสบการณ์โดยตรงที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ข้าราชการระดับสูงและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของ

จังหวัดนครปฐม เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัด หรือหัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้อง สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

4.3.1.2 กลุ่มผู้ประกอบการและภาคธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ตัวแทนจากธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัด ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและบริษัททัวร์ ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและสินค้าที่ระลึก รวมไปถึงสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

4.3.1.3 กลุ่มชุมชนท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธรรมะ ธรรมชาติและวัฒนธรรม ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ผู้ทรงคุณวุฒิทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น กลุ่มองค์กรภาคประชาสังคมที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรอีก 1 กลุ่มสำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative survey) ประกอบด้วย

4.3.1.4 กลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม หรือมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ วัฒนธรรมและธรรมชาติตลอดปี 2567 จำนวนทั้งสิ้น 3,447,129 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568)

4.3.2 กลุ่มตัวอย่าง (Sample) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมาย ผู้วิจัยมีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) จำนวน 19 คน โดยผู้วิจัยจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative survey) โดยการคัดเลือกจากผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงในการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในประเด็นด้านการท่องเที่ยวหรือบริการ ทั้งนี้ผู้วิจัยอาจจะพิจารณาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) ได้หากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงมีจำนวนไม่เพียงพอ ดังนี้

4.3.2.1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหาร จำนวน 10 คน (Boddy, C. R., 2016)

4.3.2.2 กลุ่มผู้ประกอบการและภาคธุรกิจท่องเที่ยว โดยแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการตามประเภทของธุรกิจ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว จำนวน 3 คน (Boddy, C. R., 2016)

4.3.2.3 กลุ่มชุมชนท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางวัฒนธรรม โดยคัดเลือกผู้นำชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิ และสมาชิกชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวคิดเมืองสามธรรม จำนวน 6 คน (Boddy, C. R., 2016)

และอีก 1 กลุ่มตัวอย่าง สำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative survey) ประกอบด้วย

4.3.2.4 กลุ่มนักท่องเที่ยว จะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดนครปฐมที่ครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 7 อำเภอในช่วงเวลาที่ทำกรวิจัย ทั้งนี้ ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยการอ้างอิงจำนวนนักท่องเที่ยวจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ หรือ สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้การเปิดตารางเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) โดยจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 400 คน

และการกำหนดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการตรวจสอบและยืนยันความเหมาะสมของข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 โดยการสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ผู้วิจัยจะทำการคัดเลือกจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยมีการกำหนดเกณฑ์การพิจารณาคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญอย่างเหมาะสมโดยใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง (Unstructured interview) และเก็บรวบรวมด้วยตนเอง ในรอบที่ 1 เพื่อนำผลจากการสัมภาษณ์และลงพื้นที่มาจัดทำเป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย จากนั้นจึงส่งให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินในรูปแบบของแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ในรอบที่ 2 และรอบที่ 3 หากมีประเด็นที่ต้องการแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ และจัดสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายเพื่อรับรองข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยมีจำนวนผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 คน โดยใช้เวลา 3-4 ชั่วโมงในการจัดสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2560)

4.5 ขอบเขตด้านเวลา ใช้ระยะเวลาในการทำงานวิจัยนี้อยู่ระหว่างเดือนมีนาคม พ.ศ.2568-กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569 รวมเป็นเวลา 1 ปี โดยแบ่งออกเป็นช่วงการดำเนินการวิจัย ดังนี้

4.5.1 การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Study) เกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจัย ปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นและส่งผลต่อการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม รวมไปถึงการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยจะดำเนินการช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน พ.ศ.2568

4.5.2 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม โดยจะดำเนินการช่วง เดือนมีนาคม-พฤษภาคม พ.ศ.2568

4.5.3 การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับประชากรในจังหวัดนครปฐมและนักท่องเที่ยวที่ เคยมีเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยจะดำเนินการเก็บข้อมูลช่วงเดือนพฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ.2568

4.5.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการจัดการ ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม โดยจะดำเนินการช่วงเดือนกันยายน-ธันวาคม พ.ศ.2568

4.5.5 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อรับรองข้อเสนอเชิงนโยบาย ด้านการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม จะดำเนินการช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569

5. นิยามศัพท์เฉพาะ

5.1 สภาพการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม หมายถึง สภาพความเป็นจริงของการ ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย ซึ่งครอบคลุมลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว รูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ระบบการบริหารจัดการแหล่ง ท่องเที่ยว ตลอดจนบทบาทของจังหวัดนครปฐมในระบบการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค โดยในงานวิจัยนี้ สภาพการณ์การท่องเที่ยวถูกวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิด “เมืองสามธรรม” (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) และใช้เป็นฐานในการระบุ “ทุกข์” หรือปัญหาเชิงโครงสร้างตามหลักอริยสัจ 4

5.2 ศักยภาพของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม หมายถึง ความพร้อมและความสามารถของ จังหวัดนครปฐมในการพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ชุมชน ระบบคมนาคม การเข้าถึงพื้นที่ และ ทุนทางสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า โดยศักยภาพดังกล่าวถูกพิจารณาในฐานะ “ทุน” ที่สามารถนำมาออกแบบข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อขับเคลื่อนจังหวัดนครปฐมสู่การเป็นเมืองสามธรรมได้ อย่างเป็นรูปธรรม

5.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม หมายถึง ลักษณะการตัดสินใจ การเดินทาง รูปแบบการใช้เวลา การเข้าร่วมกิจกรรม ระยะเวลาการพำนัก และการรับรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดนครปฐม ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในงานวิจัยนี้ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวถูกใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างรูปแบบการ ท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายการพัฒนาเมืองสามธรรม โดยเฉพาะประเด็นการเป็น “เมืองทางผ่าน” และการขาดประสบการณ์เชิงความหมาย

5.4 ปัญหาของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมปัจจุบัน หมายถึง อุปสรรคและข้อจำกัดเชิง โครงสร้างที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม

วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และการบริหารจัดการ อาทิ อัตราการพักค้างคืนที่ต่ำ การกลืนกินของพาณิชย์นิยมต่อความแท้จริงทางวัฒนธรรม การขาดการเชื่อมโยงเชิงพื้นที่และเชิงเนื้อหา รวมถึงการขาดกลไกคุ้มครองคุณค่าทางจิตวิญญาณ ซึ่งในงานวิจัยนี้ ปัญหาดังกล่าวถูกกำหนดให้เป็น “ทุกข์” และ “สมุทัย” ตามกรอบแนวคิดอริยสัจ 4 เพื่อใช้เป็นฐานในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

5.5 ข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง ข้อเสนอแนะหรือแนวทางที่ได้รับการพัฒนา มีความชัดเจน และเป็นรูปธรรมและเสนอให้กับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อปรับปรุง แก้ไข หรือกำหนดแนวทางการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพและสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ข้อเสนอเชิงนโยบายอาจอยู่ในรูปของกฎหมาย แนวปฏิบัติ หรือแผนยุทธศาสตร์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

5.6 การพัฒนาการท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการวางแผนและดำเนินการเพื่อปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน การให้บริการ และนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืน สร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้มาเยือน และก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนท้องถิ่น โดยคำนึงถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และศาสนาหรือธรรมะควบคู่กันไป

5.7 เมืองสามธรรม หมายถึง แนวคิดเชิงนโยบายและกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่บูรณาการ “ธรรมะ-วัฒนธรรม-ธรรมชาติ” เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อสร้างสมดุลระหว่างคุณค่าทางจิตวิญญาณ อัตลักษณ์ทางสังคมวัฒนธรรม และความยั่งยืนของทรัพยากรธรรมชาติ โดยในงานวิจัยนี้ แนวคิดเมืองสามธรรมถูกใช้เป็นกรอบวิเคราะห์สภาพการณ์ ปัญหา และศักยภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม รวมถึงเป็นฐานในการพัฒนาและประเมินข้อเสนอเชิงนโยบายตามหลักอริยสัจ 4 ประกอบด้วย

5.7.1 ด้านธรรมะ หมายถึง มิติของการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นคุณค่าทางจิตวิญญาณ หลักคำสอนทางพระพุทธศาสนา และกระบวนการเรียนรู้ภายในจิตใจของนักท่องเที่ยว ผ่านศาสนสถาน กิจกรรมปฏิบัติธรรม การเจริญสติ และการตีความเชิงปรัชญา โดยในบริบทของงานวิจัยนี้ ด้านธรรมะมิได้หมายถึงเพียงการเยี่ยมชมวัดหรือสถานที่ศักดิ์สิทธิ์เท่านั้น แต่รวมถึงการจัดการพื้นที่กิจกรรม และการนำเสนอเนื้อหาที่เอื้อต่อความสงบ ความศักดิ์สิทธิ์ และการเข้าถึง “ความหมาย” ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการดับทุกข์ (นิโรธ) ตามหลักอริยสัจ 4

5.7.2 ด้านวัฒนธรรม หมายถึง มิติของการท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐม ทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้ และจับต้องไม่ได้ โดยในงานวิจัยนี้ ด้านวัฒนธรรมถูกพิจารณาในฐานะ “คุณค่าแท้จริง” (Authenticity) ที่ต้องได้รับการคุ้มครองจากการกลืนกินของพาณิชย์นิยม ผ่านกลไกธรรมาภิบาลทาง

วัฒนธรรม การคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์อัตลักษณ์อย่างยั่งยืน

5.7.3 ด้านธรรมชาติ หมายถึง มิติของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ ภูมิทัศน์ และสิ่งแวดล้อมของจังหวัดนครปฐม เช่น แม่น้ำท่าจีน คลอง พื้นที่เกษตรกรรม และพื้นที่สีเขียว ซึ่งเป็นฐานทรัพยากรสำคัญของการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม ในงานวิจัยนี้ ด้านธรรมชาติถูกวิเคราะห์ควบคู่กับประเด็นการจัดการสิ่งแวดล้อม การควบคุมมลพิษ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว เพื่อให้การใช้ประโยชน์ทางการท่องเที่ยวไม่ก่อให้เกิด “ทุกข์” ต่อระบบนิเวศ และสามารถนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

5.8 อริยสัจ 4 หมายถึง หลักคำสอนสำคัญในพระพุทธศาสนาที่กล่าวถึงกระบวนการแก้ไขทุกข์อย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย ทุกข์ (Dukkha) หรือการระบุงปัญหาหรือภาวะที่เป็นปัญหา สมุทัย (Samudaya) หรือการวิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหา นิโรธ (Nirodha) คือการกำหนดเป้าหมายของการแก้ปัญหา และมรรค (Maggā) คือ การกำหนดแนวทางและแนวปฏิบัติที่นำไปสู่การแก้ไขทุกข์อย่างเป็นระบบในบริบทของการท่องเที่ยว โดยอริยสัจ 4 นั้นสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยว และสามารถกำหนดแนวทางแก้ไขเพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการพัฒนา และการอนุรักษ์ทรัพยากรในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 ได้

6. ประโยชน์ที่ได้จากงานวิจัย

เมื่อเสร็จสิ้นงานวิจัยเรื่องนี้แล้ว ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ได้แก่

6.1 ได้ทราบถึงสภาพการณ์ท่องเที่ยวปัจจุบัน ศักยภาพของการท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

6.2 ได้ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายและผลการประเมินข้อเสนอแนะสำหรับการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม)

6.3 ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
2. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับท่องเที่ยวเมืองสามธรรม
3. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับข้อเสนอเชิงนโยบาย
4. แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับอริยสัจ 4 (Four Noble Truths)
5. ยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติ ระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น
6. บริบทและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดนครปฐม
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
8. กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

คำว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมายกว้างมิได้มีความหมายเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายประชากรจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวจึงเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ได้รับความรู้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน ในปัจจุบันการท่องเที่ยวจึงเป็นธุรกิจที่กว้างขวาง และเป็นส่วนหนึ่งของ GDP หลักของประเทศ

ความหมายของการท่องเที่ยวจากที่องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุม ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ คือ การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่มีค่า 3 ค่า เป็นเงื่อนไขในการท่องเที่ยว (UNWTO, 2019) คือ

1.1 การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่งโดยใช้พาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือไกลก็ได้

1.2 การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีสถานที่ที่เลือกเดินทางไปเยือนและใช้เวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้นมักมีสถานที่ที่มีความสวยงามทางทัศนียภาพ

มากหรือเป็นสถานที่ที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยิ่งใหญ่หรือเป็นสถานที่ที่มีวัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมที่น่าสนใจ ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการท่องเที่ยวที่เพียงพอ สำหรับสนองความต้องการและความพอใจแก่ผู้มาเยือน

1.3 การท่องเที่ยวจะต้องมีจุดมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง มีจุดประสงค์ในการเดินทางไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรืออยู่ประจำ แต่มีความมุ่งหมายในการเดินทางอย่างอื่น โดยผู้เดินทางอาจมีจุดมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่า 1 อย่างก็ได้

จี และชอย (Gee & Choy, 1989) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเพลิดเพลินสนุกสนาน โดยที่นักท่องเที่ยวนั้นคือนักท่องเที่ยวของตนเอง

นิคม จารุมณี (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อการศึกษาและพักผ่อนหย่อนใจหรือก่อให้เกิดการ กระทำร่วมกันของมนุษย์ทั้งทางธรรมชาติและทางสังคม จนเป็นเหตุดึงดูดใจให้เดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ UNWTO, 2019) ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง การเดินทางใด ๆ ที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร
2. การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจ หรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้

เศกสรรค์ ยวงนิษฐ์ (2541) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึงการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยเรื่องการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรมประเทศอิตาลีและได้ให้คำจำกัดความของคำว่า “การท่องเที่ยว” ไว้ว่า “การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจเยี่ยมญาติหรือการไปร่วมประชุมแต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไปพำนักรอยู่เป็นการถาวร” (UNWTO, 2019)

นอกจากนั้น องค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ระบุว่า กิจกรรมทางเศรษฐกิจ (International Standard Industrial Classification: ISIC) ด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ธุรกิจโรงแรมที่พักและร้านอาหาร
2. ธุรกิจการคมนาคม การเดินทางต่าง ๆ ทั้งทางบก ทางเรือและทางอากาศ

3. ธุรกิจนำเที่ยว

4. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและนันทนาการ

จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (ISIC) ข้างต้น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้จำแนกธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวออกได้เป็น 3 ประเภท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2560) ดังนี้

1. ธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

2. ธุรกิจสนับสนุน คือ ธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ทั้งทางอากาศ ทางบกและทางน้ำ รวมถึงการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ในช่องทางต่าง ๆ เช่น เอกสารเผยแพร่แผ่นพับ เว็บไซต์สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ตลอดจนการแสดงนิทรรศการ เพื่อการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

3. ธุรกิจเกี่ยวเนื่อง คือ ธุรกิจที่ได้รับประโยชน์หรือเกิดต่อเนื่องมาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจนันทนาการต่าง ๆ อาทิ ธุรกิจรักษาพยาบาล ธุรกิจสปา เป็นต้น รวมถึงธุรกิจ สินค้าของที่ระลึกซึ่งทั้งหมดรวมเรียกว่า โซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)

นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้คำนิยามเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้เพิ่มเติม เช่น

ปรีชา แดงโรจน์ (2544) ได้อ้างอิงนิยามของการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่าการท่องเที่ยวหมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขเกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ การเดินทาง จุดหมายปลายทาง และวัตถุประสงค์ของการเดินทาง

นิคม จารุมณี (2535) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางใด ๆ ที่เป็นการเดินทางที่อยู่ในเงื่อนไข 3 ประการ คือ การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ มิได้ถูกบังคับและเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆก็ตาม แต่มิใช่เดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพหรือหารายได้

ดังนั้นจากคำนิยามและความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ที่ผู้เขียนหลายท่านได้ให้ความหมายไว้ข้างต้น สรุปได้ดังนี้ “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทางของมนุษย์จากสถานที่ใดสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งหรือการเดินทางจากถิ่นพำนักที่อาศัยประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและเป็นการเดินทางด้วยเหตุผลของการท่องเที่ยวมิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ เช่น การเดินทางเพื่อไปพักผ่อน การเดินทางเพื่อไปชมการแข่งขันกีฬา (เช่น การแข่งขันกีฬา ซีเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น) การเดินทางเพื่อการศึกษา การเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา การเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง หรือเพื่อน การเดินทางเพื่อแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เป็นต้น

หรืออีกนัยหนึ่ง อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยว นั้น หมายถึงการเดินทางของบุคคลใด ๆ จากสถานที่หนึ่งที่มีใช้ที่พักอาศัยของตนเอง ไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว โดยการเดินทางนั้นจะต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ และเดินทางด้วยจุดมุ่งหมายใดก็ได้ ที่มีใช้เพื่อการประกอบอาชีพ หรือแสวงหารายได้ นั่นเอง

1.2 นักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยว องค์การสหประชาชาติ (United Nations) ให้ความหมายของ “นักท่องเที่ยว” ไว้ดังนี้

ผู้มาเยือน (Visitor) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตามที่มีใช้ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ดังนั้น ผู้มาเยือน จึงหมายถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

นักท่องเที่ยว (Tourist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวที่พำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือน ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

นักทัศนาจร (Excursionist) คือ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ในการบันทึกสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าและออกจากประเทศ ประเทศไทยใช้บทนิยามที่กำหนดขึ้น ซึ่งโดยทั่วไปหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอาศัยอยู่เป็นระยะเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง แต่ไม่เกิน 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้(กรมการท่องเที่ยว, 2560)

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติ หรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ
2. มาร่วมประชุม หรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช้ทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะน้อยกว่า 1 คืน

พร้อมกันนี้ได้กำหนดคำนิยามของ “นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน” (Domestic Tourist) ไว้ว่า คือคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย เดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไรก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการทำงานหรือหารายได้ และมีระยะเวลาพำนักไม่เกิน 60 วัน (กรมการท่องเที่ยว, 2560)

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการอื่น ๆ ที่ให้ความหมายเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวไว้อย่างมากมาย เช่น โคเฮน (Cohen, 1972) นักสังคมวิทยาได้จำแนกนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมวลชนแบบกลุ่ม (Organized mass tourist) เป็น นักท่องเที่ยวที่ซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวจัดทำไว้ขายยังเมืองจุดหมายปลายทางที่เป็นที่นิยม

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ชอบเดินทางเป็นกลุ่มและท่องเที่ยวตามรายการที่กำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวตามชายทะเลหรือพักผ่อนอยู่ในโรงแรม

2. นักท่องเที่ยวมวลชนรายกลุ่ม (Individual mass tourist) เป็นนักท่องเที่ยวซื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ยืดหยุ่นกว่ากลุ่มแรก เช่น โปรแกรมที่รวมบัตรโดยสาร เครื่องบินและที่พัก ไม่มีการนำเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว แต่จะไปท่องเที่ยวตามสถานที่สำคัญในเมือง ท่องเที่ยวโดยไม่ต้องหาประสบการณ์ใหม่แก่ชีวิต

3. นักสำรวจ (Explorer) เป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมจัดรายการนำเที่ยวของตนเอง และหลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม นักสำรวจชอบพบปะผู้คนในท้องถิ่น แต่ต้องการความสะดวกสบายในระดับหนึ่งและความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

4. นักพเนจร (Drifter) เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนในท้องถิ่น ไม่มีการกำหนดรายการท่องเที่ยวล่วงหน้า และเลือกเมืองท่องเที่ยวและที่พักตามใจปรารถนา

Stanley C. Plog (1977) ได้เสนอแนวคิดทางจิตวิทยาเป็นพื้นฐาน ในการจำแนกรูปแบบพฤติกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองเป็นศูนย์กลาง (Psychocentric) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความคุ้นเคยเป็นหลัก มักเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่เป็นที่รู้จักกันดี และหลีกเลี่ยงการทดลองสิ่งใหม่ ๆ ไม่ว่าจะเป็นที่พัก อาหาร ความบันเทิง หรือการพบปะผู้คน พวกเขาต้องการความสะดวกสบายและไม่ต้องการเผชิญกับความยุ่งยากหรือเหตุการณ์ที่ไม่คาดฝัน

2. นักท่องเที่ยวประเภทเน้นตัวเองปานกลาง (Near Psychocentric) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ระหว่างกลุ่มที่เน้นตัวเองเป็นศูนย์กลางและกลุ่มที่เดินทางสายกลาง พวกเขาสามารถเปิดใจทดลองสิ่งใหม่ ๆ ได้บ้าง หากไม่มีสิ่งที่คุ้นเคยให้เลือก

3. นักท่องเที่ยวประเภทเดินทางสายกลาง (Mid-Centric) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ชอบการผจญภัยมากนัก แต่ก็พร้อมที่จะทดลองสิ่งใหม่ ๆ หากสิ่งนั้นไม่เสี่ยงอันตรายหรือผิดแผกไปจากปกติมากเกินไป

4. นักท่องเที่ยวประเภทชอบความหลากหลายพอสมควร (Near Allocentric) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ระหว่างกลุ่มเดินทางสายกลางและกลุ่มที่มีความสนใจหลากหลาย พวกเขาสามารถท่องเที่ยวในลักษณะผจญภัยได้บ้าง แต่ก็ไม่ได้ถึงกับชอบความท้าทายมากนัก

5. นักท่องเที่ยวประเภทมีความสนใจหลากหลาย (Allocentric) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่กระตือรือร้นในการทำกิจกรรมที่หลากหลาย เป็นคนเปิดเผย มีความมั่นใจในตัวเอง และชอบการผจญภัย พวกเขามองว่าการเดินทางเป็นโอกาสในการสำรวจโลกและเติมเต็มความอยากรู้อยากเห็นของตนเอง

Perreault Dorden (1979) ได้ทำการวิจัยโดยสำรวจครัวเรือน 2,000 คน และสรุปเกี่ยวกับประเภทของนักท่องเที่ยวได้ 5 ประเภท ดังนี้

1. นักเดินทางแบบประหยัด (Budget Traveler) นักเดินทางประเภทนี้ มีรายได้ปานกลาง แต่แสวงหาการหยุดพักผ่อนหรือการท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายต่ำ
2. นักท่องเที่ยวชอบผจญภัย (Adventurous tourist) นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดี และมีรายได้ปานกลางถึงสูง มีความชื่นชอบกิจกรรมการพักผ่อนหรือท่องเที่ยวแบบผจญภัย
3. นักท่องเที่ยวแบบไม่ชอบวางแผน (Homebody tourist) เป็นคนที่มีความรอบคอบในการท่องเที่ยว แต่ไม่ชอบพูดคุยเรื่องการพักผ่อนกับผู้อื่น และใช้เวลาในการวางแผนในการท่องเที่ยวค่อนข้างน้อย
4. นักเดินทางระหว่างวันหยุด (Vacationer) เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กที่ มักใช้เวลาการคิดเกี่ยวกับการวางแผนการท่องเที่ยวในครั้งต่อไปว่าจะไปที่ไหน อย่างไร และมีความกระตือรือร้นในการท่องเที่ยวแต่มีรายได้ค่อนข้างน้อย

5. นักเดินทางที่ใช้ระยะเวลานาน (Moderates) เป็นนักเดินทางที่มักจะชอบการเดินทางที่ใช้เวลานาน ไม่ชอบการท่องเที่ยวระหว่างวันหยุดสุดสัปดาห์หรือการเล่นกีฬา

Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวแสวงหา ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational tourist) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับกิจกรรมที่เน้นไปที่ความบันเทิงหรือการผ่อนคลายร่างกาย
2. นักท่องเที่ยวแบบปลุกตัวหาความเพลิดเพลิน (Diversionary tourist) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มองหาวิธีการใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน
3. นักท่องเที่ยวแบบแสวงหาประสบการณ์ (Experiential tourist) คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสนใจและต้องการค้นหาประสบการณ์ที่แท้จริงจากแหล่งท่องเที่ยวที่พวกเขาได้ไปเยือน
4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (Experimental tourist) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบสนทนากับคนในท้องถิ่น เพื่อทำความเข้าใจและเรียนรู้วิถีชีวิต รวมถึงการปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมของคนท้องถิ่น
5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (Existential tourist) หมายถึง กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะใช้ชีวิตตามวิถีและวัฒนธรรมเดียวกับคนท้องถิ่น และมักจะพำนักอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นระยะเวลานาน

จากความหมายของนักท่องเที่ยวที่กล่าวไว้ สรุปได้ดังนี้ “นักท่องเที่ยว” หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศอื่น หรือภูมิภาคนานาชาติที่ไม่ใช่ที่อยู่ปกติของตน เป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง โดย

มีวัตถุประสงค์เพื่อ พักผ่อน เยี่ยมญาติ รักษาสุขภาพ ร่วมประชุม เพื่อธุรกิจ เป็นต้น ส่วนบุคคลที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ได้แก่ บุคคลที่เดินทางไปทำงาน ไม่ตั้งหลักแหล่ง ย้ายถิ่นที่อยู่อาศัย เรียนหนังสือ และเดินทางท่องเที่ยวผ่านประเทศบางประเทศโดยไม่ได้ทำการหยุดพักมากกว่า 24 ชั่วโมง

1.3 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

โรบินสัน (Robinson, 2006) ได้กล่าวไว้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของบุคคลมีอยู่ 8 ประการ คือ

1. เพื่อฟื้นฟูสุขภาพและร่างกาย
2. เพื่อสุขภาพอนามัย เพื่อสูดอากาศบริสุทธิ์ อากาศดี อากาศดี
3. เพื่อเข้าร่วมหรือชมกิจกรรมทางกีฬา
4. เพื่อไปชมสิ่งที่แปลกใหม่ในต่างประเทศ
5. เพื่อความรื่นเริงบันเทิงใจ ความสนุกสนาน ความสดชื่น เพื่อการพักผ่อน
6. เพื่อสาเหตุส่วนตัว เช่น ไปเยี่ยมญาติไปพบเพื่อนใหม่หรือเพื่อหลบหนีคนที่ใกล้ชิด
7. เพื่อเหตุผลทางด้านจิตใจ ศาสนา
8. เพื่ออาชีพและการธุรกิจ

จำใจ

Holloway (1983) กล่าวว่า การท่องเที่ยวของคนเรานั้น เกิดจากสาเหตุ 3 ประการ คือ

1. การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร
2. การท่องเที่ยวทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การศึกษา การรักษาสุขภาพ การเล่นกีฬา การศาสนา ฯลฯ

ในขณะที่สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นรูปแบบการเดินทางที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การเปลี่ยนบรรยากาศ การชื่นชมทัศนียภาพที่สวยงาม การสัมผัสวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น หรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลินและการเปลี่ยนสถานที่พำนัก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ รสนิยมส่วนบุคคล ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างในการเดินทางเพื่อฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ หรืออาจรวมถึงการพักผ่อนสุขภาพจากการเจ็บป่วย การท่องเที่ยวประเภทนี้มักให้ความสำคัญกับการใช้เวลาในการพักผ่อนที่ยาวนาน สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกมักเป็นสถานที่ที่เงียบ

สงบ สะดวกสบาย และมีอากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือภูเขาที่มีบรรยากาศเงียบสงบและปราศจากมลพิษ

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นรูปแบบการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์หลักในการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ๆ การท่องเที่ยวประเภทนี้มักเป็นการเดินทางควบคู่ไปกับการศึกษาความเป็นอยู่ของผู้คนในท้องถิ่น ทั้งในด้านมานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น การเยี่ยมชมโบราณสถาน หรือการชมศิลปะการแสดง

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวประเภทนี้มีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ ได้แก่ การเดินทางเพื่อชมการแข่งขันกีฬา และการเดินทางเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา หรือการออกกำลังกายเพื่อความผ่อนคลาย สถานที่ท่องเที่ยวประเภทนี้มักเป็นสถานที่ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น ชายหาดที่สวยงาม ภูเขา หรือป่าไม้

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุมและสัมมนา ผู้ที่เดินทางเพื่อธุรกิจมักจะจัดสรรเวลาส่วนหนึ่งสำหรับการท่องเที่ยว ปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวประเภทนี้ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ที่พัก หรือโรงแรม และระบบคมนาคมที่สะดวก ปัจจุบัน การท่องเที่ยวประเภทนี้มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การเดินทางไปต่างประเทศเพื่อศึกษาดูงาน ทำวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนนักศึกษาและอาจารย์ โดยมีระยะเวลาพำนักในประเทศนั้น ๆ เป็นเวลานาน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย และถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้กับประเทศ

จะเห็นว่าการท่องเที่ยวของแต่ละคนมีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันไปตามโอกาสและความต้องการของแต่ละบุคคล ซึ่งมีอยู่ด้วยกันหลายประการ

1.4 ลักษณะของการท่องเที่ยว

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น การสนใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด (Mill, 1990)

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐาน การแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวตามพื้นฐานโดย พิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางและการท่องเที่ยวสรุปว่าการท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้เมื่อเวลาว่างเพื่อการพักผ่อน คลายเครียด ท่องเที่ยวในวันหยุดเพื่อการกีฬา เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อการท่องเที่ยวทางศาสนา เพื่อธุรกิจ เพื่อเยี่ยมญาติและวัตถุประสงค์ขององค์กร

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวนี้คือการท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัวและการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยมีลักษณะดังนี้

2.1 กำหนดโดยประเภทของการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวเดินทางภายในประเทศ (Domestic tourism) กับการท่องเที่ยวเดินทางระหว่างต่างประเทศ (International tourism)

2.2 กำหนดโดยมีระยะทางเป็นตัวกำหนดการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะทางไกล (Long – Haul) กับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะใกล้ (Short – Haul)

2.3 กำหนดโดยวัตถุประสงค์เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อไปเยี่ยมญาติพี่น้อง และการท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาและสุขภาพ รวมถึงการประชุมสัมมนาการศึกษาเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ

2.4 กำหนดโดยระยะเวลาการท่องเที่ยว ได้แก่ การแวะเพื่อเยี่ยมเยียนหรือการพัฒนาธุรกิจโดยไม่ได้มีการค้างคืนและพักรแรม กับการพักเยี่ยมเยียนโดยการพักค้างแรม และในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home stay) และอีกประเภทคือการท่องเที่ยวอยู่อาศัยแบบระยะยาว (Long stay) ซึ่งเป็นที่นิยมสูง และเป็นที่น่าสนใจของทั่วโลก

2.5 กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียวหรือท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

2.6 กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive travel and visits)

2.7 กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่การท่องเที่ยวมวลชน เพราะสามารถได้ครั้งละมาก ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน เพราะเป็นที่นิยมของประชาชนและการท่องเที่ยวเพื่อสังคม

1.5 ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวนั้นได้แบ่งออกเป็นหลายประเภท และมีนักวิชาการที่ได้แบ่งการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวไว้แตกต่างกัน ดังนี้

กวี วรรณ (2546) นักวิชาการทางด้านภูมิศาสตร์ได้ให้ความหมายของประเภท แหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่า หรือมีมูลค่าการท่องเที่ยวเพื่อการดึงดูดใจ หรือสร้างความสนใจ ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งมักจะแสดงออกในรูปของสถานที่ ทั้งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและสถานที่ทางวัฒนธรรม สถานที่ใด ๆ ก็แล้วแต่ที่จะสามารถเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวได้นั้นจะมีลักษณะพิเศษ เช่น งดงาม แปลกตา โดดเด่น แตกต่างและมีเอกลักษณ์ เป็นต้น

ดำเกิง โภทอง และคณะ (2550) ได้กล่าวว่า การจำแนกประเภทของการท่องเที่ยวว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้เป็นกิจกรรมนันทนาการ การเรียนรู้ไปในโลกกว้างตลอดจนเป็นการเสริมสร้างความสัมพันธ์ภายในครอบครัว หรือการศึกษาดูงานในหน่วยงานบูรณาการหลากหลาย

รูปแบบ ซึ่งประเภทของการท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึงประสบการณ์ในการท่องเที่ยวกล่าวคือ การจำแนกจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว (Type of Destination) และสามารถแบ่งกลุ่ม หรือประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการท่องเที่ยวออกเป็น 7 ประเภท คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ชาติพันธุ์ต่าง ๆ (Ethnic Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสังเกตและศึกษาการแสดงออกทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ ซึ่งรวมถึงการเดินทางไปเยี่ยมบ้านเกิด การเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสัมผัส และในบางกรณี เพื่อเข้าร่วมในวิถีชีวิตดั้งเดิมที่อาจจะหายไปแล้ว แต่ถูกนำกลับมาสร้างความน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดแสดงอาหาร งานเทศกาล เครื่องแต่งกายแบบดั้งเดิม การแสดงพื้นบ้าน ศิลปะ และหัตถกรรมโบราณ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ และโบสถ์เก่าที่มีความสำคัญในอดีต อาจรวมถึงการเยี่ยมชมอนุสาวรีย์ โบราณสถาน วัง และการชมการแสดงแสงสีเสียงที่เกี่ยวข้องกับเหตุการณ์ทางประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) มีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเชิงชาติพันธุ์ คือเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นหรือต่างประเทศ แต่การท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมจะเน้นไปที่การดึงดูดด้วยสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมากกว่าเรื่องของเชื้อชาติ นอกจากนี้ยังรวมถึงการเดินทางเพื่อกลับคืนสู่ธรรมชาติ การชื่นชมความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับโลก ซึ่งอาจรวมถึงกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือ และการตั้งแคมป์ เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแข่งขันกีฬา การใช้น้ำพุแร่เพื่อสุขภาพ การอาบแดด และการเข้าร่วมสมาคมเพื่อการพักผ่อนในสถานที่ต่าง ๆ เช่น หาดทราย ชายทะเลที่มีต้นปาล์ม สนามกอล์ฟ หรือสนามเทนนิส ซึ่งสถานที่เหล่านี้เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทนี้ และดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการการพักผ่อน

6. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลให้แก่ชีวิต (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลสำหรับพนักงานบริษัท หรือกลุ่มแรงงาน โดยเป็นส่วนหนึ่งของสวัสดิการขององค์กร ซึ่งอาจรวมถึงการเดินทางเพื่อดูงาน การประชุมสัมมนา การศึกษา และการพักผ่อน โดยองค์กรจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

7. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) คือ การเดินทางเพื่อเข้าร่วมการประชุม หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะมีการรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เข้าด้วยกัน เมื่อมีการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ

เกิดขึ้น แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งอาจมีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสันตนา การเชิงสิ่งแวดล้อม และเชิงวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย

1.6 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (ว.ว.) (2542) ได้สรุปสาระสำคัญของระบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และ การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist)

อภิชาติ อินทร์พงษ์พันธ์ (2540) ได้ให้คำจำกัดความของคำว่าองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไว้ว่า หมายถึงธุรกิจและบริการซึ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภท ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นโดยปราศจากการเดินทางเห็นจะไม่ได้ การคมนาคมจึงเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวจนกลายเป็นอุตสาหกรรม
2. ที่พัก เมื่อมีการเดินทาง ก็จำเป็นต้องมีการพักแรม ซึ่งถือว่าอุตสาหกรรมที่พักเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรมของที่ระลึก
3. ร้านอาหารภัตตาคาร กิจกรรมร่วมที่ต้องเกิดในระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทาง
4. บริการนำเที่ยว เป็นธุรกิจที่ดำเนินการเกี่ยวกับการเดินทางอำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่นักท่องเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งสิ่งดึงดูดใจที่เป็นธรรมชาติ และที่มนุษย์สร้างขึ้น
6. ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง เป็นธุรกิจที่ทำรายได้สูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
7. ความปลอดภัย ก็เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่มีความสำคัญมากเช่นกัน

มูการ์ดและเมดิลค (Burkart & Medilk, 1981) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น (Amenity)

มิล และเมอร์ริสัน (Mill & Morrison, 1992) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจในด้านความสวยงาม ความน่าประทับใจ สิ่งอำนวยความสะดวกในเรื่องที่พัก ร้านอาหารร้านขายของที่ระลึกหรือบริการอื่น ๆ ปัจจัยพื้นฐานในเรื่องระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภค การขนส่ง

โดยที่สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวนั้น สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภท คือ

1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกประเทศ การให้บริการการท่องเที่ยว

2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทาง การท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก เหล่านี้ ให้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วย สาธารณูปโภคและสาธารณูปการที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน สิ่งอำนวยความสะดวกด้าน ความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลให้ความปลอดภัยทั้งร่างกายทรัพย์สินและการ เดินทางแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ เสริมหรือสนับสนุนเพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว (มนัส สุวรรณ, 2541)

พยอม ธรรมบุตร (2549) ได้แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท ดังนี้

1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง การมีโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม เช่น สนามบิน ระบบคมนาคม และบริการขนส่งในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังจุดหมายหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างปลอดภัย

2. การมีที่พักแรมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Accommodation) ที่ต้องการค้างคืน หมายถึง การ มีที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการค้างคืน เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ และโฮมสเตย์ โดยที่พัก เหล่านี้ควรมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่แตกต่างกัน ซึ่งจะส่งผลต่อราคาและระดับการบริการที่ แตกต่างกันไปด้วย

3. แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการเดินทาง เนื่องจาก เป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวสนใจเดินทางมายังประเทศนั้น ๆ แหล่งท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ ได้แก่

3.1 แหล่งท่องเที่ยวที่ธรรมชาติสร้างขึ้น เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล พืชพันธุ์ ป่าไม้ และ สัตว์ป่า

3.2 แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ปราสาทหิน วัด อาคารเก่าแก่ รวมถึงวิถี ชีวิตชุมชนและภูมิปัญญาชาวบ้าน เป็นต้น

4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) และกิจกรรมนันทนาการ (Recreational Activities) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในปัจจุบัน เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ได้หมายถึงเพียงการเดินทางไปชม สิ่งก่อสร้าง สถานที่ หรือแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเข้าร่วมใน กิจกรรมต่าง ๆ ในสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ๆ ด้วยตนเอง เช่น การเดินป่าเพื่อการอนุรักษ์ การศึกษาระบบ นิเวศ การล่องแก่ง การปีนหน้าผา การดำน้ำตื้น (Snorkeling) และน้ำลึก (Scuba Diving) รวมถึงการ ทำกิจกรรมร่วมกับชุมชนท้องถิ่น เช่น การดำนาปลูกข้าว การร่วมพิธีบายศรีสู่ขวัญ ซึ่งทั้งหมดนี้ถือเป็น ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยว และก่อให้เกิดความประทับใจ รวมถึง การกระจายรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นอีกด้วย

5. บริการเบ็ดเตล็ดทั้งหมดที่มีให้นักท่องเที่ยว (Ancillary) เช่น บริการร้านอาหาร โรงพยาบาล ไพร่ชนีย์ สถานบริการน้ำมัน ร้านค้า ร้านขายของที่ระลึก และห้องสุขา

ปัจจัยของการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 องค์ประกอบ (พยอม ธรรมบุตร, 2549) ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Attraction) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวไปเยือนจะต้องมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ในแหล่งท่องเที่ยวอาจมีสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวหลายจุด ซึ่งจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา (Natural Attraction Factors) คือ ความงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดให้คนไปเยือน เช่น หาดทรายที่สวยงาม ป่าไม้ และสัตว์ป่า

1.2 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Historical and Cultural Attraction Factors) คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น สิ่งก่อสร้างทางสถาปัตยกรรม (วัด วัง เมืองโบราณ) วิถีชีวิต (ตลาดน้ำ) และกิจกรรมต่าง ๆ (การแข่งขันกีฬา การแสดง เทศกาล)

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facility) หมายถึง สิ่งสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความสะดวกสบาย เช่น ที่พักแรม (โรงแรม รีสอร์ท บังกะโล เกสท์เฮ้าส์) และร้านอาหาร รวมถึงข้อมูลข่าวสารสำหรับการเดินทาง

3. การเข้าถึงได้ (Accessibility) หมายถึง ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว โดยต้องมีระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว

สรุปจากทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่กล่าวมาข้างต้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้มีองค์ประกอบที่สำคัญ 7 ส่วน คือแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ข่าวนักท่องเที่ยว ที่พักแรมและสิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมนันทนาการ บริการเบ็ดเตล็ด และส่วนประกอบอื่น ๆ จากที่กล่าวมาแสดงให้เห็นถึงการจัดการระบบการท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบความสำเร็จอันเนื่องจากระบบการจัดการที่ดีแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงต้องมีการพัฒนาระบบการจัดการที่ดีเพื่อใช้เป็นกลไกในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้

2. แนวคิดเกี่ยวกับท่องเที่ยวเมืองสามธรรม

แนวคิดการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม มีความเชื่อมโยงเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใน 3 เป้าหมายหลัก ได้แก่ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา (ธรรมะ) การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ธรรมชาติ) และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน (วัฒนธรรม) ได้แก่

2.1 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (ธรรมะ)

แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงศาสนานี้ Novelli (2005) ระบุว่า เป็นการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ คล้ายกับแนวทางที่องค์กรการท่องเที่ยวโลกได้ให้ไว้ และเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเฉพาะทาง (Niche Tourism) โดยมีนักวิชาการได้ให้คำนิยามไว้ ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2549) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การเดินทางไปยังสถานที่ทางศาสนา หรือสถานที่ที่มีความสำคัญทางศาสนา ซึ่งอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมความสวยงามของศาสนสถาน การสักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ หรือบุคคลสำคัญทางศาสนาที่นักท่องเที่ยวเคารพนับถือ รวมถึงการเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา เช่น การปฏิบัติธรรม การศึกษาประวัติศาสตร์ของศาสนสถาน และการนำหลักธรรมคำสอนไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน

เกศสุตา ไถยตระกูล (2560) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาคือการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการศึกษา การพัฒนาจิตใจ และการปฏิบัติตามหลักศีล สมาธิ และปัญญา เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างมนุษย์ สังคม และสิ่งแวดล้อม

พระสนั่น เจริญยิ่ง (2565) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนามีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นบางอย่างก็กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมในที่สุด สำหรับคนไทยที่มีความเชื่อและศรัทธาในพระพุทธศาสนา วัดถือเป็นทั้งที่พึ่งทางใจ สถานที่พัฒนาจิตใจ และแหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่ชาวต่างชาติที่นับถือศาสนาอื่น ๆ ส่วนใหญ่มักเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาเพื่อชื่นชมความงดงามของสถาปัตยกรรมและพุทธศิลป์ โดยมีเพียงส่วนน้อยที่สนใจศึกษาพระธรรมในเชิงลึกเพื่อพัฒนาปัญญา

ศูนย์บริการวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ให้คำนิยามการท่องเที่ยวเชิงศาสนาว่า หมายถึง การเดินทางไปยังศาสนสถาน เพื่อเยี่ยมชมหรือสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เคารพศาสนสถาน และกราบไหว้พระสงฆ์ที่ปฏิบัติดีปฏิบัติชอบ ซึ่งครอบคลุมถึงสิ่งก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น สถานที่ตั้งของอาคารที่ประดิษฐานรูปเคารพ สถานที่สำหรับศาสนิกชนในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และที่พำนักของนักบวช โดยมีการจัดแบ่งพื้นที่ตามกิจกรรมการใช้งานที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงศาสนายังรวมถึง การเดินทางเพื่อการฟื้นฟูจิตใจตามหลักพุทธศาสนา หรือการบำบัดจิตใจด้วยการฝึกปฏิบัติตามแนวทางพระพุทธศาสนา เช่น การนั่งสมาธิ และการวิปัสสนากรรมฐาน เพื่อการผ่อนคลายและลดความเครียดในชีวิตประจำวัน ซึ่งการฝึกปฏิบัตินี้ต้องดำเนินการภายในพุทธสถานโดยไม่เกี่ยวข้องกับโลกภายนอกในช่วงเวลาที่กำหนด แหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศาสนสถาน หมายถึง หมายถึง อาคารหรือสิ่งก่อสร้างที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ได้แก่ สถานที่ประดิษฐานรูปเคารพ สถานที่สำหรับศาสนิกชนในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา และที่พำนักของนักบวชในศาสนานั้น ๆ ตัวอย่างศาสนสถานในศาสนาพุทธ ได้แก่ วัด เจดีย์ พระธาตุ ปราสาท เช่น วัดพนัญเชิง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

2) แหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานปฏิบัติธรรม หมายถึง สถานที่สำหรับการฟื้นฟูจิตใจ โดยการฝึกปฏิบัติตามแนวทางพุทธศาสนา เช่น การนั่งสมาธิและการวิปัสสนากรรมฐาน เพื่อฝึกจิตใจให้

สงบ ตัวอย่างสถานที่ปฏิบัติธรรม ได้แก่ เสถียรธรรมสถาน สำนักปฏิบัติวิปัสสนาวัดอ้อน้อย และสำนักปฏิบัติธรรมอื่น ๆ เป็นต้น

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการเดินทางไปยังสถานที่หรือแหล่งที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เพื่อเยี่ยมชม สักการะ หรือเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาจิตใจ เรียนรู้หลักธรรม สืบทอดวัฒนธรรมและประเพณี รวมถึงส่งเสริมคุณประโยชน์ทางสังคมและเศรษฐกิจให้กับชุมชนท้องถิ่น

2.1.1 องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

ธนิต บุตรทิพย์สกุล (2554) ได้ศึกษาเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาว่าประกอบด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1. ด้านสถาปัตยกรรมและจิตรกรรม

องค์ประกอบของศิลปะสถาปัตยกรรมและจิตรกรรมเป็นส่วนสำคัญที่แสดงออกถึงผลงานทางศิลปะ ทั้งในด้านการวาด การเขียน และการก่อสร้าง ซึ่งสะท้อนถึงความเชื่อทางศาสนา ในฐานะที่เป็นทัศนศิลป์ของประเทศไทย สถาปัตยกรรมและจิตรกรรมมีความเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและเชิงวัฒนธรรม เนื่องจากจุดหมายปลายทางที่สำคัญของนักท่องเที่ยวทั้งสองประเภทนี้คือ การเยี่ยมชมวัด เจดีย์ โบราณสถาน หรือสถานที่ที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวให้ความสนใจและต้องการทำความเข้าใจในศิลปะและวัฒนธรรมเหล่านั้น

ภูษิต วันทา (2544) ได้กล่าวว่า ทัศนศิลป์ เป็นกระบวนการถ่ายทอดผลงานศิลปะ การสร้างสรรค์งานศิลปะด้วยจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ และความเป็นระบบ มีขั้นตอนในการสร้างสรรค์ผลงานให้มีประสิทธิภาพ มีความสวยงาม ไม่ว่าจะเป็นภาพวาด จิตรกรรมฝาผนัง งานปั้น หรืองานแกะสลัก ที่สร้างสรรค์โดยฝีมือมนุษย์ที่ได้รับการฝึกฝนจนเชี่ยวชาญ เพื่อให้เกิดความงามและสุนทรียภาพ รวมถึงการพัฒนาผลงานให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ยุวลักษณ์ เสี่ยงหวาน และสุรชาติพิทย์ นิลม่วง (2550) ได้ให้ความหมายของสถาปัตยกรรม (Architecture) หมายถึง ผลงานศิลปะที่แสดงออกผ่านสิ่งก่อสร้าง อาคาร ที่อยู่อาศัย การวางผังเมือง การจัดผังบริเวณ การตกแต่งอาคาร และการออกแบบก่อสร้าง ซึ่งเป็นงานศิลปะขนาดใหญ่และมีอายุยืนยาว นอกจากนี้ สถาปัตยกรรมยังถือเป็นวิธีการจัดสรรพื้นที่ว่างให้เกิดประโยชน์ใช้สอยตามความต้องการ เพื่อตอบสนองความต้องการทั้งด้านวัตถุและจิตใจ

อารี สุทธิพันธุ์ (2526) กล่าวว่า จิตรกรรม หมายถึง ผลงานศิลปะที่แสดงออกด้วยการวาด การเขียน และการระบายสี เพื่อให้เกิดภาพ เป็นงานศิลปะที่มีลักษณะ 2 มิติ แต่สามารถสร้างภาพลวงตาให้ดูเหมือนมีความลึกหรือนูนได้ ความงามของจิตรกรรมเกิดจากการใช้สีสันทันต่าง ๆ และจิตรกรรมเป็นงานศิลปะที่มีมาแต่โบราณของมนุษย์ โดยเริ่มจากการขีดเขียนบนผนังถ้ำ บนร่างกาย และบนภาชนะเครื่องใช้ต่าง ๆ จนพัฒนามาเป็นภาพวาดที่ใช้ในการประดับตกแต่งในปัจจุบัน

2. ด้านการสนทนาธรรม หรือวิปัสสนา

องค์ประกอบด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา เป็นองค์ประกอบในกระบวนการท่องเที่ยวจัดสรรขึ้นมาเพื่อให้ความรู้และความเข้าใจในหลักธรรมะ อีกทั้งได้มีการฝึกปฏิบัติการวิปัสสนาเพื่อทบทวนหลักธรรมะให้แก่นักท่องเที่ยวได้ซึมซับโดยมุ่งเน้นพัฒนาจิตใจและอารมณ์เป็นสำคัญ

สุรวุฒิ ปรีชานนท์ (2545) ได้กล่าวว่า การสนทนาธรรม คือ การเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของกันและกันในเรื่องที่เกี่ยวกับธรรมะ วิธีการสนทนาธรรม

แก้ว ชิตตะขบ (2553) ได้กล่าวว่า การสนทนาธรรมเป็นพุทธกิจกรรมที่มีผลกระทบร่วมกับการฟังธรรม ซึ่งเป็นประเพณีอย่างหนึ่งของคนไทย การฟังธรรม คือ การเรียนรู้หลักคำสั่งสอนของ พระพุทธเจ้าที่พระภิกษุนำมาเทศปาฐกถา บรรยายหรือบอกเล่ากล่าวสอนในกาลเทศะต่าง ๆ

ศุภา ชินบัญชร (2553) ได้กล่าวว่า ผู้ที่มีความทุกข์ ความเครียด ส่วนมากมักเข้ามาที่วัดเพื่อ ศึกษาธรรมะโดยถือเป็นที่พักทางจิตใจ ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงศาสนาจึงมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่ เรียกว่า “ทัวร์บุญ” หรือ “ทัวร์ธรรมะ” ที่ได้รับความนิยมอย่างมากโดยรูปแบบการท่องเที่ยวเน้น กิจกรรมในวัด เช่น ฟังเทศน์ สนทนาธรรม นั่งปฏิบัติธรรมในวัด และการนั่งวิปัสสนา ซึ่งรวมถึงการฝึกสมาธิเพื่อให้ร่างกายและจิตใจได้ผ่อนคลายจากความเครียดโดยการนั่งวิปัสสนา

สมชาย ฐานวุฑโฒ (2557) ได้ให้ความหมายเกี่ยวกับคำว่า “ธรรม” ไว้ดังนี้ นักท่องเที่ยวที่ เดินทางไปท่องเที่ยววัดอาจมีความสนใจด้านการสนทนาธรรมหรือวิปัสสนา ในพระพุทธศาสนา คำว่า “ธรรมะ” มีความหมายกว้างๆ อยู่ 2 ประการ คือ

1. ธรรม หมายถึง ความจริงตามธรรมชาติ เช่น คนต้องเกิด ต้องแก่ ต้องเจ็บ ต้องตาย นั่นคือธรรมะคือความเป็นจริงตามธรรมชาติ

2. ธรรม หมายถึง ความดีความถูกต้อง เช่น การให้ทานเป็นความดี การรักษาศีล มีเมตตากรุณา เป็นความดี ความกตัญญูต่อพ่อแม่เป็นความดี ใครปฏิบัติตามสิ่งเหล่านี้เรียกว่า ปฏิบัติธรรม

3. ด้านการหาซื้อเครื่องราง ของขลัง วัดมุงคล

เป็นเรื่องของความเชื่อ ศรัทธาในสิ่งของซึ่งอาจเป็นทางด้านศาสนา หรืออาจเป็นตามสมัยนิยมก็ได้ วัดมุงคลมีมากมายในสังคมไทย เช่น พระเครื่อง ปลัดขิก ผ้ายันต์ ตะกรุด มีดหมอ องค์เทพที่เป็นทางศาสนาอื่น ๆ เช่น พระพรหม พระตรีมูรติ พระราหู สามารถแบ่งประเภทวัดมุงคล ได้อย่างกว้างๆ เป็น 2 ประเภท (ทวิ มหาปญโญป, 2557) คือ

1. ประเภทเกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติ เป็นวัดมุงคลที่ได้มาจากธรรมชาติ ไม่มีการสรรค์สร้างจากมนุษย์ ซึ่งถือว่าวัดมุงคลประเภทนี้มีดีในตัวและมีเทวดารักษา ได้แก่ เหล็กไหล คดต่าง ๆ เขา กวางคุด เขี้ยวหมูตัน เขี้ยวเสือกลาง เถาวัลย์ เป็นต้น

2. ประเภทที่มนุษย์แต่งสร้างขึ้น เป็นวัตถุมงคลที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยอาศัยวัสดุสารต่าง ๆ ปรับแต่งขึ้นตามความเชื่อ เช่น พระเครื่อง เครื่องราง ของขลัง เป็นต้น

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายว่า เครื่องราง คือ ของที่นับถือว่าป้องกันอันตราย ยังไม่ออก ฟันไม่เข้า เช่น ตะกรุด ผ้ายันต์ เหล็กไหล และของขลัง คือ ของที่มีอำนาจศักดิ์สิทธิ์ที่เชื่อกันว่าอาจบันดาลให้สำเร็จได้ดังประสงค์

Holbrook and Hirschman (1982) ให้ความหมายเกี่ยวกับกับการบริโภคเครื่องรางและของขลังไว้ว่า การซื้อเครื่องรางของขลังนั้นถือเป็นความสุขทางจิตใจ มีความพอใจกับสินค้าเป็นสำคัญ เพราะผู้ให้บริการมีความเชื่อและประสบการณ์เกี่ยวกับเครื่องราง ของขลัง และวัตถุมงคล อีกทั้งยังมีสื่อรูปภาพของวัตถุมงคลต่าง ๆ นำเสนอให้ผู้บริโภคได้รับรู้ ได้เห็น ซึ่งทำให้มีการเชื่อมโยงความรู้สึก และประสบการณ์ที่คล้ายคลึงกันเกี่ยวกับเครื่องรางและวัตถุมงคล

4. ด้านการทำบุญสะเดาะเคราะห์

การทำบุญสะเดาะเคราะห์ เป็นกิจกรรมที่แสดงออกของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เชื่อว่าการทำบุญสะเดาะเคราะห์จะส่งผลให้ชีวิตของตนเองและครอบครัวมีความสุขสวัสดิ์ เจริญก้าวหน้าในการประกอบอาชีพต่าง ๆ กันไป สามารถทำให้จิตใจสบาย เป็นการพัฒนาสุขภาพจิตใจได้อย่างหนึ่ง

แก้ว จิตตะขบ (2553) ได้กล่าวถึงการทำบุญในทางพระพุทธศาสนามีด้วยกัน 10 วิธี เรียกว่า “บุญกิริยาวัตถุ 10” หรือ สิ่งอันเป็นที่ตั้งแห่งการทำบุญ 10 ประการ คือ

- 1) ให้ทาน
- 2) รักษาศีล
- 3) เจริญภาวนา
- 4) การอ่อนน้อมถ่อมตน
- 5) การช่วยขวนขวายทำในกิจที่ชอบ
- 6) การให้ผู้อื่นมาร่วมทำบุญกัน
- 7) การอนุโมทนาส่วนบุญ
- 8) การฟังธรรม
- 9) การแสดงธรรม
- 10) การทำความเห็นให้ถูกต้องเหมาะสม

กิจมาโนชญ์ โรจนทรัพย์ (2555) ได้กล่าวว่า การทำบุญสะเดาะเคราะห์ หรือ เรียกว่า พิธีสะเดาะเคราะห์ (การแก้ชง) มักกระทำภายในวัด โดยเฉพาะวัดที่เก่ามีชื่อเสียงจะเป็นที่นิยมของผู้ที่ต้องการการทำบุญสะเดาะเคราะห์ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางไปท่องเที่ยววัดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการทำบุญสะเดาะเคราะห์นอกเหนือจากไปท่องเที่ยวตามปกติ

5. ด้านการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด

การจัดกิจกรรมหรืองานประจำปีต่าง ๆ ของวัด เป็นกิจกรรมนันทนาการอย่างหนึ่งอยู่ในประเภทนันทนาการในโอกาสเทศกาลพิเศษ (Special Event) ที่ทางวัดจะขึ้นเพื่อให้นักท่องเที่ยวและประชาชนที่มาเยี่ยมชมวัดได้ร่วมกิจกรรม ทำให้เกิดความสุข สนุกสนาน พัฒนาจิตใจ อารมณ์ สังคม เป็นกระบวนการของการพัฒนาชีวิตอย่างหนึ่ง เช่น งานเทศกาล งานมหรสพ งานชุมนุม งานบุญประจำปี และงานวัด

ดวงกมล อุณจิตติ (2553) ได้กล่าวเกี่ยวกับงานวัดและงานบุญว่า วัดมีบทบาทต่อชุมชนและเป็นที่ชุมนุมพบประสังสรรค์กันในการทำบุญ การรื่นเริงในคราวเทศกาลทางศาสนา งานวัดถือได้ว่าเป็นงานบุญที่ชาวบ้านในท้องถิ่นร่วมแรงร่วมใจกันจัดขึ้นมาเพื่อเฉลิมฉลองเนื่องในเทศกาลงานประเพณีอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือไม่ก็เพื่อกราบไหว้บูชาพระพุทธรูปภายในถิ่นที่อยู่

พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโนและคณะ (2564) ได้ให้ความหมายและแบ่งประเภทงานวัด โดยงานวัดได้ถือกำเนิดขึ้น เมื่อพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ทรงเริ่มสร้างวัดเบญจมบพิตรดุสิตวนาราม เมื่อ พ.ศ. 2442 และเป็นการเริ่มต้นของงานวัดเบญจมบพิตร และแบ่งประเภทของงานวัด ดังนี้

- 1) งานเทศกาล ได้แก่ งานนมัสการปูชนียวัตถุ ปูชนียสถาน หรืองานประเพณีที่มีการออก ร้านและมหรสพซึ่งเป็นงานประจำปี
- 2) งานมหรสพ ได้แก่ งานฉลอง/งานการกุศลที่มีการออกร้านและมหรสพซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งคราว
- 3) งานชุมนุม ได้แก่ งานที่วัดจัดขึ้นเองหรือมีผู้ขอจัดขึ้นภายในวัด

ดังนั้นด้านการร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ของวัด เช่น การจัดกิจกรรมหรืองานประจำปีต่าง ๆ เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะในกิจกรรมที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนานี้ทำให้สร้างจิตอาสา สร้างความรัก ความสามัคคี สร้างงานบุญ และสร้างธรรมมงคล ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสการพระ ทำบุญ และเยี่ยมชมนามปูชนียวัตถุ ปูชนียสถาน อีกทั้งเป็นการเผยแพร่พระพุทธศาสนาให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นสื่อข่าวสารไปยังมวลมหาประชาชนทั่วโลกได้ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาทั้ง 5 ด้านนี้จึงเป็นการหลอมรวมกิจกรรมหลัก ๆ ทั้งหลายที่ครบถ้วนใน การพัฒนาจิตใจ อารมณ์ สังคม สติปัญญาให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวัด

2.1.2 ประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

กรมศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม (2558) ได้กล่าวถึงประโยชน์และคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในด้านประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติและประโยชน์ต่อประชาชน ไว้ดังนี้

1) เป็นการให้ประโยชน์จากทุนทางสังคมที่มีอยู่ในชุมชน เพื่อสร้างประโยชน์ให้กับคนในท้องถิ่น ทำให้วัดและศาสนสถานกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชีวิตชีวาและมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว

2) เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความหลากหลายตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มาหาประสบการณ์ที่เติมเต็มทั้งความสุขทางกายและใจ

3) มีการจัดตั้งระบบการบริหารจัดการเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาที่เป็นต้นแบบและมีประสิทธิภาพ สามารถรองรับความต้องการของสังคมที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ

4) เกิดความร่วมมือและการสนับสนุนจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ในการอนุรักษ์ สร้างสรรค์ และพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติทางศาสนาให้ยั่งยืนต่อไป

5) สร้างความเข้มแข็งให้กับคนในชุมชนและผู้แสวงบุญ โดยการเตรียมความพร้อมในการจัดการการท่องเที่ยวของวัดและชุมชน ทำให้เกิดความรัก ความสามัคคี ความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ และจิตใจที่พร้อมในการต้อนรับนักท่องเที่ยว สร้างความประทับใจ ซึ่งจะส่งผลดีต่อสังคม วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจของชุมชน

6) ทำให้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัดบนเส้นทางแสวงบุญเป็นที่รู้จักทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เป็นการเผยแพร่ชื่อเสียงของชุมชนท้องถิ่นและประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นการเผยแพร่กิจกรรมปฏิบัติธรรมและวัฒนธรรมที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว

7) เป็นการส่งเสริมบทบาทของวัดในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และสร้างความเข้มแข็งทางจิตใจ ทำให้จิตใจสงบ ไม่หวั่นไหว ไม่เศร้าหมอง มีจิตใจที่เบิกบานแจ่มใส และได้พบกับความสุขที่แท้จริง

8) เป็นการฝึกฝนตนเองให้มีวินัย รู้จักการระมัดระวังตนเอง เคารพเชื่อฟังผู้ใหญ่ วางตัวได้อย่างเหมาะสม มีสัมมาคารวะ มีความเพียรพยายาม อดทนต่อความยากลำบาก และปฏิบัติตามกฎระเบียบของกลุ่ม

9) เป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต โดยการรู้จักใช้ชีวิตและทรัพย์สินอย่างถูกต้องและคุ้มค่าพอดี รู้จักพัฒนาตนเองและอาชีพของตนเอง รู้จักคิดวิเคราะห์ ปรับตัว และแก้ไขปัญหาต่าง ๆ

10) เป็นการได้สัมผัสประสบการณ์ที่ดั่งใจทางจิตใจ ได้ผ่อนคลายความเครียดบนเส้นทางแสวงบุญ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้คน และสร้างขวัญกำลังใจจากความเชื่อและความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของวัดนั้น ๆ

11) เป็นการเปิดโลกทัศน์ ทำให้นักท่องเที่ยวมีมุมมองที่กว้างขึ้น และได้ผ่อนคลายความเครียด เกิดความสนุกสนานในการเดินทาง

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourism) จึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้คุณค่าในหลายมิติ ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และจิตวิญญาณ ซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์สำคัญด้านต่าง ๆ โดยประโยชน์ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเชิงศาสนานั้น ทั้งนี้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ไว้ดังนี้

1. ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ (Economic Benefits)

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาส่งเสริมเศรษฐกิจทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยการสร้างรายได้จากการเดินทาง ที่พัก อาหาร และของที่ระลึก นอกจากนี้ ยังกระตุ้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ระบบขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลดีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและประเทศในระยะยาว (UNWTO, 2023) ยิ่งไปกว่านั้น เมืองที่เป็นศูนย์กลางทางศาสนามักได้รับผลประโยชน์จากการหมุนเวียนของรายได้จากนักท่องเที่ยว เช่น เมืองเมกกะในซาอุดีอาระเบีย ซึ่งมีผู้แสวงบุญกว่า 2 ล้านคนต่อปี สร้างรายได้จำนวนมาก (Henderson, 2018) หรือเมืองสำคัญทางพุทธศาสนาอย่างพุทธคยาในอินเดีย ที่ได้รับรายได้จากนักแสวงบุญทั่วโลก (Singh, 2019)

2. ประโยชน์ด้านสังคมและชุมชน (Social and Community Benefits)

การท่องเที่ยวเชิงศาสนามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของผู้คนในสังคม โดยเป็นช่องทางในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม ความเชื่อ และส่งเสริมความเข้าใจระหว่างศาสนา นอกจากนี้ ยังสนับสนุนให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกิจกรรมทางศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งช่วยพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของสังคม (Timothy & Olsen, 2006)

3. การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural and Religious Heritage Conservation)

การท่องเที่ยวเชิงศาสนาสนับสนุนการอนุรักษ์โบราณสถาน วัด วัง โบสถ์ และสถานที่สำคัญทางศาสนา โดยการนำรายได้จากนักท่องเที่ยวมาสนับสนุนการบูรณะและบำรุงรักษาสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ ตัวอย่างเช่น กรณีของนครวัดในกัมพูชา ที่ได้รับการบูรณะจากรายได้นักท่องเที่ยว หรือการอนุรักษ์พระพุทธรูปไคทิโย (Kyaiktiyo Pagoda) ในเมียนมา ที่ได้รับการบูรณะอย่างต่อเนื่องจากเงินบริจาคของผู้แสวงบุญ (Chang & Yeoh, 2022)

4. ประโยชน์ทางจิตใจและจิตวิญญาณ (Spiritual Benefits)

การเดินทางแสวงบุญและการท่องเที่ยวเชิงศาสนาเปิดโอกาสให้ผู้คนได้ฝึกสมาธิ ไตร่ตรอง และเสริมสร้างความสงบทางจิตใจ การเดินทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ยังช่วยให้บุคคลได้รับประสบการณ์ทางจิตวิญญาณที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ตัวอย่างเช่น ผู้แสวงบุญที่เดินทางไปยังสถานที่ศักดิ์สิทธิ์

อย่างลุ่มพินี้ในเนปาล พบว่าการเดินทางครั้งนี้ทำให้เกิดความสงบสุขและมีความหมายในชีวิตมากขึ้น (Smith, 2019)

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงศาสนาให้ประโยชน์ในหลายมิติ ตั้งแต่การกระตุ้นเศรษฐกิจ ผ่านรายได้จากนักท่องเที่ยว การพัฒนาสังคมโดยส่งเสริมความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรม ไปจนถึงการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมและเสริมสร้างจิตวิญญาณของผู้คน อย่างไรก็ตาม การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาควรคำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่นด้วย

2.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ธรรมชาติ)

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2561) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือ Ecotourism เป็นคำที่เกิดใหม่ในวงการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยนำคำ 2 คำมารวมกัน ได้แก่ Eco และ Tourism คำว่า Eco แปลตามรูปศัพท์ว่าบ้านหรือที่อยู่อาศัย ส่วน Tourism แปลว่า การท่องเที่ยว ดังนั้น Ecotourism จึงแปลว่า การท่องเที่ยวเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย หมายความว่า การท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อมอันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ทั้งพืชสัตว์และมนุษย์

ส่วนคำว่า นิเวศ ซึ่งเป็นคำภาษาสันสกฤตที่นำมาใช้ในภาษาไทยก็แปลว่า บ้านหรือที่อยู่อาศัย ฉะนั้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นศัพท์บัญญัติที่มีความหมายตรงกับคำในภาษาอังกฤษอย่างเหมาะสม

นอกจากคำว่า Ecotourism ยังมีคำอื่น ๆ ที่มีความหมายใกล้เคียงกันอีกหลายคำ ได้แก่

Green tourism แปลว่าการท่องเที่ยวสีเขียว หมายถึงการท่องเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติโดยสีเขียว เป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ

Biotourism แปลว่า การท่องเที่ยวเชิงชีวภาพ ซึ่งหมายถึง การท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาสิ่งมีชีวิตตามธรรมชาติ และ

Agrotourism แปลว่า การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านเกษตรกรรม เพื่อให้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติของพืชผลไร่ นา และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของเกษตรกร

นอกจากนี้ คำว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” เป็นคำที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บัญญัติขึ้นอย่างเป็นทางการในปี พ.ศ. 2541 โดยมีความหมายเทียบเท่ากับคำว่า “Ecotourism” ในภาษาอังกฤษ คำศัพท์นี้ได้รับการรับรองจากราชบัณฑิตยสถาน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบในการบัญญัติศัพท์ เพื่อให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความชัดเจนยิ่งขึ้น จะขอกล่าวถึงคำนิยามที่นักวิชาการหลายท่านได้ให้ไว้ในที่ต่าง ๆ ดังนี้

องค์การสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Environment Programme – UNEP) สมาคมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism Society) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้ให้นิยามไว้ว่า “การท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนธรรมชาติ โดยเน้นการเรียนรู้ ชื่นชมทัศนียภาพ พืช และสัตว์ในธรรมชาติ และทำความเข้าใจวัฒนธรรม รวมถึงประวัติศาสตร์

เป็นมาของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ โดยไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศ ขณะเดียวกัน ก็สร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรของคนในท้องถิ่น” นอกจากนี้องค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO, 2022) เสนอแนวคิดในเอกสารเผยแพร่ในปี พ.ศ. 2545 เพิ่มเติมว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหมายรวมไปถึง

“การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงธรรมชาติ
มีการให้ความรู้และการสื่อความหมาย
เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มเล็ก
ลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับธรรมชาติ
ก่อประโยชน์แก่ท้องถิ่น
กระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์”

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม Globe 1990 ณ ประเทศแคนาดาได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชนรุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย” (สมชัย เบญจขย, 2549)

Ralph Buckley (1995) ศาสตราจารย์ผู้อำนวยการศูนย์วิจัย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยกริฟฟิท ประเทศออสเตรเลีย ให้คำนิยามสั้น ๆ ว่า “การท่องเที่ยวที่อาศัยผลิตผลทางธรรมชาติการจัดการที่ยั่งยืน และองค์ประกอบทางการศึกษาซึ่งมีส่วนก่อให้เกิดการอนุรักษ์”

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544) ให้คำนิยามว่า “การเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาชื่นชม และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรม และชีวิตของคนในท้องถิ่นบนพื้นฐานความรู้และความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ”

โดยสรุปแล้ว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) จึงหมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะตัว และแหล่งวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการแบบมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะของธรรมชาติ ซึ่งอาจมีเรื่องราวทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับระบบนิเวศนั้น ๆ โดยการจัดการการท่องเที่ยวในสถานที่ดังกล่าวจะต้องมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบ

นิเวศ มีการจัดการสิ่งแวดล้อม และมีการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมจากคนในท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายหลักในการสร้างจิตสำนึกในการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีความแตกต่างจากรูปแบบการท่องเที่ยวทั่วไปอย่างชัดเจน โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ควบคู่ไปกับการดูแลรักษาและคงไว้ซึ่งคุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว การสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว การปลูกฝังจิตสำนึกและความเข้าใจในการสร้างประโยชน์ต่อสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนที่ตั้งอยู่ในบริเวณแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ ยังเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตและความเป็นอยู่ที่น่าสนใจของชุมชนท้องถิ่นดั้งเดิมในพื้นที่ธรรมชาติ เพื่อเปิดโอกาสให้มีการศึกษาเรียนรู้และสร้างความเข้าใจในความหลากหลายทางวัฒนธรรมของกลุ่มชนเหล่านั้น (สมชัย เบนจาย, 2549)

2.2.1 องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มี 4 ประการ ประกอบด้วย

1) หนึ่งในลักษณะเฉพาะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การมุ่งเน้นไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และสัมผัสกับระบบนิเวศ (Eco-system) โดยบางครั้งอาจรวมถึงลักษณะทางวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ (Nature-based tourism) แม้ว่าจะมีความคาบเกี่ยวกันในเชิงพื้นที่ก็ตาม การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural tourism) จึงไม่ถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด เพราะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการจัดการท่องเที่ยว อาจเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น (Identity, Authentic, Endemic, หรือ Unique) ซึ่งอาจรวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เชื่อมโยงกับระบบนิเวศในพื้นที่นั้น ๆ ด้วย

2) องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ (Responsible travel) โดยต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและอัตลักษณ์ของท้องถิ่น การจัดการดังกล่าวต้องมีความยั่งยืน ครอบคลุมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากร การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวให้อยู่ในขอบเขตที่เหมาะสม จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน (Sustainably managed tourism) เพื่อให้เกิดการเดินทางที่มีความรับผิดชอบ (Responsibly travel) ซึ่งไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น

3) องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (Learning process) โดยมีการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และสร้างความประทับใจ เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องให้กับผู้เกี่ยวข้อง ทั้งนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น และผู้ประกอบการธุรกิจ

ท่องเที่ยว จึงถือเป็นการท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อมศึกษา (Environmental education-based tourism)

4) องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนหรือชุมชนท้องถิ่น (Involvement of local community หรือ People participation) โดยมีบทบาทในการแสดงความคิดเห็น ร่วมวางแผน ร่วมปฏิบัติ และได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน รวมถึงการติดตาม ตรวจสอบ และร่วมบำรุงรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ทั้งในด้านการกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อนำกลับมาบำรุงรักษาและบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว ท้ายที่สุดชุมชนท้องถิ่นจะมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ

ลักษณะเด่นประการหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคือการมุ่งเน้นไปที่แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เพื่อบูรณาการการเดินทางเข้ากับการเรียนรู้และสัมผัสกับระบบนิเวศ (Eco-system) ซึ่งแตกต่างอย่างชัดเจนจากความสนใจในประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และพัฒนาการของอารยธรรมมนุษย์ที่พยายามเอาชนะธรรมชาติ (ซึ่งรวมถึงลักษณะทางวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติหรือเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ) ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงไม่จัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism และ Historical tourism) แม้ว่าบางครั้งอาจมีพื้นที่ทับซ้อนกันก็ตาม ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวธรรมชาติ (Natural tourism) ก็ไม่ได้หมายถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทั้งหมด ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจจัดเป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง ๆ อาจมีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ได้ จากลักษณะดังกล่าว จึงมีประเด็นที่ควรทำความเข้าใจเพิ่มเติม ดังนี้

1) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวทั่วไปหรือแบบดั้งเดิม ซึ่งมุ่งเน้นที่ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจเป็นหลัก

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ใช่สิ่งตรงกันข้ามกับการท่องเที่ยวแบบคนละใหญ่ (Mass tourism) เนื่องจากไม่ได้ถูกจำกัดที่ขนาดของจำนวนนักท่องเที่ยว แต่เน้นที่รูปแบบกิจกรรมและขนาดที่เหมาะสมกับพื้นที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กก็สามารถสร้างความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อมได้เท่าเทียมกันหรือมากกว่ากลุ่มใหญ่ หากขาดการจัดการที่ดี การจัดการการท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงถูกเรียกว่า “Mass ecotourism”

3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่จำเป็นต้องเป็นการจัดการที่ง่าย ๆ ราคาถูก มีรูปแบบการเดินทางที่ยากลำบาก หรือสร้างรายได้น้อย แต่ต้องมีการจัดการที่ดีและรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพ มีการสร้างความเข้าใจร่วมกันกับนักท่องเที่ยว และให้ประโยชน์ที่เหมาะสมตามความคาดหวัง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทุกระดับ และสามารถสร้างรายได้สูงได้เช่นกัน

4) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ให้ความสำคัญในการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกมากกว่าการตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างไม่มีขีดจำกัด ดังนั้นจึงเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องมีการสร้างความเข้าใจร่วมกันตลอดกระบวนการ

จากการศึกษาความหมายและนโยบายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทำให้ทราบว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Conservation tourism) ซึ่งหมายถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม เป็นการจัดการการท่องเที่ยวที่รักษาคุณภาพ ทั้งการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Nature-based tourism) และแหล่งวัฒนธรรม (Cultural-based tourism) ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) ที่มีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ให้นานที่สุด ก่อให้เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และสามารถใช้ประโยชน์ได้ตลอดไปอย่างยาวนานที่สุด

2.2.2 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะประสบความสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อยึดหลักการผสมผสานจุดมุ่งหมายของการอนุรักษ์ธรรมชาติเข้ากับการปรับตัวของชุมชนเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติและ การพัฒนาที่ยั่งยืน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ควรกำหนดด้วยรูปแบบตายตัวหรือนโยบายมาตรฐานเดียวที่ใช้ได้กับทุกพื้นที่ แต่ควรเป็นทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นในหลายมิติ เช่น เศรษฐกิจของชุมชน การจัดการทรัพยากรชุมชน การสร้างทางเลือกอาชีพ และการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้อย่างแท้จริงภายในชุมชน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2540) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรมีหลักการสำคัญ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวต้องไม่ส่งผลกระทบในทางลบต่อสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว
2. ต้องสร้างประโยชน์ในระยะยาวแก่ทรัพยากรชุมชนท้องถิ่นและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยควรจัดสรรรายได้ส่วนหนึ่งกลับไปใช้ในการอนุรักษ์
3. ให้ความรู้และส่งเสริมความรับผิดชอบโดยการจัดกิจกรรมที่ให้ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบทั้งในด้านคุณธรรม จริยธรรม และพฤติกรรมต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว
4. การก่อสร้างหรือการบริหารจัดการใดๆ ควรเคารพข้อจำกัดของแหล่งท่องเที่ยว หากมีการพัฒนาหรือเปลี่ยนแปลง ควรมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างทัศนียภาพของท้องถิ่น และการลงทุนด้านการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นการสนับสนุนเศรษฐกิจและกิจกรรมต่าง ๆ ในท้องถิ่น

5. ควรให้คนในท้องถิ่นมีบทบาทในการพัฒนา ตั้งแต่การวางแผน การตัดสินใจ การดำเนินการ ไปจนถึงการควบคุม และการได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน ไม่ใช่ปล่อยให้ เป็นเพียงผู้รับผลกระทบ หรือให้บุคคลภายนอกเป็นผู้คิดและตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว เพราะจะไม่ตรงกับความต้องการที่แท้จริงของคนในท้องถิ่น

6. ควรมีการจัดตั้งธุรกิจที่ถูกต้องเหมาะสม และมีภาคีที่ที่มีความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริงเกี่ยวกับระบบนิเวศและวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว

7. มีการจัดการและควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับของชุมชนท้องถิ่นและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว

2.2.3 หลักเกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่กล่าวมาข้างต้น มักถูกนำไปใช้ในพื้นที่ธรรมชาติที่มี ศักยภาพสูง อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมกิจกรรมใด ๆ จำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงขีด ความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) และข้อจำกัดในการจัดการดูแล เพื่อป้องกัน ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมเหล่านั้น เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในพื้นที่ธรรมชาติบรรลุเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับสมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญ ภัย ได้กำหนดหลักเกณฑ์สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวต้องมีสภาพธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และระบบนิเวศที่ สมดุล
2. มีการจัดการที่ดี มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติพร้อมบริการอำนวยความสะดวก พื้นฐาน เช่น เคาน์เตอร์ข้อมูล นิทรรศการ ห้องสุขา และมุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม
3. จัดให้มีเส้นทางศึกษาธรรมชาติอย่างน้อย 1 เส้นทาง ที่เป็นแบบไป-กลับ ทางเดิม หรือแบบวงรอบ/วงกลม โดยมีระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตรขึ้นไป
4. มีป้ายให้ความรู้ตลอดเส้นทางศึกษาธรรมชาติ เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว
5. จัดเตรียมแผนที่และคู่มือแนะนำเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เพิ่มเติม
6. มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อครั้งต่อวันในแต่ละ เส้นทางและในสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อไม่ให้เกินขีดความสามารถของพื้นที่
7. มีมัคคุเทศก์ที่เป็นคนท้องถิ่น มีความรู้ทั้งด้านธรรมชาติและวัฒนธรรม สามารถอธิบายเรื่องราวท้องถิ่นและภูมิปัญญาพื้นบ้านได้
8. มีการบริหารจัดการพื้นที่และบริการร่วมกับประชาชนในท้องถิ่น องค์กร ภาครัฐ องค์กรเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน (NGO) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (เทศบาลและ อบต.)

9. มีนโยบายที่ชัดเจนในการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การจัดการขยะ การบำบัดน้ำเสีย และการควบคุมมลพิษต่าง ๆ

10. มีการวางแผนเพื่อพัฒนาบุคลากรและยกระดับการบริการให้ได้มาตรฐานสากล

11. หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรม ที่พักนั้นจะต้องเป็นที่พักที่เน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม (Ecolodge)

ความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนคือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นเพียงส่วนย่อยหนึ่งของการท่องเที่ยวโดยรวม ในขณะที่หลักการของความยั่งยืนควรถูกนำไปประยุกต์ใช้กับกิจกรรม การดำเนินงาน สถานประกอบการ และโครงการทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงรูปแบบที่เป็นที่นิยมและรูปแบบที่นำเสนอเป็นทางเลือก สำหรับการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนนั้น องค์การการค้าโลก (WTO) ได้กำหนดหลักการไว้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 (ค.ศ. 1988) (Nataliya Hulevskaya, 2007) ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนควรนำไปสู่การบริหารจัดการทรัพยากรทั้งหมดด้วยวิธีการที่ตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ พร้อมทั้งรักษาไว้ซึ่งความสมบูรณ์ของวัฒนธรรม กระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพ และระบบต่าง ๆ ที่จำเป็นชีวิต เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ แนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจึงได้รับความนิยมและแพร่หลายอย่างมาก

นอกจากนี้ ในการประชุม Globe90 ที่ประเทศแคนาดา (Var.T, 1991) ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า หมายถึง “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นในปัจจุบัน พร้อมทั้งปกป้องและรักษาโอกาสสำหรับคนรุ่นหลัง” การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนมุ่งหมายถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ ขณะเดียวกันก็สามารถรักษามรดกทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศไว้ได้

2.2.4 ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2561) แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ

1. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attractions) คือสถานที่ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น สภาพภูมิอากาศที่น่ารื่นรมย์ ทิวทัศน์ที่สวยงาม และสัตว์ป่า แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้มักประสบความสำเร็จอย่างสูงในการดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ต้องได้รับการดูแลรักษาอย่างดีจากทุกฝ่าย เพราะนักท่องเที่ยวที่ขาดความระหนกอาจก่อให้เกิดความเสียหายต่อความงดงามอันทรงคุณค่าเหล่านี้ได้

2. แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงข้ามกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเมืองใหญ่ ๆ สามารถดึงดูด

นักท่องเที่ยวให้มาเยี่ยมชมสิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน หรือสถานที่ที่
ราชการสร้างขึ้น เช่น พระราชวัง หรืออาคารเก่าแก่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์

3. แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่
สนใจในความรุ่งเรืองของอารยธรรมในอดีต วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิตของชนกลุ่มน้อย รวมถึงพิธีกรรม
งานเฉลิมฉลอง ศิลปะการแสดง ดนตรีพื้นบ้าน การรำยรำ การละเล่น และงานหัตถกรรมต่าง ๆ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ธรรมชาติและ
อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะช่วยสร้างรายได้ ซึ่งส่วนหนึ่งของรายได้ที่รัฐ
สามารถนำไปใช้ในโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้ นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างงานให้กับคนในท้องถิ่น
เพื่อเพิ่มรายได้ เมื่อประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ก็จะลดความจำเป็นในการ
พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติเพื่อการดำรงชีวิต และที่สำคัญที่สุดคือ เป็นหนึ่งในแนวทางที่ช่วยให้การ
พัฒนาเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมสามารถดำเนินควบคู่กันไปได้ หรืออาจ
กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบหนึ่งของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable
Development)

2.2.5 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถทำได้หลายรูปแบบในพื้นที่ธรรมชาติที่มีระบบ
นิเวศต่าง ๆ กัน เช่น กลุ่มระบบนิเวศป่าเขาจะเน้นกิจกรรมที่อาศัยทรัพยากรนันทนาการประเภทป่าไม้
สัตว์ป่า แหล่งน้ำ เช่น อ่างเก็บน้ำ ทะเลสาบ น้ำตกต่าง ๆ สภาพภูมิทัศน์ของลักษณะสัณฐานที่ดิน
(Land Forms) และสัณฐานทางธรณีที่เป็นลักษณะเด่นแปลกตา หรือลักษณะเด่นที่มีคุณค่าทาง
ประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุและวัฒนธรรมของชุมชนดั้งเดิมในพื้นที่เป็นหลักสำคัญ ส่วน
กลุ่มระบบนิเวศแบบเกาะแก่งชายฝั่งมักจะได้รับความสนใจในด้านทรัพยากรทางทะเล (Marine
Resources) ที่ยังคงสภาพธรรมชาติสมบูรณ์สวยงาม เช่น ปะการัง ปลาสวยงาม ชายหาดที่สวยงาม
ส่วนสภาพป่าเขาหรือแหล่งน้ำ จะได้รับความสนใจเป็นอันดับรองลงมา ดังนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิง
นิเวศจะเน้นไปในส่วนที่เป็นชายฝั่ง (Wetland) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ที่ได้รับความนิยมมาก
คือการดูนกต่าง ๆ โดยเฉพาะ นกต่างถิ่นที่หาดูได้ยาก เป็นต้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ
เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, 2561)

การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ควรพิจารณาปัจจัยหลัก 2 ประการ กล่าวคือ

1. ปัจจัยเกี่ยวกับพื้นที่และทรัพยากรนันทนาการในพื้นที่ที่จะรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
(Ecotourism Site) ทั้งนี้สภาพดั้งเดิมและคุณค่าที่มีอยู่ในธรรมชาติเป็นหัวใจสำคัญของกิจกรรม
ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่เคยงดงามมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลง
สภาพแวดล้อมอย่างมากจนเสียรูปลักษณะเดิมไป จะไม่เข้าข่ายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นอกจากนี้
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องไม่ทำให้พื้นที่และทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมลงจนไม่สามารถฟื้น

ตัวได้ พื้นที่ธรรมชาติที่มีความเสี่ยงสูงที่จะเกิดผลกระทบต่อทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น แหล่งพืชและสัตว์ป่าหายาก หรือบริเวณที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตของสัตว์ป่า ควรหลีกเลี่ยงการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวในบริเวณดังกล่าว

2. ปัจจัยเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ควรส่งเสริมนอกจากการมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลิน พึงพอใจ และใกล้ชิดกับธรรมชาติแล้ว กิจกรรมควรส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติไม่มากนักน้อย ผ่านโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติในรูปแบบต่าง ๆ อย่างไรก็ตาม การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ธรรมชาติอาจจำเป็นต้องพิจารณากิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่ไม่ได้เน้นการเรียนรู้ธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและเพิ่มความเพลิดเพลินให้มากขึ้น ซึ่งอาจเรียกว่าเป็นกิจกรรมเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กิจกรรมเหล่านี้คือ กิจกรรมที่ทำในพื้นที่ธรรมชาติ มีการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อกลุ่มกิจกรรม เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ กิจกรรมเสริมดังกล่าวอาจแบ่งออกเป็นกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการใกล้ชิดชื่นชมธรรมชาติ (Appreciative Recreational Activities) และกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวที่เน้นการผจญภัยที่ตื่นเต้นท้าทายกับธรรมชาติ (Adventurous Recreational Activities)

สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (กิจกรรมหลัก) กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบชื่นชมธรรมชาติ (กิจกรรมเสริม) และกิจกรรมผจญภัยตื่นเต้น (กิจกรรมเสริม) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (2561) ได้สรุปไว้ดังนี้

1) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (กิจกรรมหลัก)

1.1 กิจกรรมการเดินป่า (Hiking/Trekking) หมายถึง การเดินเท้าในป่าระยะใกล้ (ตั้งแต่ 2 กิโลเมตรขึ้นไป) ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ผ่านเส้นทางเดินที่ทอดผ่านป่าและมีจุดดึงดูดความสนใจทางธรรมชาติรายทาง นอกจากจะได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติแล้ว นักท่องเที่ยวยังมีโอกาสเรียนรู้สิ่งต่างๆ ในธรรมชาติจากมัคคุเทศก์ผู้มีความรู้ด้านนิเวศวิทยา (Ecology) และเชี่ยวชาญในพื้นที่เป็นอย่างดี

1.2 กิจกรรมศึกษาธรรมชาติ (Nature Education) เป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวได้รับทั้งความเพลิดเพลินจากการเยี่ยมชมพื้นที่ธรรมชาติ และได้รับความรู้เกี่ยวกับธรรมชาติในด้านต่างๆ ผ่านโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติรูปแบบต่างๆ ที่จัดเตรียมไว้ในพื้นที่

1.3 กิจกรรมถ่ายภาพธรรมชาติบันทึกเทปวิดีโอเทปเสียงธรรมชาติ (Nature Photography, Video Taping and Sound of Nature Audio Taping) เป็นการถ่ายภาพและบันทึกวิดีโอเทปทัศนธรรมชาติและรายละเอียดที่น่าสนใจในธรรมชาติ เช่น ดอกไม้ป่า พืชหายาก หรือรอยเท้าสัตว์ป่า การบันทึกเสียงธรรมชาตินิยมบันทึกเสียงน้ำตก เสียงน้ำไหล เสียงนก แมลง และสัตว์ป่าต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ควรจัดเตรียมสำหรับกิจกรรมประเภทนี้คือ เส้นทางที่จะนำนักท่องเที่ยวเข้าไป

ถ่ายภาพและบันทึกเสียง ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งหรือจุดที่เหมาะสมแก่การบันทึกภาพ/เสียง ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการถ่ายภาพ รวมถึงรายละเอียดหรือประวัติที่น่าสนใจของสิ่งที่ควรบันทึกภาพ/เสียง แนวทางในการดูแลรักษาเส้นทางเดินเท้าสำหรับกิจกรรมประเภทนี้เป็นไปในลักษณะเดียวกับการดูแลรักษาเส้นทางเดินเท้าเพื่อการศึกษาธรรมชาติ

1.4 กิจกรรมส่องสัตว์ / ดูนก (Bird Watching) เป็นกิจกรรมเฉพาะสำหรับผู้สนใจเรื่องนก จุดดึงดูดที่สำคัญคือนกชนิดต่างๆ ทั้งนกประจำถิ่น นกอพยพ และนกหายาก เส้นทางเดินเท้าสำหรับกิจกรรมประเภทนี้ควรมีความกว้างพอให้คนเดินได้ 2 คน ไม่ควรมีการพัฒนาใดๆ นอกจากจุดหยุดพักบางจุดเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้จดบันทึกเรื่องราวเกี่ยวกับนกที่พบเห็น กลุ่มนักดูนกไม่ควรมีขนาดใหญ่เกิน 5 คนต่อกลุ่ม ควรมีมัคคุเทศก์นำทางที่มีความรู้เกี่ยวกับนกและธรรมชาติของนกในพื้นที่ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีความชำนาญในกิจกรรมนี้ ควรมีกล้องส่องทางไกลและคู่มือดูนก (Bird Guides) เตรียมไว้ให้กลุ่มยืม โดยมีการเก็บค่าธรรมเนียมการยืมเพื่อนำไปใช้ในกิจการอนุรักษ์นกและถิ่นที่อยู่อาศัยของนก ที่สำคัญ การกำหนดเส้นทางเดินเท้าไม่ควรผ่านบริเวณทำรังหรือวางไข่ของนก และควรมีการควบคุมอย่างเข้มงวดไม่ให้นักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่ไม่ควรรบกวนนก เช่น ฤดูวางไข่ผสมพันธุ์

1.5 กิจกรรมศึกษา / เที่ยวถ้ำ (Cave Exploring / Visiting) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับถ้ำ เช่น กระบวนการเกิดถ้ำ ลักษณะของหิน/แร่และธรณีสัณฐาน ประเภทของถ้ำ สิ่งมีชีวิตที่อาศัยอยู่ในถ้ำ การดูแลรักษาถ้ำ เป็นต้น นอกจากนั้น นักท่องเที่ยวยังได้รับความเพลิดเพลินและตื่นตาตื่นใจกับความงามแปลกตาที่เป็นเอกลักษณ์ของถ้ำอีกด้วย การเที่ยวถ้ำโดยเฉพาะถ้ำที่มีแสงสว่างไม่เพียงพอและเป็นถ้ำที่ลึกและวุ่นวาย จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์นำทางเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

1.6 กิจกรรมศึกษาท้องฟ้าและดาราศาสตร์ (Sky Interpretation) เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับท้องฟ้าและดาราศาสตร์ ชนิดของดาวและกลุ่มดาว รูปร่าง ตำแหน่ง และวงโคจร ตลอดจนประวัติและตำนานพื้นบ้านต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง พื้นที่ธรรมชาติที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมประเภทนี้ได้แก่ บริเวณที่โล่ง และ/หรือบนที่สูง เช่น เกาะ แก่ง ชายหาดที่โล่ง ทุ่งหญ้าบนเขาที่ไม่มีต้นไม้บังท้องฟ้า ฤดูที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมนี้คือฤดูหนาว ซึ่งท้องฟ้าจะไม่มีเมฆหมอกบดบัง กิจกรรมประเภทนี้จำเป็นต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงมีอุปกรณ์ เช่น กล้องดูดาวและแผนที่ดาว

1.7 กิจกรรมล่องเรือศึกษาธรรมชาติ (Boat Sightseeing) เป็นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ธรรมชาติ จำเป็นต้องมีมัคคุเทศก์ให้ความรู้และความเพลิดเพลิน การล่องเรือสามารถทำได้ทั้งในลำน้ำ แหล่งน้ำธรรมชาติ ทะเล หรืออ่างเก็บน้ำที่ยังคงมีสภาพธรรมชาติแวดล้อมอยู่ สิ่งที่ต้องระมัดระวังจากกิจกรรมประเภทนี้คือ น้ำมันปนเปื้อนลงในแหล่งน้ำ ขยะ เสียง

รบกวนจากเครื่องยนต์ การรบกวนบริเวณวางไข่/ผสมพันธุ์ของสัตว์น้ำ ซึ่งเป็นหน้าที่ของผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยวที่จะต้องระมัดระวังและช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ในการควบคุมการท่องเที่ยวไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจนสภาพธรรมชาติเสื่อมโทรมลง นอกจากนั้น การพัฒนาพื้นที่ที่จำเป็น เช่น จุดขึ้น-ลงเรือ จะต้องออกแบบให้กลมกลืนกับสภาพธรรมชาติ

1.8 กิจกรรมพายเรือแคนู (Canoeing) / เรือคายัค (Kayak) / เรือใบ (Browbeating) / เรือใบ (Sailing) เป็นกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสและเรียนรู้ธรรมชาติ ทั้งยังได้ใช้ความสามารถในการบังคับเรือและออกกำลังกาย เป็นกิจกรรมที่ทำให้ได้ทั้งในลำน้ำ แหล่งน้ำธรรมชาติ ทะเล หรืออ่างเก็บน้ำที่ยังคงมีสภาพธรรมชาติแวดล้อมอยู่ สิ่งที่ต้องระมัดระวังจากกิจกรรมประเภทนี้ คือ จำนวนเรือต่อหน่วยพื้นที่ ชยะ และการรบกวนบริเวณวางไข่/ผสมพันธุ์ของสัตว์น้ำ ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักท่องเที่ยวที่จะต้องระมัดระวังและช่วยกันดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนความเข้มงวดของเจ้าหน้าที่ในการควบคุมไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจนสภาพธรรมชาติเสื่อมโทรมลง สำหรับกิจกรรมการพายเรือ ควรมีสัดส่วนในการใช้พื้นที่เพื่อไม่ให้เกิดความแออัด เช่น เรือแคนู คายัค เรือใบ 1 ลำต่อความยาวลำน้ำ 2.4 กิโลเมตร เรือใบ 1 ลำต่อ 0.004 ตารางกิโลเมตร

1.9 กิจกรรมดำน้ำชมปะการังน้ำตื้น (Snorkel Skin Diving) เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลินและใกล้ชิดกับธรรมชาติใต้ทะเลที่มีสีสันสวยงาม นักท่องเที่ยวมีโอกาสเรียนรู้เกี่ยวกับพืชและสัตว์ใต้น้ำ โดยไม่ต้องใช้อุปกรณ์ช่วยหายใจ มีเพียงหน้ากากและท่อหายใจ (Snorkel) บริเวณที่ควรจัดกิจกรรมนี้ต้องเป็นน้ำตื้นที่มีความลึกไม่เกิน 0.9 เมตร เป็นแหล่งที่มีปะการังหลากหลายชนิดที่อุดมสมบูรณ์และสวยงาม มีพืชและสัตว์ใต้น้ำประเภทอื่น ๆ ประกอบ กระแสน้ำไม่รุนแรงและน้ำใสสะอาด ควรจัดทำเส้นทางดำน้ำใต้ทะเลแบบมีไกด์ด้วยตนเอง (Undersea Self-Guided Trail) และมีคู่มือศึกษาทรัพยากรใต้ทะเลให้นักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงในการจัดกิจกรรมประเภทนี้คือ เรือที่นำนักท่องเที่ยวไปดำน้ำอาจทำลายปะการังใต้น้ำเมื่อน้ำลดหรือเมื่อทอดสมอเรือลงไป จึงควรมีการกำหนดแนวเขตที่มีปะการัง ความลึกต่ำสุดและสูงสุดของน้ำ พร้อมทั้งจัดทุ่นจอดเรือให้เป็นระเบียบ นอกจากนั้น ควรควบคุมไม่ให้เรือปล่อยน้ำมันและทิ้งขยะลงน้ำ ปะการังอาจถูกทำลายจากการประมง เช่น การระเบิดปลาและอวนลากได้ จึงควรห้ามการประมงหรือการระเบิดปลาในบริเวณแนวปะการัง กิจกรรมดำน้ำนี้อาจเสนอแนะให้มีกิจกรรมอนุรักษ์/ฟื้นฟูทรัพยากรใต้ทะเลควบคู่ไปด้วย เช่น ให้นักท่องเที่ยวมีโอกาสช่วยดำน้ำเก็บขยะและปลูกปะการัง ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมีส่วนร่วมในการช่วยรักษาทรัพยากรธรรมชาติใต้น้ำและเกิดความภาคภูมิใจที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมส่วนรวม

1.10 กิจกรรมดำน้ำลึก (Scuba Diving) เป็นกิจกรรมที่ให้ความเพลิดเพลินและใกล้ชิดกับธรรมชาติใต้ทะเลที่มีสีสันสวยงามเช่นเดียวกับกิจกรรมดำน้ำตื้น นักดำน้ำต้องใช้อุปกรณ์ช่วยหายใจ บริเวณที่ควรจัดกิจกรรมดำน้ำเพื่อสนทนาคควรมีความลึกประมาณไม่เกิน 30 เมตร

เป็นแหล่งที่มีปะการังหลายชนิดที่ยังอุดมสมบูรณ์และสวยงาม โดยมีพืชและสัตว์ใต้ทะเลประเภทอื่น ๆ เป็นส่วนประกอบ กระแสน้ำไม่รุนแรงและน้ำใสสะอาด ควรจัดทำเส้นทางดำน้ำใต้ทะเลแบบมีไกด์ด้วยตนเอง (Undersea Self-Guided Trail) และมีคู่มือศึกษาทรัพยากรใต้ทะเลให้นักท่องเที่ยว สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงคือ การจัดกิจกรรมลักษณะเดียวกันกับกิจกรรมดำน้ำตื้น แต่ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับความปลอดภัยมากกว่า

2. กิจกรรมท่องเที่ยวประเภทชื่นชมธรรมชาติและกิจกรรมท่องเที่ยวประเภทตื่นตันทันผจญภัย (กิจกรรมเสริม)

2.1 กิจกรรมชมทิวทัศน์ธรรมชาติในบรรยากาศที่สงบ (Relaxing) กิจกรรมนี้เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมและสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด ซึ่งเป็นกิจกรรมเสริมที่สามารถทำร่วมกับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศอื่น ๆ ที่กล่าวมาแล้ว การชมทิวทัศน์อาจทำได้โดยการเดินเล่นตามเส้นทางที่จัดไว้ให้ หรือตามชายหาดต่าง ๆ หรือเป็นการหยุดพัก ณ จุดชมวิว เพื่อดื่มด่ำกับความงามและความสงบของธรรมชาติ ซึ่งเป็นทรัพยากรนันทนาการที่สำคัญสำหรับกิจกรรมประเภทนี้ กล่าวกันว่าการได้ชื่นชมธรรมชาติอย่างใกล้ชิดเป็นโอกาสหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าใจถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ธรรมชาติ ณ จุดชมธรรมชาติควรมีป้ายสื่อความหมายเกี่ยวกับธรรมชาติรอบตัวนักท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มคุณค่าให้การท่องเที่ยว นอกจากนี้ การชมทิวทัศน์ธรรมชาติอาจทำได้โดยการนั่งรถยนต์ไปตามเส้นทางธรรมชาติที่สวยงาม (Sightseeing) และมีจุดพักชมทิวทัศน์เป็นระยะตามความเหมาะสม ซึ่งควรจัดให้มี Wayside Exhibit ณ จุดพักต่าง ๆ สิ่งที่เป็นทรัพยากรนันทนาการที่สำคัญสำหรับกิจกรรมนี้คือ สภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามแปลกตา และลำดับของภูมิทัศน์สองข้างทางที่มีความหลากหลาย (Sequences of Landscape) กิจกรรมประเภทนี้ควรเน้นคุณภาพของการท่องเที่ยวที่ให้ความเคารพต่อความเป็นธรรมชาติ เช่น ไม่ก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนความสงบ และการรักษาความสะอาด

2.2 กิจกรรมขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ (Terrain / Mountain Biking) เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้อุปกรณ์คือจักรยานภูเขา (Mountain Biking) เส้นทางขี่จักรยานไม่ควรเป็นเส้นทางเดียวกับเส้นทางเดินเท้า กิจกรรมเดินป่า หรือศึกษาธรรมชาติ หรือดูนก โดยมีความลาดชันแตกต่างกันตลอดเส้นทางตั้งแต่ 0-20% หลักเกณฑ์ในการเลือกเส้นทางเป็นเช่นเดียวกับการพัฒนาเส้นทางเดินเท้าคือ ไม่ควรผ่านบริเวณที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการขยายพันธุ์ของสัตว์ป่า สภาพภูมิประเทศควรมีความหลากหลายเพื่อความท้าทายและไม่น่าเบื่อ รวมถึงมีจุดที่น่าสนใจและความงดงามตามธรรมชาติ การพัฒนาเส้นทางจักรยานควรเน้นให้เข้ากับสภาพธรรมชาติ โดยไม่มีการตัดต้นไม้ใหญ่ที่ไม่จำเป็น และอาจทำเส้นทางด้วยวัสดุก่อสร้างที่เรียบง่าย เช่น การทำร่องระบายน้ำหรือสะพานไม้ในบริเวณที่ลุ่มและร่องน้ำ หน่วยงานเจ้าของพื้นที่มีหน้าที่ในการดูแลเส้นทางขี่จักรยานให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้และสะอาด ตลอดจนกำกับให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามกฎระเบียบ เช่น การขี่จักรยานใน

เส้นทางที่จัดเตรียมไว้ รวมถึงให้ความช่วยเหลือตามความจำเป็น นักท่องเที่ยวมีหน้าที่เคารพกฎระเบียบของพื้นที่ รักษาความสะอาดด้วยการไม่ทิ้งขยะตามเส้นทาง และไม่ส่งเสียงดังในระหว่างที่จากรยาน

2.3 กิจกรรมปีน / ไต่เขา (Rock / Mountain Climbing) เป็นกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในการทำหายความยากลำบากที่ธรรมชาติสร้างขึ้น บริเวณที่อนุญาตให้มีการไต่เขาหรือปีนเขาควรมีความปลอดภัยในระดับหนึ่ง และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อธรรมชาติทั้งในและนอกขอบเขตที่จัดไว้ให้ในเส้นทางปีน/ไต่เขา

2.4 กิจกรรมพักแรมด้วยเต็นท์ (Tent Camping) การพักแรมแบบกางเต็นท์มีหลายรูปแบบ ตั้งแต่การพักแรมในเต็นท์ที่มีการพัฒนาในเขตพื้นที่ต่างๆ ไปจนถึงการพักแรมกลางป่าที่ไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกใดๆ อย่างไรก็ตาม กิจกรรมพักแรมด้วยเต็นท์มีเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวได้อยู่กับธรรมชาติและสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด โดยไม่พึ่งพาสิ่งอำนวยความสะดวกในการอยู่อาศัยเกินความจำเป็น เป็นกิจกรรมที่ทำร่วมกับกิจกรรมอื่นๆ เช่น การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การส่อง/ดูนก เป็นต้น หน่วยงานเจ้าของพื้นที่มีหน้าที่ดูแลให้บริเวณที่กางเต็นท์สะอาดเรียบร้อย ในกรณีที่กางเต็นท์ในเขตบริการ ควรเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ลานกางเต็นท์ ถังขยะ ห้องน้ำ ห้องสุขารวม บริเวณที่ชำระล้าง (เช่น ที่ซักผ้า ล้างจาน) บริเวณที่ประกอบอาหาร และลานแคมป์ไฟรวม ตลอดจนจัดกิจกรรมแคมป์ไฟให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติหรือพฤติกรรมที่เหมาะสม

2.5 กิจกรรมเครื่องร่อนขนาดเล็ก (Hang Glider) เป็นกิจกรรมที่อาศัยเครื่องร่อนที่ไม่ใช้เครื่องยนต์ แต่ใช้หลักการทางอากาศพลศาสตร์ (Aerodynamic) ในการบังคับให้เครื่องร่อนบินชมธรรมชาติจากที่สูง สิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นคือ บริเวณส่งเครื่องร่อนที่หน้าผา อย่างไรก็ตาม กิจกรรมประเภทนี้อาจก่อให้เกิดมลภาวะทางสายตาได้หากมีจำนวนมากเกินไป

2.6 กิจกรรมล่องแพยาง / แพไม้ไผ่ (White Water Rafting) เป็นกิจกรรมที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสธรรมชาติและได้รับความตื่นเต้นสนุกสนานจากความเร็วของกระแสน้ำ ความต่างระดับของลำน้ำ และสภาพภูมิทัศน์สองฝั่ง การล่องเรือยาง/แพควรมีไกด์ที่มีความสามารถในการล่องเรือ/แพ และมีความรู้ด้านธรรมชาติวิทยา จำนวนนักท่องเที่ยวต่อเรือยาง/แพ ประมาณ 4-6 คน ขึ้นอยู่กับขนาดของเรือ/แพ จำนวนแพต่อพื้นที่จะใช้เกณฑ์เดียวกับกิจกรรมพายเรือแคนู ก่อนการประกอบกิจกรรม ควรมีการแนะนำเกี่ยวกับลักษณะของกิจกรรม การปฏิบัติตน และข้อมูลอื่นๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความปลอดภัยและประสบการณ์ที่ดีจากการทำกิจกรรม อาจจัดให้มีกิจกรรมพักแรมริมฝั่งเสริมจากการล่องเรือ/แพ กิจกรรมนี้จำเป็นต้องจัดให้มีจุดขึ้น-ลงเรือ/แพ

2.7 กิจกรรมพักผ่อนรับประทานอาหาร (Picnicking) เป็นกิจกรรมพักผ่อนโดยการนำอาหารมารับประทาน หรือซื้อจากร้านค้าใกล้เคียงในบริเวณที่จัดไว้ให้ เป็นกิจกรรมที่มักทำร่วมกับกิจกรรมประเภทอื่นๆ เช่น การเที่ยวน้ำตก การเดินป่า หรือการเดินชมธรรมชาติ ควรจัดให้มีสถานที่

สำหรับนั่งพักผ่อนรับประทานอาหารในพื้นที่กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีบรรยากาศสงบ และให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมธรรมชาติมากกว่าบรรยากาศที่มีเครื่องดนตรีเสียงดัง หน่วยงานเจ้าของพื้นที่มีหน้าที่ในการจัดเตรียมพื้นที่นี้

2.8 กิจกรรมเที่ยวน้ำตก (Waterfall Visits / Exploring) เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดสำหรับการเที่ยวป่าเขาที่มีน้ำตกเป็นองค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว การเที่ยวน้ำตกอาจมีกิจกรรมหลายอย่างประกอบกัน เช่น การเล่นน้ำตก การเดินสำรวจน้ำตก การนั่งรับประทานอาหาร หรือการชมทิวทัศน์บริเวณน้ำตก ซึ่งควรจัดโปรแกรมสื่อความหมายธรรมชาติให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้เกี่ยวกับน้ำตกและสิ่งแวดล้อมอื่นๆ ที่น่าสนใจควบคู่ไปด้วย ควรเน้นกิจกรรมที่ไม่ทำลายความสงบตามธรรมชาติ และจัดเขตปลอดอาหารและเครื่องดื่มบริเวณน้ำตกเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของน้ำตก นักท่องเที่ยวควรช่วยกันดูแลรักษา ไม่ส่งเสียงดังรบกวนผู้อื่น และปฏิบัติตนเพื่อความปลอดภัยของตนเอง หน่วยงานเจ้าของพื้นที่ควรดูแลเรื่องความสะอาด ดูแลให้นักท่องเที่ยวปฏิบัติตามระเบียบ และรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว

2.9 กิจกรรมวินด์เซิร์ฟ (Wind Surfing) เป็นกิจกรรมทางน้ำที่ให้ความสนุกสนานตื่นเต้น ตลอดจนความพึงพอใจในความสามารถของตนเองในการบังคับอุปกรณ์วินด์เซิร์ฟ บริเวณที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมนี้ควรเป็นแหล่งน้ำที่กว้างโล่ง มีกระแสลมแต่ไม่ปั่นป่วน (Turbulence) และมีสภาพภูมิทัศน์ที่สวยงามโดยรอบ

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเหล่านี้สามารถพิจารณาส่งเสริมได้ในพื้นที่ท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีศักยภาพสูง อย่างไรก็ตาม การส่งเสริมกิจกรรมใด ๆ จำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบถึงความเป็นไปได้ในการรองรับของพื้นที่ และขีดจำกัดในการจัดการดูแล เพื่อป้องกันผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมดังกล่าว เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ธรรมชาติบรรลุเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเหมาะสมกับประเทศไทย

2.3 การท่องเที่ยวโดยชุมชนและวิถีชีวิต (วัฒนธรรม)

2.3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชนและวิถีชีวิต (วัฒนธรรม)

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า แนวคิดของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็เหมือนแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยได้รับการตอบสนองเป็นอย่างดีทั้งภาครัฐและเอกชนในกระทรวงมหาดไทยการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม จึงก่อให้เกิดกระแสเรียกร้องหลัก 3 ประการดังต่อไปนี้

1) กระแสความต้องการของชาวโลกให้เกิดจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว โดยปัจจุบันมีความต้องการที่เพิ่มขึ้นทั่วโลกในการสร้างจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งการปกป้องระบบนิเวศเพื่อดำรงไว้ซึ่งความหลากหลายทางชีวภาพ

2) กระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความต้องการที่จะได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากกว่าเพียงแค่ความเพลิดเพลิน เพื่อตอบสนองรูปแบบความพึงพอใจใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้น

3) กระแสความต้องการของชุมชนท้องถิ่นในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยชุมชนท้องถิ่นมีความประสงค์ที่จะเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้มั่นใจว่าการพัฒนาจะเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสม และชุมชนจะได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างยุติธรรมและมีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม

ราณี อีสัยกุล (2546) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่า หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปวัฒนธรรมแขนงต่าง ๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์และดนตรี รวมทั้งงานเทศกาล ประเพณี

ชูเกียรติ นพเกตุ (2542) ได้กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ว่า การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ และศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

พงศธร เกษสำลี (2543) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมว่าหมายถึง องค์ประกอบทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงโบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ สถานที่สำคัญทางศาสนา งานศิลปกรรม สถาปัตยกรรม นาฏศิลป์ เทศกาล ประเพณี งานศิลปหัตถกรรม และสินค้าที่ระลึกประเภทต่างๆ รวมถึงวิถีชีวิตและอัธยาศัยไมตรีของคนไทย

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2547) เสนอแนวคิดว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาภูมิปัญญาสร้างสรรค์ และเคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี ตลอดจนวิถีชีวิตของผู้คน อาจกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการเดินทางเพื่อเรียนรู้ผู้อื่น และเพื่อย้อนกลับมาทำความเข้าใจตนเอง พร้อมทั้งตระหนักถึงความสัมพันธ์เชื่อมโยงของสิ่งต่างๆ ในโลกที่ไม่อาจแยกออกจากกันได้

ผลจากกระแสความตื่นตัวดังกล่าว ได้นำไปสู่การพัฒนาทางเลือกใหม่ในการท่องเที่ยว เพื่อมาทดแทนหรือแข่งขันกับการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม นี่จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการประชุมนานาชาติด้านสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาอย่างยั่งยืน ณ เมืองแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2533 (ค.ศ. 1990) จากผลของการประชุมครั้งนี้ ได้มีการให้ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนว่าเป็นการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นในปัจจุบัน ขณะเดียวกันก็ต้องปกป้องและรักษาโอกาสสำหรับคนรุ่นต่อไปใน

อนาคต ความหมายนี้ครอบคลุมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และสุนทรียภาพ พร้อมทั้งรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศ

จากความหมายดังกล่าว สามารถนำมาเป็นหลักการเบื้องต้นเพื่อสร้างกรอบนโยบายและแนวทางปฏิบัติของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ทำให้หลายประเทศเริ่มคิดค้นรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อมุ่งสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่งผลให้มีการประชุม Earth Summit ขึ้นที่กรุงริโอ เดอจาเนโร ประเทศบราซิล เมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2535 (ค.ศ. 1992) ในการประชุมครั้งนั้น จุดสนใจทั่วโลกได้มุ่งไปที่ประเด็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และมีการสรุปบทเรียนเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ผ่านมา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน และมีการลงนาม ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเชิงวัฒนธรรม

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อเรียนรู้ สัมผัส และดื่มด่ำกับวัฒนธรรมของสถานที่และผู้คนที่รวมถึงประเพณี ศิลปะ สถาปัตยกรรม อาหาร วิถีชีวิต และมรดกทางวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ได้ เช่น เทศกาลประเพณีท้องถิ่น การเยี่ยมชมแหล่งมรดกโลก หรือการเรียนรู้ศิลปะพื้นบ้านของชุมชน

2.3.2 หลักการของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชูเกียรติ นพเกตุ (2542) ได้สรุปหลักการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เกี่ยวข้องกับการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับความสำคัญ คุณค่า ประวัติศาสตร์ และความเป็นมาของทรัพยากรทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ

2) ส่งเสริมการปลูกฝังจิตสำนึกความรัก ความหวงแหน และการอนุรักษ์ในคนท้องถิ่น พร้อมทั้งสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนเองและได้รับผลประโยชน์ตอบแทนจากการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ

3) จัดให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมและได้รับความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4) เน้นการเคารพวัฒนธรรมของชุมชนอื่น รวมถึงการเคารพวัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และผู้คนของตนเอง

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สำคัญมีอยู่ 9 ประการ คือ

- 1) เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยมีหลักการสำคัญคือต้องอนุรักษ์ทรัพยากรทางวัฒนธรรมให้ดีที่สุด เพื่อส่งต่อไปยังคนรุ่นหลัง
- 2) เป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือก่อผลกระทบน้อยที่สุด
- 3) คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตทางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความหลากหลายทางสังคมและวัฒนธรรม
- 4) มุ่งเน้นการให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ได้แก่ นักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชนในท้องถิ่น เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับความรู้ ประสบการณ์ และมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 5) เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เพื่อกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างทั่วถึง
- 6) มีการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนตามหลักเกณฑ์ของการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยธุรกิจท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
- 7) ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ และกระตุ้นให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยมีกิจกรรมที่ตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 8) ต้องไม่เกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ในทุกด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ
- 9) ให้ความสำคัญกับการป้องกันและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความอุ่นใจ

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า หลักการและลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือ การท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษา สร้างจิตสำนึก ให้ความรู้ และเคารพต่อวัฒนธรรมของผู้อื่นหรือชุมชนอื่น โดยให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี มุ่งเน้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

2.3.3 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) อธิบายว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการเดินทางเพื่อเรียนรู้เกี่ยวกับผู้อื่น และเพื่อย้อนกลับมาทำความเข้าใจตนเองในบริบทที่สรรพสิ่งบนโลกล้วนเชื่อมโยงและพึ่งพาอาศัยกัน ดังนั้น องค์ประกอบสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงควรมี 6 ด้านดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการ คือ

1.1 ประวัติศาสตร์และหลักฐานทางประวัติศาสตร์ที่ยังคงหลงเหลืออยู่

1.2 โบราณคดีและพิพิธภัณฑสถานต่าง ๆ

1.3 สถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่น สิ่งปลูกสร้าง แผนผังเมือง รวมถึงซากปรักหักพัง

1.4 ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และงานแกะสลัก

1.5 ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมทางศาสนาต่างๆ

1.6 ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ และมหรสพต่างๆ

1.7 ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา

1.8 วิถีชีวิต เครื่องแต่งกาย การประกอบอาหาร และขนบธรรมเนียมการรับประทานอาหาร

1.9 ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่างๆ

1.10 ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีเฉพาะถิ่นที่น่าสนใจ

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม โดยการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึงการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบการ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและสร้างผลกำไรให้แก่ธุรกิจ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมศึกษาและมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการตลาดท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับการตลาดท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเหล่านั้นได้รับรู้และมีประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ พร้อมทั้งมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น การตลาดท่องเที่ยวควรคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม

นั้น ๆ มีส่วนร่วมอย่างเต็มที่ในการพัฒนาหรือการจัดการการท่องเที่ยว และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน

6. องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรักและความหวงแหนในทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น จะต้องประกอบด้วย 1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) เช่น โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน ศูนย์วัฒนธรรม และสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ต่าง ๆ 2) ประสบการณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Experiences) หรือการเข้าร่วมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศิลปะ วัฒนธรรม หรือวิถีชีวิต เช่น การเรียนทำอาหารไทย การชมระบำพื้นเมือง หรือการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา 3) เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity) คือการอนุรักษ์และสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมผ่านการท่องเที่ยว เช่น งานฝีมือพื้นเมือง การสืบทอดขนบธรรมเนียมประเพณี และ 4) ความยั่งยืนทางวัฒนธรรม (Cultural Sustainability) คือการรักษาสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา เช่น การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์เพื่อป้องกันความเสียหาย ทั้งนี้กิจกรรมทุกอย่างจะต้องมีการคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และเป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายด้วยเช่นกัน

2.3.4 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมคือการเยี่ยมชม โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณีท้องถิ่นต่าง ๆ เพื่อความเพลิดเพลิน พร้อมทั้งศึกษาความเชื่อและพิธีกรรมต่าง ๆ โดยมีจิตสำนึกในการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม ควบคู่ไปกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว โดยแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 5 ประเภท คือ

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งโบราณคดีและประวัติศาสตร์เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินกับสถานที่ พร้อมทั้งได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม โดยมีการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and/Traditional Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่าง ๆ ที่จัดขึ้นโดยคนในท้องถิ่น เพื่อความเพลิดเพลินและตื่นตาตื่นใจในสุนทรียศิลป์ พร้อมทั้งศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับ

ถือ และพิธีกรรมต่าง ๆ นอกจากนี้ยังได้รับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้รับความรู้ ได้ชมผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน รวมถึงมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังสถานที่ออกกำลังกาย เล่นกีฬา หรือแข่งขันกีฬา โดยมีกิจกรรมการท่องเที่ยวในรูปแบบของการจัดรายการกีฬาตามเส้นทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาได้สนุกสนานเพลิดเพลินกับการออกกำลังกายหรือการแข่งขันกีฬา ขณะเดียวกันก็ได้เยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวตามเส้นทาง การจัดรายการกีฬา ทำให้ได้รับความรู้ความเข้าใจและประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่า

5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมหรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม เช่น การนวดตัว นวดฝ่าเท้า การอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร หรือการฝึกสมาธิ เป็นต้น เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยว บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและจิตสำนึกในการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬา และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม

2.3.5 ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ชนัญ วงษ์วิภาค (2545) ได้กล่าวถึง ประโยชน์ที่ได้จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ดังนี้

1. ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ ผลการดำเนินการท่องเที่ยวที่ผ่านมาก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของชาติเป็นอย่างมาก นำเงินตราเข้าประเทศมากที่สุดเมื่อเทียบกับรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศที่ได้รับจากหน่วยงานต่างๆ ปัจจุบันการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้

วางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย และจะมีการประชาสัมพันธ์ไปสู่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น

2. ประโยชน์ทางสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวจะช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติกับผู้คนในท้องถิ่นได้มีโอกาสรู้จักกันนั้น ผลก็คือ เกิดความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ และการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการได้กล่าวถึงประโยชน์ที่ได้รับจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่ของตนเองไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

1. ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศชาติ ผ่านค่าธรรมเนียมเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ค่าบริการของมัคคุเทศก์ท้องถิ่น และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) หรือสินค้าพื้นเมือง (UNWTO, 2019) ยิ่งไปกว่านั้น ยังส่งเสริมอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ เช่น งานศิลปะ งานฝีมือ และการแสดงทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ เช่น อุตสาหกรรมภาพยนตร์และดนตรีที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมท้องถิ่น (Richards, 2021) และยังช่วยกระจายรายได้สู่ชนบท โดยการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งวัฒนธรรมในพื้นที่ชนบทมีส่วนช่วยกระจายรายได้จากเมืองไปสู่พื้นที่ห่างไกล อันเป็นการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ (OECD, 2020)

2. ประโยชน์ด้านสังคมและวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์และความภาคภูมิใจในท้องถิ่น โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนได้นำเสนอและถ่ายทอดวัฒนธรรมของตนสู่ผู้มาเยือน ซึ่งเสริมสร้างความภาคภูมิใจและการสืบทอดวัฒนธรรม (Smith, 2019) นอกจากนี้ยังช่วยเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมผ่านการที่นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจวัฒนธรรมที่แตกต่าง อันนำไปสู่การลดอคติทางสังคมและการส่งเสริมสันติภาพ (UNESCO, 2021) ที่สำคัญคือช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม โดยกระตุ้นให้เกิดการดูแลรักษาโบราณสถานและแหล่งมรดกทางวัฒนธรรม เช่น วัด โบสถ์ และพิพิธภัณฑสถาน (Timothy, 2006)

3. ประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีส่วนช่วยกระตุ้นการอนุรักษ์แหล่งมรดกทางธรรมชาติ ทำให้ชุมชนและรัฐบาลตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Hughes, 2022) และยังสนับสนุนการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวที่สนใจวัฒนธรรมมักให้ความสำคัญกับการรักษาสภาพแวดล้อมของพื้นที่ที่ตนไปเยือน (Richards, 2018)

ดังนั้น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนและประเทศ แต่ยังช่วยเสริมสร้างอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังช่วยเชื่อมโยงผู้คนจากหลากหลายเชื้อชาติและวัฒนธรรมเข้าหากัน ทำให้เกิดความเข้าใจและความเคารพซึ่งกันและกัน ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาในทุกมิติ

กล่าวโดยสรุป แนวคิดการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมนั้นเป็นแนวคิดที่บูรณาการสามองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาทางจิตใจ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการสืบสานวัฒนธรรม แนวทางนี้จะช่วยให้การท่องเที่ยวเกิดความยั่งยืน และสามารถสร้างผลกระทบเชิงบวกให้กับทั้ง นักท่องเที่ยว ชุมชน และระบบนิเวศได้ นอกจากนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมควรคำนึงถึง ความยั่งยืนและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อให้ “เมืองสามธรรม” เป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวที่ไม่เพียงแต่สร้างรายได้ แต่ยังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและเสริมสร้างสังคมที่สมดุลและมีสันติสุขอย่างยั่งยืน

3. แนวคิดเกี่ยวกับข้อเสนอเชิงนโยบาย

3.1 ความหมายของนโยบาย

นโยบายเป็นสิ่งที่ทำให้แผนงานที่ได้วางไว้จะประสบความสำเร็จ ทั้งนี้ได้นักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ได้อธิบายความหมายของคำว่านโยบายไว้หลากหลาย เช่น

ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2556 ได้ให้ความหมายของคำว่า นโยบาย (Policy) ว่าเป็นหลักและวิธีปฏิบัติ ซึ่งถือเป็นแนวดำเนินการ และสอดคล้องกับ สวัสดิ์ สุวรรณศรี (2556 : 16) กล่าวว่า นโยบาย หมายถึง วิธีปฏิบัติหรือแนวทางที่ใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินงานในอนาคตขององค์กรเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนด และสอดคล้องกับธน วังษ์จินดา (2556) ได้กล่าวไว้ว่านโยบายหมายถึง แนวคิด ข้อความ ที่บ่งบอกทิศทางหรือ เป้าหมายขององค์กร ซึ่งผู้บริหาร บุคลากรและผู้มีส่วนได้เสียขององค์กรกำหนดขึ้น เพื่อเป็นแนวทางหรือวิธีการปฏิบัติงานให้องค์กรประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

บุญทัน ดอกไธสง (2554) กล่าวว่า นโยบายหมายถึงแผนงานหรือแนวทางที่รัฐบาลหรือองค์กรกำหนดขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา แก้ไขปัญหา หรือส่งเสริมสวัสดิการของสังคม

ศุภชัย ยาวะประภาษ (2553) กล่าวว่า นโยบายหมายถึงแนวทางหรือแผนงานที่หน่วยงานของรัฐหรือองค์กรกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจที่มีโครงสร้างชัดเจน

ไชยยศ เหมะรัชตะ (2551) กล่าวว่า นโยบายเป็นแนวทางในการบริหารและดำเนินงานที่หน่วยงานใช้เป็นเครื่องมือเพื่อบรรลุเป้าหมายขององค์กรและสังคม

สมคิด เลิศไพฑูรย์ (2549) กล่าวว่า นโยบายเป็นชุดของหลักการหรือแนวปฏิบัติที่กำหนดขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อสังคมและประชาชน

นอกจากนี้ คณะกรรมาธิการ (2549) ได้สรุปความหมายของคำว่่านโยบาย ใน 4 ทศนะ คือ 1) นโยบายในทศนะการกำหนดเป้าหมายของสิ่งที่ต้องการจะทำ 2) นโยบายเป็นการกำหนด แนวทางหลักเกณฑ์ วิธีการ กลยุทธ์ และยุทธวิธี เพื่อนำไปสู่การบรรลุผลตามนโยบาย 3) นโยบายเป็นการกำหนดปัจจัยและสิ่งสนับสนุนเพื่อการบรรลุเป้าหมาย และ 4) นโยบายเป็น แผนงานโครงการเพื่อการบรรลุเป้าหมายขององค์กร

ชัยอนันต์ สมุทวณิช (2544) กล่าวว่า นโยบายเป็นชุดของการตัดสินใจและแผนการดำเนินงานที่หน่วยงานของรัฐกำหนดขึ้นเพื่อนำไปสู่เป้าหมายที่ต้องการในระยะยาว

ในขณะที่นักวิชาการจากต่างประเทศอีกหลายท่าน ได้ให้คำนิยามหรือความหมายเกี่ยวกับ “นโยบาย” ไว้ เช่น

Thomas Dye (2008) กล่าวว่า Public policy is whatever governments choose to do or not to do หรือนโยบายสาธารณะหมายถึงทุกสิ่งทีรัฐบาลเลือกที่จะทำหรือไม่ทำ (คำแปล, ผู้วิจัย)

David Easton (1965) กล่าวว่า The authoritative allocation of values for a society หรือนโยบายเป็นการกระจายคุณค่าในสังคมโดยผ่านกระบวนการทางการเมือง (คำแปล, ผู้วิจัย)

William Jenkins (1978) กล่าวว่า A set of interrelated decisions taken by a political actor concerning the selection of goals and the means of achieving them หรือนโยบายคือ ชุดของการตัดสินใจที่เชื่อมโยงกันและถูกกำหนดขึ้นโดยผู้มีอำนาจเพื่อดำเนินการตามเป้าหมายที่ต้องการ (คำแปล, ผู้วิจัย)

Richard Rose (1976) กล่าวว่า A set of guidelines used to direct action in a specific area หรือนโยบายคือชุดของแนวทางที่ถูกรับไปใช้ในการดำเนินงานเพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาในด้านต่าง ๆ (คำแปล, ผู้วิจัย)

James Anderson (2011) กล่าวว่า A course of action adopted and pursued by a government or organization to address issues and achieve objectives หรือนโยบายคือ แนวทางปฏิบัติที่หน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรกำหนดขึ้นเพื่อจัดการปัญหาหรือส่งเสริมเป้าหมายทางสังคม (คำแปล, ผู้วิจัย)

นอกจากนี้วีโรจน์ สารรัตนะ (2548) ได้กล่าวขยายความเกี่ยวกับความหมายของนโยบายซึ่งทำให้เห็นแนวทางบางอย่างที่น่าสนใจ คือ นโยบาย หมายถึง ข้อความที่บอกให้ทราบถึงทิศทางของการเปลี่ยนแปลงองค์การหรือของสังคม ทิศทางดังกล่าวอาจจะอธิบายถึงเรื่องอะไร เพื่ออะไร อย่างไร และเพียงใด ของความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ ขณะเดียวกันได้จำแนกความหมายของนโยบาย

ออกเป็น 3 กลุ่มความหมาย โดยกลุ่มแรก หมายถึง ข้อความที่บอกให้ทราบถึงกิจกรรมหรือการกระทำ (Activity or Action) อย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างซึ่งในที่สุดจะแปรรูปออกมาเป็นแผนงาน โครงการที่กำหนดขึ้น ข้อความเชิงนโยบายในความหมายนี้จะบอกถึงเป้าหมายปลายทางของกิจกรรม แนวทางการปฏิบัติ และคุณประโยชน์ของกิจกรรมหรือการกระทำที่กำหนด

ในขณะที่ International Livestock Research Institute (ILRI) (1995) ที่ได้นิยามไว้ว่า

1) นโยบายคือแนวทางหรือวิธีการเพื่อการปฏิบัติที่รัฐบาล หรือสถาบัน หรือกลุ่ม หรือบุคคลเลือกจากทางเลือกหลาย ๆ ทางเพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติ และโดยปกติจะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจ ในปัจจุบันและในอนาคต

2) การตัดสินใจหรือชุดของการตัดสินใจนั้นจะออกแบบเพื่อให้แนวทาง การปฏิบัตินั้นบรรลุผลสำเร็จ

3) การตัดสินใจหรือชุดของการตัดสินใจดังกล่าวจะเกี่ยวข้องกับแผนงานเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติด้วย

ดังนั้น จากคำนิยามของนักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศ คำว่า นโยบาย (Policy) นั้น สามารถสรุปได้ว่าเป็น “แนวทางหรือแผนงานที่ถูกกำหนดขึ้นโดยองค์กรภาครัฐหรือเอกชนเพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหา หรือพัฒนาในด้านต่าง ๆ โดยผ่านกระบวนการตัดสินใจที่มีเป้าหมายชัดเจน” ทั้งนี้ นโยบายอาจเป็นได้ทั้งแนวทางที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางของสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ

3.2 ความสำคัญของนโยบาย

นโยบาย (Policy) เป็นแนวหรือวิธีการเลือกจากหลาย ๆ ทาง เพื่อใช้เป็นแนวทางการปฏิบัติ โดยจะสะท้อนให้เห็นถึงการตัดสินใจเพื่อการแก้ปัญหาที่มีประสิทธิภาพที่ดี ทั้งนี้ ความสำคัญของนโยบายนั้นได้มีนักวิชาการทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้เสนอแนวคิดไว้หลายทัศนะด้วยกัน ดังนี้

จรัส สุวรรณมาลา (2535) ทวีป ศิริวิธม (2544) กล่าวถึง ความสำคัญของนโยบายว่า นโยบายเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดทิศทางและเป้าหมาย เพื่อการพัฒนาองค์กรและนำมาเป็นกรอบขึ้นนำการปฏิบัติ (Course of Action) นโยบายอาจเป็นแนวทางดำเนินงานทั้งในระดับกว้างและในระดับองค์กร ซึ่งมีความสำคัญต่อการใช้ดุลพินิจของผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานในระดับต่าง ๆ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุตามวัตถุประสงค์

อดิเทพพงศ์ วัชรสิทธิ์ (2561) ได้กล่าวถึง นโยบายมีความสำคัญต่อการบริหารในลักษณะดังนี้

1) นโยบายช่วยให้ผู้บริหารทราบว่าใครจะทำอะไร เมื่อไหร่ อย่างไร และต้องพิจารณาสิ่งใดมาเป็นปัจจัย นอกจากนี้ยังช่วยให้เกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานต่าง ๆ เพราะนโยบายเป็นแผนดำเนินงานที่บ่งบอกให้ทราบทิศทางอันเป็นหลักประกันที่ผู้บริหารไม่ว่าในระดับใดต้องยึดถือเป็นหลัก

2) ช่วยให้บุคลากรทุกระดับเกิดความเข้าใจภารกิจของหน่วยงานที่สังกัด และเข้าใจถึงวิธีการปฏิบัติภารกิจในหน่วยงานของตนแตกต่างจากภารกิจของหน่วยงานอื่นอย่างไรหรือทำความ

3) ก่อให้เกิดเป้าหมายในการปฏิบัติงาน การบริหารงานโดยมีเป้าหมายทำให้ประหยัดเงินเวลา บุคลากร รวมถึงความสามารถ หรือศักยภาพ (Potential) ของบุคลากรเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และบรรลุเป้าหมายขององค์กร หรือหน่วยงานอย่างมีประสิทธิภาพ

4) นโยบายที่ดีจะช่วยให้สนับสนุนส่งเสริมการใช้อำนาจของผู้บริหารให้เป็นไปโดยถูกต้องอย่างมีเหตุผลและมีความยุติธรรม อันนำมาซึ่งความเชื่อถือ ความจงรักภักดี และความมีน้ำใจในการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชา

5) นโยบายช่วยให้เกิดการพัฒนากิจการทางการบริหารเพราะนโยบายจะพัฒนาผู้บริหารให้รู้จักคิดทำนโยบายขึ้น (Think for) แทนการคิดปฏิบัติตาม (Think by)

นอกจากนี้ ประชุม รอดประเสริฐ (2545) กล่าวถึงความสำคัญของนโยบายดังนี้

1) นโยบายถูกกำหนดไว้ล่วงหน้า ซึ่งช่วยลดความจำเป็นในการพิจารณาปัจจัยจำนวนมาก และช่วยประหยัดเวลา

2) นโยบายช่วยให้การประสานงานและการตัดสินใจของผู้บริหารในส่วนงานต่าง ๆ ขององค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

3) นโยบายช่วยสร้างความมั่นใจและความชัดเจนภายในองค์กร ลดความสับสนของสมาชิกเนื่องจากสมาชิกเข้าใจเป้าหมายและแนวทางการดำเนินงาน

4) นโยบายส่งเสริมให้การตัดสินใจของผู้บริหารมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความไม่แน่นอนว่าการตัดสินใจนั้นสอดคล้องกับแนวคิดของผู้บริหารระดับสูงหรือไม่

5) นโยบายเป็นกรอบสำหรับการตัดสินใจของผู้ใต้บังคับบัญชา ซึ่งจะช่วยให้การมอบหมายอำนาจหน้าที่เป็นไปได้อย่างดียิ่งขึ้น

6) นโยบายช่วยส่งเสริมความเสมอภาค ความยุติธรรม และความถูกต้อง เนื่องจากมีการตัดสินใจที่เป็นไปในแนวทางเดียวกัน

กล่าวโดยสรุป นโยบายมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนสังคมและองค์กรต่าง ๆ ไปสู่เป้าหมายที่ต้องการ โดยนโยบายทำหน้าที่เป็นเข็มทิศชี้แนะทิศทางและกำหนดกรอบการทำงานให้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกภาคส่วน ช่วยให้การตัดสินใจและการดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบและสอดคล้องกัน ซึ่งนโยบายที่ดีนั้นจะช่วยแก้ไขปัญหาและตอบสนองความต้องการของประชาชนหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างตรงจุด ลดความขัดแย้งและสร้างความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ได้ นอกจากนี้ นโยบายยังเป็น

เครื่องมือในการจัดสรรทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพและเป็นธรรม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อส่วนรวม การกำหนดนโยบายจึงจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างรอบด้าน รวมทั้งการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่านโยบายที่จัดทำขึ้นนั้นมีความเหมาะสมและสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงและเกิดประโยชน์ต่อองค์กรที่ใช้งานอย่างแท้จริง

3.3 ระดับของนโยบาย (Level of Policy)

นโยบายมีระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งในแต่ละระดับนั้นมีขอบเขตครอบคลุมเป้าหมายปลายทางต่างกันออกไป ผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปใช้หรือปฏิบัติ ผู้ที่ได้รับผลการปฏิบัติ และความละเอียดชัดเจนของข้อความลดหลั่นแตกต่างกันไปในแต่ละระดับนั้น จะต้องมีความเกี่ยวเนื่องและสอดคล้องกันโดยตลอด ทั้งนี้นักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศได้จำแนกระดับของนโยบายไว้ ดังนี้

William N. Dunn (2018) ได้แบ่งระดับของนโยบายเป็น 4 ระดับ ได้แก่

- 1) นโยบายระดับสากล (Global Policy) หรือนโยบายที่มีผลต่อหลายประเทศ เช่น นโยบายโลกร้อน องค์กรระหว่างประเทศกำหนด
- 2) นโยบายระดับชาติ (National Policy) หรือนโยบายที่รัฐบาลของประเทศกำหนดขึ้น เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง
- 3) นโยบายระดับองค์กร (Organizational Policy) หรือนโยบายที่องค์กรหรือหน่วยงานใช้ในการบริหารจัดการ
- 4) นโยบายระดับปฏิบัติการ (Operational Policy) หรือนโยบายที่ใช้ในการดำเนินงานของหน่วยงานเฉพาะด้าน

Thomas R. Dye (2013) แบ่งระดับของนโยบายออกเป็น 3 ระดับหลัก ได้แก่

- 1) นโยบายระดับมหภาค (Macro Policy) คือ นโยบายที่มีผลกระทบต่อระบบสังคมโดยรวม เช่น นโยบายเศรษฐกิจแห่งชาติ นโยบายสิ่งแวดล้อม
- 2) นโยบายระดับกลาง (Meso Policy) คือ นโยบายที่เน้นไปที่กลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น นโยบายด้านการศึกษา นโยบายด้านแรงงาน
- 3) นโยบายระดับจุลภาค (Micro Policy) คือ นโยบายที่เกี่ยวข้องกับหน่วยงานหรือองค์กรมุ่งเน้นการบริหารจัดการ เช่น นโยบายภายในองค์กร

James E. Anderson (2011) ได้แบ่งระดับของนโยบายเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- 1) นโยบายระดับสูง (Constitutional Policy) หรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับรัฐธรรมนูญและโครงสร้างของรัฐ
- 2) นโยบายระดับกลาง (Statutory Policy) หรือนโยบายที่กำหนดขึ้นตามกฎหมายและแนวปฏิบัติของรัฐบาล

3) นโยบายระดับปฏิบัติ (Operational Policy) หรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานในระดับองค์กร

Theodore J. Lowi (1972) ได้แบ่งประเภทของนโยบายออกเป็น 4 ระดับหลัก ได้แก่

1) นโยบายแจกแจง (Distributive Policy) คือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรรทรัพยากร เช่น งบประมาณ การให้เงินสนับสนุน

2) นโยบายกำกับดูแล (Regulatory Policy) คือนโยบายที่กำหนดกฎเกณฑ์และข้อบังคับ เช่น นโยบายสิ่งแวดล้อม

3) นโยบายจัดสรรผลประโยชน์ (Redistributive Policy) คือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการกระจายผลประโยชน์ให้กับกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน

4) นโยบายทางเลือก (Constituent Policy) คือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างของรัฐ เช่น การปฏิรูประบบราชการ

Carl Friedrich (1963) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับระดับของนโยบายโดยแบ่งเป็น 2 ระดับหลัก ได้แก่

1) นโยบายระดับปกครอง (Governing Policy) คือนโยบายที่ออกโดยรัฐบาลหรือองค์กรที่มีอำนาจสูงสุด

2) นโยบายระดับปฏิบัติ (Administrative Policy) คือนโยบายที่ออกโดยหน่วยงานบริหารเพื่อกำหนดแนวทางปฏิบัติ

ในขณะที่ทวีป ศิริรัศมี (2544) ได้เรียบเรียงระดับของนโยบายไว้ว่ากลุ่มนโยบายในการบริหารประเทศ สามารถจำแนกได้เป็น 3 ระดับ คือ

1) นโยบายหลักหรือนโยบายระดับชาติ (National Policy) เป็นนโยบายที่มีลักษณะเป็นแนวทางกว้าง ๆ ที่ใช้เป็นพื้นฐานหรือกรอบในการกำหนดนโยบายระดับอื่น ๆ ต่อไป เป็นนโยบายที่คณะรัฐบาล คณะรัฐมนตรีหรือรัฐมนตรีกำหนดขึ้น โดยแสดงถึงเจตนารมณ์ในการดำเนินการหรือพัฒนาประเทศ เพื่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ความเจริญก้าวหน้าและความมั่นคงหรือความมีเสถียรภาพของประเทศ

2) นโยบายการบริหาร (Administrative Policy) เป็นนโยบายระดับกระทรวง ทบวง กรม โดยผู้บริหารระดับกระทรวงและอธิการบดีเป็นผู้กำหนดขึ้น ตามกรอบของนโยบายหลัก หรือนโยบายระดับชาติ แต่มีขอบเขตที่แคบลง (ความครอบคลุมของนโยบาย) มีความละเอียดและจำเพาะเจาะจงมากขึ้นตามบทบาทหน้าที่ความรับผิดชอบและภารกิจของหน่วยงาน โดยคำนึงถึงทรัพยากรหรือบริบทต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ทั้งนี้ เพื่อให้ได้ผลตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3) นโยบายเฉพาะกิจ (Specific Policy) เป็นนโยบายระดับล่างสุดซึ่งกำหนดโดยผู้บริหารระดับกอง หรือระดับฝ่าย โดยยึดถือนโยบายหลักหรือนโยบายระดับชาติและนโยบายการบริหารที่หน่วยงานสังกัดเป็นเกณฑ์ เพื่อให้การปฏิบัติภารกิจของหน่วยงานเป็นไปตามเป้าหมายและเจตนารมณ์แห่งนโยบายระดับชาติ และนโยบายการบริหารในเวลาเดียวกัน หรืออาจจะเป็นนโยบายที่กำหนดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วนเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้า เมื่อปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขแล้ว นโยบายก็จะสิ้นสุดไปโดยปริยาย นโยบายเฉพาะกิจจะมีขอบเขตรายละเอียดที่ชัดเจนและจำเพาะเจาะจง ชี้แนวปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น

กล่าวโดยสรุป ระดับของนโยบายสามารถแบ่งออกเป็นหลายระดับขึ้นอยู่กับมุมมองของแต่ละนักวิชาการ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มได้เป็น 3 ระดับหลัก ได้แก่ 1) นโยบายระดับมหภาค (Macro Policy) หรือนโยบายที่ส่งผลกระทบต่อทั้งประเทศหรือระดับนานาชาติ เช่น นโยบายเศรษฐกิจ นโยบายโลกร้อน 2) นโยบายระดับกลาง (Meso Policy) หรือนโยบายที่มุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ เช่น นโยบายด้านการศึกษา นโยบายสวัสดิการ และ 3) นโยบายระดับจุลภาค (Micro Policy) หรือนโยบายที่มุ่งเน้นระดับองค์กรหรือหน่วยงาน เช่น นโยบายภายในองค์กร นโยบายปฏิบัติการของหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น

3.4 ประเภทของนโยบาย

การจำแนกประเภทนโยบายสามารถกระทำได้หลายวิธีและแต่ละวิธีก็มีหลักเกณฑ์ในการจำแนก แตกต่างกันไป ดังที่นักวิชาการทั้งชาวไทยและต่างประเทศหลายท่านได้อธิบายถึงประเภทของนโยบายไว้อย่างน่าสนใจ ดังนี้

Dunn N. William (2018) แบ่งประเภทของนโยบายเป็น 5 ประเภท ได้แก่ 1) นโยบายสาธารณะ (Public Policy) คือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการบริหารประเทศ เช่น นโยบายสวัสดิการ 2) นโยบายเศรษฐกิจ (Economic Policy) เป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจ เช่น นโยบายการเงิน การคลัง 3) นโยบายสังคม (Social Policy) เป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับสังคม เช่น นโยบายการศึกษา นโยบายสาธารณสุข 4) นโยบายสิ่งแวดล้อม (Environmental Policy) เป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น นโยบายลดก๊าซเรือนกระจก และ 5) นโยบายการต่างประเทศ (Foreign Policy) เป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

Dye R. Thomas (2013) ได้แบ่งประเภทของนโยบายออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ 1) นโยบายการเงิน (Fiscal Policy) เป็นนโยบายเกี่ยวกับรายได้และรายจ่ายของรัฐบาล เช่น นโยบายภาษี 2) นโยบายการเงินการธนาคาร (Monetary Policy) เป็นนโยบายเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยและเงินเฟ้อ เช่น นโยบายของธนาคารกลาง 3) นโยบายสวัสดิการสังคม (Welfare Policy) เป็นนโยบายเกี่ยวกับการให้สวัสดิการ เช่น การประกันสุขภาพ 4) นโยบายด้านการศึกษา (Education Policy) เป็นนโยบายเกี่ยวกับระบบการศึกษา เช่น นโยบายการศึกษาภาคบังคับ 5) นโยบายการป้องกัน

ประเทศ (Defense Policy) เป็นนโยบายเกี่ยวกับความมั่นคงของชาติ เช่น งบประมาณกองทัพ และ 6) นโยบายด้านเทคโนโลยี (Technology Policy) เป็นนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนานวัตกรรม เช่น นโยบาย 5G

James E. Anderson (2011) แบ่งประเภทของนโยบายออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) นโยบายที่เป็นผลลัพธ์ (Substantive Policy) เป็นนโยบายที่มีเป้าหมายชัดเจนในการแก้ปัญหา เช่น นโยบายการลดความยากจน 2) นโยบายที่เกี่ยวกับกระบวนการ (Procedural Policy) เป็นนโยบายที่กำหนดกระบวนการดำเนินงาน เช่น ระเบียบราชการ 3) นโยบายด้านวัสดุหรือทรัพยากร (Material Policy) เป็นนโยบายที่เกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากร เช่น การให้เงินอุดหนุน และ 4) นโยบายที่เป็นแนวทางหรือหลักการ (Symbolic Policy) เป็นนโยบายที่มีลักษณะเป็นคำมั่นสัญญาแต่ไม่มีผลบังคับใช้จริง เช่น การรณรงค์ให้ใช้พลังงานสะอาด

Theodore J. Lowi (1972) แบ่งประเภทของนโยบายออกเป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) นโยบายแจกแจง (Distributive Policy) คือนโยบายที่มุ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากรหรือผลประโยชน์ให้กับกลุ่มเฉพาะ เช่น เงินอุดหนุนทางการศึกษา โครงการพัฒนาท้องถิ่น 2) นโยบายกำกับดูแล (Regulatory Policy) เป็นนโยบายที่ออกแบบมาเพื่อควบคุมพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย เช่น กฎหมายสิ่งแวดล้อม กฎหมายแรงงาน 3) นโยบายจัดสรรผลประโยชน์ใหม่ (Redistributive Policy) เป็นนโยบายที่มีเป้าหมายในการกระจายทรัพยากรจากกลุ่มหนึ่งไปยังอีกกลุ่ม เช่น นโยบายภาษีเพื่อช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย และ 4) นโยบายองค์ประกอบ (Constituent Policy) เป็นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างการบริหารของรัฐ เช่น การปฏิรูประบบราชการ

Friedrich Carl (1963) ได้แบ่งประเภทของนโยบายเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) นโยบายที่วางแผนล่วงหน้า (Planned Policy) เป็นนโยบายที่ถูกวางแผนมาอย่างรอบคอบ เช่น นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจ 5 ปี และ 2) นโยบายที่เกิดจากปฏิกิริยา (Reactive Policy) เป็นนโยบายที่เกิดขึ้นเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ เช่น นโยบายช่วยเหลือผู้ประสบภัย

การจำแนกประเภทของนโยบายนั้น นอกจากจะจำแนกประเภทตามเกณฑ์ดังกล่าวข้างต้นแล้วยังอาจจำแนกตามลักษณะของเนื้อหาได้ Lowi (1972) ได้จำแนกประเภทของนโยบายตามลักษณะเนื้อหาของนโยบาย เป็น 4 ระดับ ดังนี้

1) นโยบายเกี่ยวกับการจัดระเบียบกฎเกณฑ์ ได้แก่ นโยบายที่เป็นระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ภายในองค์กร เช่น ระเบียบเกี่ยวกับการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ ระเบียบการลาพัก ลาป่วยของผู้ปฏิบัติงาน ระเบียบการรักษาความสงบเรียบร้อยภายในสถานที่ทำงาน ระเบียบว่าด้วยการลงโทษผู้ปฏิบัติงานที่กระทำความผิดระเบียบขององค์กร เป็นต้น

2) นโยบายเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากร ได้แก่ นโยบายที่กำหนดลักษณะ การจัดสรรหรือการกระจายทรัพยากรขององค์กรในระหว่างบุคคลและหน่วยงานต่าง ๆ เช่น งบประมาณ

อัตรากำลัง และปัจจัยการผลิตอื่น ๆ รวมทั้งทรัพยากรที่เป็นนามธรรม เช่น ความรู้ ข่าวสาร ข้อมูล เทคโนโลยี เกียรติยศชื่อเสียง หรือสิ่งอื่นใดที่บุคคลในองค์กรถือกันว่าเป็นสิ่งที่มีคุณค่าสำหรับผู้ที่ได้ครอบครองเป็นเจ้าของ นโยบายเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรหรือองค์การโดยทั่ว ๆ ไปมักจะปรากฏออกมาในรูปของคำสั่ง หรือระเบียบที่ระบุถึงอำนาจหน้าที่หรือความรับผิดชอบในการดำเนินงานขององค์กรหรือบุคคลในองค์กร การให้บุคคลหรือองค์การสามารถจัดหาทรัพยากรต่าง ๆ มาใช้ในการดำเนินงาน เป็นต้น ในกรณีที่นโยบายของรัฐหรือนโยบายสาธารณะ นโยบายการจัดสรรทรัพยากรอาจอยู่ในรูปของกฎหมาย หรือการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของรัฐบาลที่ส่งเสริมสนับสนุนหรือให้การยอมรับให้ความชอบธรรมในสิทธิอำนาจในการถือครองสิทธิในทรัพย์สิน หรือวิธีการได้มาของทรัพย์สิน หรือการยอมรับหรือส่งเสริมประเพณีวัฒนธรรม หรือค่านิยมเกี่ยวกับการจัดสรร และการกระจายทรัพย์สินที่มีในสังคมนั้น ๆ เช่น นโยบายเกี่ยวกับสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชนในทางเศรษฐกิจ การเมือง และทางสังคม นโยบายที่จัดสรรบริการสาธารณะของรัฐในด้านต่าง ๆ แก่ประชาชน นโยบายการอนุรักษ์วัฒนธรรม และค่านิยมในสังคม

3) นโยบายเกี่ยวกับการจัดสรรทรัพยากรโดยการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสม นโยบายประเภทนี้เป็นเรื่องของการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงลักษณะการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่ก่อนเสียใหม่ให้เหมาะสมหรือเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น นโยบายการปรับปรุงวิธีการดำเนินงานกิจกรรมของหน่วยงาน นโยบายการขยายงานบางด้าน ในกรณีของหน่วยงานภาครัฐ เช่น นโยบายเกี่ยวกับการปฏิรูปที่ดิน นโยบายการปฏิรูประบบราชการ นโยบายการปรับปรุงโครงสร้างภาษีอากร นโยบายการปฏิรูปการเมือง เป็นต้น

4) นโยบายเกี่ยวกับระบบงานและโครงสร้างขององค์กร เป็นนโยบายหลักขององค์กรที่แสดงถึงวัตถุประสงค์หลัก และระบบการปฏิบัติงานในระดับมหภาคขององค์กร โดยถือเป็นนโยบายต้น ที่จะชี้นำการกำหนดนโยบายเฉพาะด้านในระดับต่าง ๆ ชี้นำการบริหารและการปฏิบัติงานประจำ นโยบายประเภทนี้มีความสำคัญที่สุดในองค์กรต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นปณิธานอุดมการณ์หรือวัตถุประสงค์หลักของการดำเนินงานขององค์กร ในกรณีขององค์กรในภาครัฐ ได้แก่ นโยบายเกี่ยวกับการจัดระบบและสถาบันทางการเมืองการปกครองหรือนโยบายหลักระดับชาติที่แสดงถึงอุดมการณ์ทางการเมืองการปกครอง เศรษฐกิจและสังคมชาติ และเป็นนโยบายต้นแบบที่กำหนดวิธีการกำหนดนโยบายทุกประเภทที่กล่าวมาข้างต้น เช่น กฎหมายรัฐธรรมนูญ กฎหมายว่าด้วยพรรคการเมือง กฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้ง เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีนักวิชาการไทยอย่าง ทวีป ศิริวิศรี (2544) ได้จำแนกประเภทของนโยบายตามระดับขั้นของการบริหารองค์การ (organizational) จำแนกออกเป็น 3 ประเภท คือ

1) นโยบายพื้นฐาน (Basic Policy) เป็นนโยบายระดับบนหรือระดับสูง (Top Executives) เพื่อชี้นำหรือใช้เป็นแนวทางหรือเป็นฐานสำหรับการกำหนดนโยบาย และการบริหารงานขององค์กร

ในระดับรอง ๆ ลงไป นโยบายประเภทนี้มีลักษณะเป็นแนวคิดกว้าง ๆ โดยอาจจะระบุทิศทาง การบริหารและกลยุทธ์ในการบรรลุวัตถุประสงค์ไว้กว้าง ๆ และมีความยืดหยุ่นสูง ทั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริหาร ระดับรอง ๆ ลงไปสามารถนำไปตีความและปรับใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์เฉพาะต่าง ๆ ได้ นโยบายพื้นฐานบางครั้งอาจเรียกว่า “นโยบายหลัก” หรือถ้าหากเป็นนโยบายของรัฐก็อาจเรียก นโยบายประเภทนี้ว่า “นโยบายการบริหาร” (Administrative Policy) ซึ่งเป็นนโยบายที่รัฐมนตรี คณะรัฐมนตรี หรือรัฐบาลเป็นผู้จัดทำขึ้น โดยแสดงถึงเจตนารมณ์ในการดำเนินการเพื่อความอยู่ดีมีสุข ของประชาชน เมื่อรัฐสภาเห็นชอบจึงเป็นนโยบายที่แท้จริง นำไปใช้เป็นแนวหรือเป็นหลักในการ ดำเนินงานได้

2) นโยบายทั่วไป (General Policy) เป็นนโยบายระดับกลาง อันเป็นการกำหนดขึ้นโดย ผู้บริหารระดับกลาง (Middle Managers) ซึ่งกำหนดขึ้นตามเจตนารมณ์ของนโยบายขั้นพื้นฐาน นโยบายทั่วไป มักเน้นในเรื่องวิธีการบริหารทั่ว ๆ ไป เช่น อาจกำหนดขึ้นเป็นระเบียบวิธีปฏิบัติงานต่าง ๆ สำหรับผู้ปฏิบัติงานเฉพาะด้านในหน่วยงานระดับล่างได้ถือปฏิบัติร่วมกัน นโยบายทั่วไปทำให้ นโยบายพื้นฐานมีความหมายชัดเจนยิ่งขึ้น ง่ายต่อความเข้าใจของผู้ปฏิบัติ นโยบายทั่วไปบางครั้ง เรียกว่า “นโยบายการบริหาร” (Administrative Policy) เป็นนโยบายระดับหน่วยงาน เช่น กระทรวง ทบวง กรม โดยผู้บริหารระดับปลัดกระทรวงและอธิบดีเป็นผู้จัดทำขึ้น โดยจำกัดกรอบหรือ ปรับปรุงเสริมแต่งให้มีความละเอียดชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อความเหมาะสมและสอดคล้องกับหน้าที่และ ภารกิจความรับผิดชอบของหน่วยงานหรือผู้ปฏิบัติงานโดยคำนึงทรัพยากรและบริบทต่าง ๆ เพื่อให้ การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติเป็นไปอย่างราบรื่นเรียบร้อย บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

3) นโยบายเฉพาะแผนกงาน (Department Policy) เป็นนโยบายระดับล่าง ซึ่งกำหนดขึ้นโดย ผู้บริหารระดับล่างหรือระดับหัวหน้างาน (Supervisors) ในแผนกต่าง ๆ ซึ่งเป็นหน่วยปฏิบัติงานเฉพาะ ด้าน มีความละเอียดชัดเจนเฉพาะเรื่องเฉพาะกิจการ ลักษณะของนโยบายประเภทนี้มักประกอบอยู่ใน แผนงานของหน่วยงานซึ่งแสดงให้เห็นถึงแนวทางและวิธีการปฏิบัติงานในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างชัดเจน นโยบายเฉพาะแผนกงานบางครั้งเรียกว่า “นโยบายเฉพาะกิจ” (Specific Policy) ซึ่งเป็นหน่วยงาน ระดับกอง หรือระดับแผนกเป็นผู้จัดทำขึ้นเฉพาะกิจตามบทบาทหน้าที่ของหน่วยงานนั้น โดยยึดถือ นโยบายพื้นฐานหรือนโยบายหลักและนโยบายทั่วไป หรือนโยบายการบริหารเป็นกรอบในการกำหนด เพื่อการให้ปฏิบัติภารกิจของหน่วยงานเป็นไปตามเป้าหมาย นอกจากนี้ นโยบายเฉพาะกิจยังอาจจัดทำ ขึ้นเพื่อแก้ปัญหาเฉพาะหน้าซึ่งเกิดขึ้นอย่างปัจจุบันทันด่วน เช่น นโยบายแก้ปัญหาอุทกภัย นโยบาย แก้ปัญหา การประท้วงของชาวประมงขนาดเล็ก เป็นต้น เมื่อปัญหาดังกล่าวได้รับการแก้ไขแล้ว นโยบายก็อาจสิ้นสุดไปโดยปริยาย ซึ่งโดยหลักการแล้วนโยบายทั้ง 3 ระดับดังกล่าวนี้ จะมีความสัมพันธ์สอดคล้องสนับสนุนกันและกันโดยตลอด

จากการวิเคราะห์ของนักวิชาการหลายท่าน ผู้วิจัยสามารถสรุปประเภทของนโยบายได้เป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ 1) นโยบายการกระจายทรัพยากร (Distributive Policy) หมายถึงนโยบายที่มุ่งเน้นการจัดสรรทรัพยากรและบริการให้กับประชาชนอย่างเป็นธรรม 2) นโยบายการกำกับดูแล (Regulatory Policy) เป็นนโยบายที่มุ่งเน้นการควบคุมหรือกำกับดูแลพฤติกรรมของภาคส่วนต่าง ๆ ให้เป็นไปตามกฎและระเบียบขององค์กรหรือหน่วยทางสังคมต่าง ๆ 3) นโยบายสังคมและเศรษฐกิจ (Social and Economic Policy) หมายถึงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชน และ 4) นโยบายปฏิบัติการและการบริหาร (Operational and Administrative Policy) คือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการทำงานและการบริหารองค์กรให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

3.5 องค์ประกอบของนโยบาย

องค์ประกอบของนโยบายจะแตกต่างกันไปตามหลักเกณฑ์ทฤษฎีซึ่งขึ้นอยู่กับแนวคิดของนักวิชาการแต่ละท่าน ทั้งนี้ มีผู้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของนโยบายไว้ ดังนี้

สุรนาท ขมะฉะรงค์ (2540) ได้พิจารณาถึงแบ่งองค์ประกอบของนโยบายว่าสามารถแบ่งได้เป็น 4 องค์ประกอบ คือ 1) เหตุผลของการกำหนดนโยบาย (Rational) เป็นเหตุผล และสาเหตุที่มาของการกำหนดนโยบายในเรื่องต่าง ๆ ที่รัฐกำหนดขึ้น หากนโยบายที่กำหนดขึ้นมีเหตุผลเพียงพอสาธารณชนก็ยอมรับได้ ดังนั้น ตัวนโยบายต้องอ้างอิงถึงสาเหตุที่มาและเหตุผลในการกำหนดนโยบายด้วย 2) เป้าหมายของนโยบายหรือผลที่คาดว่าจะได้รับจากนโยบาย (Targets or Ended Result) เป็นการกำหนดเป้าหมายของนโยบายซึ่งถือเป็นจุดหมายปลายทางที่รัฐบาลมุ่งไปให้ถึง แต่ข้อสำคัญก็คือ จะต้องมีความชัดเจนเพื่อให้ผู้ปฏิบัติตามนโยบายมีหลักยึดถือที่ชัดเจน 3) วิธีการหรือกลวิธีที่จะทำให้นโยบายบรรลุเป้าหมาย (Means or Strategies) เป็นวิธีการปฏิบัติ (Means) เพื่อนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย (End) ของนโยบายตามที่กำหนดไว้ นโยบายหนึ่ง ๆ อาจประกอบด้วยกลวิธีหลายกลวิธีที่ผู้ปฏิบัติต้องเลือกกลวิธีที่ดีที่สุดที่เหมาะสมไปใช้ และ 4) ทรัพยากรหรือปัจจัยที่สนับสนุนการดำเนินนโยบาย (Resources) หมายถึง ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้การดำเนินนโยบายตามวิธีการที่กำหนดบรรลุผล ทรัพยากรที่เป็นองค์ประกอบของนโยบาย เช่น คน เงิน วัสดุ เครื่องมือ เครื่องจักร ฯลฯ

ในขณะที่ ประชุม รอดประเสริฐ (2545) อธิบายถึงองค์ประกอบของนโยบายว่า จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญอย่างน้อย 3 ประการ คือ เป้าหมาย (Target) ของสิ่งที่ต้องการกระทำ วิถีทาง (Means) ในการดำเนินงาน และปัจจัย (Resources) สนับสนุนการกระทำตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ ได้แก่

1) เป้าหมาย (Target) เป็นองค์ประกอบสำคัญ สิ่งแรกในการกำหนดนโยบายเพื่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เป้าหมายอาจเป็นทั้งจุดประสงค์ (Purpose) และผลงานที่เกิดขึ้นในที่สุด (Ended Result) ในลักษณะที่เป็นการทำอะไร ได้อะไร เพื่ออะไร

2) วิธีการในการดำเนินงาน (Means) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งของนโยบาย เพราะหากไม่กำหนดวิธีการในการดำเนินงานไว้ นโยบายที่กำหนดขึ้นอาจไม่บรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้ วิธีการที่จะสามารถทำให้นโยบายดำเนินการได้ ยังรวมไปถึงกลยุทธ์ (Tactics) และกลวิธี (Strategies) ต่าง ๆ อีกด้วย

3) ปัจจัย สนับสนุน (Resources) ในการกำหนดนโยบายประกอบด้วยปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอกได้แก่ สภาพแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ และสังคมหรือแม้แต่สภาพดิน ฟ้า อากาศ ซึ่งมีผลกระทบต่อการกำหนดนโยบาย ส่วนปัจจัยภายในได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการในการกำหนดนโยบาย ซึ่งหากขาดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งแม้เพียงอย่างเดียว นโยบายก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้

นอกจากนี้ ประชุม รอดประเสริฐ (2545) ได้กล่าวว่า ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบของนโยบายสามารถจำแนกได้ 2 ประเภท คือ

1) ปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน (Fundamental Factor) หมายถึงสิ่งต่าง ๆ ที่ผู้กำหนดนโยบายต้องคำนึงถึงอยู่ตลอดเวลา หากไม่คำนึงถึง อาจทำให้นโยบายขาดความสมบูรณ์และไม่สามารถปฏิบัติได้ เช่น ปัจจัยที่เกี่ยวกับผลประโยชน์ ปัจจัยที่เกี่ยวกับผู้กำหนดนโยบาย วิธีการหรือกระบวนการในการดำเนินนโยบาย ปัจจัยที่เกี่ยวกับข้อมูลและเอกสารต่าง ๆ

2) ปัจจัยที่เป็นสิ่งแวดล้อม (Environmental Factors) หมายถึงสิ่งแวดล้อมในสังคมที่ผู้กำหนดนโยบายต้องคำนึงถึง เพราะสิ่งแวดล้อมในสังคมมีผลกระทบต่อการกำหนดนโยบาย เช่น ปัจจัยทางการเมืองและวัฒนธรรมการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ เป็นต้น

อนึ่ง James Anderson (2011) ได้จำแนกองค์ประกอบของนโยบายที่สอดคล้องกันไว้ 5 องค์ประกอบ ได้แก่

- 1) การมีเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน แน่นนอน
- 2) เป็นแนวทางการปฏิบัติงานหรือเป็นแผนลำดับขั้นตอนที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้
- 3) เป็นกิจกรรมหรือหน้าที่ที่ควรกระทำ และสามารถเลือกมาปฏิบัติได้
- 4) เป็นกิจกรรมการตัดสินใจที่มีลำดับขั้นตอนในการจะกระทำ หรือดเว้นการ
- 5) เป็นเอกสารที่มีผลทางกฎหมายจึงต้องประกาศให้ผู้เกี่ยวข้องทราบโดยทั่วถึง

นอกจากนั้น วิโรจน์ สารรัตน์ (2548) ได้ศึกษาวิเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับนโยบาย และแนวการวิจัยเชิงนโยบายตามทัศนะของ Majchrzak (1984) และได้กล่าวถึงองค์ประกอบของนโยบาย ไว้ดังนี้

นโยบาย (Policy) เป็นข้อความที่บอกให้ทราบถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงขององค์การหรือของสังคม ทิศทางดังกล่าวอาจจะอธิบายถึงเรื่องอะไร เพื่ออะไร อย่างไร และเพียงใด ของความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ วัตถุประสงค์ของนโยบาย (Policy Objective) และแนวทางของนโยบาย (Policy Means) นโยบายจะขาดองค์ประกอบสำคัญส่วนใดส่วนหนึ่งนี้ไม่ได้ เช่น มีเพียงวัตถุประสงค์ไม่บอกแนวทาง สิ่งที่กำหนดนั้นก็ไม่นับเป็นนโยบายจะมีค่าเพียงเป็นความปรารถนาเท่านั้น เป็นต้น และบางครั้งนโยบายที่ดีอาจจำเป็นต้องมีองค์ประกอบส่วนที่ 2 คือ กลไกของนโยบาย (Policy Mechanism) อีกด้วย กลไกของนโยบายจะช่วยให้เห็นว่า การจะบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดตามแนวทางที่ชี้แนะไว้จะต้องมีกลไกอะไรบ้างเป็นเครื่องมือ กลไกนโยบายนี้หมายถึงรวมถึงตั้งแต่ระเบียบ กฎหมาย ที่รองรับการปฏิบัติ หน่วยงานที่ปฏิบัติ ตลอดจนทรัพยากรต่าง ๆ ที่ใช้ปฏิบัติซึ่งความเห็นดังกล่าวมีความ

ในขณะที่ International Livestock Research Institute (ILRI) (1995) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของนโยบายที่สำคัญ 2 องค์ประกอบ คือ 1) วัตถุประสงค์ของนโยบาย (Policy Objectives) 2) เครื่องมือของนโยบาย (Policy Instruments) โดยวัตถุประสงค์ของนโยบาย หมายถึง จุดหมาย (Ends) ที่เป็นเป้าหมายที่คาดหวังให้บรรลุผล และเครื่องมือของนโยบาย หมายถึง วิธีการ (Means) ที่จะทำให้บรรลุผลในจุดหมายนั้น วัตถุประสงค์หนึ่ง ๆ อาจมีวิธีการหรือทางเลือก (Alternatives) เพื่อการปฏิบัติที่หลากหลาย หรือในทางกลับกัน วิธีการหรือทางเลือกหนึ่งอาจสะท้อนเพื่อการบรรลุจุดหมายเกินกว่าหนึ่งจุดหมายได้

จากข้อมูลข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ประกอบของนโยบายได้ กล่าวคือ องค์ประกอบหลักของนโยบายจะประกอบไปด้วย 1) วัตถุประสงค์ของนโยบาย (Policy Goals) โดยวัตถุประสงค์ของนโยบาย หมายถึงเป้าหมายที่ต้องการบรรลุ เช่น การลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมการศึกษา หรือการปกป้องสิ่งแวดล้อม 2) กลไกหรือเครื่องมือในการดำเนินนโยบาย (Policy Instruments) หมายถึง วิธีการหรือเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการ เช่น กฎหมาย ข้อบังคับ เงินอุดหนุน หรือโครงการภาครัฐ 3) กลุ่มเป้าหมายของนโยบาย (Policy Targets) หมายถึง ประชาชนหรือหน่วยงานที่ได้รับผลกระทบจากนโยบายโดยตรง เช่น เกษตรกรในนโยบายส่งเสริมการเกษตร และ 4) ผลกระทบของนโยบาย (Policy Outcomes) หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินนโยบาย ซึ่งอาจเป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนดหรือไม่ก็ได้

3.6 กระบวนการกำหนดนโยบาย

กระบวนการกำหนดนโยบายขององค์กรย่อมมีการกำหนดทิศทางหรือเป้าหมายที่จะปฏิบัติการเพื่อให้เป็นไปตามทิศทาง ในการดำเนินงานขององค์กรนั้น กระบวนการกำหนดนโยบายนั้น เป็นภาระที่สำคัญขององค์กรที่จะต้องจัดทำและปฏิบัติให้เป็นไปตามนโยบายและแผนงานที่กำหนดไว้

กระบวนการกำหนดนโยบายนั้นมีนักวิชาการได้เสนอแนวคิดไว้หลายทัศนะ ดังเช่น

ทวีป ศิริศรีสมิ (2544) ได้กล่าวถึงขั้นตอนกระบวนการกำหนดนโยบายไว้ ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดประเด็นปัญหาและความต้องการบริบทต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ การเมือง และสังคม สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการกำหนดนโยบายของหน่วยงานและองค์การทั้งสิ้น ซึ่งจะต้องวิเคราะห์บริบทดังกล่าวว่ามีปมปัญหาอะไรบ้างอยู่ในบทบาทหน้าที่หรือ ความรับผิดชอบขององค์การที่จะต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับการกำหนดประเด็นปัญหา และความต้องการเจ้าหน้าที่ วิเคราะห์นโยบายหรือเจ้าหน้าที่วางแผน ขององค์การสามารถดำเนินการ ได้ดังนี้

1) ศึกษาค้นคว้า รวบรวมข้อมูลข่าวสาร เศรษฐกิจ การเมืองและสังคม หรือข้อมูลทั้งภายนอกและภายในองค์การให้กว้างขวางเพียงพอที่จะนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการกำหนดปัญหา และความต้องการ โดยวิธีการต่าง ๆ ที่จะได้มาซึ่งข้อมูลดังกล่าว เช่น การวิจัย การสำรวจ ประชามติ การสำรวจตลาด การวิเคราะห์เอกสาร ฯลฯ

2) การวิเคราะห์ แปลความหมายหรือตีความ และสรุปประเด็นปัญหาและความต้องการของสังคมและองค์การ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการกำหนดนโยบาย

3) การคัดเลือก จัดระบบ และจัดลำดับความสำคัญของปัญหา และ ความต้องการ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการพัฒนานโยบาย ซึ่งผู้ปฏิบัติหน้าที่นั้นจะต้องพยายามระบุประเด็นปัญหาให้เป็นรูปธรรมโดยเฉพาะการวิเคราะห์แยกแยะประเภทของปัญหาอย่างเป็นเหตุเป็นผล เพื่อให้เข้าใจสภาพปัญหาและเข้าถึงสาเหตุของปัญหาที่แท้จริง โดยอาจจะใช้การวิเคราะห์โครงสร้างของปัญหา ดังนี้ 1) ตรวจสอบ ความเบี่ยงเบนสภาพที่ควรจะเป็นกับสภาพที่แท้จริง 2) กำหนดขอบเขตของปัญหา ความเบี่ยงเบนระหว่างสภาพที่ควรจะเป็นกับสภาพที่แท้จริง เป็นสิ่งที่สะท้อนให้ปัญหาของเรื่องที่ตรวจสอบ ซึ่งนักพัฒนานโยบายจะต้องกำหนดขอบเขตของปัญหาให้ชัดเจน เพราะบางเรื่องเป็นประเด็นที่เกี่ยวข้องกับหลายเรื่อง การพิจารณาขอบเขตของปัญหาจึงควรมองในภาพรวมให้เห็นทุกด้านของปัญหามากกว่าที่จะพิจารณาทีละปัญหา 3) การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาซึ่งอาจเริ่มจากการตั้งสมมติฐานเบื้องต้นก่อนว่าปัญหานั้นจะมาจากสาเหตุใด แล้วหาข้อมูลและเหตุผลมาสนับสนุนและยืนยันสมมติฐานนั้น ๆ ซึ่งจะต้องระมัดระวังเพราะการตั้งสมมติฐานที่ผิดพลาดก็จะนำไปสู่การแก้ปัญหาที่ผิดพลาด 4) ระบุปัญหา ผลจากการตรวจสอบสมมติฐาน ซึ่งอาจดำเนินการโดยการศึกษาวิจัย การสำรวจ หรือการศึกษาข้อมูลในรูปแบบต่าง ๆ แล้วจะยืนยันได้ว่าอะไรคือปัญหาที่แท้จริง เพราะการระบุปัญหาถือเป็นหัวใจ ของการแก้ไขปัญหา ซึ่งจะทำให้นโยบายมีความชัดเจนและสามารถนำไปดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องหลังจากการวิเคราะห์ปัญหาต่าง ๆ ที่ได้รับรู้มาทั้งหมดดังที่

กล่าวมา นักพัฒนานโยบายจะต้องคัดเลือกปัญหา นำปัญหาที่อยู่ในกรอบนโยบายไปจัดทำร่างนโยบายต่อไป ส่วนปัญหาที่ไม่อยู่ในกรอบหรือเรื่องที่ไม่สำคัญเร่งด่วนเพียงพอก็อาจจะไว้ก่อน

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดเค้าโครงนโยบายเบื้องต้น และการพัฒนานโยบาย เมื่อกำหนดนโยบายปัญหาให้มีความชัดเจนในลักษณะของปัญหานโยบายแล้ว ขั้นตอนต่อไปนักพัฒนานโยบายจะต้องดำเนินการ คือการกำหนดเค้าโครงนโยบายเบื้องต้น และการพัฒนานโยบาย ซึ่งมีกิจกรรมที่จะต้องดำเนินการตามลำดับ คือ

1) การกำหนดทางเลือกหรือวิธีการแก้ปัญหา โดยอาศัยความรู้ทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับประสบการณ์ และจินตนาการของนักพัฒนานโยบาย โดยมุ่งแก้ที่สาเหตุของปัญหา ซึ่งในบางกรณีอาจมีการสร้างแบบจำลองทางเลือกแต่ละทาง เพื่อแสดงให้เห็นว่าทางเลือกนั้น ๆ จะมีส่วนช่วยแก้ปัญหาในลักษณะใด และจะส่งผลกระทบอย่างไรต่อสถานการณ์ของปัญหานั้น ๆ เพื่อประกอบการวิเคราะห์ในขั้นต่อไป

2) การวิเคราะห์ทางเลือก หรือวิธีการแก้ปัญหา ในขั้นตอนนี้เป็นการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนทางเลือกการแก้ปัญหาแต่ละทาง โดยใช้หลักเกณฑ์ในการพิจารณาซึ่งมักจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับวิธีการวัด การคำนวณค่าใช้จ่ายหรือต้นทุน ผลกระทบในทางลบ ผลตอบแทนหรือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ตลอดจนเงื่อนไขต่าง ๆ เกี่ยวข้องกับการนำทางเลือกไปปฏิบัติ เช่น เงื่อนไขด้านการเมือง การบริหาร และบริบทหรือสภาวะแวดล้อมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง นักพัฒนานโยบายจะคัดเลือกทางเลือกที่อยู่ในเกณฑ์ดีและมี ความเป็นไปได้สูงจำนวนหนึ่ง เพื่อจัดทำร่างนโยบายเบื้องต้นต่อไป ส่วนทางเลือกอื่น ๆ ก็จะถูกตัดทิ้งไป

3) การจัดทำเค้าโครงนโยบายเบื้องต้น เป็นการนำทางเลือกการแก้ปัญหาที่ผ่านการพิจารณาคัดเลือกแล้วมาจัดทำรายละเอียดในรูปของแผนงาน โครงการ และกิจกรรมต่าง ๆ ตามกรณีและประมวลเป็นเค้าโครงนโยบายในเรื่องนั้น ๆ เพื่อเสนอขอความเห็นชอบ และขอรับการจัดสรรงบประมาณจากผู้มีอำนาจอนุมัติตามลำดับต่อไป

4) การพิจารณาถ่วงถ่วงและการอนุมัตินโยบาย จะมี 1) การพิจารณาถ่วงถ่วงนโยบาย หน่วยงานระดับสูงขึ้นไปจะทำหน้าที่ถ่วงถ่วงตามความเหมาะสมของเค้าโครงร่างนโยบายที่หน่วยงานระดับล่างเสนอขึ้นไป และทำหน้าที่ประสานแนวนโยบายของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันให้สอดคล้องสนับสนุนซึ่งกันและกัน เพื่อให้การวางนโยบายในเรื่องต่าง ๆ ผสมผสานกันและมีเอกภาพ 2) การพิจารณาอนุมัตินโยบาย การอนุมัตินโยบายที่ผ่านการถ่วงถ่วงและประสานแนวนโยบายแล้วนั้น จะครอบคลุมถึงการอนุมัติงบประมาณและทรัพยากรอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการดำเนินนโยบายเรื่องนั้น ๆ โดยอัตโนมัติ 3) การประกาศใช้นโยบาย หลังจากเค้าโครงหรือร่างนโยบายเรื่องใด ๆ ผ่านการพิจารณาอนุมัติแล้ว ก็จะประกาศใช้นโยบายเรื่องนั้น ๆ โดยทั่วไป ซึ่งอาจปรากฏออกมาในลักษณะของระเบียบวิธีการดำเนินงาน ประกาศ คำสั่ง พระราชบัญญัติ พระราช

กฤษฎีกา กฎกระทรวง แผนงานโครงการอื่น ๆ ตามแต่กรณี ซึ่งสามารถกระทำได้หลายวิธี ตามแต่ลักษณะของนโยบายนั้น ๆ เช่น การประกาศในราชกิจจานุเบกษา การประกาศทางสถานีวิทยุ โทรทัศน์การประกาศในหนังสือสั่งการหรือหนังสือราชการ เอกสาร แผนงบประมาณประจำปี เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การนำนโยบายไปปฏิบัติ ขั้นนี้เป็นการนำนโยบายไปใช้ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของนโยบายที่กำหนดไว้โดยองค์กร หรือหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ในกรณีของนโยบายสาธารณะ ผู้ที่จะนำไปปฏิบัติ คือ ส่วนราชการต่าง ๆ ได้แก่ กระทรวง ทบวง กรม ตลอดจนหน่วยงานรัฐวิสาหกิจต่าง ๆ และในปัจจุบันภาคเอกชนก็ได้เข้ามามีบทบาทในการนำนโยบายไปปฏิบัติที่มีความสำคัญพอ ๆ กับภาครัฐการนำนโยบายไปปฏิบัติจะต้องอาศัยระยะเวลา และดำเนินการอย่างเป็นกระบวนการคือ เป็นขั้นตอนที่ต่อเนื่องกัน ได้แก่

- 1) การแปลความหมายของนโยบาย
- 2) การรวบรวมทรัพยากรเพื่อปฏิบัติตามนโยบาย
- 3) การวางแผนเพื่อปฏิบัติตามนโยบาย
- 4) การเตรียมการเพื่อนำนโยบายไปปฏิบัติ เช่น การจัดองค์การ การพัฒนาองค์การ การพัฒนาวิธีการบริหารงานขององค์การ การพัฒนาระบบการสื่อสาร การพัฒนาบุคคลกรเป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องสนับสนุนการดำเนินงานจากนโยบาย

- 5) การปฏิบัติตามนโยบาย เป็นการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการที่กำหนดไว้ เช่น การดำเนินการเกี่ยวกับการเบิกจ่ายงบประมาณ การดำเนินการเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างการบริการสาธารณะแก่ประชาชน การรักษาระเบียบกฎหมายบ้านเมือง โดยตลอดระยะเวลาที่ปฏิบัติตามนโยบายหน่วยงานระดับสูงขึ้นไปก็จะกระตุ้นหรือผลักดันให้หน่วยงานระดับล่างดำเนินการตามแผนงาน โครงการหรือกิจกรรมที่กำหนดไว้ ซึ่งเรียกลักษณะการดำเนินการดังกล่าวนี้ว่า การบริหารนโยบาย

- 6) การติดตามผลการปฏิบัติตามนโยบาย เพื่อให้การปฏิบัติตามนโยบายบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ การติดตามผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งมีหลายลักษณะ เช่น การรายงานผลการปฏิบัติงาน การตรวจเยี่ยม และติดตามโดยส่วนกลาง ในรูปของผู้ตรวจราชการ

ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลนโยบาย การประเมินนโยบายเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารนโยบายที่ผู้บริหารนโยบายจะต้องกำหนดไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อการตัดสินใจว่า นโยบายที่กำลังดำเนินการอยู่นั้นยังเหมาะสมที่จะต้องใช้ต่อไป หรือต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือยกเลิก การประเมินผลนโยบายเป็นการประเมินใน 2 ลักษณะ คือ

- 1) การประเมินผลระบบ หรือกระบวนการกำหนดนโยบายเป็นการประเมินเพื่อหาข้อสรุปว่า ระบบ หรือกระบวนการกำหนดนโยบายที่สร้างขึ้นนั้นมีความเป็นไปได้ มีประสิทธิผล และมี

ปัญหาอุปสรรคมากนักน้อยเพียงใด ซึ่งมีจุดเน้นที่สำคัญ คือ การตรวจสอบระบบของนโยบายใน 3 ส่วน คือ สิ่งป้อนเข้าหรือข้อมูลนำเข้า กระบวนการและผลผลิต

2) การประเมินผลการดำเนินงานตามนโยบาย ประกอบด้วย การประเมิน แผนกลยุทธ์ การประเมินสัมฤทธิ์ผลของนโยบายเฉพาะด้าน (ทวีป ศิริรัศมี, 2544)

มยุรี อนุมานราชธน (2549) ได้อธิบายเกี่ยวกับกระบวนการกำหนดนโยบายจะก่อให้เกิดผลผลิตเป็นนโยบายหนึ่ง ๆ ได้หรือไม่ และกระบวนการกำหนดนโยบายจะมีศักยภาพมากนักน้อยเพียงใดหรือไม่ ขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและวิธีการต่อตัวของประเด็นปัญหานโยบาย ถ้าหากนักวิเคราะห์นโยบายและ/หรือผู้มีอำนาจตัดสินใจไม่สามารถค้นหาประเด็นปัญหาได้ตั้งแต่เริ่มแรกที่มีปัญหาเกิดขึ้น อาจทำให้การกำหนดนโยบายหนึ่ง ๆ ต้องสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากเพื่อใช้เทคนิคต่าง ๆ มาประเมินทางเลือกของนโยบายนั้นในภายหลัง นอกจากนี้ อาจทำให้ไม่สามารถหาทางเลือกจำนวนมากมาพิจารณาได้ เพราะมีเวลาจำกัด โดยทั่วไปองค์การต่าง ๆ ภาครัฐกำหนดปัญหา โอกาส และอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้นได้ ทั้งด้วยวิธีที่เป็นทางการ และที่ไม่เป็นทางการ เพื่อนำผลการวิเคราะห์มากำหนดนโยบายหนึ่ง ๆ แต่วิธีการที่ใช้ระบุประเด็นปัญหานโยบายและนำประเด็นปัญหานั้นเข้าสู่วาระนโยบายส่วนมากมักเป็นวิธีการทางการเมือง ถ้าประเด็นปัญหาก่อตัวในลักษณะที่ชัดเจนมาก อาจจะช่วยให้กระบวนการก่อตัวของประเด็นปัญหานโยบายโดยรวมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

นอกจากนี้ เรื่องวิทย์ เกษสุวรรณ (2550) ยังกล่าวถึงการกำหนดนโยบายเป็นขั้นตอนสำคัญของกระบวนการนโยบาย เมื่อกำหนดนโยบายได้แล้วก็จะนำไปสู่การปฏิบัติจริงต่อไป การกำหนดนโยบายยังแยกออกเป็น 2 ขั้น ได้แก่ การสร้างระเบียบวาระหรือการกำหนดระเบียบวาระ (Agenda Building or Agenda Setting) และการกำหนดนโยบาย (Policy Formulation) ระเบียบวาระนโยบายมีความสำคัญต่อการกำหนดนโยบาย หากไม่มีระเบียบวาระนโยบายก็จะมีใครนำประเด็นปัญหามาพิจารณา ส่วนการกำหนดนโยบายเป็น การจัดเตรียมแผนเพื่อแก้ปัญหาตามระเบียบวาระขั้นตอนทั้งสองนี้สัมพันธ์กัน เพราะก่อนกำหนดระเบียบวาระนโยบายก็ต้องคิดหาทางแก้ปัญหาไว้ก่อน อันได้แก่ การคาดการณ์ถึงแนวทางกำหนดนโยบาย ขณะเดียวกันลักษณะการบรรจุเป็นระเบียบวาระนโยบายก็เป็นตัวชี้วัดว่าแนวทางการแก้ปัญหา นโยบายจะเป็นอย่างไร

Dye (1981) ได้ให้ทัศนะถึงกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะว่าเป็นกิจกรรมทางการเมืองที่อาจสรุปขึ้นเป็นขั้นตอนใหญ่ ๆ 5 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) ขั้นระบุปัญหา เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวข้องกับการแสดงออกถึงความต้องการต่าง ๆ ที่เรียกร้องให้รัฐบาลดำเนินการ
- 2) ขั้นจัดทำข้อเสนอนโยบาย เป็นขั้นตอนของการกำหนดวาระเพื่อให้เกิดการอภิปรายในวงกว้าง และการจัดทำข้อเสนอแผนงานเกี่ยวกับแนวทางแก้ไขปัญหา

3) ขึ้นประกาศเป็นนโยบาย เป็นขั้นตอนของการคัดเลือกข้อเสนอ นโยบาย การสร้าง การสนับสนุนทางการเมือง และการประกาศใช้นโยบาย

4) ขึ้นดำเนินการตามนโยบาย เป็นขั้นตอนของการจัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบ การ จัดสรรงบประมาณ หรือบริการที่จำเป็น และการจัดเก็บภาษี

5) ขึ้นประเมินผล ในขั้นตอนนี้จะมีการศึกษาแผนงานต่าง ๆ การรายงานผลลัพธ์ที่ เกิดจากแผนงานเหล่านั้น การประเมินผลกระทบของโครงการที่มีต่อสังคม ทั้งกลุ่มเป้าหมายและกลุ่ม ที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการเสนอแนะแนวทางในการเปลี่ยนแปลงและปรับปรุง

กล่าวโดยสรุป กระบวนการกำหนดนโยบายมี 4 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ ขั้นตอนการศึกษาบริบท เพื่อจัดทำร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ขั้นตอนการร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ขั้นตอนการปรับปรุง และพัฒนา และขั้นตอนการประกาศเป็นนโยบาย

3.7 ข้อควรคำนึงในการกำหนดนโยบาย

การกำหนดนโยบายหลักเป็นหน้าที่ของผู้บริหารระดับสูง แล้วผู้บริหารระดับรองลงมาเป็น ผู้นำนโยบายนั้นไปปฏิบัติอย่างรอบคอบและเต็มความสามารถ เพื่อให้นโยบายนั้นบรรลุเป้าหมายที่ กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม การที่จะให้เป็นไปตามความคาดหวังดังกล่าว ผู้ที่กำหนดนโยบายจะต้อง คำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้

1) ความรอบคอบ ครบถ้วนสมบูรณ์ ความถูกต้อง และความเป็นปัจจุบันของข้อมูล และสารสนเทศต่างๆ ที่นำมาใช้ในการกำหนดนโยบาย

2) วิสัยทัศน์ บทบาท หน้าที่ และภารกิจ หรือพันธกิจขององค์การหรือหน่วยงาน

3) ผลประโยชน์ขององค์การหรือหน่วยงาน

4) ความต้องการของสังคมหรือคนส่วนใหญ่ที่จะได้รับผลกระทบจากการนำนโยบายนั้น ไปใช้

5) เหตุผล และความเป็นไปได้ในการนำนโยบายไปปฏิบัติ

ข้อควรคำนึงทั้ง 5 ข้อดังกล่าวข้างต้นเป็นการพิจารณาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบหรือมีอิทธิพล ต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ นับตั้งแต่ความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติ ฐานะทางเศรษฐกิจของ องค์การหรือหน่วยงาน ระเบียบและกฎหมายของสังคมวัฒนธรรมโดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านค่านิยม และความเชื่อของสังคม ตลอดจนบริบททางการเมืองการปกครองของประเทศ และสภาพปัจจุบันทาง ภูมิศาสตร์นับตั้งแต่ สถานที่ตั้ง พื้นที่ อาณาเขต สภาพภูมิอากาศขององค์การหรือหน่วยงาน

นอกจากนี้ มานิตย์ ผิวนาว (ออนไลน์) ยังได้กล่าวถึงข้อควรคำนึงในการกำหนดนโยบาย ดังนี้

1) ผู้ทำหน้าที่ควรมีความสุขุมรอบคอบ มีความรอบรู้ในการวิเคราะห์ข้อมูลข่าวสาร ต่างๆ

2) ทรัพยากรที่ใช้ตามนโยบาย ทั้งเวลา ทุนทรัพย์ กำลังคน

3) ความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมาย ตลอดจนภาระหน้าที่ที่รับผิดชอบ
 4) ต้องคำนึงถึงความต้องการของคนส่วนใหญ่
 5) คำนึงถึงเหตุผล และความเป็นไปได้ ปัจจัยและสิ่งแวดล้อมต่างๆ ทั้งค่านิยม วัฒนธรรม ความเชื่อกฎระเบียบต่าง ๆ

6) คำนึงถึงความรู้ความสามารถของผู้ปฏิบัติ
 7) ต้องสนับสนุนเป้าหมายที่เป็นภารกิจหลักของผู้กำหนดนโยบาย
 8) ให้สอดคล้องกับนโยบายของหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกัน
 9) ต้องมีความยืดหยุ่น สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป
 10) ควรแตกต่างไปจากกฎระเบียบของสังคมที่ไม่ค่อยมีการเปลี่ยนแปลง
 11) ควรมีลักษณะชัดเจน เป็นลายลักษณ์อักษร เพื่อชี้ให้เห็นการตัดสินใจในอดีต เสริมสร้างความมั่นใจการกำหนดนโยบาย ช่วยลดปัญหาการบริหารงานที่ซ้ำซ้อน

3.8 รูปแบบการกำหนดนโยบาย

รูปแบบการกำหนดนโยบายนั้น วิโรจน์ สารรัตนะ (2548) ได้กล่าวถึงการกำหนดนโยบายว่ามีหลายรูปแบบ โดยนำเสนอรูปแบบการกำหนดนโยบายไว้ทั้งหมด 7 รูปแบบ ดังนี้

1) รูปแบบผู้นำ (Elite Model) ผู้กำหนดนโยบายคือผู้นำ ยึดหลักอำนาจนิยมว่าผู้นำต้องการอะไร เมื่อกำหนดแล้วผู้ตามมีหน้าที่น่านโยบายไปปฏิบัติให้บรรลุผล

2) รูปแบบกลุ่ม (Group Model) เป็นการกำหนดนโยบายโดยกลุ่ม ยึดหลักการมีส่วนร่วมและการหาจุดร่วมระหว่างกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ โดยอาศัยหลักการเสียงข้างมาก การประนีประนอม หรือ การเจรจาต่อรอง

3) รูปแบบสถาบัน (Institution Model) กำหนดโดยสถาบัน ยึดหลักความเป็นสถาบัน อ้างอิงความเป็นสถาบันที่ทุกคนต้องปฏิบัติตาม หากไม่ปฏิบัติตามอาจมีบทลงโทษ

4) รูปแบบค่อยเป็นค่อยไป (Incremental Model) ยึดหลักแนวคิดความต่อเนื่องจากอดีตสู่ปัจจุบันและอนาคต ทั้งนี้อาจเนื่องจากมีเวลาจำกัด งบประมาณน้อย ขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ

5) รูปแบบระบบ (System Model) โดยการยึดถือแนวคิดนโยบายเป็นปัจจัยป้อนออก(Output) เกิดขึ้นจากปัจจัยป้อนเข้า (Input) ของความต้องการ ปัญหาหรือข้อเรียกร้องต่าง ๆ ของกลุ่มผลประโยชน์ ในสังคมหรือองค์การ แล้วมีกระบวนการ (Process) ของโครงสร้างของสังคมหรือองค์การที่จะกำหนดเป็นนโยบายออกมา

6) รูปแบบกระบวนการ (Process Model) โดยการยึดถือแนวคิดการกำหนดนโยบายคือขั้นตอนต่างๆของกิจกรรมที่เป็นกระบวนการ เช่น การกำหนดปัญหา ข้อเรียกร้อง ความ

ต้องการ การเสนอแนะทางเลือก และนโยบายที่หลากหลาย มีขั้นตอนการเลือกนโยบายที่ดีที่สุดหรือที่เหมาะสมที่สุด มีขั้นตอนการนำเอานโยบายไปปฏิบัติและมีขั้นตอนการประเมินนโยบาย

7) รูปแบบมีเหตุผล (Rational Model) คำนึงถึงผลตอบแทน (Gain) ที่จะได้รับมากกว่าค่าใช้จ่าย (Cost) ซึ่งผลตอบแทนมิได้หมายถึงเฉพาะเรื่องเงินเท่านั้นแต่หมายถึงผลได้ผลเสียในด้านอื่นด้วย ซึ่ง การที่จะกำหนดนโยบายในแบบนี้ออกมาได้ ผู้กำหนดนโยบายต้องมีความรู้ความสามารถหลายประการ เช่น รู้ว่าองค์การหรือสังคมต้องการอะไร มีน้ำหนักมากน้อยกว่ากันอย่างไร รู้ทางเลือกนโยบายทุกทางที่มีอยู่ สามารถคาดการณ์ผลของทางเลือกนโยบายแต่ละทางได้ถูกต้อง สามารถคำนวณหาอัตราส่วนระหว่างผลตอบแทนและค่าใช้จ่ายสำหรับแต่ละทางเลือก และสามารถเลือกนโยบายที่ให้ประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2566) ได้กล่าวถึงรูปแบบของการกำหนดนโยบาย ซึ่งประกอบไปด้วย

1) รูปแบบ Top-Down เป็นการออกแบบการทำงาน ลักษณะการทำงาน รวมถึงเอกสาร เครื่องมือต่าง ๆ ที่ใช้ในกระบวนการทำงานจากผู้บริหารระดับสูงเป็นผู้ออกแบบ และจัดทำขึ้นมา ซึ่งข้อดีของการบริหารจัดการแบบนี้ คือ กระบวนการทำงานได้จากประสบการณ์ทำงานของผู้บริหารระดับสูง มีการวางแผนป้องกันข้อผิดพลาดล่วงหน้า แต่ข้อเสียของการบริหารจัดการแบบนี้ คือ หากระหว่างการทำงานมีการเปลี่ยนแปลง หรือปรับปรุงกระบวนการทำงาน ให้เหมาะสมกับสถานการณ์นั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นจะทำให้การทำงานไม่สอดคล้องกับนโยบาย หรือกระบวนการที่กำหนดไว้ การจะปรับปรุงกระบวนการใหม่ให้สอดคล้องกับการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไปก็จะทำได้ช้า เพราะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้บริหารระดับสูงก่อน

2) Bottom-Up เป็นการออกแบบการทำงานที่ตรงกันข้ามกับ Top-Down โดยพนักงานจะเป็นผู้เสนอกระบวนการทำงาน เครื่องมือหรือเอกสารที่ใช้ในการทำงาน รวมถึงการ Control ต่าง ๆ ขึ้นมาให้กับผู้บริหารระดับสูง ซึ่งจะทำให้สอดคล้องกับการปฏิบัติงาน แต่การทำงานแบบ Bottom-Up นั้นจะต้องมีการสื่อสารที่รวดเร็ว แม่นยำ ตลอดจนผู้บริหารจะต้องทำงานใกล้ชิดกับพนักงานเพื่อคอยปรับปรุงนโยบายการทำงานให้ทันสมัยอยู่เสมอ และการกระทำที่กระทบกับฝ่ายอื่นๆ ก็จะต้องมีการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง

โดยทั่วไปองค์กร จะเริ่มการจัดวางแผนนโยบายต่าง ๆ จาก Top-Down ก่อนแล้วต่อไปก็จะค่อย ๆ เปลี่ยนไปใช้แบบ Bottom-Up กล่าวคือ เริ่มต้นนโยบายและกระบวนการทำงานต่าง ๆ จากผู้บริหารระดับสูงก่อน จากนั้นเมื่อนำไปใช้งานแล้วเกิดความไม่สอดคล้องหรือมีการ Control ที่ไม่เพียงพอ ก็เปิดโอกาสให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถที่จะนำเสนอแนวทางการทำงานกลับมายังผู้บริหารระดับสูง เพื่อทำการตัดสินใจและอนุมัติการทำงานในรูปแบบใหม่ ซึ่งส่วนนี้จะเป็นการทำงานแบบ Bottom-Up ที่ถูกนำมาใช้เพื่อการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้นนั่นเอง

3.9 วงจรของนโยบาย (Policy Cycle)

วงจรของนโยบาย (Policy Cycle) มีกระบวนการสำคัญ คือ

- 1) การก่อตัวนโยบาย (policy formation) เกิดอะไรขึ้นบ้าง
- 2) การกำหนดนโยบาย (policy formulation) มีแนวทางอย่างไรบ้าง
- 3) การตัดสินใจนโยบาย (policy decision) จะเลือกแนวทางใดดี
- 4) การนำนโยบายไปปฏิบัติ (policy implementation) จะนำแนวทางที่ได้ไป

ดำเนินการอย่างไร

- 5) การประเมินผลนโยบาย (policy evaluation) ดำเนินการตามแนวทางได้ผล

หรือไม่



ภาพที่ 1 แสดงวงจรของนโยบาย (Policy Cycle)

ที่มา : ผู้วิจัย (ปรับปรุงจากสำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2566))

3.9.1 การก่อตัวนโยบาย (policy formation)

การศึกษากระบวนการกำหนดนโยบายต้องเริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์ลักษณะและสภาพของปัญหาสาธารณะให้ชัดเจน เพื่อให้มั่นใจว่าปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นคืออะไร เกิดขึ้นกับกลุ่มคนใด และส่งผลกระทบต่อสังคมอย่างไร รวมถึงต้องพิจารณาถึงความเร่งด่วนในการแก้ไขปัญหา ความต้องการของประชาชนในการแก้ไขปัญหา ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นหากไม่แก้ไขปัญหา ผู้ที่จะได้รับและเสียประโยชน์จากการแก้ไขปัญหาของรัฐบาล ผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการแก้ไขปัญหาเป็นไปตามที่คาดหวังหรือไม่ ผู้รับผิดชอบในการนำนโยบายไปปฏิบัติ และทรัพยากรที่ต้องใช้ในการดำเนินการ การระบุปัญหาที่ชัดเจนจะเป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดวัตถุประสงค์ของการแก้ไขปัญหาให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาที่เป็นอยู่

ปัญหาสาธารณะที่จะถูกนำมาพิจารณาเป็นประเด็นนโยบาย หรือเข้าสู่การพิจารณาของผู้กำหนดนโยบายสาธารณะ มักมีลักษณะดังนี้

- 1) เกิดขึ้นจากเหตุการณ์ทางธรรมชาติ หรือความรุนแรงทางการเมือง เช่น น้ำท่วม หรือภัยแล้ง
- 2) มีการขยายตัวและกระจายผลกระทบในวงกว้าง เช่น ปัญหาการขยายตัวของเมือง
- 3) เป็นประเด็นที่ส่งผลกระทบต่อความรู้สึกของผู้คน และได้รับความสนใจจากสื่อมวลชน เช่น ปัญหาอาชญากรรม หรือปัญหาแรงงานเด็ก
- 4) ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหามลพิษ ขยะ หรือฝุ่นควัน
- 5) ทำลายอำนาจและความชอบธรรมของรัฐ เช่น ปัญหาการแบ่งแยกดินแดน
- 6) เป็นประเด็นที่อยู่ในความสนใจของสังคมในยุคนั้น ๆ เช่น ปัญหาการจราจร หรือปัญหาโรคเอดส์

3.9.2 การกำหนดนโยบาย (Policy formulation)

ในการพิจารณาปัญหาเพื่อนำเข้าสู่กระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะตามกรอบการวิเคราะห์ “เชิงระบบ” หรือ “ทฤษฎีระบบ” จะประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า ระบบ และปัจจัยนำออก ดังนี้

ปัจจัยนำเข้า ได้แก่ ปัญหาทั่วไป ปัญหาสังคม ประเด็นปัญหาสังคม และข้อเสนอของสังคม ในสถานการณ์ที่สภาการเมืองมีบทบาทสูง ปัจจัยนำเข้าอาจมาจากการที่พรรคการเมืองต่าง ๆ นำเสนอนโยบายในการหาเสียงเลือกตั้ง และกลายเป็นข้อผูกมัดที่ต้องนำมากำหนดเป็นนโยบายสาธารณะ

ระบบการเมือง คือ ข้อเสนอของรัฐบาล ซึ่งในปัจจุบันรัฐบาลได้เสนอนโยบายต่าง ๆ เช่น นโยบายกองทุนให้กู้ยืมเพื่อการศึกษาที่เชื่อมโยงกับรายได้ในอนาคต และนโยบายการจัดสรรงบประมาณตามจำนวนประชากรให้กับหมู่บ้านและชุมชน

ปัจจัยนำออก คือ นโยบาย ซึ่งอาจอยู่ในรูปแบบของกฎหมายต่าง ๆ เช่น พระราชบัญญัติ พระราชกฤษฎีกา ประกาศ หรือคำสั่งกระทรวง

ขณะเดียวกัน ก็จะมีการป้อนข้อมูลกลับเข้าสู่ระบบการเมือง โดยมีสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดและเปลี่ยนแปลงนโยบาย ซึ่งมีทั้งปัจจัยที่ควบคุมได้และควบคุมไม่ได้

3.9.3 การตัดสินใจนโยบาย (Policy decision)

การเลือกนโยบาย หมายถึง การตัดสินใจเลือกแนวทางนโยบายที่เหมาะสมที่สุด ซึ่งสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่ต้องการได้ อาจรวมถึงการเลือกใช้นโยบาย เทคนิค และกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ หลักจริยธรรมหรือคุณธรรมมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อค่านิยมที่เป็นพื้นฐานในการตัดสินใจเลือกนโยบาย

การพิจารณาทางเลือกนโยบาย จะพิจารณาจาก

- 1) ประสิทธิภาพ (Effectiveness) ความสามารถในการบรรลุเป้าหมายของ
ทางเลือก
- 2) ประสิทธิภาพ (Efficiency) ความสามารถในการผลิตผลผลิตเปรียบเทียบจาก
ต้นทุน
- 3) ความพอเพียง (Adequacy) ความสามารถในการดำเนินการให้บรรลุ
เป้าหมายภายใต้ข้อจำกัดของทรัพยากรที่มีอยู่
- 4) ความเป็นธรรม (Equity) การกระจายตัวของผลการดำเนินการตาม
ทางเลือก
- 5) การตอบสนอง (Responsiveness) ความสามารถในการตอบสนอง
ความต้องการของประชาชนกลุ่มต่าง ๆ
- 6) ความเหมาะสม (Appropriateness) การพิจารณาเชิงคุณค่าและความ
เป็นไปได้ในทางกลยุทธ์ในการตัดสินใจเลือกนโยบาย

3.9.4 การนำนโยบายไปปฏิบัติ (Policy implementation)

ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ได้แก่ 1) ฝ่ายนิติบัญญัติ 2) ฝ่ายบริหารหรือระบบราชการ 3) กลุ่มกดดัน และ 4) องค์กรชุมชนหรือภาคประชาสังคม

ความสำเร็จของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ความซับซ้อนของสถานการณ์ ปัญหาที่เผชิญ โครงสร้างของเนื้อหา นโยบาย และปัจจัยภายนอกที่เกี่ยวข้องกับนโยบาย

กระบวนการที่เป็นปัญหาการนำนโยบายไปปฏิบัติ

1) ปัญหาทางด้านสมรรถนะ: ปัจจัยบุคลากร เงินทุน เครื่องจักร วัสดุ ข้อมูล ข่าวสาร เวลา (จำกัด) เทคโนโลยี (4MI2T) Man, Money, Machine, Material, Information, Time, Technology

- 2) ความสามารถในการควบคุม : การวัดความก้าวหน้าและผลการปฏิบัติ
- 3) การไม่ให้ความร่วมมือหรือต่อต้าน ทางบุคลากรในหน่วยงาน
- 4) การประสานงานระหว่างองค์กรรับผิดชอบกับองค์กรอื่น ๆ
- 5) การไม่ให้ความสนับสนุนทางผู้เกี่ยวข้อง ทั้งในด้านการเมือง เงินทุนงบประมาณ แต่กลับสร้างอุปสรรคในแง่ลบ

3.9.5 การประเมินผลนโยบาย (Policy evaluation)

การประเมินผลนโยบายมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติเป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ หากไม่เป็นไปตามเป้าหมาย จะได้มีการปรับปรุง

แผนงานหรือโครงการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายได้มากขึ้น นอกจากนี้ การประเมินผลยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการตัดสินใจว่า แผนงานหรือโครงการนั้น ๆ ควรดำเนินการต่อไป หรือยุติ

ในการประเมินผลโครงการ มักมีคำถามสำคัญที่ต้องพิจารณา เช่น วัตถุประสงค์ของการประเมิน และความจำเป็นในการประเมินผล ซึ่งในการบริหารจัดการสมัยใหม่ หรือการบริหารในระบบเปิด (Open System) การประเมินผลถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่ง โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1) เพื่อสนับสนุนหรือยกเลิกโครงการ: การประเมินผลเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจว่าควรยกเลิกโครงการ หรือสนับสนุนให้มีการขยายผล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีของโครงการใหม่ ที่ยังอยู่ในขั้นทดลองและมีความเสี่ยงที่จะเกิดข้อผิดพลาดได้ง่าย หากผลการประเมินบ่งชี้ว่าโครงการประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่กำหนดไว้ ก็ควรดำเนินการต่อไป แต่หากประเมินแล้วพบว่าโครงการมีปัญหา หรือมีผลกระทบด้านลบมากกว่าด้านบวก ก็ควรยกเลิก

2) เพื่อติดตามความก้าวหน้าของการดำเนินงาน: การประเมินผลช่วยให้ทราบว่า การดำเนินงานตามโครงการเป็นไปตามวัตถุประสงค์ เป้าหมาย กฎเกณฑ์ หรือมาตรฐานที่กำหนดไว้หรือไม่

3) เพื่อปรับปรุงการดำเนินงาน: หากผลการดำเนินงานไม่บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ทั้งหมด การประเมินผลจะช่วยให้พิจารณาว่าโครงการมีข้อบกพร่องในด้านใด เช่น ขาดความร่วมมือจากประชาชน ขัดต่อค่านิยมของประชาชน ขาดการประชาสัมพันธ์ หรือองค์กรที่รับผิดชอบมีสมรรถนะต่ำ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงแก้ไขโครงการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

4) เพื่อศึกษาทางเลือก ในการดำเนินงานโครงการ ผู้บริหารมักพยายามศึกษาทางเลือกที่ดีที่สุด จากทางเลือกที่มีอยู่อย่างน้อย 2 ทางเลือก การประเมินผลจึงเป็นกระบวนการในการเปรียบเทียบทางเลือกต่าง ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจดำเนินการ เพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

5) เพื่อขยายผลการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ช่วยให้ทราบถึงความสำเร็จของโครงการ และหากผลการประเมินบ่งชี้ว่าโครงการบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ก็ควรพิจารณาขยายผลโครงการ แต่การขยายผลนั้นต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านประชากร เวลา สถานที่ และสถานการณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่

3.10 ข้อเสนอเชิงนโยบาย

การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย มีข้อพิจารณาใน 5 ประเด็น ประกอบไปด้วย

1) การนิยามความหมาย

2) 3 คำสำคัญ (3 Keywords) ที่ใช้ประกอบในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย คือ (1) ข้อมูลเชิงพื้นที่ (2) เชิงนโยบาย และ (3) ข้อเสนอ

3) แนวทาง วิธีจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่ และการวิเคราะห์ความสอดคล้อง (Method of agreement)

4) การสรุปเป็นข้อเสนอแนะ

5) รายละเอียดของเล่มรายงานข้อเสนอเชิงนโยบาย

3.10.1 การนิยามความหมาย

การนิยามความหมายในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย สามารถสรุปนิยามความหมายเพื่อสร้างความเข้าใจในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ได้ ใน 3 ประการ คือ

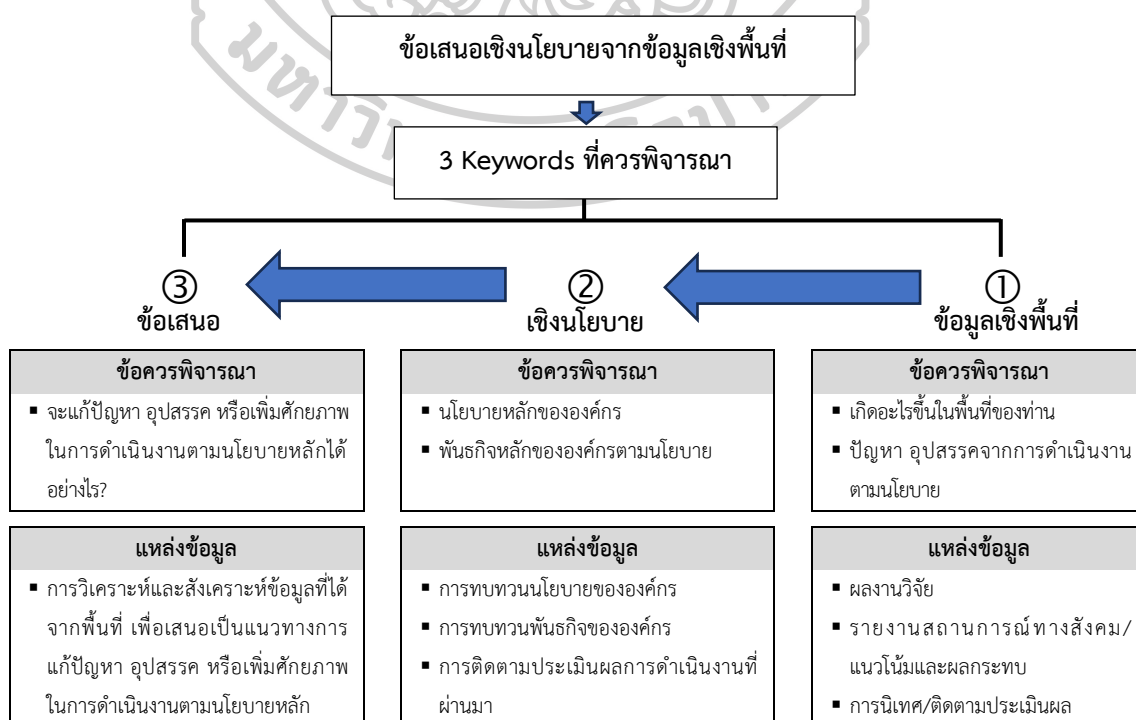
1) ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเป็นถ้อยคำที่เขียนขึ้นเกี่ยวกับนโยบายหรือปัญหาที่ต้องการแก้ไข/หรือพัฒนา ในรูปแบบของรายงาน

2) ข้อเสนอเชิงนโยบายมีความสำคัญอย่างยิ่งในการเสริมอำนาจในการตัดสินใจกับผู้มีอำนาจในส่วนอื่น ๆ ได้พิจารณาแนวนโยบายที่ได้รับการเสนอ

3) วัตถุประสงค์หลัก เพื่อจัดทำนโยบาย ปรับปรุงนโยบาย หรือ ยกเลิกการใช้ใช้นโยบายนั้น ๆ รวมถึงการดำเนินการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปในอนาคต

3.10.2 3 คำสำคัญ (3 Keywords)

3 คำสำคัญ (3 Keywords) ที่ใช้ประกอบในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย คือ (1) ข้อมูลเชิงพื้นที่ (2) เชนนโยบาย และ (3) ข้อเสนอ เป็นสิ่งที่ผู้จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายควรคำนึงถึง เพื่อให้ข้อเสนอที่จัดทำขึ้นสามารถนำไปใช้ในการปฏิบัติได้จริง โดยมีข้อพิจารณาและแหล่งข้อมูลที่จะนำมาอ้างอิงในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงภาพข้อพิจารณาและแหล่งข้อมูลที่จะนำมาอ้างอิงในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2566)

3.10.3 แนวทาง วิธีจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่

แนวทาง วิธีจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่ เป็นการนำผลที่เกิดจากการดำเนินงานเชิงพื้นที่ ปัญหา อุปสรรคจากการดำเนินงานตามนโยบาย ทั้งนี้อาจพิจารณาค้นหาจากผลงานวิจัย รายงานสถานการณ์ทางสังคม รวมถึงผลการนิเทศติดตามประเมินผลโครงการ เพื่อนำสู่การวิเคราะห์สภาพปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ สู่การจัดทำเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายในแต่ละประเด็นที่เรากำหนด ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงแนวทางวิธีจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2566)

การเชื่อมโยงข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยใช้วิธีการทบทวนนโยบายกระทรวงฯ พันธกิจขององค์กร รวมถึงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยอาศัยหลักการวิเคราะห์ความสอดคล้อง (Method of agreement) เพื่อสร้างความเป็นรูปธรรมสู่การปฏิบัติของข้อเสนอเชิงนโยบายที่จัดทำขึ้น ในที่นี้อาจพิจารณาได้จากองค์ประกอบ 1) ยุทธศาสตร์ชาติ 2) แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) 3) นโยบายของรัฐบาล 4) ทิศทางยุทธศาสตร์ 5) นโยบายพุงเป้า 6) ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด / จังหวัด และ 7) กลไกการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ดังภาพ

เชิงนโยบาย	แนวทาง/วิธีการด้วยหลักการวิเคราะห์ความสอดคล้อง (Method of agreement)						
	ยุทธศาสตร์ชาติ	แผนพัฒนา	นโยบายของรัฐบาล	ทิศทางยุทธศาสตร์	นโยบายทุ่งเป้า	ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัด	กลไกการบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่
ข้อควรพิจารณา - นโยบายหลักของกระทรวงของท่าน - พันธกิจหลักขององค์กรตามนโยบาย	ข้อไหนประเด็นใด	หมวดหมู่ที่	ข้อไหนประเด็นใด	ข้อไหนประเด็นใด	นโยบายใดประเด็นใด	ยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดใดข้อใด	ภาคีเครือข่ายขององค์กรใด
แหล่งข้อมูล - การทบทวนนโยบายกระทรวง - การทบทวนพันธกิจขององค์กร - การติดตามประเมินผลการทำงานที่ผ่านมา							

ภาพที่ 4 แสดงภาพข้อพิจารณาและแหล่งข้อมูลที่จะนำมาอ้างอิงในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย
 ที่มา : สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2566)

แนวทางการวิเคราะห์ความสอดคล้อง (Method of agreement) สามารถวิเคราะห์ได้ใน 2 ส่วนประกอบกัน คือ 1) การวิเคราะห์/สังเคราะห์สภาพปัญหาและอุปสรรค และ 2) การวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อเสนอแนะ โดยจัดเก็บข้อมูลจาก 1) ผลจากการดำเนินงานตามนโยบายที่ผ่านมา 2) เสียงสะท้อนจากประชาชน และ 3) การนิเทศ/ติดตามประเมินผล โดยมีอ้างอิงจาก 1) ผลงานวิจัย และ 2) รายงานสถานการณ์ทางสังคม/แนวโน้มและผลกระทบ ดังตาราง

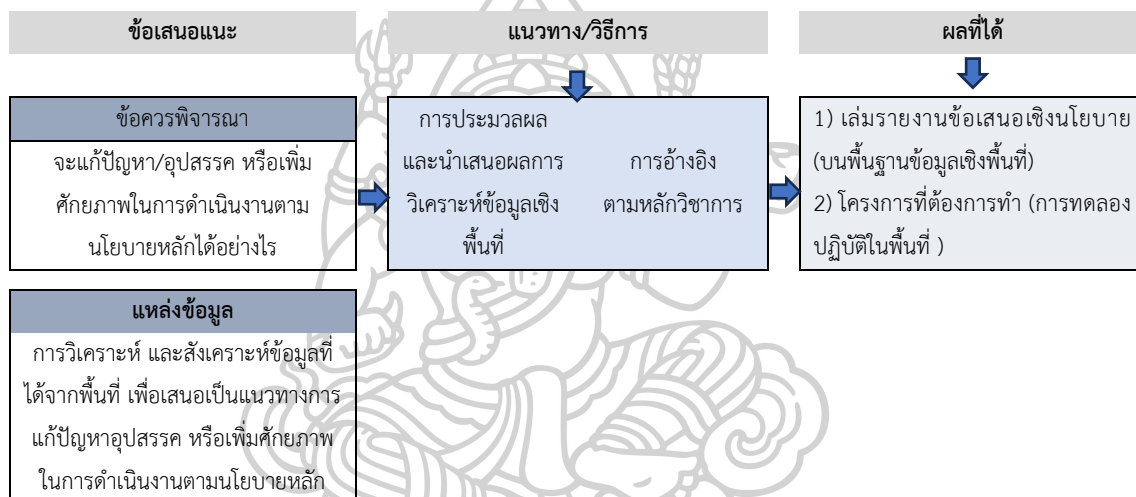
การวิเคราะห์/สังเคราะห์สภาพปัญหาและอุปสรรค		การวิเคราะห์/สังเคราะห์ข้อเสนอแนะ	
ปฐมภูมิ	ทุติยภูมิ	ปฐมภูมิ	ทุติยภูมิ
ผลจากการดำเนินงานตามนโยบายที่ผ่านมา	1) ผลงานวิจัย 2) รายงานสถานการณ์ทางสังคม/แนวโน้มและผลกระทบ	1) เสียงสะท้อนจากประชาชน 2) การนิเทศ/ประเมินผล	1) ผลงานวิจัย 2) รายงานสถานการณ์ทางสังคม /แนวโน้มและผลกระทบ

ภาพที่ 5 แสดงภาพแนวทางการวิเคราะห์ความสอดคล้อง

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2566)

4. การสรุปเป็นข้อเสนอแนะ

แนวทางการจัดทำข้อเสนอแนะ มีข้อพิจารณาในประเด็นที่ข้อเสนอแนะจะนำไปสู่การแก้ปัญหา/อุปสรรค หรือเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานตามนโยบายหลักได้อย่างไร โดยมีแหล่งข้อมูลในการอ้างอิงจากการวิเคราะห์ และสังเคราะห์ข้อมูลได้จากพื้นที่ เพื่อเสนอเป็นแนวทางการแก้ไขปัญหา หรืออุปสรรค รวมถึงการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานตามนโยบายหลัก ทั้งนี้มีแนวทางสำคัญในการจัดทำข้อเสนอ คือ การอ้างอิงตามหลักวิชาการ (รูปแบบการเขียนบรรณานุกรมจะนิยมเขียนในรูปแบบ APA หรือ (American Psychological Association)) (สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, 2566) ดังภาพ



ภาพที่ 6 แสดงภาพแนวทางการจัดทำข้อเสนอแนะ

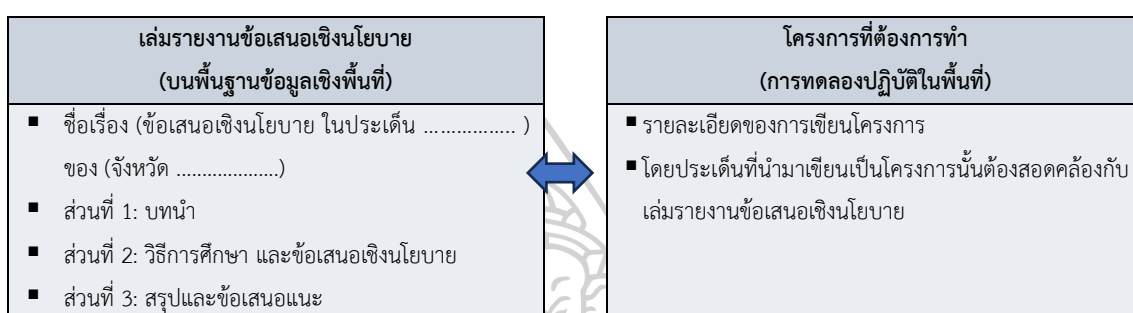
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2566)

ทั้งนี้ การจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายที่มาจากข้อมูลเชิงพื้นที่ และอ้างอิงเชื่อมโยงกับนโยบายกระทรวงฯ พันธกิจขององค์กร รวมถึงการติดตามประเมินผลการดำเนินงานที่ผ่านมา โดยอาศัยหลักการวิเคราะห์ความสอดคล้อง (Method of agreement) เพื่อสร้างความเป็นรูปธรรมสู่การปฏิบัติของข้อเสนอเชิงนโยบายที่จัดทำขึ้น และมีการอ้างอิงที่ถูกต้องตามหลักวิชาการ ควรต้องสรุปเป็นรูปเล่มรายงานข้อเสนอเชิงนโยบาย ซึ่งอาจประกอบไปด้วย

- 1) ส่วนของบทนำ
- 2) ส่วนของวิธีการศึกษา และข้อเสนอเชิงนโยบาย

3) ส่วนสรุปและข้อเสนอแนะ ทั้งนี้อาจวิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอในส่วนของโครงการที่ต้องนำไปสู่การทดลองปฏิบัติในพื้นที่ เพื่อเป็นการทดสอบและนำผลจากข้อเสนอเชิงนโยบายสู่การปฏิบัติ และพัฒนาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายที่มาจากการทดลองปฏิบัติในพื้นที่ ซึ่งในที่นี้อาจเรียกว่าพื้นที่ปฏิบัติการทางสังคม (Social Lab) หรือชื่ออื่น ๆ แล้วแต่กรณี

แนวทาง วิธีจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่



ภาพที่ 7 แสดงภาพแนวทาง วิธีจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2566)

5. รายละเอียดของเล่มรายงานข้อเสนอเชิงนโยบาย

ส่วนประกอบของเล่มรายงานข้อเสนอเชิงนโยบาย อาจประกอบไปด้วย

ส่วนที่ 1: บทนำ

- 1.1 ที่มา และความสำคัญของปัญหา
- 1.2 วัตถุประสงค์
- 1.3 กลุ่มเป้าหมาย
- 1.4 วิธีดำเนินการ
- 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ส่วนที่ 2: วิธีการศึกษา และข้อเสนอเชิงนโยบาย

- 2.1 วิธีการศึกษา
- 2.2 การวิเคราะห์/ สังเคราะห์ประเด็นปัญหา
- 2.3 การวิเคราะห์/ สังเคราะห์ประเด็นความสอดคล้องเชิงนโยบาย
- 2.4 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย
- 2.5 ผลการศึกษา (ข้อเสนอเชิงนโยบาย)

ส่วนที่ 3: สรุปและข้อเสนอแนะ

3.1 สรุปผลการศึกษา (ข้อเสนอเชิงนโยบาย และแนวทางการดำเนินงาน
สั้นๆ)

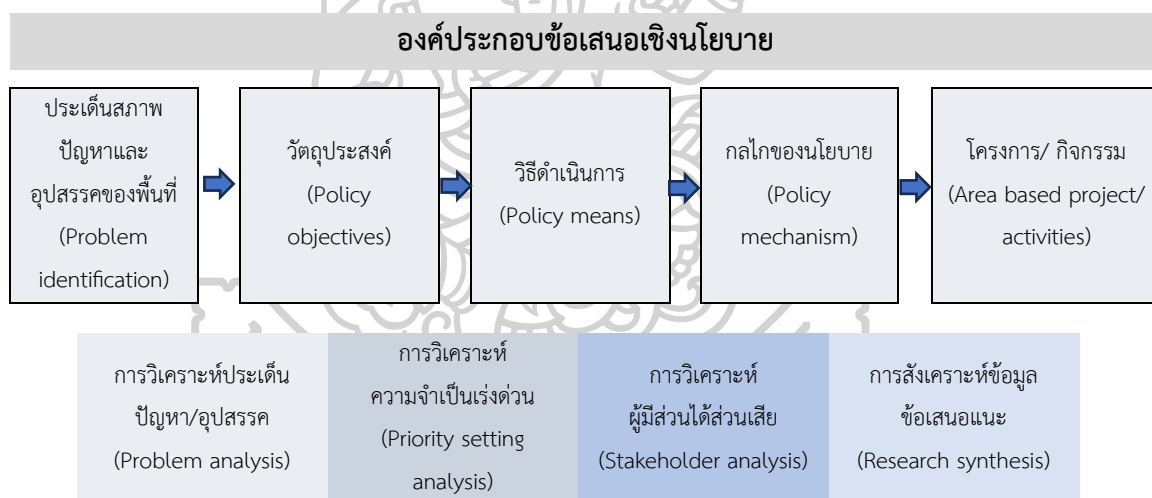
3.2 ข้อเสนอแนะ (เพื่อต่อยอดไปเป็นโครงการพัฒนาฯ ในอนาคต)

ส่วนที่ 4 : การอ้างอิง

การอ้างอิงตามหลักวิชาการถึงสถานการณ์จากผลงานวิจัย/ เล่มรายงาน/
และความสอดคล้องในเชิงนโยบาย

สรุป องค์ประกอบข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่ ควรประกอบไปด้วย 1) ประเด็น
สภาพ

ปัญหาและอุปสรรคของพื้นที่ (Problem identification) 2) วัตถุประสงค์ (Policy objectives) 3)
วิธีการดำเนินการ (Policy means) 4) กลไกของนโยบาย (Policy mechanism) และ 5) โครงการ/
กิจกรรม (Area based project/activities) ดังภาพ



ภาพที่ 8 แสดงภาพองค์ประกอบข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่

ที่มา : สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์
(2566)

4. แนวคิดเกี่ยวกับอริยสัจ 4

4.1 ความหมายของอริยสัจ 4

คำว่า “อริยสัจ” (Four Noble Truths) หมายถึง ความจริงที่ทำให้ผู้เข้าใจและปฏิบัติตาม บรรลุถึงความเป็นอริยบุคคล เป็นความจริงที่เกี่ยวกับชีวิตเรา ไม่เป็นเท็จ ไม่แปรเป็นอย่างอื่น เป็นความจริงในตัวเอง ที่มนุษย์ทุกคนต้องเผชิญตลอดชีวิต ถ้ามนุษย์มีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องนี้จะมองเห็นทางออกจากปัญหาที่ท่วมทับชีวิต

ในคัมภีร์วิสุทธิมรรค พระพุทธโฆษาจารย์ ได้ให้ความหมายของอริยสัจ ไว้ 3 ประการ (วิสุทธิมรรค, หน้า 161-162 อ้างใน วศิน อินทสระ (2548)) ดังนี้

- 1) เพราะเป็นธรรมที่พระอริยะทั้งหลายมีพระพุทธเจ้าเป็นต้นรู้แจ้งแล้ว
- 2) เพราะเป็นความจริงของพระอริยะทั้งหลายมีพระพุทธเจ้า เป็นต้น
- 3) เพราะเป็นเหตุแห่งการสำเร็จเป็นพระอริยะของพระอริยะทั้งหลาย

ในบริบทของการศึกษาพระพุทธศาสนาในประเทศไทยส่วนใหญ่ เราจะได้ยินได้ฟังความหมายของคำว่า อริยสัจ นี้ว่า ความจริงอันประเสริฐ (พระธรรมปิฎก (ประยุทธิ์ ปยุตโต) พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม, 2538 : 155)

วศิน อินทสระ (2548) ได้ให้ความหมายของอริยสัจสี่ไว้ว่า อริยสัจ แปลว่า ความจริงอันประเสริฐ ความจริงของพระอริยะ ความจริงที่ทำให้บุคคลผู้เข้าถึงให้เป็นอริยชน และความจริงอันทำให้บุคคลผู้ปฏิบัติห่างไกลจากข้าศึก ดังนี้

1) ลักษณะแห่งความจริงอันประเสริฐ : อริยสัจ 4 ถูกเรียกว่าเป็นความจริงอันประเสริฐ เนื่องจากเป็นสัจธรรมที่ไม่เปลี่ยนแปลงและคงอยู่ตลอดเวลา ตัวอย่างเช่น สภาพชีวิตที่ประกอบด้วยทุกข์ ความทะยานอยาก (ตัณหา) เป็นบ่อเกิดแห่งทุกข์นานาประการ การดับกิเลสตัณหา คือการดับทุกข์ และการปฏิบัติชอบเป็นหนทางนำไปสู่การดับทุกข์ได้จริง สัจธรรมเหล่านี้ได้รับการพิสูจน์มาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้ ในการแสดงอริยสัจครั้งแรก พระพุทธองค์จึงทรงยืนยันว่าธรรมจักรที่พระองค์ทรงหมุนไปแล้วนั้น ไม่มีผู้ใดสามารถหมุนกลับได้ นั่นคือไม่มีผู้ใดสามารถกล่าวคัดค้านว่าไม่เป็นจริงได้สำเร็จ

2) ลักษณะแห่งความจริงของพระอริยะ : ความจริงนี้มีความหมายว่า พระอริยะทั้งหลายมีความเห็นและความเข้าใจในชีวิตสอดคล้องกัน โดยไม่ขัดแย้งกัน กล่าวคือ พวกท่านเห็นพ้องต้องกันว่าชีวิตเจืออยู่ด้วยทุกข์ ตัณหาเป็นเหตุให้เกิดทุกข์ การดับกิเลสได้เป็นความดับทุกข์ และมรรคมีองค์ 8 เป็นหนทางที่แท้จริงนำไปสู่การดับทุกข์ได้ ซึ่งทัศนะเช่นนี้อาจแตกต่างจากความเห็นของปุถุชนส่วนใหญ่ได้

3) ลักษณะแห่งความจริงที่ทำให้บุคคลเข้าถึงความเป็นอริยชน : ความจริงนี้หมายความว่า บุคคลใดแม้เดิมจะเป็นปุถุชน แต่เมื่อได้รู้แจ้งในอริยสัจ 4 อย่างครบถ้วนบริบูรณ์แล้ว

ยอมเปลี่ยนแปลงสภาพจากปุถุชนไปเป็นอริยชนได้ในทันที เปรียบได้กับคนยากจนที่เมื่อมีทรัพย์สินขึ้นก็กลายเป็นเศรษฐี

4) ลักษณะแห่งความจริงที่ทำให้ผู้ปฏิบัติห่างไกลจากข้าศึก: ข้าศึกในที่นี้มีสองประเภท คือ ข้าศึกภายนอก ได้แก่ ผู้ที่มุ่งร้ายต่อเรา และข้าศึกภายในคือ กิเลส ซึ่งถือเป็นข้าศึกที่ร้ายกาจของบุคคล กิเลสรบกวนจิตใจให้ปราศจากความสุข เช่นเดียวกับโรคภัยที่รบกวนร่างกายให้ไร้ความสุข ในบรรดาข้าศึกทั้งสองประเภทนี้ กิเลสดูเหมือนจะเป็นข้าศึกที่ร้ายแรงกว่า เพราะรบกวนจิตใจอยู่ทุกวัน และอาศัยอยู่กับเรา หลอกล่อให้เราลุ่มหลงแล้วแทงทำร้ายจากภายใน ผู้ที่เข้าใจอริยสัจอย่างแจ่มแจ้งย่อมสามารถกำจัดศัตรูภายในคือกิเลสให้ห่างไกลได้ ส่วนศัตรูภายนอกนั้น อย่างน้อยที่สุดก็จะเบาบางลง เพราะบุคคลเช่นนั้นย่อมไม่ก่อศัตรูกับใคร ไม่มีเวรภัยกับใคร จะมีก็แต่ผู้อื่นที่ตั้งตนเป็นศัตรูกับตนเอง แต่ท่านหาได้เป็นศัตรูด้วยไม่ การไม่มีความรู้สึกลัวว่ามีศัตรูเป็นการนำมาซึ่งความปลอดภัยโปร่งแจ่มใส และเป็นความสุขที่สามารถสัมผัสได้ในปัจจุบัน

4.2 ความจริง 4 อย่าง

ความจริงหรือสัจจะที่มนุษย์ศึกษา และรู้กันอยู่ในโลกนี้ มี 4 ประการ ด้วยกันคือ

1. สมมติสัจจะ ความจริงสมมติ หมายถึง ความจริงชั้นนอกที่ชาวโลกสมมติกันขึ้น ยอมรับและใช้กันในชีวิตประจำวันเพื่อความสะดวกในการติดต่อสังสรรค์กัน แต่ถ้าศึกษาให้ละเอียดลงไป แล้วความจริงชั้นสมมติก็ทำให้ความจริงไม่ ตัวอย่างเช่น ชาวโลกสมมติเรียกกันว่าพระอาทิตย์ขึ้นทางทิศตะวันออก และยอมรับกันโดยไม่ต้องสอบสวนเพราะยอมรับกันทั่วไปมาเป็นเวลานานแล้วนี้เป็นสมมติสัจจะ แต่ถ้าจะพูดกันตามความเป็นจริงแล้ว พระอาทิตย์หาได้ขึ้นทางทิศตะวันออกไม่พระอาทิตย์ไม่ได้ขึ้นแต่โลกเราหมุนรอบตัวเองอยู่ตลอดเวลา เมื่อโลกด้านใดด้านหนึ่งหันเข้าหาพระอาทิตย์ เราเห็นพระอาทิตย์โผล่ขึ้นจากขอบฟ้า เราจึงเรียกว่าพระอาทิตย์ขึ้นทางทิศตะวันออก ความจริงชนิดนี้ คนทั่วไปศึกษากันอยู่ในชีวิตประจำวัน

2. สภาวะสัจจะ ความจริงโดยสภาวะ หมายถึง ความจริงที่ได้จากการศึกษาค้นคว้า วิจัยพิจารณาให้ลึกลงไปอีกจนสามารถรู้ความจริงระดับลึกลงไป เช่น เรื่องของทิศตะวันออก การที่โลกหมุนรอบตัวเอง ทำให้เราเห็นพระอาทิตย์โผล่ขึ้นทางทิศตะวันออก นับเป็นความจริงชั้นสภาวะ คำว่า “น้ำ” เป็นความจริงชั้นสมมติ แต่สารประกอบที่ประกอบไปด้วย ไฮโดรเจน 1 ประमाणูและออกซิเจน 2 ประमाणูนั้นเป็นความจริงชั้นสภาวะ นักวิทยาศาสตร์สนใจศึกษาค้นคว้าความจริงชนิดนี้

3. ปรมัตถสัจจะ ความจริงเกี่ยวกับสิ่งที่อยู่เหนือวิสัยของประสาทสัมผัส เช่น ความจริงที่เกี่ยวกับจิตวิญญาณ เทพเจ้า นรก สวรรค์ นิพพาน เป็นต้น นักปรัชญาสนใจศึกษาความจริงชนิดนี้ การรู้ความจริง 3 ประเภทนี้ แม้จะทำให้คนฉลาดขึ้น ทำให้สามารถปรับปรุงชีวิตและโลกนี้ให้ดีขึ้น แต่ก็ไม่เป็นไปเพื่อความบริสุทธิ์หลุดพ้นจากกิเลสและทุกข์ ดังเราจะเห็นได้ว่านักวิทยาศาสตร์ แม้จะมีความรู้อย่างลึกซึ้งกว้างขวางเกี่ยวกับสสาร แต่ก็ยังมีกิเลสยังทำความชั่วยังมีทุกข์ นักวิทยาศาสตร์

สามารถจับปริมาณมาใช้งานได้ แต่เพราะยังมีโลก โกรธ หลง จึงนำมาประดิษฐ์ระเบิดปรมาณูและระเบิดไฮโดรเจน เพื่อทำลายล้างมนุษย์ นักปรัชญาแม้จะมีความรู้เกี่ยวกับปรมาณูแล้ว แต่ก็ยังไม่พ้นจาก โลก โกรธ หลง เนื่องจากพระพุทธศาสนามุ่งความบริสุทธิ์หลุดพ้นจากกิเลสและทุกข์เป็นสำคัญ และสังขะทั้ง 3 ประการนี้ไม่สามารถทำให้ถึงที่สุดทุกข์ได้ พระพุทธศาสนาจึงไม่นิยมยกย่องว่าสังขะ 3 ประการนี้เป็นสังขะสูงสุด พระพุทธเจ้ามิได้ทรงห้ามมิให้ชาวพุทธศึกษา แต่มิได้ทรงสรรเสริญมิได้ทรงแนะนำให้ชาวพุทธทุ่มเทชีวิตจิตใจให้แก่การศึกษาค้นคว้าความจริง 3 ประการนี้

4. อริยสังขะ ความจริงอันประเสริฐ 4 ประการคือ (ทุกข์) เหตุให้เกิดทุกข์ (สมุทัย) ความดับทุกข์ (นิโรธ) และทางปฏิบัติเพื่อดับทุกข์ (อริยมรรค) อริยสัง 4 ประการนี้พระพุทธเจ้าทรงสรรเสริญ และทรงแนะนำให้พุทธศาสนิกชนศึกษาอย่างจริงจัง เพราะการรู้อริยสังขะ สามารถจะนำไปสู่ความดับกิเลสและทุกข์ได้

กล่าวโดยสรุป คำว่า อริยสัง 4 นั้น เป็นแนวทางในการดำเนินชีวิตที่นำไปสู่ความเข้าใจธรรมชาติของชีวิตและการพ้นจากความทุกข์ อันประกอบไปด้วยความจริงในเรื่องทุกข์ เหตุที่ทำให้เกิดทุกข์ แนวทางแห่งความดับทุกข์ และวิธีการปฏิบัติตนเพื่อให้บรรลุความทุกข์นั้น ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในด้านต่าง ๆ ของชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาตนเอง การแก้ไขปัญหาสังคม หรือแม้แต่การพัฒนาแนวทางการบริหารและการจัดการธุรกิจในภาคส่วนต่าง ๆ ได้

4.3 องค์ประกอบของอริยสัง 4

อริยสัง 4 ที่พระพุทธเจ้าทรงแสดงสั่งสอนเวไนยสัตว์และที่เหล่าพระสาวกได้นำมาสืบทอดต่อกันมานั้นเป็นที่ทราบกันดีแล้วว่า มี 4 ประการคือ 1) ทุกข์ หรือทุกข์อริยสัง 2) สมุทัย หรือทุกข์สมุทัยอริยสัง 3) นิโรธ หรือทุกข์นิโรธอริยสัง และ 4) มรรคหรือทุกข์นิโรธคามินีปฏิปทาอริยสัง เป็นความจริงอันประเสริฐ มีเนื้อหาหลักที่ปรากฏในคัมภีร์ทางพระพุทธศาสนา ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ทุกข์ หรือทุกข์สังขะ

ความจริงประการแรกที่พระพุทธเจ้าได้ตรัสรู้ คือ ความทุกข์ ความทุกข์ในอริยสังขี ต่างจากความทุกข์ในไตรลักษณ์ ความทุกข์ในไตรลักษณ์ หมายถึง การที่สิ่งต่างๆ หนอยู่ได้ไม่นาน ต้องมีอันเปลี่ยนแปลงไป แต่ทุกข์ในอริยสังขี หมายถึง ความยากลำบาก ความยุ่งยาก ความเจ็บปวด ความทรมาน พระพุทธเจ้าทรงแสดงความทุกข์ไว้ 10 ประการ ดังต่อไปนี้

1) นิพพัทธทุกข์ ได้แก่ ความไม่สบายกายไม่สบายใจ อันเกิดขึ้นแก่มนุษย์ทุกคนทุกชาติ ชั้นวรรณะตลอดเวลา คือ ความไม่สบายอันเกิดจากความเปลี่ยนแปลงของบรรยากาศ เช่น ความหนาวเกินไป ความร้อนเกินไป ความทุกข์ทรมานอันเกิดจากการต้องการทางร่างกาย เช่น ความหิวกระหาย การปวดอุจจาระ ปวดปัสสาวะ ความปวดเมื่อยตามเนื้อตามตัวเป็นอาทิ ความทุกข์ชนิดนี้เกิดขึ้นแก่คนทุกคน ทุกเวลา คนรวยก็หิว เพราะคนรวยและคนจนต่างมีกระเพาะอาหาร เมื่อกระเพาะเกิดว่างลงจะต้องเกิดความหิว อันความหิวนั้น ถ้าเรามีอาหารรับประทานแก้ได้ก็จะไม่เกิด

ความทุกข์มากนัก แต่ถ้าหิวขึ้นมาแล้ว ไม่มีอาหารรับประทาน จะเห็นได้ชัดทีเดียวว่าความหิวเป็นทุกข์อย่างไร ความยุ่งยากทั้งหลายในโลกนี้เกิดจากความหิวเป็นส่วนใหญ่ ความหิวเป็นโรคที่แก้ไม่หาย มีแต่บรรเทาได้บ้างด้วยการกินอาหาร และต้องกินกันตลอดชีวิตความกระหายความปวดอุจจาระ ปัสสาวะ และความปวดเมื่อยขบตามร่างกายก็เช่นเดียวกัน

2) พยาธิทุกข์ ความไม่สบายกาย ความไม่สบายใจ ความเจ็บปวดทรมานอันเกิดจากโรคภัยไข้เจ็บ เกิดจากความผิดปกติในร่างกาย เกิดจากบาดแผลร่างกายของมนุษย์เป็นสิ่งอ่อนแอและเปราะบางเป็นที่สุด โรคภัยต่างๆชอบเข้าอยู่อาศัย คนทุกคนจะต้องมีความทุกข์เพราะโรคภัยไข้เจ็บอย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายอย่างพร้อมกันไม่มากก็น้อย แม้แต่นายแพทย์บางทีก็ต้องตาย เพราะโรคบางอย่าง มีคนน้อยคนที่ไม่เคยเจ็บป่วยเลยตลอดปี

3) สภาวะทุกข์ ความทุกข์ที่เกิดจากชาติ - ความเกิด ชรา- ความแก่ มรณะ-ความตาย ความเกิดเป็นความทุกข์เพราะเป็นความเจ็บปวดทรมานสำหรับผู้เกิด และผู้ให้เกิดเป็นความเสียหายอย่างสูง เพราะมีทารกและมารดาเป็นอันมากที่ต้องสูญเสียชีวิตในการเกิด ที่สำคัญที่สุดก็คือ ความเกิดเป็นประตูนำไปสู่ความแก่ ความตาย และความทุกข์ทั้งปวงในชีวิตความแก่เป็นความทุกข์ เพราะความแก่นำมาซึ่งความชำรุดทรุดโทรม ความเจ็บปวดทรมานและรูปร่างอันเหี่ยวแห้งน่าสมเพช ความตายเป็นความทุกข์ เพราะเป็นการสูญเสียชีวิต เป็นการพลัดพรากจากกันไปอย่างไม่มีวันกลับ เป็นความแตกสลายของชีวิตและร่างกาย แก่ เจ็บ ตาย เป็นทุกข์ประจำชีวิต เพราะเป็นสิ่งที่ทุกชีวิตจะต้องได้รับ ไม่มีทางหลีกเลี่ยงได้ ไม่มีอำนาจใดๆจะเอาชนะได้ ไม่มียาใดๆจะรักษาได้ นอกจากจะไม่เกิดเท่านั้น

4) ปกิณณกทุกข์ หมายถึง ความทุกข์ ความเศร้าโศกเสียใจ ความทุกข์ระทมตรมใจความคับแค้นใจ ความร้องไห้ฟูมฟายที่เกิดขึ้นเมื่อพลัดพรากจากคนรักของรัก เพราะประสบกับความเกลียดของเกลียด และเพราะปรารถนาสิ่งใดไม่ได้สมปรารถนา บุคคลทุกคนไม่ว่าจะยากดีมีจนแค่ไหนมีโอกาสที่จะได้รับความทุกข์ชนิดนี้เท่าเทียมกัน เพราะคนรวยและคนจนมีโอกาสนี้ที่จะพลัดพรากจากคนรักของรักเหมือนกัน ไม่มีใครที่ไม่เคยพลัดพรากจากคนรักของรัก นอกจากคนที่ไม่รักใคร่หรือสิ่งใดเท่านั้น ไม่มีใครที่จะไม่เคยผิดหวัง นอกจากเขาจะไม่มีหวัง หรือไม่มีความปรารถนาในสิ่งใดเท่านั้น แต่คนธรรมดาในโลกทุกคนยังมีความรัก ยังมีความเกลียด ยังมีความปรารถนา จึงมีโอกาสนี้ที่จะประสบปกิณณกทุกข์เท่าเทียม

5) สันตাপทุกข์ หมายถึงความเดือดร้อนกระวนกระวายใจเพราะถูกไฟกิเลสชนิดต่าง ๆ แผลเผา เช่น ไฟ คือ ความรัก ไฟ คือ ความโลภ ไฟ คือ ความโกรธ ไฟคือ ความอิจฉาริษยา ไฟ คือ ความอาฆาตพยาบาท ไฟคือ ความเกลียดชัง เป็นต้น บุคคลที่ยังมีกิเลส มีโอกาสที่จะได้เสวยทุกข์ประเภทนี้เท่าเทียมกัน

6) วิปากทุกข์ หมายถึงความทุกข์ทรมาน ความเดือดร้อนใจ ความหวาดสะดุ้ง ความละอายใจ ซึ่งเป็นผลความชั่วที่ตนกระไว้แล้วในอดีต ทุกข์ชนิดนี้สามารถจะหลีกเลี่ยงได้ คนที่ไม่กระทำความชั่ว ย่อมไม่ได้เสวยทุกข์ชนิดนี้ แต่จะมีคนสักกี่คนที่ไม่เคยทำความชั่วทางกาย ทางวาจาทางใจเลยในชีวิต

7) อาชีวะทุกข์หรืออาหารปริเยณฺฐิทุกข์ หมายถึงความระกำลำบาก ความเหน็ดเหนื่อยความเดือดร้อน ความวิตกกังวลอันเกิดจากการทำมาหาเลี้ยงชีพ การแสวงหาอาหาร เพื่อเลี้ยงชีวิตของตนและของคนที่เกี่ยวข้อง การทำมาหาเลี้ยงชีพทุกชนิดล้วนแต่ต้องออกแรงกาย วาจา ใจ ทั้งนั้นต้องต่อสู้แข่งขันชิงดีชิงเด่น มีคนจำนวนมากที่ต้องสูญเสียชีวิตเพราะการเลี้ยงชีวิต

8) สหคตทุกข์ ความลำบาก ความเหน็ดเหนื่อยความวิตกกังวล ที่มาพร้อมกับลาภ ยศ สรรเสริญ สุข ถ้าขาดการพิจารณา เราอาจจะเห็นว่าลาภ ยศ สรรเสริญ สุข ไม่น่าจะเป็นเหตุให้เกิดทุกข์ เพราะใครๆก็ปรารถนาสิ่งเหล่านี้ทั้งนั้น แต่ถ้าพิจารณาให้ลึกซึ้งแล้วก็จะเห็นว่าลาภ ยศ สรรเสริญ และโลกียสุขเป็นเหตุให้เกิดทุกข์โดยแท้ เพราะว่า สิ่งใดมีคุณค่าแก่เรา สิ่งนั้นมีโทษแฝงอยู่ด้วย สิ่งใดให้ความสะดวกแก่เรา สิ่งนั้นก็มีความยุ่งยากแก่เราด้วย ตัวอย่างเช่น ถ้าเรามีรถยนต์ เราอาจจะได้รับความสะดวกสบายในการไปมา แต่ในเวลาเดียวกันรถยนต์ต่าง ๆ ก็นำปัญหาต่าง ๆ มาให้เราแก้ด้วย เช่น ปัญหาเกี่ยวกับจราจร ปัญหาการหาที่จอดรถ ปัญหาการเสียภาษี ปัญหาใบขับขี่ ปัญหาเงินค่าน้ำมัน ปัญหายางแตก เป็นต้น ถ้าเรามียศมีตำแหน่งสูง เกียรติ และตำแหน่งนั้นก็นำปัญหามานับสิบอย่างมาให้เราแก้ ถ้าเรามีชื่อเสียง มีคนสรรเสริญ ชื่อเสียงนั้นก็นำปัญหาร้อยแปดมาให้เราแก้ โดยในที่สุด แม้เรามีโลกียสุข เราก็มีความวิตกกังวลในการรักษาความสุขนั้นไว้ เพราะฉะนั้นจึงไม่มีสิ่งใดที่เราได้อยู่ จะให้แต่ความสุขสบายแก่เราอย่างเดียวโดยไม่นำปัญหายุ่งยากมาให้เราแก้ด้วย คนยังมีลาภ ยศ สรรเสริญ โลกียสุขมากเท่าใดก็ยิ่งมีความทุกข์ ความวิตกกังวล ความเหน็ดเหนื่อยในการบริหารรักษามากขึ้นเท่านั้น

9) วิวาทมูลกทุกข์ ความทุกข์ ความเดือดร้อน และภัยวิบัติที่เกิดจากการทะเลาะวิวาทกับคนอื่น ๆ คนเราจำเป็นต้องอยู่ท่ามกลางคนอื่น ๆ และต้องติดต่อสัมผัสกับคนอื่น ๆ คนแต่ละคนย่อมมีอุปนิสัยจิตใจและรสนิยมของเขาเองซึ่งบางทีก็ขัดกับของเรา ทำให้เกิดการขัดแย้งทะเลาะวิวาทกันขึ้น บางทีก็ถึงกับเป็นศัตรูคู่อาฆาตทำลายล้างผลาญกัน การทะเลาะวิวาทไม่ว่าจะหนักหรือเบา ย่อมก่อให้เกิดความโกรธ ความอาฆาตพยาบาท ความเกลียดชัง ความหวาดกลัว ความเร่าร้อนใจ ซึ่งเป็นความทุกข์อย่างแท้จริง และคนที่อยู่ในสังคม มีโอกาสที่จะทะเลาะวิวาทกับคนอื่นไม่มากนักน้อย

10) ทุกข์กัณฺฐหรือขันธทุกข์ ได้แก่ ความทุกข์ทรมาน ความระกำลำบากในการบริหารรักษากัน 5 อันเป็นประกอบขึ้นเป็นตัวตนของมนุษย์ทุกคน ขันธ 5 เป็นภาระอันหนักที่คนต้องแบกไว้ด้วยความลำบาก ความทุกข์ทั้ง 9 ประการที่กล่าวมาแล้วนั้น เกิดขึ้นเพราะมีขันธ 5 ถ้าไม่มีขันธ 5 เสียอย่างเดียว ทุกข์อื่น ๆ ก็ไม่มี เพราะฉะนั้นทุกข์กัณฺฐจึงเป็นทุกข์รวบยอด

เมื่อพิจารณาทุกข์ทั้ง 10 ประการนี้แล้ว จะเห็นได้ทันทีว่าชีวิตของมนุษย์ทุกคนเป็นกระบวนการแห่งความทุกข์ เป็นกระบวนการที่เต็มไปด้วยความลำบาก ความเจ็บปวด ความเหน็ดเหนื่อย ในการต่อสู้ดิ้นรนเพื่อความคงอยู่ ความทุกข์ทั้ง 10 ชนิดเข้าโจมตีชีวิตไม่มีเวลาว่างเว้น ชีวิตเป็นกระบวนการแก้ทุกข์อันไม่รู้จบสิ้น ทุกสิ่งที่คนเรามีอยู่ก็ดี กำลังสร้างขึ้นก็ดี จุดประสงค์เพื่อแก้ความทุกข์ ไม่ใช่บำรุงความสุขอย่างที่คนทั่วไปเข้าใจ

สรุปว่า ทุกข์ คือ สภาพอันทนได้ยาก ทำให้เกิดความเดือดร้อน ไม่สบายกายไม่สบายใจทุกข์มี 2 ประเภทคือ ทุกข์ประจำ หมายถึง ความทุกข์ตามสภาพ เป็นไปโดยธรรมชาติ เช่น ทุกข์จากความเกิด ความแก่ ความเจ็บ และความตาย ทุกข์จร หมายถึง ความทุกข์ปลีกย่อยที่เราประสบเป็นครั้งคราวในช่วงชีวิต เช่น ทุกข์จากความผิดหวัง จากความเจ็บไข้ได้ป่วย เป็นต้น

2. สมุทัย หรือสมุทัยสัง

สมุทัย แปลว่า เหตุเกิดแห่งทุกข์ พระพุทธเจ้าทรงค้นพบว่า “ตัณหา” คือความอยาก ความต้องการ เป็นต้นเหตุอันแท้จริงของความทุกข์ ตัณหา มี 3 อย่าง คือ

1) กามตัณหา ความอยากได้อะไรที่มีในกามคือรูป เสียง กลิ่น รส สัมผัสที่น่าใคร่ น่าชอบใจอยากได้ลาภ ยศ สรรเสริญ สุข หมายความว่า ความอยากที่ประกอบด้วยความเห็นแก่ตัวอยากได้มาเพื่อความสุขความสำราญของตน จัดเป็นกามตัณหา ตัณหาชนิดนี้ถ้าจะเรียกให้เด่นชัดขึ้นควรจะเรียกว่า อยากให้มา คืออยากให้ รูป เสียง กลิ่น รส ลาภ ยศ สรรเสริญ สุข เป็นต้นมาสู่ตน กามตัณหาให้เกิดทุกข์ได้อย่างไร กามตัณหาเป็นเหตุให้เกิดทุกข์ดังต่อไปนี้

1.1) ตามปกติ จิตใจของเราเมื่อยังไม่เกิดตัณหาจะอยู่ในภาวะปกติ มีความสงบสุขตามสมควร เปรียบเสมือนพื้นน้ำที่สงบราบเรียบ ไม่กระเพื่อมกระลอกเพราะถูกลมมารบกวน แต่เมื่อเกิดตัณหาขึ้น จิตใจก็จะผิดไปจากปกติ มีความกระวนกระวายกระสับกระส่ายดิ้นรน เพราะความอยากได้ ยิ่งอยากได้มาก ก็ยิ่งเดือดร้อนวุ่นวายมาก บางทีถึงกับนอนไม่ได้นอนไม่หลับ ที่เดียวลักษณะจิตใจเช่นนี้จัดเป็นความทุกข์อย่างแน่นอน

1.2) ความอยากด้วยอำนาจตัณหา เป็นความหิวทางจิตใจ เมื่อเกิดความหิวแล้ว ต้องได้สิ่งต่าง ๆ มาสนองความอยาก จึงจะมีความสุขใจได้บ้าง แต่ตามปกติคนเราย่อมไม่สามารถจะได้ทุกสิ่งที่ต้องการ แม้จะมีทรัพย์สมบัติมหาศาล หรือมีอำนาจมากเท่าไร ก็ไม่สามารถจะได้ทุกสิ่งที่ตนต้องการ ฉะนั้นคนทุกคนจึงไม่มีทางจะบรรเทาความหิวใจได้ ทุกคนมีโอกาสจะผิดหวังและประสบทุกข์เสมอ

1.3) เมื่อเกิดความอยากได้ขึ้นมาแล้ว บางทีก็ไม่สมอยาก แต่ว่าสิ่งที่ได้มานั้นไม่

เป็นไปตามที่ต้องการ เช่น อยากได้สิ่งหนึ่งกลับไปได้สิ่งหนึ่ง อยากมากกลับได้น้อย อยากได้ดึกกลับได้เร็ว อยากได้ร้อนกลับได้เย็น บางทีไม่อยากจะกลับได้ก็มี เช่น ไม่อยากเจ็บป่วย แต่กลับต้องป่วย เป็นต้น

“ความไม่รู้จักพอ” นี้เอง เป็นสาเหตุให้คนเกิดความหิวทางใจตลอดกาลเขา คิดว่าถ้าได้เป็นอย่างนั้นมิอย่างนั้นคงจะอึดและมีความสุข ครั้นได้มิอย่างนั้นมิอย่างนั้นแล้ว ก็มีความสุขอยู่ชั่วคราวเท่านั้น ในไม่ช้าก็หิว อยากได้นั้น อยากมิโน้น อยากเป็นโน้นอีก แล้วก็พยายามต่อสู้ดิ้นรนต่อไปอีก ก่อนที่จะได้ทุกอย่างอย่างสมอยาก คนเราก็ตายลงเสียก่อน คนส่วนมากจึงตายลงด้วยความหิวกระหาย ตลอดชีวิตแสวงหาความสุขสงบไม่ได้แม้ชั่วครู่ เพราะวิ่งไล่ความสุขอยู่เรื่อย ๆ ครั้นไปถึงแล้ว แทนที่จะยึดเอาความสุขไว้ กลับโยนไปข้างหน้าแล้วก็วิ่งตามใหม่ เป็นอย่างนี้ไปเรื่อยจนกว่าชีวิตจะดับลง

เพราะเหตุดังกล่าวมานี้ ตัณหาจึงเป็นให้เกิดทุกข์ตั้งแต่วาระแรกจนวาระสุดท้าย

2) ภาวตัณหาคำว่า “ภว” แปลว่า ภพก็ได้ แปลว่า ความมีก็ได้ แปลว่าความเป็นก็ได้ เพราะฉะนั้นจึงมีการแปล “ภาวตัณหา” หลายอย่าง บางอาจารย์ แปลว่าอยากเป็นนั่นเป็นนี่ เช่น อยากเป็นเศรษฐี เป็นต้น แต่ถ้าพิจารณาตามความเป็นจริงแล้ว ความอยากเป็นกับความอยากมี ก็คืออันเดียวกันนั่นเอง เช่นอยากเป็นเศรษฐี ก็คืออยากได้อะไร “ความเป็นเศรษฐี” หรือ อยากมีทรัพย์มาก นั่นเอง อยากเป็นพระราชาคืออยากได้ “ตำแหน่งพระราชา” นั่นเอง อีกอย่างหนึ่งความเป็นผลเกิดจากความอยากมี คือเมื่อมีสิ่งใดสิ่งหนึ่งแล้วก็เป็นเจ้าของสิ่งนั้น และได้ชื่อตามสิ่งนั้น เช่น คนมีเงินมีทรัพย์ ก็เป็นเศรษฐี คนมีภรรยาที่เป็นสามี คนมีบุตรก็เป็นบิดามารดา ฉะนั้นความอยากมีบุตร กับความอยากเป็นบิดาจึงแยกกันไม่ออก และเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันโดยเหตุผล

ภาวตัณหา แปลได้อีกอย่างหนึ่งว่า “อยากให้อยู่” อันเป็นผลสืบเนื่องมาจาก กามตัณหา ซึ่งแปลว่า “อยากให้มีมา” หมายความว่า เมื่อบุคคลต้องการสิ่งหนึ่งสิ่งใด (กามตัณหา) และได้สิ่งนั้นมาสมปรารถนาแล้ว ก็มีความพอใจ ความยึดมั่นความผูกพันอยู่กับสิ่งนั้น อยากให้สิ่งนั้น อยู่กับตนตลอดไป อยากให้ตน อยู่กับสิ่งนั้นตลอดไป การแปลอย่างนี้ถูกต้องตามความเป็นจริงในชีวิตประจำวันของคนธรรมดาทุกคน เพราะทุกคนมีสมบัติต่างๆและอยากให้สิ่งนั้นๆ อยู่กับตน ไม่อยากให้สูญหายไปเพราะภัยพิบัติต่าง ๆ ความ “อยากให้อยู่” เป็นเหตุให้เกิดทุกข์ เพราะเหตุว่าสิ่งทั้งหลายมันไม่ ย่อมอยู่ กับเราตลอดไป เพราะมันเป็นอนิจจัง มีการเปลี่ยนไปเป็นธรรมดา ฉะนั้นเรามีสิ่งใดย่อมมีหวังที่จะสูญเสียและพลัดพรากจากสิ่งนั้น ในส่วนรูปธรรม เช่น ทรัพย์สมบัติพัสถาน เราอาจสูญเสียได้ง่ายด้วยภัยต่างๆ เช่น อัคคีภัย โจรภัย อุทกภัย ราชภัย เป็นต้น แม้บุตรภรรยาสามี มิตรสหายที่รัก ก็มีอันต้องพลัดพรากจากกัน เพราะภัยพิบัติต่าง ๆ เช่น ต้องตายจากกัน เป็นต้น แม้สมบัติ

ภายในเช่นวิชาความรู้ก็ยังมีวันลืมนได้ ฉะนั้น ความอยากให้อยู่ จึงเป็นเหตุให้เกิดทุกข์อย่าง
แน่นอน

3) วิภวตัณหา แปลให้ถูกต้องตามสภาพความเป็นจริงในจิตใจมนุษย์ ก็คือ “อยากให้ไป” ซึ่งสืบเนื่องมาจาก อยากให้มา (กามตัณหา) อยากให้อยู่ (ภวตัณหา) และอยากให้ไป (วิภวตัณหา)

“หากสังเกตดูความอยากในชีวิตประจำวันของ จะเห็นได้ทันทีว่าเมื่อยังไม่ได้สิ่งใดสิ่งหนึ่ง เราอยากได้สิ่งนั้น (กามตัณหา) เมื่อได้มาแล้ว เราจะยึดถือหวงแหนไว้ อยากให้สิ่งนั้นคงอยู่ (ภวตัณหา) แต่เมื่อวันเวลาผ่านไป เราจะเกิดความเบื่อหน่ายในสิ่งนั้น อยากให้สิ่งนั้นไปเสียให้พ้นหูพ้นตา อยากให้สูญเสียไปเสีย บางทีเราก็กยกให้คนอื่นไป ขายไป หรือทำลายทิ้งเสีย นี่แหละคือลักษณะของวิภวตัณหา ในชีวิตประจำวันเมื่อเราประสบกับ รูป เสียง กลิ่น รส โผฏฐัพพะ ธรรมารมณ์ที่ไม่น่าพอใจ เราอยากให้มันดับสูญไป ก็จัดเป็นวิภวตัณหาเหมือนกัน วิภวตัณหาให้เกิดทุกข์อย่างไร วิภวตัณหาเป็นเหตุให้เกิดทุกข์ ก็เพราะว่าเมื่อเราอยากให้สิ่งใดไปเสียจากเรา แต่สิ่งทั้งหลายหาได้เป็นไปตามความปรารถนาของเราทุกประการไม่ มันคงอยู่กับเราทั้ง ๆ ที่เราไม่ชอบ ทั้ง ๆ ที่เราแสนจะเกลียด เมื่อเราจำต้องอยู่กับสิ่งที่เราเกลียด เราจะเกิดความเดือดร้อนใจ กระวนกระวาย เบื่อหน่าย เอือมระอา โกรธเคืองหงุดหงิด ซึ่งเป็นความทุกข์ใจอยากหนัก ถ้าความทุกข์ใจเหล่านี้มีมากขึ้น คนอาจจะทำลายสิ่งที่ตัวไม่ชอบนั้นเสียโดยวิธีรุนแรง ทำให้เกิดทุกข์โทษเพิ่มขึ้นเป็นทวีคูณ ฉะนั้นวิภวตัณหาจึงเป็นเหตุให้เกิดทุกข์โทษได้อย่างมากมาย”

สรุปค้นหา 3 คือ ค้นหาทั้ง 3 ประการนี้ ถ้าเราสังเกตให้ดีจะเห็นว่ามันเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันของเราอยู่ทุกขณะ เช่น เมื่อตาเห็นรูปที่สวยงาม หูได้ฟังเสียงที่ไพเราะ จมูกได้ดมกลิ่นหอม ลิ้นได้ลิ้มรสที่อร่อย ภายใต้อกต้องสัมผัสสบายใจคิดถึงมโนภาพที่ตึงงาม เราจะเกิดสุข เวทนา คือ ความพอใจแล้วก็เกิดความอยากได้เป็นกามตัณหา เมื่อเราประสบกับรูป เสียง กลิ่น รส สัมผัส และมโนภาพที่ไม่ดีจะเกิดทุกข์ทุกขเวทนา คือความไม่พอใจ แล้วก็อยากให้สิ่งนั้นสูญหายไปเสีย นี่คือ วิภาตตัณหา ทุกสิ่งทุกอย่างที่เราได้อยู่เป็นอยู่รวมทั้งตัวเราด้วย เราอยากให้อยู่ตลอดไปนี่เป็นภวตัณหา ฉะนั้นต้นตอทั้ง 3 ชนิดจึงทยอยเกิดแก่เราแทบตลอดเวลาที่เราตื่นอยู่

ถ้าเราพิจารณาว่าต้นหูก่อให้เกิดทุกข์อย่างไร และก่อให้เกิดทุกข์ประเภทไหนในบรรดาทุกข์ 10 อย่างเราจะเห็นได้ว่าในขณะที่ปัจจุบันนี้ต้นหูก่อให้เกิดปณิกนทุกข์ การพลัดพรากจากคนรักของรัก ก่อให้เกิดทุกข์เพราะมันขัดกับภวตัณหา การประสบกับคนเกลียดของเกลียด ก่อให้เกิดทุกข์เพราะขัดกับภวตัณหา ปราปรณาสิ่งใดไม่ได้สมปรารณาก่อให้เกิดทุกข์เพราะขัดกับภวตัณหา แต่ถ้าพูดกันในช่วงระยะเวลายาวนานเป็นหลายๆชาติ ทุกข์ทั้ง 10 ชนิดดังกล่าวแล้วนั้นเกิดจากต้นหูกทั้งนั้น เฉพาะอย่างยิ่งคือภวตัณหา คือความอยากเกิดหรืออยากให้มีตัวตนต่อไป เพราะอยากเกิดใหม่ และเพราะเกิดใหม่ทุกข์ทั้ง 10 ประการจึงเกิด

สรุปว่า สมุทัย คือ เหตุแห่งทุกข์ สิ่งที่ทำให้เกิดทุกข์ สาเหตุของความทุกข์อาจมีประการเดียวหรือหลายประการ หากเรารู้สาเหตุของความทุกข์และกำจัดสาเหตุนั้นได้เราย่อมระงับหรือดับความทุกข์ได้ สาเหตุของความทุกข์คือตัณหา (ความทะยานอยาก) มี 3 ประเภท คือ กามตัณหา (ความอยากในสิ่งที่น่าเพลิดเพลินหรือน่าพอใจทางประสาทสัมผัส) ภวตัณหา (ความอยากมีอยากเป็นสิ่งที่ใคร่ตามตลอดไป) และวิภวตัณหา (ความไม่อยากมีไม่อยากเป็นสิ่งที่ใคร่ตาม)

3. นิโรธหรือนิโรธสัง คือความดับทุกข์

อริยสัจ 2 ประการแรกคือ ความทุกข์และเหตุแห่งทุกข์ เป็นสภาวะธรรมซึ่งมีประจำอยู่แล้วในตัวบุคคลที่ยังเป็นปุถุชนทุกคน ถ้าเราสังเกตให้ดีก็จะเห็นได้ทันทีว่าขณะนี้เรามีความทุกข์ประเภทไหน และตัณหาอะไรกำลังเกิดขึ้น ตัวอย่างเช่น ถ้าเรากำลังรู้สึกร้อนเพราะอากาศร้อน เราก็กำลังเสวยนิพัตถ์ทุกข์ ถ้าเราอยากให้ความร้อนหายไป วิภวตัณหากำลังเกิดขึ้น ฉะนั้นชีวิตของสามัญชนทุกคนจึงไม่มีเวลาวางเว้นจากอริยสัจ 2 ประการแรกนี้ ทุกข์และตัณหา 2 ประการนี้เป็นความจริงสากล มีอยู่แก่คนและสัตว์ทุกประเภททุกชาติชั้น วรรณะ ทุกศาสนา มีอยู่ตลอดเวลา ไม่ว่าพระพุทธเจ้าจะอุบัติขึ้นมาในโลกหรือไม่

ส่วนนิโรธ หรือ “ความดับทุกข์” นั้นเป็นส่วนผลในปัจจุบันนี้ เราอาจจะไม่มีนิโรธ เพราะเรายังมีทุกข์และตัณหา แต่การที่พระพุทธเจ้าทรงยกนิโรธขึ้นมาแสดงไว้ ก็เพื่อชี้ให้เห็นว่า ความทุกข์และเหตุแห่งความทุกข์เป็นสิ่งที่คนสามารถดับได้ กำจัดให้หมดสิ้นไปได้ เป็นการให้ความหวังกับมนุษย์ เพราะมนุษย์ส่วนมากเข้าใจว่าความทุกข์และตัณหาเป็นของธรรมชาติซึ่งเกิดมีเอง ไม่มีทางที่จะกำจัดหรือบรรเทาได้ แล้วก็ก้มหน้ารับทุกข์ต่อไป โดยไม่คิดหาทางแก้ไขความเข้าใจเช่นนั้นเป็นความเข้าใจของคนประเภท “ทุนิยม” ซึ่งไม่ใช่หลักพระพุทธศาสนา ชาวพุทธต้องเชื่อตามหลักอริยสัจว่า “นิโรธ” หรือความดับทุกข์และตัณหาได้จริง มีได้อย่างแน่นอนจนกระทั่งพระพุทธเจ้าทรงยกขึ้นเป็น “ความจริงอันประเสริฐ” อย่างหนึ่ง ทั้งนี้เพราะว่า ทุกข์ก็ดี เหตุของทุกข์ก็ดี เกิดขึ้นโดยมีเหตุปัจจัยเปรียบเหมือนไฟเกิดขึ้นเพราะมีเชื้อเพลิง มีอากาศและมีความร้อน ถ้าเรากำจัดเหตุปัจจัยของทุกข์ได้ ทุกข์และเหตุของทุกข์ก็ดับไปเอง เปรียบเหมือนเรากำจัดเชื้อเพลิงอากาศ และความร้อนให้หมดไป เปลวไฟก็ดับไปเอง เพราะฉะนั้นหลักคำสอนของพระพุทธเจ้าจึงเป็นไปตามหลักเหตุผลในธรรมชาตินั่นเอง ไม่มีอะไรผิดธรรมชาติ ตรงกันข้ามคนที่เห็นว่ากิเลสตัณหาเป็นของเกิดมีตามธรรมชาติไม่มีทางกำจัดหรือบรรเทาได้ กลับเป็นคนเห็นผิดไปจากหลักธรรมชาติเสียอีก ในโลกนี้ไม่มีสิ่งใดกำจัดไม่ได้ ถ้าเรารู้เหตุปัจจัย รู้จักวิธีการ และมีความเพียรพยายามมากพอจะดับทุกข์ดับที่ไหน

การดับทุกข์ตามวิธีการอันถูกต้องตามหลักพระพุทธศาสนานั้น ถ้าจะบรรเทาทุกข์ก็ต้องบรรเทาที่มูลเหตุ 3 ประการนั้น เปรียบเหมือนเราจะดับไฟ ต้องทำลายตัวเชื้อไฟให้หมดสิ้น เปลวไฟจึงจะดับ ฉะนั้นการจะบรรเทาทุกข์ต้องบรรเทาตัณหา การที่จะดับทุกข์ได้ ต้องดับตัณหา เพราะตัณหาเป็นตัวเหตุให้เกิดทุกข์โดยตรง

การจะดับตัณหาโดยตรงนั้นทำได้ยากมาก เพราะว่าตัณหา มีพลังแรง ตัณหาเป็นพฤติกรรมของจิตที่เกิดขึ้นมาคู่กับจิต จนทำให้คนเข้าใจไปว่า “ความอยากเป็นธรรมชาติของจิต” แยกกันไม่ออก นอกจากนั้นคนยังมีความอหังการในตัณหาเข้าใจว่าตัณหาเป็นของตนเองเลยทีเดียว จึงไม่ยอมทำลายหรือกำจัดตัณหา การดับตัณหาโดยตรงทำได้ยากเพราะตัณหา มีกำลังแรง เปรียบเหมือนไฟที่กำลังลุกโผลงเต็มที่ เราจะนำเอาน้ำเข้าไปสาดใส่โดยหวังจะให้ดับย่อมไม่มีทางสำเร็จ เข้าทำนองน้ำน้อยย่อมแพ้ไฟ ฉะนั้นการดับตัณหาจะต้องค่อย ๆ กระทำไปตามลำดับ

สรุป นิโรธ คือ ความดับทุกข์ เมื่อรู้สาเหตุของความทุกข์และดับสาเหตุนั้นได้ก็บรรลุความดับทุกข์ได้ เมื่อกำจัดตัณหาได้แล้ว เรื่อย่อมเข้าถึงนิโรธ คือ บรรลุนิพพานนั่นเอง

4) มรรคหรือมัคคสังจัจ หรืออริยมรรค มีองค์ 8

มรรค คือทางดับทุกข์ ได้แก่แนวทางในการปฏิบัติให้ถึงความดับทุกข์หรือการบรรลุความหลุดพ้นจากทุกข์

อริยสังขีข้อที่ 1) ซึ่งบอกลักษณะของชีวิตที่เป็นทุกข์

อริยสังขีข้อที่ 2) กล่าวถึง อะไรเป็นเหตุแห่งทุกข์

อริยสังขีข้อที่ 3) เป็นเป้าหมายการดับทุกข์คือการดับตัณหาให้สิ้น

อริยสังขีข้อที่ 4) ได้เน้นถึงข้อปฏิบัติที่จะให้บุคคลหลุดพ้นจากความทุกข์ได้โดยหลีกเลี่ยงจากส่วนสุดทั้ง 2 เป็นทางแห่งการบรรลุพระมรรจรยอันประเสริฐ เรียกว่า มัชฌิมาปฏิปทา หรืออริยมรรค มีองค์ 8 คือ 1) สัมมาทิฐิ ความเห็นชอบ 2) สัมมาสังกัปปะ ความดำริชอบ 3) สัมมาวาจา การพูดชอบ 4) สัมมากัมมันตะ การงานชอบ 5) สัมมาอาชีวะ อาชีพชอบ 6) สัมมาวายามะ การพยายามชอบ 7) สัมมาสติ การระลึกชอบ และ 8) สัมมาสมาธิ การตั้งใจชอบ

สรุป มรรคคือ วิธีซึ่งมีองค์ประกอบแปดประการที่นำไปสู่ความพ้นทุกข์หรือนิพพาน วิธีการดังกล่าวนี้ไม่ตึงเกินไปและไม่หย่อนเกินไป กล่าวคือไม่เป็นการทรมานตนให้ลำบาก และไม่ปล่อยตนตามอำเภอใจ องค์ประกอบทั้งแปดมีความเหมาะสมพอดี เป็นทางสายกลาง จึงเรียกว่า มัชฌิมาปฏิปทา

ดังนั้น อริยสัง 4 หมายถึง การเข้าไปรู้ปัญหา สาเหตุสาเหตุที่ทำให้เกิดปัญหา แล้วหาหนทางเพื่อการดับเหตุปัจจัยแห่งความทุกข์ได้เมื่อใด ผลคือ ความสงบสุขปราศจากการบีบคั้นใจ ที่ผ่านมาทางอายตนะภายในและอายตนะภายนอกทั้ง 6 ย่อมรับความเปลี่ยนแปลงที่เป็นไปตามกฎธรรมดาแห่งธรรมชาติแม้ความทุกข์ทางกายจะเกิดขึ้น แต่ความทุกข์ทางใจก็ไม่มี เนื่องจากไม่ยึดมั่นถือมั่นหรือปรุงแต่งอารมณ์

4.4 กระบวนการคิดแก้ปัญหาด้วยแนวคิดอริยสัง 4

พระเจษฎาพร อุณเรื่อน (2557) กล่าวว่า กระบวนการคิดปัญหาคือลำดับขั้นตอนของการคิดและการดำเนินการแก้ปัญหา เพื่อให้สามารถแก้ปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย

1. วิธีคิดแบบอริยสัจ 4 (แก้ปัญห) เรียกตามทางธรรมะได้ว่า วิธีแห่งความดับทุกข์ โดยเริ่มจากด้วยปัญหา หรือ ทุกข์ ทำความเข้าใจให้ชัดเจน สืบค้นหาสาเหตุเตรียมใจ วางแผนกำจัดสาเหตุปัญหา มีวิธีการปฏิบัติ 4 ขั้นตอน คือ

1) ทุกข์ คือ การกำหนดให้รู้จักสภาพปัญหา หมายถึง ความไม่สบายกาย ไม่สบายใจ อันเนื่องมาจากสภาวะที่ทนได้ยาก คือ เป็นสภาวะที่บีบคั้นจิตใจ ความขัดแย้ง ขาดความเที่ยงแท้การพลัดพรากจากสิ่งที่รัก ไม่สมปรารถนา เมื่อเกิดทุกข์เราต้องไม่ประมาทและต้องพร้อมที่จะเผชิญกับความ เป็นจริง

2) สมุทัย คือ การกำหนดเหตุแห่งทุกข์เพื่อกำจัด หมายถึง เหตุที่ทำให้เกิดทุกข์ คือ เป็นสิ่งเริ่มต้นที่ทำให้เกิดทุกข์ ทุกข์ที่เกิดขึ้นนั้นมีสาเหตุที่แตกต่างกันออกไป แต่สาเหตุที่แท้จริงที่ก่อให้เกิดทุกข์ ก็คือ ตัณหา หรือความอยาก ความต้องการ มีอยู่ 3 ประการคือ

2.1) ความตัณหา หมายถึง อยากได้สิ่งที่ปรารถนาทุกอย่าง เช่น ทรัพย์สินเงินทอง

2.2) ภวตัณหา หมายถึง ความอยากเป็นนั่นอยากเป็นนี่ เช่น อยากเป็นคนดัง อยากเป็นดารา เป็นต้น

2.3) วิภวตัณหา หมายถึง ความไม่อยากเป็นนั่นเป็นนี่ เช่น ไม่อยากสอบตก ไม่อยากเป็นคนพิการ เป็นต้น

3) นิโรธ คือ การดับทุกข์อย่างมีจุดหมาย ต้องมีการกำหนดว่าจุดหมายที่ต้องการคืออะไร หมายถึง ความดับทุกข์ หรือสภาวะที่ทำให้ตัณหาดับสิ้นไป ทุกข์ที่เกิดขึ้นมีสาเหตุมาจากตัณหา หรือความอยาก ถ้าคนเราลดตัณหาหรือความอยากได้มากเท่าไร ทุกข์ก็ย่อมน้อยลงไปด้วย แต่ถ้าเราดับได้โดยสิ้นเชิงชีวิตเราก็จะมีแต่ความสงบ

4) มรรค คือ การกำหนดวิธีการในรายละเอียดและปฏิบัติเพื่อกำจัดปัญหา หมายถึง ข้อปฏิบัติให้ถึงความทุกข์ ได้แก่ การเดินทางสายกลาง ซึ่งมรรคมงคลประกอบด้วย 8 ประการ คือ

4.1) สัมมาทิฐิ หมายถึง เห็นชอบ คือการเห็นตามความจริงและรู้ว่าอะไรดี ไม่ดี

4.2) สัมมาสังกัปปะ หมายถึง ความดำริชอบ คือการไม่คิดลุ่มหลงให้เกิดสุขในอารมณ์ ไม่คิดอาฆาตพยาบาท ตลอดจนไม่เบียดเบียนผู้อื่น

4.3) สัมมาวาจา หมายถึง การเจรจาชอบ คือการพูดแต่ในสิ่งที่ดี ไม่พูดเท็จ ไม่พูดส่อเสียด ไม่พูดหยาบคาบ ไม่พูดไร้สาระ

4.4) สัมมากัมมันตะ หมายถึง การกระทำชอบ คือการกระทำในสิ่งที่ดี ไม่ฆ่าสัตว์ ไม่ลักทรัพย์ ไม่ประพฤติดิฉินในกาม

4.5) สัมมาอาชีวะ หมายถึง การเลี้ยงชีพชอบ คือการประกอบอาชีพที่สุจริต ไม่คดโกง หลอกลวง ไม่กระทำในสิ่งที่เป็นผลร้ายต่อผู้อื่น

4.6) สัมมาวายามะ หมายถึง พยายามชอบ คือพยายามที่จะป้องกัน ไม่ให้เกิดความชั่ว พยายามที่จะกำจัดความชั่วที่มีอยู่ให้หมดไป พยายามสร้างความดีที่ยังไม่เกิดให้เกิด และ พยายามรักษาความดีที่มีให้คงอยู่ต่อไป

4.7) สัมมาสติ หมายถึง การระลึกชอบ คือระลึกอยู่เสมอว่าสิ่งที่รู้สิ่งที่เห็น นั้นเป็นไปตามความเป็นจริง

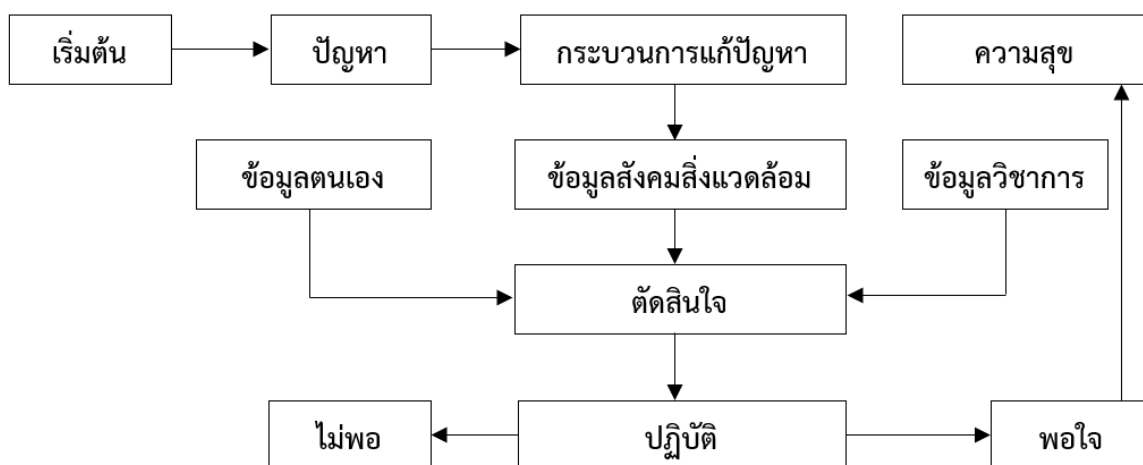
4.8) สัมมาสมาธิ หมายถึง การตั้งจิตมั่นชอบ คือ การที่สามารถตั้งจิตใจให้ จดจ่ออยู่กับสิ่งใดสิ่งหนึ่งได้นาน

4.5 การคิดแก้ปัญหาตามแนวทางอริยสัจ 4

สาโรช บัวศรี (2542) ได้ริเริ่มแนวคิดในการนำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการแก้ไข ปัญหา โดยนำหลักอริยสัจ 4 ซึ่งประกอบด้วย ทุกข์ สมุทัย นิโรธ และมรรค มาใช้ควบคู่กับ “กิจในอริยสัจ 4” อันได้แก่ ปริยญา (การกำหนดรู้) ปหานะ (การละ) สัจฉิกิริยา (การทำให้แจ้ง) และภาวนา (การเจริญ หรือการลงมือปฏิบัติ) จากหลักการทั้งสองนี้ สาโรช บัวศรีได้นำเสนอขั้นตอนการแก้ไขปัญหาในการเรียน การสอน ดังนี้

1. ขั้นกำหนดปัญหา (ขั้นทุกข์) คือการระบุและทำความเข้าใจปัญหาที่ต้องการแก้ไข
2. ขั้นตั้งสมมติฐาน (ขั้นสมุทัย) คือ การวิเคราะห์เพื่อค้นหาสาเหตุของปัญหาและทำการ ตั้งสมมติฐาน
3. ขั้นทดลอง และ เก็บข้อมูล (ขั้นนิโรธ) คือการกำหนดวัตถุประสงค์และวิธีการทดลองเพื่อ พิสูจน์สมมติฐาน พร้อมทั้งรวบรวมข้อมูล
4. ขั้นวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล (ขั้นมรรค) คือการนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์และ สรุปผล

แนวคิดการคิดเพื่อการแก้ปัญหาของโกวิท วรพิพัฒน์ เริ่มต้นที่ตัวปัญหา จากนั้นจึงย้อน พิจารณาข้อมูล 3 ประเภท ได้แก่ ข้อมูลด้านตนเอง ข้อมูลด้านชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม และ ข้อมูลทางวิชาการ หลังจากนั้น จึงดำเนินการแก้ไขปัญหา หากการดำเนินการดังกล่าวสามารถขจัด ปัญหาและความไม่พอใจของบุคคลได้ กระบวนการคิดก็จะสิ้นสุดลง แต่หากปัญหายังคงอยู่และบุคคล ยังคงไม่พึงพอใจ บุคคลก็จะเริ่มกระบวนการคิดใหม่ ดังนี้



ภาพที่ 9 แสดงรูปแบบการคิดของโกวิท วรพิพัฒน์

ที่มา : พระเจษฎาพร อุ่นเรือน (2557)

4.6 การจัดการเรียนรู้ตามขั้นของอริยสัจ 4

เป็นกระบวนการแสวงหาความรู้ โดยผู้เรียนพยายามค้นคิดการแก้ปัญหาต่างๆ โดยใช้ลำดับขั้นตอนทั้ง 4 ขั้นของอริยสัจ เป็นแนวทางในการแก้ปัญหาด้วยตนเอง การจัดการเรียนรู้ตามขั้นทั้ง 4 ของอริยสัจ มีองค์ประกอบ 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. หัวข้อปัญหา
2. ลำดับขั้นตอนการแก้ปัญหา
3. สรุปแนวทางการแก้ปัญหา

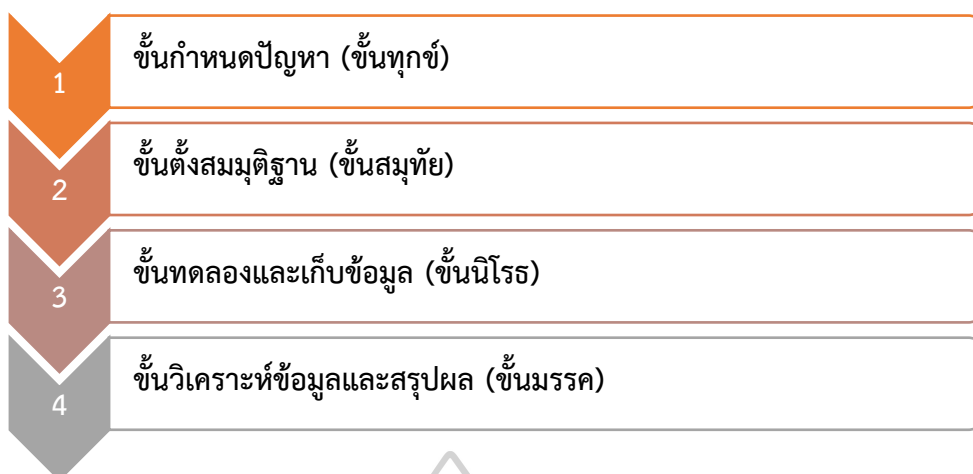
ซึ่งมีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้โดยสาโรช บัวศรี (อ้างถึงในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541: 201-202) ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ด้วยอริยสัจ 4

ขั้นตอนการสอน	เทคนิคสำคัญ
1. กำหนดปัญหา (ขั้นทุกข์) ผู้สอนกำหนดและนำเสนอปัญหาอย่างละเอียด พยายามให้ผู้เรียนทำความเข้าใจต่อปัญหานั้นตรงหน้า และพยายามสร้างความรู้สึกให้ผู้เรียนเกิดความตระหนักว่า สิ่งที่คุณสอนนำเสนอเป็นปัญหาของทุกคน ทุกคนมีส่วนเกี่ยวข้องกับปัญหานั้น และทุกคนจะต้องร่วมมือกัน ช่วยแก้ปัญหา เพื่อความสุขของทุกคน ผู้สอนช่วยให้ผู้เรียนได้ศึกษาพิจารณาปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยตนเอง ด้วยความรอบคอบและพยายาม กำหนดขอบเขตของปัญหาซึ่งผู้เรียนจะต้องคิดแก้ไขได้	1.1 การอธิบายอย่างกระชับ ชัด สร้างภาพเหตุการณ์ให้เห็นผลของการละเลยไม่แก้ปัญหและการ โหม่นนำชักชวนให้เกิดความตระหนักในความสำคัญของการแก้ปัญหา อาจใช้สื่อที่เหมาะสมในการนำเสนอ ปัญหาให้สมจริง 1.2 เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้แสดงความคิดเห็นอย่าง หลากหลายและทั่วถึงและเขียนความแสดงความคิดเห็น ทั้งหมดนั้นบนกระดานเพื่อป้องกันการลืมและเป็นการ เสริมให้ผู้เรียนพยายามมีส่วนร่วมในบทเรียน
2. ตั้งสมมติฐาน (ขั้นสมุทัย) ผู้สอนช่วยให้ผู้เรียนได้พิจารณาด้วยตนเองว่าสาเหตุ ของปัญหาที่ยกขึ้นมากล่าวในขั้นที่ 1 นั้นมีอะไรบ้าง ผู้สอนช่วยให้ผู้เรียนได้เกิดความเข้าใจตระหนักว่าในการ แก้ปัญหาใดๆนั้นจะต้องกำจัดหรือดับ ผู้สอนช่วยให้ได้คิดว่าในการแก้ปัญหาที่สาเหตุจะ กระทำอะไรได้บ้างคือให้กำหนดสิ่งที่ทำนี้เป็นข้อ ๆ ไป	2.1 ใช้คำถามช่วยให้ผู้เรียนช่วยกันคิดและแสดงความคิดเห็น ผู้สอนเขียนข้อมูลสาเหตุของปัญหาตามที่ผู้เรียน เสนอไว้คู่กับประเด็นปัญหาที่ 1.2 ที่เขียนไว้บนกระดาน 2.2 ใช้วิธีการอภิปรายเชื่อมโยงเหตุผลให้ตัวอย่างการ กำหนดสิ่งที่จะทำแล้วเปิดโอกาสและกระตุ้นให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นในการเสริมแรงผู้เรียนที่แสดง ความคิดเห็น เขียนข้อมูลที่ผู้เรียนเสนอไว้บนกระดาน
3. ทดลองและเก็บข้อมูล (ขั้นนิโรธ)	ให้เทคนิคการแบ่งงาน และการทำงานเป็นกลุ่มและ เสนอแนะวิธีการจัดบันทึกข้อมูล ผู้สอนอาจให้ผู้เรียน ช่วยกันเสนอว่าจะจัดบันทึกข้อมูลอย่างไร หรือช่วยกัน ออกแบบตารางบันทึกข้อมูล
4. วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล (ขั้นมรรค) ผู้เรียนเกิดความเข้าใจและสรุปว่าในการทดลองหรือ การทำด้วยตนเองหลายอย่างนั้น บางอย่างแก้ปัญหาไม่ได้ บางอย่างแก้ปัญหาได้ การแก้ปัญหาให้สำเร็จจะต้องทำ อย่างไร เมื่อลงข้อสรุปวิธีแก้ปัญหาได้แล้วให้ผู้เรียน ช่วยกันกำหนดแนวทางในการปฏิบัติและลงมือปฏิบัติ ตามแนวทางนั้น รวมทั้งให้ผู้เรียนช่วยกันคิดว่าวิธีการ ควบคุมและติดตามการปฏิบัติเมื่อแก้ไขปัญหานั้น ๆ ด้วย	ให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบ ข้อมูลที่ได้บันทึกไว้แล้วช่วยกันลงข้อสรุปโดยผู้สอนช่วย เชื่อมโยงความคิดของผู้เรียนแต่ละคนเปิดโอกาสให้ผู้เรียนแสดงความคิดเห็นโดยผู้สอนใช้คำถามกระตุ้นให้ ข้อมูลย้อนกลับทบทวนเสริมความสำคัญ สรุปเชื่อมโยง ข้อคิดเห็นของผู้เรียนและบันทึกข้อมูลต่าง ๆ บน กระดาน

ที่มา : สาโรช บัวศรี (อ้างถึงในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541: 201-202)

สามารถสรุปเป็นขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ด้วยอริยสัจ 4 ได้ ดังนี้



ภาพที่ 10 แสดงขั้นตอนสรุปการจัดการเรียนรู้ด้วยอริยสัจ 4

ที่มา : ผู้วิจัย (ปรับปรุงจากพระเจษฎาพร อุ่นเรือน, 2557)

5. ยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนการพัฒนากองทัพบก ระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น

5.1 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย มาตรา 65 กำหนดให้รัฐต้องจัดทำยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อเป็นเป้าหมายของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนภายใต้หลักธรรมาภิบาล และใช้เป็นกรอบในการจัดทำแผนงานต่าง ๆ ให้มีความสอดคล้องและบูรณาการกัน เพื่อสร้างพลังขับเคลื่อนร่วมกันสู่เป้าหมายดังกล่าว ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) จึงเป็นแผนการพัฒนาประเทศฉบับแรกตามรัฐธรรมนูญฉบับนี้ โดยกำหนดกรอบและทิศทางการพัฒนาที่หน่วยงานภาครัฐทุกภาคส่วนต้องปฏิบัติตาม เพื่อบรรลุวิสัยทัศน์ของประเทศไทยที่ว่า “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” อันหมายถึงการเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการประยุกต์ใช้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง หรือเป็นคติพจน์ประจำชาติที่ว่า “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อตอบสนองต่อผลประโยชน์ของชาติ และเพื่อความสุขของคนไทยทุกคน (ราชกิจจานุเบกษา, 2561)

เพื่อให้ประเทศสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุวิสัยทัศน์และเป้าหมายการพัฒนาประเทศ จึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาวที่มุ่งเน้นการสร้างสมดุลระหว่างการพัฒนา ความมั่นคง เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย 6 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

1. ยุทธศาสตร์ชาติด้านความมั่นคง
2. ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน
3. ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์
4. ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

5. ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

6. ยุทธศาสตร์ชาติด้านการปรับสมดุลและพัฒนาระบบการบริหารจัดการภาครัฐ

ในภาคการท่องเที่ยว แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากมีศักยภาพในการสร้างรายได้ สร้างงาน และกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยมีเป้าหมายหลักคือการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและยั่งยืน สร้างความเข้มแข็งให้แก่อุตสาหกรรม และยกระดับประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก แม้ว่าแผนยุทธศาสตร์ชาติจะไม่ได้กำหนด “ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว” โดยตรง แต่ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้ถูกผนวกไว้ในหลายยุทธศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน : ยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีมูลค่าสูง การสร้างความหลากหลายของสินค้าและบริการท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงรุก ตัวอย่างเช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การยกระดับมาตรฐานบริการ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ : ยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนไทยให้ดีขึ้น และมีทักษะความรู้ที่จำเป็นสำหรับการทำงานในอนาคต โดยเน้นการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีทักษะและความสามารถตามมาตรฐานสากล ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ และสร้างจิตสำนึกของการเป็นเจ้าบ้านที่ดี ตัวอย่างเช่น การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการโรงแรม การบริการ การนำเที่ยว การจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม : ยุทธศาสตร์นี้มีเป้าหมายในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม และลดผลกระทบจากการท่องเที่ยวต่อสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อสิ่งแวดล้อม การจัดการขยะและน้ำเสียในแหล่งท่องเที่ยว การอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์

กล่าวโดยสรุป แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นกรอบยุทธศาสตร์ที่จัดทำขึ้นโดยมีภาคการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญของการพัฒนาประเทศ ซึ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ยั่งยืน และสร้างรายได้ ควบคู่ไปกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การรักษาสิ่งแวดล้อม และการ

ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวขึ้นเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลกอย่างแท้จริง

5.2 แผนแม่บทการท่องเที่ยว ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561-2580

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2563) ได้รายงานเกี่ยวกับแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติในประเด็นการท่องเที่ยว โดยเน้นย้ำถึงความสำคัญของการรักษาความเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก สิ่งนี้จำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบองค์รวมที่มุ่งเน้น นักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายของสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และให้ความสำคัญกับการพัฒนาในสาขาที่มีศักยภาพ โดยยังคงรักษา จุดเด่นด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย และให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อม

ทั้งนี้ การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะ 20 ปี ในระยะแรกจะเน้นไปที่การสร้าง รายได้จากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และวางรากฐานด้านการท่องเที่ยวที่เน้น มาตรฐาน และคุณภาพระดับสากล สิ่งสำคัญที่สุดคือการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่อง ความปลอดภัย ให้แก่นักท่องเที่ยว การบังคับใช้กฎหมายเพื่อความปลอดภัย และป้องกันไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบ หลังจากนั้น จึงจะมีการ กระจ่ายการท่องเที่ยวทั้งในมิติของพื้นที่และรายได้สู่ชุมชน ตลอดจนให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อมุ่งสู่เป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวในการเป็นเครื่องมือสำคัญในการ ลดความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย โดยแผนแม่บทด้านการท่องเที่ยวนี้ประกอบด้วย 6 แผนย่อย ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม มุ่งเน้นการสร้างสรรค์คุณค่าของสินค้าและบริการท่องเที่ยว โดยการใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม ผนวกกับจุดแข็งด้านความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต เพื่อสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว และสร้างทางเลือกประสบการณ์ใหม่ ๆ

2. การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ ซึ่งครอบคลุมการจัดประชุมและนิทรรศการ (MICE) การจัดงานแสดงสินค้า การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การแข่งขันกีฬาระดับนานาชาติ และการท่องเที่ยวเชิงกีฬา รวมถึงการพักผ่อนระหว่างหรือหลังการประกอบธุรกิจ กิจกรรมเหล่านี้จะดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวคุณภาพ อีกทั้งยังส่งเสริมการจัดงานธุรกิจและกิจกรรมต่างๆ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และเทคโนโลยีที่นำไปสู่การสร้างนวัตกรรม รวมถึงการสร้างเวทีเจรจาการค้าและการลงทุนของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย

3. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย พัฒนาและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ทั้งสินค้า บริการ ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องตลอดห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว เน้นสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์จากการให้บริการตามแบบอย่างความเป็นไทยที่โดดเด่นในระดับสากล ร่วมกับการใช้องค์ความรู้และภูมิปัญญาไทยที่พัฒนาต่อยอดด้วยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการ

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางน้ำ เพื่อให้เป็นอีกหนึ่งทางเลือกใหม่ของการท่องเที่ยวไทย และเป็นแหล่งสร้างรายได้ใหม่ให้กับประเทศ โดยคำนึงถึงความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวและการมีส่วนร่วมของชุมชน ครอบคลุมการท่องเที่ยวทางทะเลและชายฝั่ง รวมถึงการท่องเที่ยวในลุ่มน้ำสำคัญ โดยการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวทางน้ำให้ได้มาตรฐาน สร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว รวมถึงบริบทของพื้นที่และชุมชน

5. การท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค ยกระดับให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคอาเซียน โดยใช้ประโยชน์จากที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ แผนการลงทุนพัฒนาโครงข่ายคมนาคมทั้งทางถนน ราง น้ำ และอากาศ และกรอบความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวภายในประเทศ อนุภูมิภาค และอาเซียน บนฐานอัตลักษณ์เดียวกัน เพื่อส่งเสริมให้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวร่วมกัน

6. การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว พัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยวไทย

5.3 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม พ.ศ.2566-2570

จังหวัดนครปฐมเป็นอู่อารยธรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีความเจริญรุ่งเรืองด้านพระพุทธศาสนาและเป็นเมืองโบราณมีความสำคัญมากแห่งหนึ่ง จึงมีความได้เปรียบด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวหลากหลายทั้งเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมประเพณี จังหวัดมีแนวคิดและวัตถุประสงค์ในการจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่และภูมิทางสังคม (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (historical tourism) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ชมความงามให้เกิดความเพลิดเพลินและเพื่อให้มีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น การทัศนศึกษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาคำรู้ สัจธรรมแห่งชีวิตมีการฝึกทำสมาธิ ยึดมั่นในการกระทำความดีโดยใช้หลักศาสนาเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ มี

คุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีจิตสำนึกและรับผิดชอบต่อการรักษา มรดกทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมโดยประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ จะมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวด้วย ซึ่งจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพ และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวประเภทนี้ อย่างครบถ้วน เช่น องค์พระปฐมเจดีย์ พุทธมณฑลพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระราชวังสนามจันทร์ วัดวาอารามต่าง ๆ

2. การท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมและประเพณี (cultural and traditional tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านในท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้นได้รับความเพลิดเพลินตื่นตาตื่นใจในสุนทรียะศิลป์เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่าง ๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น รวมถึงการท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบท และการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ บนพื้นฐาน ของความรับผิดชอบต่อและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม และคุณค่าของสภาพแวดล้อมรวมถึงการท่องเที่ยวโดยที่ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งจังหวัดนครปฐมมีปัจจัยทางการท่องเที่ยว ด้านนี้ครบถ้วน ตามที่ได้กล่าวแล้วสามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างทั่วถึง แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดไร่ขิง ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำบางหลวง รศ.122 ชมวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนริมคลองมหาสวัสดิ์ หมู่บ้านวัฒนธรรมไทยทรงดำ หมู่บ้านวัฒนธรรมไทยโซ่ง งานเทศกาลนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ งานวันส้มโอ อำเภอนครชัยศรี งานเทศกาลอาหารผลไม้ งานธรรมา พุทธชาติ งานประเพณีแข่งขันเรือยาว เป็นต้น

3. มีแหล่งท่องเที่ยวด้านนันทนาการ เช่น สวนสามพรานริเวอร์ไซด์ ฟาร์มจระเข้และงานแสดงช้างสามพราน มีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐาน มีสวนกล้วยไม้ทั้งดงงาม เป็นต้น

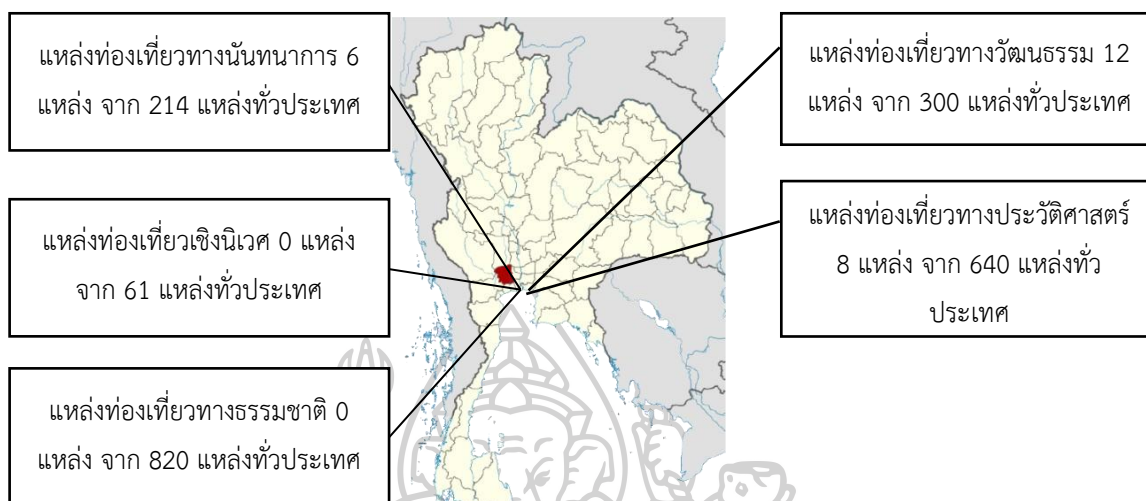
4. การเดินทางท่องเที่ยวสะดวกสามารถไป-กลับได้ การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้โดยสะดวกซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มีสัดส่วนมากถึงร้อยละ 80 สามารถนำมาเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยวของจังหวัดได้และสอดคล้องกับข้อมูลสำรวจของกรมการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางนครปฐมเพื่อไหว้พระ พักผ่อนหย่อนใจ ต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ และท่องเที่ยววันเดียวสำหรับคนไทย ส่วนคนต่างชาติประมาณ 3 วัน

5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งที่พักแรม ร้านอาหาร เครื่องดื่ม บริษัทขนส่ง สถานบริการต่าง ๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า เป็นต้น

5.4 ศักยภาพและโอกาสในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว

จังหวัดนครปฐมมีศักยภาพที่แข็งแกร่งด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม และเกษตร รวมถึงมีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ที่ใกล้กับกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เติบโตและสร้างรายได้ให้กับจังหวัด มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และสืบสานวัฒนธรรม

ประเพณีของไทยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดซึ่งจะทำให้ภาคการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตมากขึ้น



ภาพที่ 11 แสดงสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดนครปฐม

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2566 – 2570 ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

ตารางที่ 2 สถิติผู้เยี่ยมเยือนภายในจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2562 – 2565

รายการ	ประจำปี				หมายเหตุ
	2562	2563	2564	2565	
ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย (คน)	4,100,834	1,654,652	952,169	2,930,203	ปี2565 เพิ่มขึ้นจากปี2564 ร้อยละ 207.74
ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (คน)	128,704	20,987	685	13,850	ปี2565 เพิ่มขึ้นจากปี2564 ร้อยละ1,921.90
รวม	4,229,538	1,675,639	952,854	2,944,053	ปี2565 เพิ่มขึ้นจากปี2564 ร้อยละ 208.97

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565

ตารางที่ 3 สถิติรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนภายในจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2562 – 2565

รายการ	ประจำปี				หมายเหตุ
	2562	2563	2564	2565	
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย (ล้านบาท)	5,930.60	2,213.26	1,233.78	3,704.35	ปี2565 เพิ่มขึ้นจากปี2564 ร้อยละ 200.24
รายได้จากผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ (ล้านบาท)	271.28	31.10	1.66	34.54	ปี2565 เพิ่มขึ้นจากปี2564 ร้อยละ1,980.72
รวม	6,201.88	2,244.36	1,235.48	3,738.89	ปี2565 เพิ่มขึ้นจากปี2564 ร้อยละ 202.64

ที่มา : กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565

หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 คลี่คลาย พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่การท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal) ที่คำนึงถึงปัจจัยมาตรฐานด้านความปลอดภัย และสุขอนามัยเป็นสำคัญ ซึ่งถือเป็นสัญญาณที่ดีในการสร้างมิติใหม่ของการท่องเที่ยวและยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้สูงขึ้น ได้วางแผนกลยุทธ์แนวการทำงานขององค์กร ในปี 2564 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจะเป็นผู้นำในการขับเคลื่อนและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิด 3D ให้มีความสำคัญใน 3 เรื่อง ได้แก่

Domestic ส่งเสริมและผลักดันการท่องเที่ยวในประเทศ

Digital ปรับตัวสู่ระบบดิจิทัลสร้างการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงกันทางดิจิทัล ก้าวทันอนาคต

Dynamic มีความสามารถปรับสมดุลใหม่สามารถเผชิญความผันผวนของสถานการณ์และมีความยืดหยุ่นในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีใหม่ตามมาตรฐานของกระทรวงสาธารณสุขอย่างเคร่งครัด และเชื่อมโยงการท่องเที่ยวยุคใหม่เข้ากับระบบดิจิทัลเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคนิวอร์มัล (New Normal) (แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2566 – 2570 ฉบับทบทวน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568)

นอกจากนี้ จังหวัดนครปฐมยังสามารถเพิ่มโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในจังหวัดได้ เช่น

1. การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในภูมิภาค โดยการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงนครปฐมกับจังหวัดใกล้เคียง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเยือนนครปฐมมากขึ้น
2. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม สามารถนำเสนอเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นในรูปแบบที่น่าสนใจและสร้างสรรค์
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน

4. การใช้เทคโนโลยีในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การใช้สื่อดิจิทัลและเทคโนโลยีต่างๆ ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าสนใจ

5. การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการปรับปรุงและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ที่พัก ร้านอาหาร และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567)

5.5 ปัญหาด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม มีสาเหตุหลักดังต่อไปนี้

1. ขาดการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาปรับใช้ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เช่น การมี QR Code ในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อแสดงข้อมูลสำคัญ ประวัติศาสตร์ รวมถึงคำแนะนำที่เกี่ยวข้อง

2. ขาดการสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ในจังหวัด หรือการสร้างอัตลักษณ์สำคัญทั้งทางด้านสถานที่และอาหารอันเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยวใหม่ (Landmark) ของทั้ง 7 อำเภอ

3. ขาดการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว (Travel Route) สำหรับกลุ่มการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มปั่นจักรยาน กลุ่มครอบครัว กลุ่มท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (สายมู) กลุ่มการท่องเที่ยวและมีการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เป็นต้น ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่กำลังการใช้จ่ายสูง และสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวในพื้นที่ได้เป็นอย่างดี

4. ขาดการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและทั่วถึง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวไม่ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและจุดเด่นในแต่ละอำเภอ

5. ขาดการบริหารจัดการท่องเที่ยวอย่างบูรณาการ อาทิ ขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ด้านการท่องเที่ยว ขาดข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ขาดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว และขาดการประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

5. ขาดความเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างเป็นระบบและครบวงจร เช่น ชมสวนผลไม้ ไร่สวนผสม ชมนาบัว ผลิตภัณฑ์ OTOP ส่งผลให้ประชาชนขาดรายได้จากการท่องเที่ยวขาดแหล่งจำหน่ายสินค้า และนักท่องเที่ยวไม่ประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว

6. ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าในท้องถิ่นให้โดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์ระดับประเทศ รวมทั้งขาดการขยายช่องทางการจำหน่ายและแปรรูปผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นยังไม่เป็นที่รู้จักในระดับประเทศไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม และขาดความเป็นเอกลักษณ์ จึงทำให้ไม่สามารถสร้างแบรนด์ได้อย่างโดดเด่น

7. ขาดความต่อเนื่องในการส่งเสริมประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่น จากสาเหตุดังกล่าว ทางจังหวัดควรเร่งดำเนินการแก้ไขและพัฒนาเรื่องดังกล่าว ดังนี้

7.1 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ของจังหวัด โดยการเชื่อมโยงระหว่างประวัติศาสตร์สถานที่ ชุมชน อาหาร และประชาชนในพื้นที่ เพื่อสร้างจุดเด่นทางการท่องเที่ยวใหม่ (Landmark) ของทั้ง 7 อำเภอ

7.2 ส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการสร้างสรรค์สถานที่ท่องเที่ยวให้มีความโดดเด่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาทักษะในการประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายสินค้าผ่านช่องทางหน้าร้านและช่องทางออนไลน์ การจัดแสดงสินค้าอัตลักษณ์หรือผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่น

7.3 พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาพพร้อมใช้งาน มีมาตรฐาน และมีความปลอดภัย

7.4 การพัฒนาและกำหนดเส้นทางท่องเที่ยว (Travel Route) สำหรับกลุ่มการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มปั่นจักรยาน กลุ่มครอบครัว กลุ่มสายมู กลุ่มการท่องเที่ยวและมีการทำกิจกรรมเพื่อสังคม (CSR) เป็นต้น เพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รับรู้ในสังคมอย่างแพร่หลาย

7.5 พัฒนาระบบนิเวศน์ (Ecosystem) ให้กับชุมชนและสถานที่เชิงอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ และส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรม งานวันสำคัญ และประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวรับรู้กันอย่างแพร่หลาย เพื่อสร้างความพร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาทักษะภาคีเครือข่ายในสถาบันการศึกษาระดับประถมศึกษาและมัธยมศึกษา รวมถึงในชุมชนสถานที่ท่องเที่ยว

7.6 บูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่ายเพื่อพัฒนาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

7.7 พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้ได้มาตรฐานและจัดหาช่องทางการจำหน่ายสินค้าในพื้นที่ นอกพื้นที่ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น และพัฒนาศูนย์จัดแสดงและจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567)

5.6 จุดเน้นในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 หรือโรคโควิด-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในประเทศไทย อยู่ในระดับที่สามารถควบคุมได้ระดับหนึ่งและภาครัฐได้ผ่อนคลายมาตรการการควบคุมการระบาดของโรคโควิด-19 ประชาชนสามารถเดินทางออกนอกบ้านและประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ได้มากขึ้น ภาคธุรกิจสามารถกลับมาประกอบกิจการภายใต้แนวทางการปฏิบัติตามมาตรการผ่อนปรน

กิจการและกิจกรรมตามที่ศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) กำหนด

ทั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว ส่งเสริมและผลักดันในเรื่องความปลอดภัย ความสะดวก ความเป็นธรรม ความยั่งยืน และรักษาสีแห่งสยาม รวมไปถึงการท่องเที่ยวสีขาว หรือ BCG Model เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน การเติบโตอย่างทั่วถึง และการเติบโต อย่างสมดุล ปัจจุบันกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมควบคุมโรค กรมอนามัย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้ร่วมกันจัดทำโครงการ Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนำมาตรการความปลอดภัยด้านสาธารณสุขผนวกกับมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพของสถานประกอบการ เพื่อลดความเสี่ยงและป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นการสร้างความปลอดภัย ความเชื่อมั่น ในการรองรับนักท่องเที่ยว (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567)

5.7 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

1. ประสานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และสามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน เพื่อลดปัญหาประชาชนบางส่วนขาดการรับรู้เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่
2. สนับสนุนสร้างแหล่งท่องเที่ยวให้ชุมชนเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เสริม โดยเฉพาะการจัดทำแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน
3. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมต่าง ๆ
4. ส่งเสริมการประกอบอาชีพ การรณรงค์ตลาดชุมชน ให้นักท่องเที่ยวรู้จักมากขึ้น (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567)

6. บริบทและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดนครปฐม

“นครปฐม” เป็นเมืองที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานและเป็นแหล่งอารยธรรมสำคัญในดินแดนสุวรรณภูมิ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์ เดิมทีเมืองนี้ตั้งอยู่ริมทะเลและมีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิ และยังเป็นราชธานีที่สำคัญในยุคทวารวดี ในช่วงเวลานั้น นครปฐมเป็นศูนย์กลางของการเผยแพร่อารยธรรมจากอินเดีย รวมถึงพุทธศาสนา ทำให้มีผู้คนหลากหลายเชื้อชาติอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ต่อมานครปฐมประสบปัญหาความแห้งแล้งจากการที่กระแสน้ำเปลี่ยน

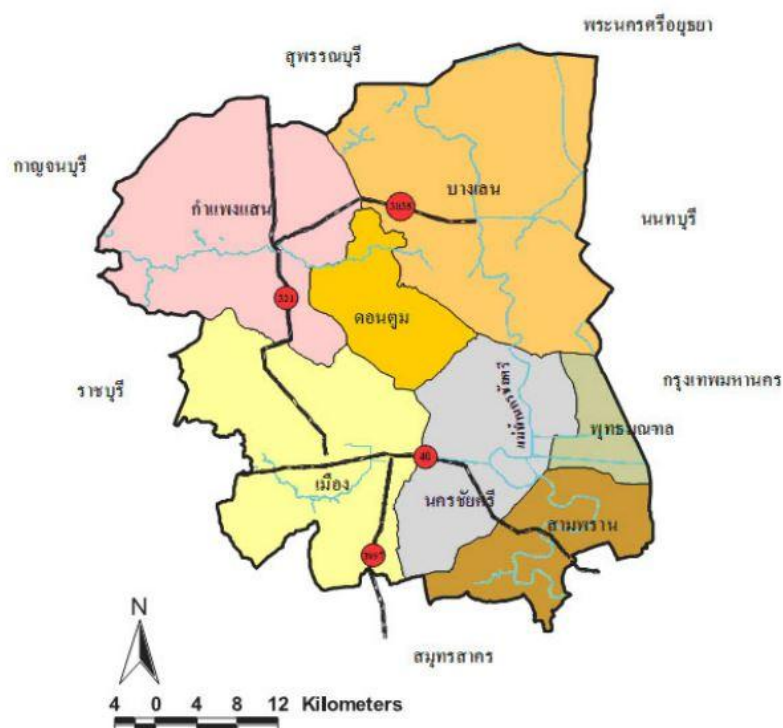
เส้นทาง ทำให้ประชาชนอพยพไปตั้งถิ่นฐานบริเวณริมน้ำและสร้างเมืองใหม่ชื่อ “เมืองนครไชยศรี” หรือ “ศรีวิชัย” ส่งผลให้นครปฐมกลายเป็นเมืองร้างในที่สุด (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนา จังหวัดนครปฐม, 2567)

ต่อมาในรัชสมัย พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้มีการเริ่มก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ ซึ่งตัดผ่านบริเวณเมืองนครปฐมที่ในขณะนั้นยังคงเป็นป่ารก ด้วยเหตุนี้ พระองค์จึงมีพระราชดำริให้ย้าย ศูนย์กลางเมืองจากตำบลท่านา อำเภอนครชัยศรี กลับมาตั้งยังบริเวณ องค์พระปฐมเจดีย์ ดังเช่นในสมัย โบราณ

ในรัชสมัยต่อมาคือ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว พระองค์โปรดเกล้าฯ ให้สร้าง พระราชวังสนามจันทร์ เพื่อใช้เป็นที่ประทับแปรพระราชฐานและสถานที่ฝึกซ้อมรบของหน่วยเสือป่า นอกจากนี้ ยังทรงมีพระราชดำริให้ตัดถนนเพิ่มขึ้นอีกหลายสาย รวมถึงการสร้าง สะพานเจริญศรัทธา ข้ามคลองเจดีย์บูชาเพื่อเชื่อมระหว่างสถานีรถไฟกับองค์พระปฐมเจดีย์ ตลอดจนสร้าง พระร่วงโรจนฤทธิ์ ทางด้านทิศเหนือขององค์พระปฐมเจดีย์ และทรงบูรณะองค์พระปฐมเจดีย์ให้สมบูรณ์งดงามยิ่งขึ้น

6.1 ที่ตั้งและอาณาเขต

นครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนในที่ราบลุ่มภาคกลาง มีพื้นที่ 2,168.327 ตารางกิโลเมตรหรือ 1,355,204 ไร่ หรือร้อยละ 0.42 ของประเทศและอันดับที่ 62 ของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทางถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร หรือตามเส้นทางถนนบรมราชชนนี (ถนนปิ่นเกล้า-นครชัยศรี) 51 กิโลเมตร และตามเส้นทางรถไฟ 62 กิโลเมตร (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567) โดยมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้



ภาพที่ 12 แสดงอาณาเขตของจังหวัดนครปฐม

ที่มา : แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2566 - 2570 (ฉบับทบทวน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 กรมงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดนครปฐม

ทิศเหนือ ติดต่อกับ อ.สองพี่น้อง จ.สุพรรณบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับ อ.กระทุ่มแบน อ.บ้านแพ้ว จ.สมุทรสาคร และ อ.บางแพ จ.ราชบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ อ.ไทรน้อย อ.บางใหญ่ อ.บางกรวย จ.นนทบุรี และเขตทวีวัฒนา เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร อ.บางไทร จ.พระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อ.บ้านโป่ง อ.โพธาราม จ.ราชบุรี และ อ.ท่ามะกา อ.พนมทวน จ.กาญจนบุรี

6.2 สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ

สภาพภูมิประเทศของจังหวัดนครปฐมโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นที่ราบถึงค่อนข้างราบเรียบ ไม่มีภูเขาและป่าไม้ ระดับความแตกต่างของความสูงของพื้นที่อยู่ระหว่าง 2-10 เมตร เนือระดับน้ำทะเลปานกลาง สภาพพื้นที่โดยทั่วไปลาดจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ และตะวันตกสู่ตะวันออกมีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านจากทิศเหนือลงสู่ทิศใต้ พื้นที่ทางตอนเหนือและทางตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นที่ดอน ส่วนพื้นที่ทางตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่ม มีที่ดอนกระจายเป็นแห่ง ๆ และมีแหล่งน้ำกระจาย

สำหรับพื้นที่ด้านตะวันออก และด้านใต้เป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน มีคลองธรรมชาติและคลองข่อยที่ขุดขึ้นเพื่อการเกษตรและคมนาคมอยู่มาก พื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเล 2-4 เมตร (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567)

อุณหภูมิในปี 2565 อุณหภูมิสูงสุด 38.8 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 27 เมษายน 2565 อุณหภูมิต่ำที่สุด 15.7 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 20 ธันวาคม 2565 อุณหภูมิเฉลี่ย 28.4 องศาเซลเซียส อุณหภูมิในปี 2564 อุณหภูมิสูงสุด 38.7 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 4 กรกฎาคม 2564 อุณหภูมิต่ำที่สุด 11.7 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 21 มกราคม 2564 อุณหภูมิเฉลี่ย 28.2 องศาเซลเซียส และอุณหภูมิในปี 2563 อุณหภูมิสูงสุด 39.7 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 9 มีนาคม 2563 อุณหภูมิต่ำที่สุด 14.0 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 22 ธันวาคม 2563 อุณหภูมิเฉลี่ย 28.9 องศาเซลเซียส (กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม, 2567)

6.3 เขตการปกครองและประชากร

จังหวัดนครปฐมแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ 106 ตำบล 930 หมู่บ้าน สำหรับการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น 117 แห่ง ประกอบด้วย องค์การบริหารส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 5 แห่ง เทศบาลตำบล 20 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 90 แห่ง ดังนี้

ตารางที่ 4 แสดงเขตการปกครองจังหวัดนครปฐม

อำเภอ	ตำบล	หมู่บ้าน	เทศบาลนคร	เทศบาลเมือง	เทศบาลตำบล	ระยะทาง อบต. จากจังหวัด (ก.ม.)
เมืองนครปฐม	25	214	1	2	6	19
กำแพงแสน	15	204	-	-	1	15
นครชัยศรี	24	108	-	-	4	21
ดอนตูม	8	69	-	-	1	6
บางเลน	15	180	-	-	4	15
สามพราน	16	137	-	3	2	12
พุทธมณฑล	3	18	-	-	2	2
รวม	106	930	1	5	20	90

ที่มา แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

จำนวนประชากรของจังหวัดนครปฐม ในปี 2565 มีจำนวนทั้งสิ้น 921,882 คน เป็นเพศชาย 442,350 คน เพศหญิง 479,532 คน โดยมีอัตราการลดลง 0.03 ปี 2564 มีจำนวนทั้งสิ้น 922,171 คน เป็นเพศชาย 442,800 คน เพศหญิง 479,371 คน โดยมีอัตราเพิ่มขึ้น 0.16 ปี 2563 มีจำนวนทั้งสิ้น 920,729 คน เป็นเพศชาย 441,884 คน เพศหญิง 478,845 คน โดยมีอัตราที่เพิ่มขึ้น 0.08 ปี 2562 มีจำนวนทั้งสิ้น 920,030 คน เป็นเพศชาย 441,351 คน เพศหญิง 478,679 คน โดยมีอัตราที่เพิ่มขึ้น 0.32 ปี 2561 มีจำนวนทั้งสิ้น 917,053 คน เป็นเพศชาย 439,691 คน เพศหญิง 477,362 คน เพิ่มขึ้น 0.61 ซึ่งจำนวนประชากรในปีที่ผ่านมาล่าสุดมีแนวโน้มลดลง สำหรับอำเภอที่มีประชากรมากที่สุด ได้แก่ อำเภอเมืองนครปฐม รองลงมา ได้แก่ อำเภอกำแพงแสน และอำเภอนครชัยศรี ตามลำดับ รายละเอียดดังตาราง

ตารางที่ 5 จำนวนประชากรและจำนวนครัวเรือน จังหวัดนครปฐม พ.ศ.2563 – 2567

ปี พ.ศ.	เพศชาย	เพศหญิง	รวม	จำนวนครัวเรือน
2561	439,691	477,362	917,053	396,306
2562	441,351	478,679	920,030	404,004
2563	441,884	478,845	920,729	411,586
2564	442,800	479,371	922,171	417,915
2565	442,350	479,532	921,882	426,205

ที่มา : สำนักบริหารการทะเบียน กรมการปกครอง (2566)

6.4 กลุ่มชาติพันธุ์ในนครปฐม

จากฐานข้อมูลกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2561) อธิบายว่า กลุ่มชาติพันธุ์ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม ได้แก่

6.4.1 ชาวไทยเชื้อสายจีน

ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย (รัชกาลที่ 2) และพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 3) ได้เกิดการอพยพของ ชาวจีน จากแผ่นดินใหญ่เข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก โดยกระจายตัวอยู่ตามแนวลำน้ำสำคัญอย่าง แม่น้ำเจ้าพระยา และแม่น้ำท่าจีน ในระยะแรก การเดินทางส่วนใหญ่เป็นการเข้ามาทางเรือตามลำน้ำ

หนุ่มชาวจีนที่อพยพเข้ามา มักจะสมรสกับหญิงไทยพื้นเมืองที่มีฐานะดี ด้วยนิสัยที่ขยันขันแข็งและไม่หยุดนิ่ง การค้าขาย จึงเป็นอาชีพหลักที่ชาวจีนถนัดและดำเนินการ กิจกรรมหนึ่งที่แพร่หลายคือการค้าข้าวเปลือก โดยทำหน้าที่เป็นคนกลางรับซื้อข้าวจากชาวนาไทยเพื่อนำไปขายต่อให้กับโรงสีข้าวของชาวจีน อาชีพเช่นนี้ช่วยให้พวกเขามีฐานะดีขึ้น ชาวจีนไม่ได้ประกอบอาชีพทำนาโดยตรง แต่จะเน้นการค้าขาย การต่อตู้ ต่อเรือ การค้าไม้ การทำสวน การขายหมู และการขายปลาหู เป็นต้น

ชุมชนชาวจีน มักจะรวมตัวกันโดยมี โรงเจ เป็นศูนย์กลาง ดังจะเห็นได้ว่ามีโรงเจตั้งอยู่เป็นระยะตลอดริมแม่น้ำ เช่น ตรงข้ามวัดจี้วรายทางตอนใต้ของอำเภอนครชัยศรี และบริเวณด้านหลังตลาดใหม่สามพราน นอกจากนี้ เจ้าของตลาดส่วนใหญ่ตามริมแม่น้ำก็มักจะเป็นชาวจีนเกือบทั้งหมดเมื่อเวลาผ่านไป ลูกหลานชาวจีนที่ผสมกับชาวไทยได้มีโอกาสร่ำเรียนและได้รับการศึกษา ทำให้ความเป็นจีนลดน้อยลงไปเรื่อย ๆ จนกระทั่งในปัจจุบันได้กลายเป็น คนไทย โดยสมบูรณ์ (ศุภชัย มานุษยวิทยา สิริธร, 2561)

6.4.2 มอญ (รามัญ)

ชาวมอญ หรือที่รู้จักกันในชื่อ “รามัญ” ซึ่งมาจากชื่อประเทศของมอญว่า “รามัญเทศ” หรือรามัญประเทศ มีประวัติศาสตร์อันรุ่งเรืองในกรุงหงสาวดี ประเทศพม่า เดิมทีชาวมอญตั้งถิ่นฐานอยู่ในพม่าตอนล่าง บริเวณฝั่งตะวันออกของแม่น้ำอิรวดี ณ เมืองสะเทิม, วันทันทะเล และหงสาวดี การอพยพของชาวมอญเข้าสู่ประเทศไทยที่มีการบันทึกอย่างเป็นทางการครั้งแรกเกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2127 หลังจากที่สมเด็จพระนเรศวรมหาราชทรงประกาศอิสรภาพ ณ เมืองแครง แม้ว่าอาจมีการอพยพเกิดขึ้นเป็นครั้งคราวก่อนหน้านี้ แต่ก็ไม่มีการบันทึกไว้ การอพยพครั้งสำคัญ มีดังนี้

1. สมัยสมเด็จพระมหาธรรมราชา (พ.ศ.2112-2133)
2. สมัยสมเด็จพระนเรศวรมหาราช (พ.ศ.2133-2148)
3. สมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช (พ.ศ.2199-2231)
4. สมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ (พ.ศ.2275-2301)
5. สมัยกรุงธนบุรี
6. สมัยกรุงรัตนโกสินทร์ ของพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย

การอพยพของชาวมอญเข้ามายังประเทศไทยมีสาเหตุหลักมาจากการถูกข่มเหงทางการเมืองและการปกครอง รวมถึงสงครามระหว่างชาวพม่าทางภาคเหนือกับชาวมอญแห่งกรุงหงสาวดี ซึ่งเป็นสงครามกลางเมืองที่ชาวมอญพ่ายแพ้ นอกจากนี้ ในช่วงสงครามระหว่างไทยกับพม่า ชาวมอญมักถูกพม่าเกณฑ์ไปร่วมรบ ทำให้ชาวมอญที่อพยพเข้ามาในประเทศไทยมีสถานะเป็นเชลยศึก ผู้หลบหนีจากกองทัพพม่า หรือผู้ลี้ภัยทางการเมือง ชาวมอญใช้เส้นทางในการอพยพหลักๆ 3 สาย ได้แก่:

- ทางเหนือ: เข้ามาทางเมืองตาก (ระแหง) ผ่านด่านแม่ละเมา
- ทางใต้: เข้ามาทางเมืองกาญจนบุรี ผ่านด่านเจดีย์สามองค์
- ทางภาคกลาง: เข้ามาทางอุทัยธานี

ถิ่นฐานของชาวมอญในประเทศไทยส่วนใหญ่มักอยู่ริมแม่น้ำ เช่น บริเวณแม่น้ำแม่กลองในอำเภอบ้านโป่ง โพนาราม จังหวัดราชบุรี และกาญจนบุรี นอกจากนี้ยังพบในพื้นที่ริมแม่น้ำท่าจีน บริเวณพระประแดง (ปากลัด) ริมแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณนนทบุรี ปทุมธานี และริมแม่น้ำมหาชัย

จังหวัดสมุทรสาคร และยังกระจายตัวอยู่ในจังหวัดอื่นๆ เช่น นครปฐม เพชรบุรี อยุธยา ฉะเชิงเทรา สุพรรณบุรี นครราชสีมา นครสวรรค์ และปราจีนบุรี

ชาวมอญมีภาษาพูดและภาษาเขียนเป็นของตนเอง โดยภาษาเขียนได้รับอิทธิพลจากอักษรในอินเดียได้ ส่วนภาษามอญที่ใช้พูดกันในประเทศไทยได้รับอิทธิพลจากภาษาไทยค่อนข้างมาก ชาวมอญนับถือพุทธศาสนานิกายหินยานและยังมีความเชื่อในการนับถือผี อาชีพหลักของพวกเขาคือการทำนาและการทำสวนผลไม้ นอกจากนี้ ชาวมอญยังมีความชำนาญในอุตสาหกรรมครัวเรือน เช่น การผลิตตุ่ม หม้อ ไห โอ่ง และอิฐ

ชุมชนบ้านท่ามอญในจังหวัดนครปฐม เดิมมีชื่อว่าตำบลท้ายคู้ง ครอบคลุมบริเวณตั้งแต่รอบวัดไทยวาส ซึ่งแต่เดิมชื่อวัดท่ามอญ ชาวมอญได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานกระจายตัวอยู่ตามริมแม่น้ำนครชัยศรีตั้งแต่ก่อนรัชกาลที่ 3 แล้ว บริเวณที่พบการตั้งถิ่นฐานได้แก่ วัดกกตาล วัดกลางบางแก้ว วัดไทยวาส วัดหอมเกร็ด วัดทรงคะนอง และวัดไร่ขิง

เป็นที่สังเกตว่าวัดหลายแห่งตั้งแต่อำเภอนครชัยศรีจนถึงอำเภอสามปราชญ์ล้วนมี เสาหงส์ ตั้งอยู่บริเวณหน้าวัด เสาหงส์นี้เป็นเสาไม้กลมสูงประมาณ 10 เมตร มีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 8-10 นิ้ว และที่ปลายเสาจะประดิษฐานรูปหงส์กางปีกที่หล่อด้วยทองเหลือง เชื่อกันว่าเสาหงส์นี้เป็นสัญลักษณ์บ่งบอกว่าวัดนั้นสร้างขึ้นโดยชาวมอญจากเมืองหงสาวดี ดังนั้น รูปหงส์จึงทำหน้าที่เป็นเครื่องหมายสื่อสารให้ชาวมอญด้วยกันทราบว่าพวกเขาเป็นชาวหงสาวดี (ศุภย์มานุษยวิทยา สิริธร, 2561)

6.4.3 เขมรถิ่นไทย

นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดี สันนิษฐานว่าบริเวณที่ราบสูงโคราช เคยเป็นที่อยู่ของชาวขอม หรือชาวเขมรโบราณ จากกลุ่มปราสาทขอมโบราณ ศิลาลาจารึก ประติมากรรมที่พบมากในบริเวณดังกล่าว เช่น ปราสาทภูมิโพน ปราสาทไปร้มน้อย ปราสาทพนมวัน ปราสาทหินพิมาย เป็นต้น ชาวเขมรถิ่นไทยน่าจะอพยพมาสมัยหลังในช่วง พ.ศ.2324-2325 ครอบครัวของชาวเขมรถิ่นไทยมีความคล้ายคลึงกับครอบครัวไทยพื้นเมือง คือ พ่อบ้านเป็นหัวหน้าครอบครัวแม่บ้านดูแล กิจกรรมภายในบ้าน

ชาวเขมรถิ่นไทยให้เกียรติแก่เพศชายในการดำเนินกิจกรรม หรือตัดสินใจเรื่องต่าง ๆ ครอบครัวเขมรถิ่นไทยมีการอยู่ร่วมกันหลายครอบครัว อาจประกอบด้วยปู่ย่าตายาย ลุงป้า น้าอา พ่อแม่ ลูกหลาน พี่น้องจำนวนมาก ครอบครัวใดที่มีลูกสาวหลายคน สมาชิกก็มีแนวโน้มขยายมากขึ้น การแต่งงาน (แซนการ) ของชาวเขมรถิ่นไทยนี้ ผู้เป็นฝ่ายชายต้องเสียเงินและบรรณาการให้ฝ่ายหญิงเพื่อเป็นการเปิดปาก (เบิกเมื่อด) ฝ่ายชายต้องจัดขันหมากไปให้ฝ่ายหญิง ประกอบด้วยหมู เหล้า ขนมห้าตัว ผลไม้และเงินทอง ฝ่ายหญิงต้องล้างเท้าให้ฝ่ายชายก่อนขึ้นบ้าน เขมรถิ่นไทยมีชีวิตเรียบง่าย ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำไร่ อาหารหลักของชาวเขมรถิ่นไทยคือ ข้าวเจ้า ปลา ร้า

ปลาจ่อม ปลาแห้ง ปลาอย่าง ปลาต้ม น้ำพริกจิ้มผัก ผลไม้ได้แก่ กุ้ง น้อยหน่า มะม่วง มะพร้าวและขนม ได้แก่ ขนมโชค ขนมเนยล ขนมกันดาราง ขนมกระมอล ขนมมุก เป็นต้น

ชุมชนบ้านเขมรในจังหวัดนครปฐม มีประชาชนอาศัยอยู่ประมาณ 30 ครอบครัว มีอาณาบริเวณตั้งแต่ปากคลองเจตีย์บูชาสะพานรถไฟเสาวภา วัดแค ไปจนถึงวัดสัมปทวน เรียงรายไปตลอดริมแม่น้ำท่าจีน ประมาณ 1 กิโลเมตร โดยในอดีตอาชีพส่วนใหญ่จะทำการค้าขายไม่นิยมทำสวนทำนา ปัจจุบันได้ไปประกอบอาชีพการงานที่อื่น ๆ เหลือแต่ผู้สูงอายุ บ้านเรือนของชุมชนเป็นเรือนไม้จริงขนาดใหญ่แบบเรือนไทย เรือนทรงปั้นหยาแบบสมัยรัชกาลที่ 6 ปัจจุบันอยู่ในสภาพเรือนเก่าโบราณ บ้านทุกหลังจะอยู่ใกล้ชิดติดกันเป็นกลุ่มใหญ่เรียงรายอยู่ริมแม่น้ำ ปัจจุบันบ้านคนเขมรมีหน้าตาภาษาพูดและขนบธรรมเนียมประเพณี แทบไม่มีลักษณะเด่นอะไรที่บ่งบอกว่าเป็นกลุ่มชนที่แตกต่างไปจากคนไทยเลยนอกจากภาษาพูดของคนสูงอายุเท่านั้น

ประเพณี / ความเชื่อ ชาวเขมรถิ่นไทยนับถือศาสนาพุทธ ช่วงเข้าพรรษาจะมีประเพณี "กันซง" ซึ่งเป็นประเพณีการถือศีล นำอาหารไปทำบุญ ที่วัด 8 วัน หรือ 15 วัน นอกจากนั้นยังมีความเชื่อเรื่องผีบรรพบุรุษ จะมีประเพณีไหว้บรรพบุรุษ เรียกว่า ประเพณีเบ็นหรืองาน "แคเบ็น" ซึ่งตรงกับสารทไทย พิธีมั่งกั่วลจองได เป็นพิธีสู่ขวัญแบบพื้นบ้าน นิยมจัดในงานมงคล เช่น งานมงคลสมรส ขวัญนาค โขนจุก ยกเสาเอก ขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น พิธีมอมีวัด เป็นพิธีที่ทำเพื่อหาสาเหตุการเจ็บป่วย โดยผู้เข้าทรงจะเชิญวิญญาณมาเข้าสู่ร่าง และจะมีผู้คอยซักถามว่าเหตุใดถึงได้เจ็บป่วย นอกจากนั้น ชาวเขมรถิ่นไทยยังเชื่อเรื่องโชคราง ของคลัง ฤกษ์ยามเครื่องราง ของขลังบางอย่างสามารถป้องกันภัยและรักษาโรคได้

การแต่งกายของชาวเขมรถิ่นไทย ผู้หญิงจะนุ่งผ้าถุง (ซำปิวัด) ซึ่งเป็นผ้าไหมพื้นเมืองที่มีชื่อคือ ผ้าโฮล ผ้าอำปฐม ผ้าซิน ผ้าซาคุ ส่วนผู้ชายนุ่งโสร่ง สำหรับเสื้อ ผู้หญิงใส่เสื้อแขนกระบอก ผู้ชายใส่เสื้อคอกลม เครื่องประดับจะเป็นเครื่องเงิน เรียกว่า ประเก้อม (ประคำ) นำมาร้อยเป็นสร้อยต่างหู เป็นต้น

เขมรถิ่นไทยมีการละเล่น ได้แก่ จเรียง เป็นการขับร้องหรือแหล่กลอนสด เนียะจเรียง หมายถึง ผู้ขับร้อง ภาษาที่ใช้เป็นภาษาเขมร จเรียงมีด้วยกันหลายประเภท เช่น จเรียงนอกรว เป็นการร้องโต้ตอบระหว่าง ชายหญิง จเรียงอาโย มีการรำประกอบการร้อง จเรียงขันตุง เป็นการสนุกสนานของหนุ่มสาวซึ่งไปช่วยแต่งงานและงานมงคลในยาม ค่ำคืน จเรียงตรัว จะเป็นการร้องประกอบเสียงซอ จเรียงจรวง เป็นการร้องประกอบเสียงปี่ นอกจากนั้นยังมี กันตรึม เป็นการละเล่นประกอบดนตรี รำตรุษ เล่นในเทศกาลสงกรานต์ (แคแฉด) รำสาก เป็นการรำประกอบเสียงดนตรี และเสียงกระทบสาก ผู้รำประกอบด้วยชายหญิงรำเป็นคู่ ๆ รอบวงกระทบสาก (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2561)

6.4.4 ชาติพันธุ์ลาว

จากหลักฐานในประวัติศาสตร์ กลุ่มชาวลาวอพยพเคลื่อนย้ายเข้าสู่ไทยในสมัยธนบุรี และสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นช่วงรัชกาลที่ 3 เนื่องจากถูกกวาดต้อนมาพร้อมกับการทำสงคราม ประกอบด้วยลาวภูครัง (ลาวครั่ง) ลาวเวียง (ลาวเวียงจันทร์) ลาวโซ่ง (ไทยโซ่ง) และกระจายไปยังพื้นที่ต่างๆของประเทศไทย รวมถึงพื้นที่ในจังหวัดนครปฐม สำหรับเหตุการณ์ในยุคปัจจุบันเป็นยุคเจริญด้วยเทคโนโลยีการสื่อสารสามารถเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก มีผลกระทบให้วัฒนธรรมเกิดการเคลื่อนที่ถ่ายโอนแลกเปลี่ยน ผสมผสานระหว่างกันและกันของกลุ่มชนชาติพันธุ์ต่างๆ ขณะเดียวกัน กลุ่มชนชาวลาวบางกลุ่มก็ยังยึดถือปฏิบัติตามวัฒนธรรมเดิมของตนได้อย่างเหนียวแน่นมาจนถึงปัจจุบัน (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2561)

6.4.5 ชาติพันธุ์แขก

มีวัดโคกแขกเป็นศูนย์กลาง ปัจจุบันชื่อ "วัดประชานาถ" ชาวบ้านทั่วไปเรียกวัดโคกแขก

ปัจจุบันไม่มีผู้คนที่หน้าตาเป็นแขกอย่างคนอื่นแต่อย่างใด สันนิษฐานว่าน่าจะเป็นแขกครัว เช่นเดียวกับแขกครัวที่ชุมชนบ้านครัวบริเวณยศเส ปทุมวัน ยมราช คือเป็นชาวอิสลามมากกว่า ซึ่งคนไทยเรียกว่า "แขก" หน้าตาเป็นคนไทยแต่ผิวคล้ำพอมืออยู่ข้างในแถบใกล้ ๆ วัดโคกแขกดังกล่าว

เหตุที่เรียกว่าโคกเพราะบริเวณนั้นเป็นที่สูง เป็นผิงคั้งที่มีน้ำกักเซาะตลิ่งพังลงแม่น้ำอยู่เสมอมา ตามประวัติจากคำบอกเล่ากล่าวว่าที่วัดโคกแขกนี้แต่ก่อนครั้งมีมณฑลนครชัยศรี ที่โคกแขกนี้เป็นสถานที่ประหารชีวิตคนประจําณฑล คงจะเป็นป่า ปัจจุบันไม่มีร่องรอยการก่อสร้างที่เป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์แต่อย่างใด (ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร, 2561)

6.5 แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดนครปฐม

6.5.1 วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร เป็นปูชนียสถานสำคัญของประเทศไทย ที่โดดเด่นเป็นสง่าอยู่ใจกลางเมืองนครปฐม "วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร" พระอารามหลวงชั้นเอก ชนิดราชวรมหาวิหาร ซึ่งมีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ และเป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุขององค์พระโคตมพุทธเจ้า ลักษณะเป็นพระเจดีย์ใหญ่ รูปประฆังคว่ำ ปากผายมหิมา โครงสร้างเป็นไม้ซุงรัดด้วยโซ่เส้นมหึมาถืออัฐิอู้น ประดับด้วยกระเบื้องปูทับ มีวิหาร 4 ทิศ กำแพงแก้ว 2 ชั้น เป็นที่เคารพสักการบูชาของบรรดาพุทธศาสนิกชนทั่วโลก (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

เดิมองค์พระปฐมเจดีย์มีชื่อเรียกว่า "พระธมเจดีย์" และเป็นมหาธาตุหลวงแห่งดินแดนสุวรรณภูมิ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 4) ทรงสันนิษฐานว่า พระธมเจดีย์องค์นี้น่าจะสร้างขึ้นในคราวที่พระสมณทูตของพระเจ้าอโศกมหาราชเดินทางมาเผยแผ่พระพุทธศาสนาใน

สุวรรณภูมิ เนื่องจากพระเจดีย์องค์เดิมมีลักษณะทรงโอคว่ำ ซึ่งคล้ายคลึงกับพระสถูปสาญจี อย่างไรก็ตาม มียอดเป็นแบบปราสาท ซึ่งพระองค์ทรงคาดการณ์ว่าอาจมีเจ้าผู้ครองแคว้นพระองค์ใดบุรณะไว้ในภายหลัง ด้วยความเชื่อที่ว่านี่คือเจดีย์แห่งแรกของสุวรรณภูมิ พระองค์จึงพระราชทานนามใหม่ว่า “พระปฐมเจดีย์”

ในแต่ละปี ทางวัดพระปฐมเจดีย์จะจัดให้มี งานเทศกาลนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ ขึ้นในวันขึ้น 12 ค่ำ เดือน 12 ไปจนถึงวันแรม 5 ค่ำ เดือน 12 รวมระยะเวลา 9 วัน 9 คืน เพื่อให้ประชาชนได้มีโอกาสมากราบไหว้เพื่อความเป็นสิริมงคล และชื่นชมความงดงามขององค์พระปฐมเจดีย์แห่งนี้ได้อย่างทั่วถึง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

6.5.2 พระราชวังสนามจันทร์ ตั้งอยู่ในตัวเมืองนครปฐม ห่างจากองค์พระปฐมเจดีย์ไปทางทิศตะวันตกประมาณ 2 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 888 ไร่ 3 งาน 24 ตารางวา พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังแห่งนี้ขึ้นตั้งแต่ครั้งยังทรงดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร โดยเริ่มก่อสร้างในปี พ.ศ. 2450 มี หลวงพิทักษ์มานพ (น้อย ศิลป์) ซึ่งภายหลังได้รับการเลื่อนยศเป็นพระยาศิลป์ประสิทธิ์ เป็นผู้ดำเนินการก่อสร้างในช่วงแรก มีเพียง 2 พระที่นั่ง คือ พระที่นั่งพิมานปฐม และ พระที่นั่งอภิรมย์ฤดี ซึ่งได้รับพระราชทานนามตามประกาศลงวันที่ 27 สิงหาคม พ.ศ. 2454 ต่อมาในวันที่ 7 มิถุนายน พ.ศ. 2466 พระองค์ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ประกอบพิธียกพระมหาเศวตฉัตรขึ้นประดิษฐานเหนือพระแท่นรัตนสิงหาสน์ภายใน พระที่นั่งสามัคคีมุขมาตย์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

6.5.3 วัดไร่ขิง หรือ “วัดมงคลจินดาราม” แต่ชาวบ้านก็ยังคงเรียกด้วยความคุ้นเคยว่า “วัดไร่ขิง” ตามชื่อของชุมชนแถบนี้ ซึ่งในอดีตเป็นที่อยู่ของชาวจีนและนิยมปลูกขิงกันอย่างแพร่หลาย วัดไร่ขิงนี้สังกัดคณะสงฆ์ฝ่ายมหานิกาย แต่ไม่มีหลักฐานแน่ชัดว่าสร้างขึ้นเมื่อใด อาศัยจากคำบอกเล่าว่า สร้างตั้งแต่ พ.ศ. 2394 หากสิ่งสำคัญซึ่งเป็นที่น่าถือของผู้คนจำนวนมากก็คือ พระพุทธรูปหลวงพ่อดำวัดไร่ขิง ซึ่งประดิษฐานในพระอุโบสถ ตามตำนานเล่าว่าลอยน้ำมาและอัญเชิญขึ้นไว้ที่วัดศาลาปูน องค์พระพุทธรูปเป็นเนื้อทองสัมฤทธิ์ปางมารวิชัย พุทธลักษณะงดงามด้วยพุทธศิลป์ 3 สมัย คือ พระรูปผิงผายแบบเชียงแสน พระหัตถ์เรียวงามแบบสุโขทัย และพระพักตร์งดงามในแบบรัตนโกสินทร์ ประดิษฐานอยู่บนฐานชุกชี 5 ชั้น สันนิษฐานว่าเป็นฝีมือช่างสมัยไทยล้านนาและล้านช้าง พระอุโบสถของวัดเป็นศิลปะสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น รอบพระอุโบสถมีวิหารประจำทิศต่าง ๆ ทั้งสี่ทิศ ศาลาจัตุรมุขตั้งอยู่ด้านหน้าและด้านหลังของอุโบสถ เป็นศาลาทรงไทย 4 มุข มีมณฑปกลางสระน้ำ เป็นที่ประดิษฐานรอยพระพุทธรูปบาทจำลอง ตั้งอยู่ด้านทิศตะวันตกของอุโบสถ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

อาณาเขตวัดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ เขตศาสนสถานและเขตสาธารณสถาน ซึ่งเป็นพื้นที่ของโรงเรียนและโรงพยาบาล ยังมีพิพิธภัณฑ์ของเก่า เช่น ถ้วยชาม หนังสือเก่า จัดแสดงไว้ให้ชม

กัน ส่วนบริเวณริมแม่น้ำหน้าวัดมีปลาสาวยตัวโตนับพัน นักท่องเที่ยวสามารถซื้อขนมปังเลี้ยงอาหารปลาได้ และถ้ามาวันศุกร์หรือตอนเช้าอาทิตย์ จะมีตลาดนัดอาหารและผลไม้ให้เดินเลือกซื้อกันอย่างสนุกสนานทีเดียว ส่วนงานนมัสการหลวงพ่อดำโรงจึงจะจัดระหว่างวันขึ้น 13 ค่ำ ถึงแรม 3 ค่ำ เดือน 5 ของทุกปี มีกิจกรรมการออกร้านและมหรสพมากมาย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

6.5.4 ตลาดน้ำดอนหวาย เป็นตลาดเก่าแก่วัดน้ำท่าจีนในจังหวัดนครปฐม มีประวัติความเป็นมายาวนานตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 โดยเริ่มต้นจากการเป็นตลาดเล็ก ๆ ที่ชาวบ้านนำสินค้าขายเรือมาแลกเปลี่ยนซื้อขายกัน เมื่อการคมนาคมทางบกพัฒนาขึ้น ตลาดน้ำดอนหวายก็เริ่มซบเซาลง แต่ด้วยเสน่ห์ของตลาดโบราณที่ยังคงรักษาสภาพดั้งเดิมไว้ได้ ทำให้ตลาดน้ำดอนหวายกลับมามีชีวิตชีวาอีกครั้งและกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม

ความสำคัญและความน่าสนใจของตลาดน้ำดอนหวายอยู่ที่การเป็นตลาดโบราณที่ยังคงรักษาสภาพอาคารไม้เก่าแก่และวิถีชีวิตริมน้ำที่เรียบง่าย ซึ่งเป็นภาพที่หาชมได้ยากในปัจจุบัน นอกจากนี้ ตลาดน้ำดอนหวายยังเป็นแหล่งรวมอาหารอร่อยและขนมไทยโบราณหลากหลายชนิด เช่น เป็ดพะโล้นายหนับ ขนมตาลป้าไข่ ขนมเปียะเฮงกี้ไฟเขียว ห่อหมกปลาแม่ประทีน และขนมไทยอื่นๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังสามารถนั่งเรือล่องแม่น้ำท่าจีน ชมวิวทิวทัศน์สองฝั่งแม่น้ำ และสัมผัสวิถีชีวิตชาวบ้านริมน้ำได้อีกด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

6.5.5 คลองมหาสวัสดิ์ หรือ คลองชัยพฤกษ์ เป็นคลองลัดจากบางกรวย-คลองบางกอกน้อย และไหลผ่านอำเภอฟุทธมณฑล สู่แม่น้ำท่าจีนที่ตำบลจี่วราย อำเภอนครชัยศรี ระยะทางประมาณ 27 กิโลเมตร คลองมหาสวัสดิ์ขุดเมื่อปี พ.ศ. 2402 จากพระราชดำริพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 เพื่อลดระยะการเดินทางไปนมัสการพระปฐมเจดีย์ โดยทรงโปรดเกล้าฯ ให้ เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ มหาโกษาธิบดี (ข้า บุนนาค) และ พระภาชีสมบัติบริบูรณ์ เป็นแม่กองจ้างชาวจีนขุดเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2403 ทั้งมีการสร้างศาลาริมคลองสำหรับผู้สัญจรไปมาทุก 4 กิโลเมตร และมีชื่อศาลา เช่น ศาลายา ซึ่งจดจารึกตำรายารักษาโรคติดไว้เป็นการกุศล ศาลาทำศพ สร้างเพื่อการกุศลปลงศพเจ้าพระยาทิพากรวงศ์ ปัจจุบันศาลานี้มีชื่อใหม่ว่า ศาลาธรรมสพน์ และศาลาติน ซึ่งชื่อศาลาเหล่านี้ต่อมาได้เป็นชื่อตำบลต่าง ๆ ของพื้นที่คลองมหาสวัสดิ์ ปัจจุบันคลองมหาสวัสดิ์ยังคงเป็นเส้นทางสัญจรทางน้ำของชาวบ้านในอำเภอฟุทธมณฑล และเป็นเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตร “ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม” ซึ่งได้รับรางวัลดีเด่นประเภทแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ในโครงการประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Awards) เมื่อปี พ.ศ. 2550 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

เส้นทางล่องคลองมหาสวัสดิ์ ลงเรือที่ศูนย์บริการท่องเที่ยวเกษตร วัดสุวรรณาราม อยู่เลขที่ 140 หมู่ที่ 1 ถนนศาลายา-นครชัยศรี ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล ประกอบด้วยสถานีท่องเที่ยว ดังนี้

สถานีที่ 1 นาบัวลุ่มแจ่ม เรียนรู้การทำนาบัว และบัวพันธุ์ต่าง ๆ มีเรือพาย และคนพายเรือให้บริการ ท่านละ 20 บาท

สถานีที่ 2 ศูนย์ฝึกอาชีพชุมชนตำบลมหาสวัสดิ์ เป็นศูนย์แปรรูปผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ มีการสาธิตขั้นตอนการทำข้าวตังจากข้าวเกษตรอินทรีย์

สถานีที่ 3 สวนกล้วยไม้ เป็นกล้วยไม้ตระกูลหวาย และแวนด้า ชมกล้วยไม้ หลากสีแสนสวยงาม และสามารถซื้อต้นพันธุ์กลับไปได้ ทั้งมีการสาธิตการรื้อยพวงมาลัยด้วยดอก กล้วยไม้

สถานีที่ 4 ศูนย์เรียนรู้การเกษตรพอเพียง (ศูนย์หลัก) เป็นไร่นาสวนผสม มีการสาธิตและถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตรประจำตำบลในการทำนาข้าว สวนผลไม้ และการนั่งรถอีแต่นชมนาข้าวและสวนผลไม้

สถานีที่ 5 บ้านฟักข้าว เรียนรู้ขั้นตอนการทำน้ำฟักข้าว

6.5.6 ตลาดน้ำลำพญา จัดตั้งขึ้นด้วยความร่วมมือของ สภาวัฒนธรรมตำบลลำพญา วัดลำพญา และชาวตำบลลำพญา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการส่งเสริมอาชีพและรายได้ให้กับชาวบ้าน และเกษตรกรในท้องถิ่น ให้เป็นแหล่งชุมนุมสินค้าเกษตรกรรม หัตถกรรม และสินค้าพื้นเมือง เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้ศึกษาวิถีชีวิตของชาวบ้านด้วยบรรยากาศคึกคักน้ำที่สวยงาม และพืชพันธุ์ธรรมชาติที่เขียวชขีสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน ท่ามกลางรอบล้อมของชาวบ้านและอากาศอันบริสุทธิ์

ในปัจจุบันตลาดน้ำวัดลำพญาได้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของสังคม นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้พักผ่อนและชื่นชมธรรมชาติบริเวณตลาดน้ำแล้ว ทางตลาดน้ำยังได้จัดบริการท่องเที่ยวชมลำน้ำไว้หลายอย่าง เช่น บริการล่องเรือแจวโบราณ บริการล่องแพชมธรรมชาติ ด้านทิศใต้ และทิศเหนือ เพื่อชมธรรมชาติสองฝั่งแม่น้ำและวิถีชาวบ้าน รวมทั้งเป็นการทัศนศึกษาสถานที่สำคัญบริเวณตำบลใกล้เคียง นอกจากนี้ยังมีร้านค้าในตลาดน้ำวัดลำพญาที่มีสินค้าหลากหลายชนิด โดยในระยะเริ่มต้นมีร้านค้าประมาณ 40 ร้าน ต่อมาได้มีจำนวนเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ จนในปัจจุบันมีร้านค้าทั้งหมดมากกว่า 300 ร้านค้า ซึ่งแบ่งเป็นร้านค้าบริเวณซุ้มจาก ร้านค้าในเรือเช่า ร้านค้าในเรือส่วนตัว ร้านค้าในแพขนาดใหญ่ โดยมีประชาชนที่เข้ามามีกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกันจากหลากหลายแห่งคือ ชาวตำบลลำพญา ทั้ง 11 หมู่บ้าน และตำบลใกล้เคียง เช่น ตำบลคลองนกกระทุง ตำบลบางระกำ ตำบลนราภิรมย์ ตำบลบางภาษี นอกนั้นมาจากอีกหลายแห่ง เช่น จากอำเภอบางเลน อำเภอสองพี่น้อง และผู้ค้าจากกรุงเทพฯบางส่วน ร้อยละ80ของชาวตำบลลำพญา ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำให้สินค้าส่วนมากที่วางจำหน่ายในตลาดน้ำเป็นสินค้าทางการเกษตร

ผักพื้นบ้าน ผลไม้ต่างๆที่เป็นผลผลิตมาจากสวนที่ชาวบ้านปลูกเอง และซื้อมาจากที่อื่นบ้างในส่วนที่ไม่ มี นอกจากนี้ยังมีร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ขนมพื้นบ้านที่ชาวบ้านนำกลับมาฟื้นฟูอีกครั้ง รวมทั้งมี ร้านค้าเครื่องจักสาน การรวมกลุ่มของแม่บ้านตำบลลำพญาผลิตข้าวซ้อมมือ การวางแผนโบราณ ฯลฯ (องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม, 2565)

6.5.7 ศูนย์วัฒนธรรมไทดำไผ่หู่ช้าง ตั้งอยู่ในโรงเรียนวัดไผ่หู่ช้าง เป็นอาคาร ปูนซีเมนต์ชั้นเดียว ภายในศูนย์จัดแสดงข้าวของที่เกี่ยวข้องกับชาวไทดำ พิพิธภัณฑสถานก่อตั้งโดยครู ปิยวรรณ สุขเกษม ครูของโรงเรียนที่เป็นมีเชื้อสายไทดำ ครูเคยเป็นผู้ประสานงานและให้ข้อมูลกับ นักวิชาการจากภายนอกที่เข้ามาทำวิจัยในหมู่บ้านตัวเอง จึงมีแรงบันดาลใจที่จะทำพิพิธภัณฑสถานขึ้นมา ภายในโรงเรียนเพื่อบอกเล่าประวัติที่มาจากหมู่บ้าน ประเพณี พิธีกรรม และข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในท้องถิ่น ซึ่งได้มาจากการบริจาคของคนในชุมชน นอกจากนี้ ภายในหมู่บ้านไผ่หู่ช้าง ยังมีการ จัดสร้างเรือนไทดำ โดยจำลองเรือนไทดำขึ้นมา แล้วจัดแสดงข้าวของตามตำแหน่งที่สัมพันธ์กับพิธีกรรม และการดำเนินชีวิตของชาวไทดำ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

กล่าวโดยสรุป จังหวัดนครปฐมมีความเข้มแข็งด้านการท่องเที่ยวจากความหลากหลายของ ทรัพยากรที่ผสมผสานอย่างกลมกลืนระหว่างมิติทางศาสนา ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญระดับประเทศ เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร พระราชวังสนาม จันทร และวัดไร่ขิง ซึ่งสะท้อนคุณค่าทางจิตวิญญาณและมรดกทางประวัติศาสตร์ ขณะเดียวกัน จังหวัดยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตและชุมชนที่โดดเด่น อาทิ ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำลำพญา และเส้นทางล่องคลองมหาสวัสดิ์ ที่แสดงถึงอัตลักษณ์วัฒนธรรมริมน้ำและเศรษฐกิจชุมชนอย่าง เข้มแข็ง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวชาติพันธุ์อย่างศูนย์วัฒนธรรมไทดำไผ่หู่ช้าง ซึ่งสะท้อนความ หลากหลายทางวัฒนธรรมของพื้นที่ ทั้งหมดนี้ชี้ให้เห็นว่านครปฐมมีฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ สมบูรณ์และมีศักยภาพสูงในการพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณค่าและยั่งยืน

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือ ความเข้าใจที่รอบด้านและบูรณาการองค์ความรู้ของงานวิจัย งานวิจัยเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม ตามแนวคิดอริยสัจ 4” ผู้วิจัยได้มีการรวบรวมงานวิชาการและวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องจากมุมมองของ นักวิชาการไทยและต่างประเทศ ดังนี้

7.1 งานวิจัยในประเทศ

กฤตสุชิน พลเสน และพระมหามหวินทร์ บุริสุตโตโม (2567) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาการ ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดนครปฐม” พบว่า 1) สภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อการ ท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวมีค่าสูงสุด รองลงมา คือ ด้าน

ลักษณะแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าต่ำสุด โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.73$; $S.D. = 0.18$) 2) ความสัมพันธ์ระหว่างสภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาพบว่า มีความสัมพันธ์ทางบวกกับองค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยว 6 ประการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 3) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาพบว่า มีตัวแปรการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวที่ทำนายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($P\text{-value} = 0.000$) ตัวแปรทั้ง 3 อธิบายการผันแปรของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาได้ร้อยละ 69.6 ($R^2 = 0.696$) 4) รูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาควรคำนึงองค์ประกอบการท่องเที่ยว 6 ประการ คือ 1. ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยว 2. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว 3. การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว 4. สิ่งอำนวยความสะดวก 5. จุดเด่นด้านความปลอดภัย 6. จุดเด่นในกิจกรรม องค์ความรู้จากการวิจัย คือ การได้ผลผลิตและผลลัพธ์ของการพัฒนา 3 ประการ คือ 1) เป็นแหล่งประกอบศาสนกิจ 2) เป็นแหล่งพบปะบัณฑิตผู้ทรงภูมิรู้ทางธรรม 3) เป็นแหล่งแสงบุญทางพระพุทธศาสนา

นอกจากนี้ จากการศึกษาของรุ่งนภา เฟื่องรุ่งเรืองวงศ์ และ สุรมงคล ลิ้มเจริญศิริกุล (2566) เรื่อง “การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพุทธเกษตรอินทรีย์ของชุมชน วัดธรรมปัญญาารามบางม่วง ตำบลบางช้าง อำเภอสสามพราน” พบว่าสภาพปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพุทธเกษตรอินทรีย์ของชุมชนวัดธรรมปัญญาารามบางม่วงยังขาดความพร้อมในระดับมากที่สุด คือด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสภาพแวดล้อมในชุมชน ด้านการจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชน ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนและการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้านการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ด้านการบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ด้านคุณค่าและสิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว ด้านประโยชน์ที่รับจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนและเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และด้านการจัดการความรู้แก่นักท่องเที่ยวและคนในชุมชน นอกจากนี้ยังได้จัดทำข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพุทธเกษตรอินทรีย์ของชุมชนวัดธรรมปัญญาารามบางม่วง โดยควรความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง วัด และชุมชน หน่วยงานต่าง ๆ ควรสนับสนุนงบประมาณและบุคลากรด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การประชาสัมพันธ์แก่นักท่องเที่ยว และส่งเสริมการจัดตั้งร้านค้าชุมชน วัดควรวางแผนปรับโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม และการจัดกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเพื่อสอดแทรกความรู้และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวชุมชนควรอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิมที่เน้นความเป็นพุทธเกษตรอินทรีย์ การจัดทำสินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน และพัฒนารูปแบบจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมชุมชนให้เป็นเอกลักษณ์จังหวัดนครปฐม

ชยูนันท์ อัครธรรมานนท์ พระครูสมุทรโชติ จิระมโฆ และ ประทีป พิษทองกลาง (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการดำเนินธุรกิจและการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของประเทศไทย-อินเดีย” พบว่า รูปแบบการดำเนินธุรกิจและการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของประเทศไทย-อินเดีย มีองค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจและการจัดการท่องเที่ยวประสบความสำเร็จ ได้แก่ 1) ด้านที่พัก 2) ด้านอาหาร 3) ด้านสุขอนามัย 4) ด้านความสะดวกสบาย 5) ด้านความรู้ 6) ด้านบริการ 7) ด้านการจัดสรรและการใช้เวลา 8) ด้านการเดินทางพาหนะ 9) ด้านข้อมูลที่ต้องจัดเตรียม 10) ด้านการประสานงาน 11) ด้านบุคลิกภาพและอัธยาศัยของผู้ร่วมเดินทางและผู้นำทัวร์ 12) ด้านประโยชน์ที่ควรจะได้รับ 13) ด้านกิจกรรมที่ควรให้ความสำคัญ 14) ด้านคุณสมบัติด้านประเพณี 15) ด้านคุณสมบัติด้านการปฏิบัติธรรม และ 16) ด้านคุณสมบัติด้านปฏิเวธธรรม

สุชาติ วรรณขาว สุนันท์ แก้วอาษา และยุพิน เรืองแจ้ง (2564) ได้ศึกษาเรื่อง “รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการสามธรรมนิเวศน์: กรณีศึกษาบ้านพอกใหญ่ อำเภอยะนิง จ.สงขลา” พบว่าสภาพบริบทชุมชนบ้านพอกใหญ่เพื่อค้นหาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมสามธรรมนิเวศน์และส่งเสริมต่อการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการสามธรรมนิเวศน์ โดยการลงพื้นที่ชุมชนและสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ผู้นำชุมชน ประชาชนในชุมชน ปราชญ์ชุมชนในด้านต่าง ๆ และผู้อาวุโสในชุมชน เพื่อศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและค้นหาอัตลักษณ์ของชุมชน ประวัติความเป็นมา ความเชื่อทางศาสนาตลอดจนประเพณี วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น นอกจากนี้ยังได้ศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้องได้แก่ แผนพัฒนาหมู่บ้าน รายงานประจำปีของหมู่บ้าน เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสภาพภูมิศาสตร์และสภาพทางเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงการสำรวจภาคสนามสภาพทางภูมิศาสตร์โดยรอบของชุมชนข้อมูลที่ได้จากการศึกษานำมาใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนดำเนินงานเพื่อพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยว จากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นพบว่า บ้านพอกใหญ่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมสามธรรมนิเวศน์ สามารถพัฒนาให้เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการสามธรรมนิเวศน์ตามกรอบแนวคิดของการวิจัย โดยทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติประกอบด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์เป็นที่ราบลุ่มเทือกเขาภูพานมีลำน้ำอุบลไหลผ่าน พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เป็นแหล่งผลิตข้าวหลักของจังหวัดสงขลา ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประกอบด้วยมรดกทางวัฒนธรรมด้านชาติพันธุ์ที่โดดเด่นโดยชาวบ้านพอกใหญ่สืบเชื้อสายชาวไทยหรือผู้ไทย ที่มีประวัติการตั้งถิ่นฐานในจังหวัดสงขลาในรัชกาลที่สามแห่งกรุงรัตนโกสินทร์ มีภาษาพูดและการแต่งกายที่เป็นเอกลักษณ์ มีการให้ความสำคัญในเรื่องการนับถือญาติผู้ใหญ่ มีการสืบสานภูมิปัญญาด้านจักสาน ทอผ้าและย้อมผ้าโดยเฉพาะการทอผ้าฝ้ายย้อมคราม ส่วนทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมะนั้นประกอบด้วยความยึดถือศรัทธาในพระพุทธศาสนาอย่างแรงกล้า มีการประกอบพิธีและการทำบุญประเพณีที่เกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา มีพิพิธภัณฑ์หลวงปู่สอนภายในวัดศรีธรรมราชเป็นศูนย์รวมยึดเหนี่ยวจิตใจของชุมชน

นอกจากนี้รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการสามธรรมนิเวศน์บ้านพอกใหญ่ อำเภอพรรณานิคมจังหวัดสกลนคร เกิดจากการยึดเอารูปแบบวิถีชีวิต ความเป็นอยู่ อัตลักษณ์ทางชาติพันธุ์ ภาษา การแต่งกายตลอดจนแบบแผนทางประเพณีและวัฒนธรรมผนวกกับความศรัทธาในพระพุทธศาสนาเป็นแกนหลักแล้วเชื่อมโยงและบูรณาการกับทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรมและทางธรรมะ โดยกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละด้านเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้มาเที่ยวชม เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้น รูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นการค้นหาค้นคว้าศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวในชุมชนแล้วสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการจัดการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการใช้แนวคิด Value Capture และ Value Creation ที่นำเสนอในงานวิจัยของธารณี นวัสนธิ และสุขุม คงดิษฐ์ (2561, น. 62) โดย Value capture เป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในมุมมอง 2 มิติ โดย มิติแรกเป็นการส่งมอบคุณค่าสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยว และมิติที่สองคือการได้รับผลตอบแทนจากคุณค่านั้นของเจ้าของภูมิปัญญาและวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังมีการใช้แนวคิด Value creation ซึ่งเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าให้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยการสร้างกิจกรรมให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ข้อได้เปรียบหรือข้อแตกต่างที่มีมากกว่าคู่แข่ง ประโยชน์ที่ได้จากกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้น ๆ การทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจหรือสบายใจ และความรู้สึกรักคุณค่า การใช้สองแนวคิดดังกล่าวข้างต้นจะสามารถเพิ่มคุณค่าและสร้างมูลค่าให้กับเจ้าของภูมิปัญญาและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เป็นการป้องกันการลอกเลียนแบบวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดีโดยใช้การสื่อเรื่องราวอย่างสร้างสรรค์ นำเสนอผ่านรูปแบบใหม่ทางการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวในปัจจุบันได้ (สุชาติ วรรณขาว สุนันท แก้วอาษา และยุพิน เรืองแจ้ง, 2564)

วายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม” พบว่า 1) บริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ 2) การประเมินศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับปานกลาง 3) ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 นโยบาย ดังนี้ (1) นโยบายด้านการบริหารจัดการ (2) นโยบายด้านการปรับภูมิทัศน์ (3) นโยบายด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (4) นโยบายด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว และ (5) นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ และข้อเสนอเชิงนโยบายนี้ได้ผ่านกระบวนการประเมินเพื่อรับรองจากผู้เชี่ยวชาญเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สุจิตตรา ภูมิพนา (2562) ได้ศึกษาเรื่อง “แนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนโดยใช้หลักการส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม” เพื่อศึกษาและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนบ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม และเพื่อให้ชุมชนเกิดการพัฒนายั่งยืนในด้านการท่องเที่ยวและทำให้

ชาวบ้านมีชีวิตที่ดีขึ้น โดยใช้การวิจัยแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งวิธีการวิจัยโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลและใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) จากกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ ชาวบ้านในชุมชนบ้านศาลาดิน นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชนบ้านศาลาดิน เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยชุดคำถามในการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการสอบถามผู้เกี่ยวข้องกับการบริหารพื้นที่ จำนวน 37 คน วิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบคำถามของผู้ให้สัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์เชิงคุณภาพในการศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนบ้านศาลาดิน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในชุมชนบ้านศาลาดินมีความกระตือรือร้นขยันหมั่นเพียร มีความพร้อมในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่องสิ่งที่ทำให้ชุมชนประสบความสำเร็จประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นมีอาชีพเสริมจากการทำการท่องเที่ยว คือความร่วมมือของคนในชุมชนที่ร่วมสร้างกันมา เรื่องราวของวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มีเสน่ห์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวติดใจและกลับมาเที่ยวอีกครั้ง การท่องเที่ยวจะประสบความสำเร็จต้องมีระบบการจัดการที่ดีมีความร่วมมือกัน นอกจากนี้ยังพบว่าคนในชุมชนยึดแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตการท่องเที่ยวของชุมชน คือ ยิ้มแย้ม ร่วมกันสร้างแหล่งท่องเที่ยว มีจิตใจอบอุ่นอารี สร้างเรื่องราวที่ตื้น่าจดจำให้เป็นตำนานของชุมชน สร้างจุดเด่น มีความร่วมมือทำให้การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านศาลาดินมีมาอย่างยาวนานจนถึงปัจจุบัน ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับการยึดแนวทางที่สำคัญของชุมชนนั้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวของชุมชนนั้นมีมาจนถึงปัจจุบันและก็มีแนวทางที่จะพัฒนาต่อไปเรื่อย ๆ ตามกาลเวลาและการเปลี่ยนแปลงที่มีมากขึ้นในสังคม

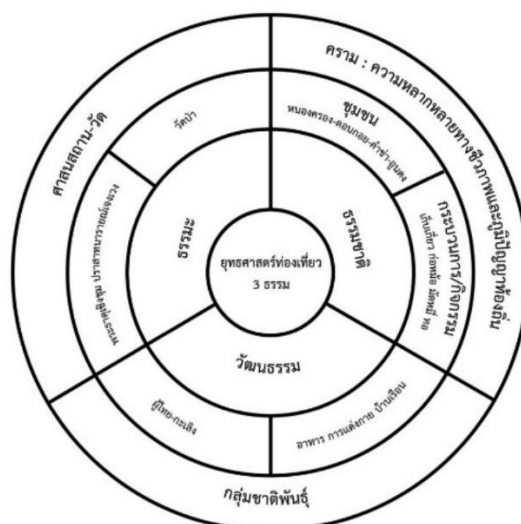
พิมพ์ชนก มุลมิตร (2562: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดนครปฐม จากฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวสู่รูปแบบ และกิจกรรมท่องเที่ยว” พบว่าแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมสามารถแบ่งประเภทแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและความเชื่อ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในส่วนข้อมูลนักท่องเที่ยวพบว่ามีความคาดหวังในด้านสถานที่ท่องเที่ยว โดยมีสิ่งจูงใจด้านแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยว และมีความพึงพอใจต่อการจัดการท่องเที่ยว ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวและด้านประสบการณ์ที่ได้รับ เมื่อนำผลจากการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวนำมาวิเคราะห์รูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวตามศักยภาพและทรัพยากรของพื้นที่โดยสามารถจัดกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ตามความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ได้ 4 รูปแบบ 5 เส้นทาง คือ 1) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางศาสนาและความเชื่อ 2) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงเกษตร 3) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม 4) รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสุขภาพ โดยเส้นทางที่ 1 การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ทางศาสนาและความเชื่อเส้นทางแสวงบุญมณฑลนครชัยศรี เส้นทางที่ 2 เรียนรู้ด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิตชุมชนพอเพียงใน

ดินแดนทราวดี เส้นทางที่ 3 เรียนรู้วิถีชีวิตชาวนา เกษตรผสมผสานตามรอยชุมชนต้นแบบ เส้นทาง 4 กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสุขภาพ วิถีธรรมชาติบำบัด และเส้นทาง 5 กิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เชิงสุขภาพ วิถีพอเพียง

นิโลบล ภูระย้า และคณะ (2560) ได้ศึกษาเรื่อง “การพัฒนาารูปแบบและเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากความหลากหลายทางชีวภาพและทุนทางวัฒนธรรมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนผ้าย้อมคราม จังหวัดสกลนคร” พบว่า จังหวัดสกลนครมีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่นเป็นทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนคือการทำผ้าย้อมคราม โดยเฉพาะในอำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร ซึ่งมีชุมชนทำผ้าย้อมครามที่มีชื่อเสียงหลายกลุ่มกระจายตัวอยู่โดยรอบ นอกจากนี้ยังเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพ ด้วยลักษณะทางภูมิประเทศส่วนหนึ่งเป็นพื้นที่ราบและอีกส่วนเป็นภูเขาก่อให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลให้อำเภอพรรณานิคมมีความพร้อมทั้งด้านทุนทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางธรรมชาติที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมได้ โดยการท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้จะเน้นให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมหรือมีประสบการณ์ในการทำกิจกรรมร่วมกับคนในชุมชนพื้นที่ เพื่อสร้างและเก็บความประทับใจจากการลงมือทำด้วยตัวเอง หากจะร้อยเรียงเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับลักษณะของพื้นที่ ก็ควรนำประเด็นด้านภูมิปัญญาการทำผ้าย้อมครามมาเป็นรูปแบบกิจกรรมหลักควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมเกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน และร้อยเรียงสถานที่สำคัญหรือสถานที่ท่องเที่ยวของชุมชนเข้าไปในเส้นทางการท่องเที่ยวดังกล่าว เมื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของชุมชนที่สามารถนำมาจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนผ้าย้อมคราม อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร ก็พบว่า มีจำนวน 4 ชุมชน ได้แก่ บ้านหนองครอง บ้านดอนกอย บ้านคำชะ และบ้านอุนดง โดยชุมชนดังกล่าวนี้มีความแตกต่างกันทั้งด้านภูมิปัญญาในการทำผ้าย้อมครามและลักษณะภูมิประเทศ ทำให้สามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลายโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมและความหลากหลายทางชีวภาพที่มีในชุมชน

ด้านการศึกษาการพัฒนาารูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่เหมาะสม จากฐานความหลากหลายทางชีวภาพและทุนทางวัฒนธรรมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนผ้าย้อมครามของอำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร พบว่า สามารถออกแบบการท่องเที่ยวได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่ ๆ คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการทำกิจกรรมการทำผ้าย้อมครามเป็นหลัก เหมาะสำหรับผู้ที่รักและต้องการเรียนรู้ในภูมิปัญญานี้อย่างแท้จริง และอีกรูปแบบหนึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ผนวกสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่น่าสนใจเข้ามา ซึ่งจะสอดคล้องกับนโยบายการท่องเที่ยวของจังหวัดสกลนครในประเด็นของเมือง 3 ธรรม อันได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างหลังนี้เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปที่ต้องการมาเรียนรู้วัฒนธรรมและดื่มด่ำกับธรรมชาติ ทั้งนี้ การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้งสองรูปแบบที่ปรากฏในงานวิจัยต้องเกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของ

คนในชุมชน จึงจะนำไปสู่การยกระดับการเป็นชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวจนสามารถกระจายรายได้ให้คนในชุมชนได้อย่างทั่วถึง (นิโลบล ภูระย้า และคณะ, 2560)



ภาพที่ 13 แสดงรูปแบบเส้นทางการท่องเที่ยวด้วยยุทธศาสตร์ 3 ธรรม

ที่มา นิโลบล ภูระย้า และคณะ (2560)

ลัดดาวรรณ มัณยานนท์ (2558) ได้ศึกษาเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงศาสนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์:กรณีศึกษาวัดในกรุงเทพมหานคร” พบว่า การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง กับ ความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ความคิดเห็นที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่า เพศ สถานภาพสมรส และอาชีพที่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีความคิดเห็นที่มีต่อการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัญหาส่วนใหญ่ในการท่องเที่ยววัด คือ ปัญหาเกี่ยวกับความสะอาด ขยะมูลฝอย มูลสุนัข มูลนก ห้องน้ำห้องสุขาไม่ค่อยสะอาด มีต้นไม้หญ้าไม่ค่อยร่มรื่น เจ้าหน้าที่ของทางวัดที่ทำความสะอาดหรือทำงานในจุดต่างๆมีน้อย ทั้งยังแต่งกายไม่ค่อยสุภาพ และปัญหาในเรื่องของกิจกรรมในวัดซึ่งมีการประชาสัมพันธ์น้อย จัดไม่ตรงกับวันหยุด จึงทำให้ไม่ทราบเรื่องและไม่สะดวกในการมาร่วมกิจกรรม ข้อเสนอแนะในการพัฒนาวัดเพื่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ควรมีการจัดเจ้าหน้าที่ทำความสะอาดและเจ้าหน้าที่ประจำในจุดต่างๆ ให้มากขึ้น และแต่งกายให้เรียบร้อย ในเรื่องศาสนสถาน หากมีการสร้างใหม่

ควรมีการคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก มีการวางผังใหม่ให้ดีขึ้นให้มีการปลูกต้นไม้ให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความร่มรื่นและเป็นการทำให้ภูมิทัศน์ของวัดสวยงาม น่ารื่นรมย์ การจัดกิจกรรมต่างๆ ต้องมีการประชาสัมพันธ์ให้ทั่วถึง และมีการบริหารจัดการในด้านต่างๆ ของวัดให้สมบูรณ์ เพราะหากวัดมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มาวัดแล้ว ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวมาวัดแล้วเกิดศรัทธา เกิดความยินดี เกิดความสุขใจ มาทำบุญ ทำกุศลต่างๆ พร้อมทั้งการมาพักผ่อนหย่อนใจในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้

วรรณกร ชาวนาไร่ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง “การประเมินการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยววัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร จังหวัดนครปฐม” ซึ่งผลการศึกษาพบว่า วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหารมีทรัพยากรวัฒนธรรมเป็นจำนวนมากที่สามารถนำมาใช้ในการท่องเที่ยวได้ ซึ่งประกอบด้วยทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทที่จับต้องได้ เช่น องค์พระปฐมเจดีย์ ต้นไม้สำคัญในพุทธประวัติ ภาพจิตรกรรมฝาผนัง จารึกอักษรขอมย่อที่ฝากระเบื้องคด พระพุทธรูปที่ระเบียงรอบองค์พระปฐมเจดีย์ เป็นต้น และทรัพยากรวัฒนธรรมประเภทที่จับต้องไม่ได้ เช่น ตำนานพระปฐมเจดีย์ งานเทศกาลนมัสการพระปฐมเจดีย์ เป็นต้น โดยวัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหารมีเป้าหมายหลักของการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมเพื่อการอนุรักษ์และการศึกษาไม่ใช่เพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นรูปแบบจึงอาจจะไม่สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวระยะสั้นหรือมีเวลาจำกัดได้เต็มที่ ข้อเสนอแนะคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยววัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหารควรร่วมมือกันเพื่อความเป็นเอกภาพ ควรมีการจัดทำแผนผังแสดงตำแหน่งที่ตั้งและป้ายสื่อความหมายทรัพยากรวัฒนธรรมให้มีความถูกต้องชัดเจน เข้าใจง่าย และมีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ปรับปรุงรูปแบบหนังสือที่ระลึกให้มีเนื้อหาที่ครอบคลุม สวยงามและน่าอ่านเพิ่มขึ้น

7.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Duxbury N. et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่อง “Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism” สำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นั้น ความเฉพาะเจาะจงตามสถานที่ที่เป็นแหล่งที่มาของแรงบันดาลใจและองค์ประกอบเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการริเริ่มที่โดดเด่นพร้อมเสียงสะท้อนในท้องถิ่น สถานที่ซึ่งเกิดขึ้นโดยองค์รวมประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ วัฒนธรรม มรดกที่จับต้องไม่ได้และที่จับต้องได้และผู้คนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น งานวิจัยนี้วิเคราะห์วิธีการที่ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้พัฒนาขึ้นภายใน CREATOUR ผสานรวมองค์ประกอบที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของในสถานที่ที่เข้าเยี่ยมชม ผู้วิจัยมีส่วนร่วมในแบบฝึกหัดสะท้อนกลับโดยรวมเกี่ยวกับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่พัฒนาขึ้นซึ่งเผยให้เห็นวิธีการเชื่อมโยงกับสถานที่ใน 4 มิติได้แก่ สถานที่ กิจกรรมการเล่าเรื่องและการเข้าถึง สำหรับสถานที่เฉพาะที่จะก่อให้เกิดประสบการณ์ตรงในภาพรวม ไม่ว่าจะเป็นทั้งในภาพใหญ่และภาพย่อยของสถานที่ จากภูมิทัศน์ไปสู่สถานที่จัดกิจกรรม ในขณะที่

กิจกรรมกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีปฏิสัมพันธ์กับภูมิทัศน์และทรัพยากรธรรมชาติโดยตรงการตรวจสอบให้แน่ใจว่าประสบการณ์นั้นได้รวมถึงการประดิษฐ์สิ่งทีสอดคล้องกับวัฒนธรรมประเพณีและงานฝีมือท้องถิ่นยังสามารถเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างมีความหมายการบูรณาการการเล่าเรื่องเข้ากับประสบการณ์ ยกตัวอย่างเช่น ใช้การแสดงละครหรือการบอกเล่าเรื่องราวส่วนตัวโดยคนในท้องถิ่น การเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับสถานที่ในท้องถิ่นผ่านประวัติศาสตร์ นิทานและลักษณะของผู้คนในท้องถิ่น ท้ายที่สุดช่วงเวลาแห่งการพบปะสังสรรค์ภายใต้กิจกรรมสร้างสรรค์ตลอดจนช่วงเวลาทางสังคม เช่น การปิกนิกหรือการเล่นมีบทบาทสำคัญในการช่วยให้นักท่องเที่ยวท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบผ่อนคลายและซึมซับ “ความรู้สึกของสถานที่” การผสมผสานองค์ประกอบทั้งสี่เข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยให้นักท่องเที่ยวสัมผัสวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์เฉพาะสถานที่ในรูปแบบที่สร้างสรรค์ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมและสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ การวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต่อไป

Suhartanto et al. (2019) ได้ศึกษาเรื่อง “Tourist loyalty in creative tourism: The role of experience quality, value, satisfaction, and motivation” โดยการศึกษาในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อตรวจสอบความภักดีของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยคุณภาพของประสบการณ์ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจและแรงจูงใจในการพัฒนาความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว รวบรวมข้อมูลจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 แห่งในเมืองบันดุง ประเทศอินโดนีเซีย มีการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองให้กับนักท่องเที่ยวหลังจากที่ พวกเขาได้สัมผัสกับสถานที่ท่องเที่ยวแล้ว โดยรวมแล้วมีการรวบรวมแบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ 369 ข้อ ด้วยสมมติฐานที่พัฒนาขึ้นซึ่งตรวจสอบโดยใช้วิธี Partial Least Square ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพของประสบการณ์ การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในทำนองเดียวกัน การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าอิทธิพลของปัจจัยกำหนดความภักดีของนักท่องเที่ยว (ต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว) ส่วนหนึ่งมาจากแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว สุดท้ายการศึกษานี้เปิดเผยว่าในบรรดาปัจจัยกำหนดความภักดี คุณภาพของประสบการณ์มีผลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ผลลัพธ์เหล่านี้ช่วยให้ทั้งนักวิชาการและผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เกี่ยวกับวิธีพัฒนาความภักดีของลูกค้าต่อไป

Blapp and Mitas (2018) ได้ศึกษาเรื่อง “Creative tourism in Balinese rural communities” (การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในชุมชนชนบทของบาหลี่ : แปลโดยผู้วิจัย) โดยกล่าวว่า การศึกษาในปัจจุบันได้ขยายความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชนบท จากงานวิจัยก่อนหน้านี้ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ยังไม่มี ความชัดเจน เช่น ความเสี่ยงของสินค้าที่มีบทบาทในพื้นที่ชนบทของประเทศกำลังพัฒนา การศึกษานี้สร้างขึ้นจากความคาบเกี่ยวทางทฤษฎีซึ่งชี้ให้เห็นว่าการ

ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจช่วยเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชน งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อาจแก้ไขปัญหาสามประการที่ทำลายการท่องเที่ยวโดยชุมชน ได้แก่ 1) แก้ปัญหาการขาดแคลนเรื่องงบประมาณหรือเงินลงทุนด้วยมรดกที่จับต้องไม่ได้ 2) แก้ปัญหาการสูญเสียเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมด้วยการจุกปรายความสนใจให้กับวัฒนธรรม 3) ปรับเปลี่ยนความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน เปลี่ยนสถานะของคนในท้องถิ่นจากลูกจ้างไปเป็นผู้ให้ความรู้ ความทับซ้อนทางทฤษฎีเหล่านี้ได้รับการสำรวจในบริบทของหมู่บ้านชาวบาหลี 5 หมู่บ้านโดยใช้วิธีการทางจุลภาคกับการสังเกตของผู้เข้าร่วมและการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ผลจากการศึกษานี้ส่วนหนึ่งยืนยันและขยายการทำงานร่วมกันทางทฤษฎี นอกจากนี้ยังพบการทำงานร่วมกัน ความกระตือรือร้นที่เพิ่มมากขึ้นในการแลกเปลี่ยนระหว่างวัฒนธรรมและหนึ่งการปฏิสัมพันธ์เชิงลบ ความไม่มีตัวตนในฐานะผู้สร้างความแตกต่าง ผลการวิจัยยังเผยให้เห็นเงื่อนไขของความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยสรุปผู้วิจัยได้ให้ข้อสรุปว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ชนบทมีแนวโน้มที่ดีภายใต้เงื่อนไขบางประการ

Sharpley & Telfer (2002) ได้ศึกษาเรื่อง “Tourism and Development: Concepts and Issues” ซึ่งถือเป็นผลงานวิชาการที่สำคัญในการสร้างความเชื่อมโยงเชิงแนวคิด (Conceptual Link) ระหว่างสาขาวิชาการท่องเที่ยวและการพัฒนา โดยมีจุดยืนในการวิพากษ์ (Critical Analysis) อย่างมีนัยสำคัญต่อความเชื่อที่แพร่หลายว่าการท่องเที่ยวเป็น “ยาครอบจักรวาล” สำหรับการพัฒนาในประเทศกำลังพัฒนา (LDCs) โดยผู้วิจัยได้วางรากฐานทางทฤษฎีโดยทบทวนกระบวนการพัฒนาที่หลากหลาย และนำมาประเมินบทบาทของการท่องเที่ยวในมิติสำคัญต่าง ๆ ทั้งการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งผลการประเมินได้เผยให้เห็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่ซ่อนอยู่ เช่น ปัญหาการรั่วไหลของรายได้ (Leakage) ความขัดแย้งเชิงคุณค่า (Value Conflicts) ในชุมชน และการทำให้วัฒนธรรมกลายเป็นสินค้า (Commodification) ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นอุปสรรคสำคัญที่ขัดขวางไม่ให้เกิดการท่องเที่ยวสามารถบรรลุศักยภาพในการพัฒนาได้อย่างที่ถูกคาดหวัง

นอกจากนี้ การวิจัยยังมุ่งเน้นการวิเคราะห์อุปสรรคเชิงโครงสร้าง (Structural Barriers) ที่ทำให้ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวไม่กระจายสู่ชุมชนอย่างเป็นธรรม โดยชี้ไปที่เศรษฐกิจการเมืองใหม่ของการท่องเที่ยว (New Political Economy of Tourism) ซึ่งมีการครอบงำตลาดโดยบริษัทข้ามชาติ (TNCs) และความไม่สมมาตรของอำนาจในระบบตลาดการท่องเที่ยวโลก ผู้วิจัยยังได้วิพากษ์อย่างตรงไปตรงมาต่อความโดดเด่นของกระบวนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) โดยระบุว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้ถูกนำไปใช้อย่างกว้างขวางจนขาดความหมายเชิงปฏิบัติ (Lack of Pragmatic Meaning) และสนับสนุนให้มีการวิเคราะห์ที่จริงจังมากขึ้นเกี่ยวกับความรับผิดชอบในการจัดการผลกระทบเชิงลบที่เกิดขึ้นจริง และผู้วิจัยมีการเรียกร้องให้มีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและการพัฒนาด้วย มุมมองที่สำคัญและรอบด้าน (More Critical and Nuanced

Perspective) โดยนักวางแผนนโยบายและนักวิจัยไม่ควรยอมรับสมมติฐานที่ง่ายเกินไป แต่ต้องตระหนักถึงความซับซ้อน ความขัดแย้ง และความล้มเหลวเชิงโครงสร้างที่เกิดขึ้นในบริบทของการพัฒนาประเทศกำลังพัฒนา เพื่อให้การท่องเที่ยวสามารถกลายเป็นตัวขับเคลื่อนการพัฒนาที่แท้จริงและยั่งยืนได้

จากการศึกษาของ B. Joseph Pine II และ James H. Gilmore (1998) เรื่อง “Welcome to the Experience Economy” กล่าวว่าเศรษฐกิจได้ก้าวข้ามยุคการขายสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodities), สินค้า (Goods), และบริการ (Services) ไปสู่ยุคที่สี่ คือการขาย “ประสบการณ์” (Experiences) ซึ่งเป็นข้อเสนอที่ชี้ให้เห็นว่ามูลค่าสูงสุดของธุรกิจในปัจจุบันมาจากการออกแบบกิจกรรมที่สร้างความประทับใจทางอารมณ์ที่น่าจดจำและเป็นส่วนตัวให้กับลูกค้า โดยที่ตัวประสบการณ์นั้นเองคือสินค้าหลักที่สามารถเรียกเก็บค่าบริการได้ในราคาสูง โดยแก่นของแนวคิดนี้คือการที่ธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้ส่งมอบบริการไปเป็นผู้จัดฉาก (Staging) เหตุการณ์ที่สร้างความผูกพันทางอารมณ์และจิตใจให้กับนักท่องเที่ยว โดย Pine & Gilmore ได้จำแนกองค์ประกอบของประสบการณ์ออกเป็น 4 มิติ (The Four Realms of Experience) ตามแกนของการมีส่วนร่วม (Passive vs. Active) และความสัมพัทธ์ (Absorption vs. Immersion) ซึ่งมีความสำคัญต่อการออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ ประกอบด้วย 1) Entertainment (ความบันเทิง) 2) Education (การเรียนรู้) 3) Esthetic (สุนทรียภาพ) และ 4) Escapism (การหลีกหนี) โดยเฉพาะมิติ Escapism (การหลีกหนี) ที่ต้องมีการมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้น (Active Participation) และความรู้สึกฝังตัวเป็นส่วนหนึ่งของเหตุการณ์ (Immersion) ถือเป็นรูปแบบประสบการณ์ที่สร้างมูลค่าสูงสุด

จากการศึกษาของ Dean MacCannell (1976) เรื่อง The Tourist: A New Theory of the Leisure Class ถือเป็นรากฐานสำคัญของทฤษฎีสังคมวิทยาการท่องเที่ยว โดยเสนอว่าการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงกิจกรรมยามว่าง แต่เป็นผลผลิตของสังคมสมัยใหม่ที่ผู้คนรู้สึกความแตกต่างจากชีวิตประจำวัน นักท่องเที่ยวจึงออกเดินทางเพื่อแสวงหา “ความแท้จริง” (authenticity) ที่เชื่อว่าดำรงอยู่ในวัฒนธรรมท้องถิ่น ชุมชนดั้งเดิม หรือวิถีชีวิตที่แตกต่างจากโลกอุตสาหกรรม นอกจากนี้ MacCannell อธิบายผ่านแนวคิด front stage และ back stage ซึ่งดัดแปลงมาจาก Erving Goffman โดยมองว่าสิ่งที่นักท่องเที่ยวเห็นมักเป็นเพียงการจัดฉาก (staged authenticity) เพื่อรองรับการท่องเที่ยว ขณะที่ชีวิตจริงของชุมชน (back stage) ถูกปกปิดไว้ ส่งผลให้ความแท้ที่นักท่องเที่ยวแสวงหาเป็นเพียงภาพแทน (representation) มากกว่าความจริงเชิงสังคม

นอกจากนี้ Erik Cohen (1988) ได้ศึกษาเรื่อง “ความแท้” ให้ลึกซึ้งและซับซ้อนยิ่งขึ้นในบทความ Authenticity and Commoditization in Tourism โดยตั้งคำถามต่อแนวคิดของ MacCannell ที่มองความแท้ในลักษณะค่อนข้างตายตัว Cohen เสนอว่า “ความแท้” ไม่ได้มีรูปแบบเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับกรอบอ้างอิงของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เขาเสนอประเภทของความแท้ เช่น objective authenticity, constructive authenticity และ existential authenticity เพื่ออธิบายว่า

นักท่องเที่ยวบางคนอาจไม่สนใจว่าประสบการณ์นั้นจะ “แท้ดั้งเดิม” หรือไม่ หากแต่ให้คุณค่ากับความรูสึก ความหมาย และประสบการณ์ส่วนบุคคลที่ได้รับจากการเดินทาง

ประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งในงานของ Cohen คือแนวคิดเรื่องการทำให้เป็นสินค้า (commoditization) ของวัฒนธรรมท่องเที่ยว ซึ่งมักถูกมองว่าเป็นกระบวนการที่ทำลายความแท้ อย่างไรก็ตาม Cohen ได้แย้งว่าการทำให้เป็นสินค้าไม่ได้ทำลายความแท้เสมอไป แต่ในบางบริบทกลับช่วย “สร้างความหมายใหม่” ให้กับวัฒนธรรมท้องถิ่น และทำให้ชุมชนสามารถรักษาอัตลักษณ์หรือฟื้นฟูพิธีกรรมและประเพณีบางอย่างผ่านระบบเศรษฐกิจการท่องเที่ยวได้ แนวคิดนี้จึงเปิดพื้นที่ให้มองการท่องเที่ยวในมิติพลวัต มากกว่าการแบ่งขั้วระหว่าง “แท้-เทียม” อย่างเด็ดขาด

กล่าวโดยสรุปงานของ MacCannell และ Cohen สะท้อนพัฒนาการสำคัญของทฤษฎีการท่องเที่ยวจากการมองนักท่องเที่ยวเป็นผู้แสวงหาความแท้ที่สูญหายไปสู่การทำความเข้าใจความแท้ในฐานะสิ่งที่ถูกสร้าง ต่อรอง และให้ความหมายใหม่อย่างต่อเนื่องในบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม แนวคิดทั้งสองยังคงมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการศึกษาร่องท่องเที่ยวร่วมสมัย โดยเฉพาะการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวโดยชุมชน และแนวคิดเรื่อง experiential และ existential tourism ในปัจจุบัน

อย่างไรก็ตามแม้ว่างานวิจัยเหล่านี้จะไม่ได้กล่าวถึงแนวคิดอริยสัจ 4 โดยตรง แต่ผู้วิจัยสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 ได้ โดยการประยุกต์ใช้หลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนาในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสอดคล้องกับบริบทท้องถิ่น

กล่าวโดยสรุปจังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และพระพุทธศาสนาของประเทศไทย เป็นที่ตั้งของพระปฐมเจดีย์ ซึ่งเป็นปูชนียสถานสำคัญและเป็นศูนย์กลางทางจิตใจของผู้คนมาช้านาน นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เกษตรกรรม และธรรมชาติที่หลากหลาย ซึ่งมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับจังหวัด การศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นมีความสำคัญและเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบในการวิจัยนี้ โดยเป็นพื้นฐานในการทำความเข้าใจบริบทของการท่องเที่ยว การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนา การวิเคราะห์ปัญหา และการเสนอแนวทางแก้ไขหรือพัฒนาในรูปแบบของข้อเสนอเชิงนโยบาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรมตามหลักอริยสัจ 4 เพื่อให้การท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมเติบโตอย่างยั่งยืนและมีคุณค่า โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจองค์ประกอบของการท่องเที่ยวตามที่ UNWTO กำหนด ซึ่งจะเป็นกรอบในการวิเคราะห์ศักยภาพของจังหวัดนครปฐมในด้านต่าง ๆ และนำไปสู่การกำหนดนโยบายที่สนับสนุนองค์ประกอบเหล่านี้ให้แข็งแกร่งขึ้น เช่น การพัฒนาระบบขนส่ง การจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการส่งเสริมที่พัก เป็นต้น

ในขณะที่หัวใจหลักของงานวิจัยนี้คือการเข้าใจข้อเสนอเชิงนโยบาย ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถพัฒนาข้อเสนอที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และตอบโจทย์ปัญหาหรือความต้องการในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดขอบเขตของข้อเสนอเชิงนโยบายให้เหมาะสมกับบริบทของจังหวัดนครปฐม และพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติในระดับต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม เป็นแนวคิดหลักที่นำมาใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ซึ่งการทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับ “ท่องเที่ยวเมืองสามธรรม” จะเป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวให้แตกต่างและมีเอกลักษณ์ โดยเน้นคุณค่าทางจิตใจและวัฒนธรรม และใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาและออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว การจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการสื่อสารการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับหลักการของเมืองสามธรรม และสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับอริยสัจ 4 คือหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาที่เป็นรากฐานของแนวคิดเมืองสามธรรม การเข้าใจหลัก “อริยสัจ 4” (ทุกข์ สมุทัย นิโรธ มรรค) จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถนำหลักธรรมเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ในการวิเคราะห์ปัญหาของการท่องเที่ยวในปัจจุบัน และเสนอแนวทางการแก้ไขหรือพัฒนาที่สอดคล้องกับหลักธรรม เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสร้างความสุขที่แท้จริง โดยการทำความเข้าใจถึงความทุกข์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นในการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม (เช่น ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม) การหาสาเหตุของปัญหา (สมุทัย) การกำหนดเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยว (นิโรธ) และการเสนอแนวทางหรือวิธีการ (มรรค) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นไปในทิศทางที่พึงประสงค์

นอกจากนี้ การเข้าใจยุทธศาสตร์ นโยบายและแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติ ระดับจังหวัดและระดับท้องถิ่น จะช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจบริบทและทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาพรวม และสามารถกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายที่สอดคล้องกับนโยบายที่มีอยู่ หรือเสนอแนะนโยบายใหม่ที่เสริมช่องว่างและต่อยอดนโยบายเดิม สามารถวิเคราะห์ยุทธศาสตร์และแผนต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้ข้อเสนอเชิงนโยบายมีความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติมากขึ้น และมีความสอดคล้องกับทิศทางที่ภาครัฐให้ความสำคัญ นอกจากนี้ยังสามารถระบุหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและแนวทางการประสานงานในการนำนโยบายไปปฏิบัติได้

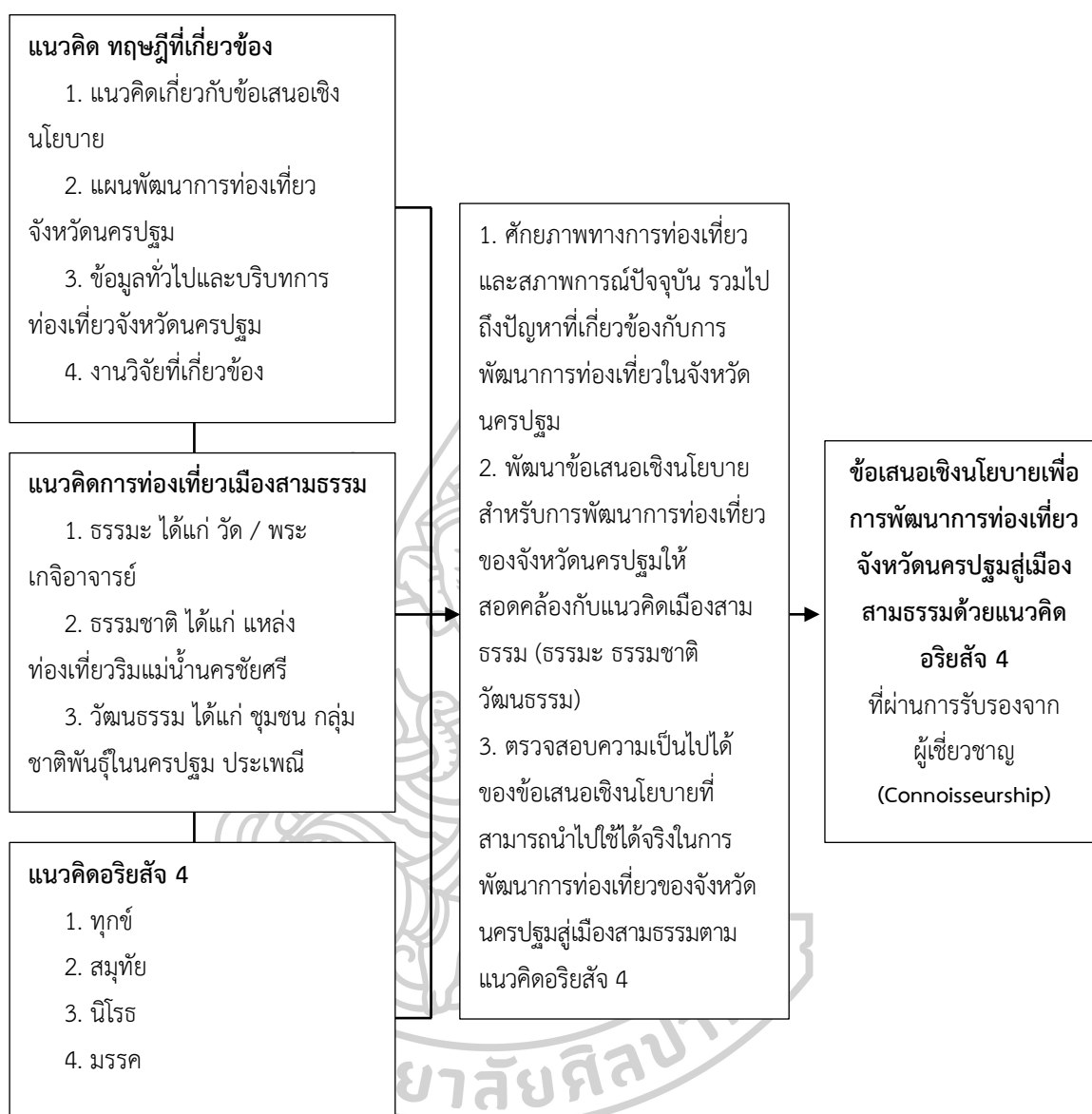
ด้านการทำความเข้าใจบริบทและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดนครปฐม เช่น ลักษณะทางภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคม เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการกำหนดข้อเสนอเชิงนโยบายที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและศักยภาพของจังหวัด โดยข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของจังหวัดนครปฐม จะเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบัน และระบุประเด็นสำคัญที่ควรนำมาพิจารณาในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย เช่น การพัฒนา

แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงศาสนา หรือการท่องเที่ยวชุมชนและวัฒนธรรม รวมทั้งการพัฒนาระบบสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดให้ดีขึ้น รวมไปถึงการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จะช่วยให้ผู้วิจัยได้เรียนรู้จากงานวิจัยอื่น ๆ ที่เคยศึกษาในประเด็นที่คล้ายคลึงกัน ทั้งในด้านระเบียบวิธีวิจัย แนวคิดที่ใช้ และข้อค้นพบต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนางานวิจัยของตนเองให้มีความสมบูรณ์และต่อยอดจากงานวิจัยเดิม แม้ว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องอาจจะไม่ได้กล่าวถึงแนวคิดอริยสัจ 4 โดยตรง แต่ผู้วิจัยสามารถนำแนวคิดและวิธีการจากงานวิจัยเหล่านั้นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายที่สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรมตามหลักอริยสัจ 4 ได้ เช่น การนำแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนมาปรับใช้ ดังนั้น การแสวงหาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมและยั่งยืนจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง

ทั้งนี้ ในการเชื่อมโยงแนวคิดต่าง ๆ ข้างต้น ผู้วิจัยคาดว่าจะนำไปสู่การสร้างข้อเสนอเชิงนโยบาย ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการวิจัย โดยข้อเสนอเหล่านี้จะไม่เป็นเพียงนโยบายเชิงปริมาณหรือมุ่งเน้นการส่งเสริมการตลาดเท่านั้น แต่จะเป็นนโยบายเชิงคุณภาพ ที่ตั้งอยู่บนฐานแห่งคุณค่าของศาสนา สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม รวมถึงคำนึงถึงความยั่งยืน ความมีส่วนร่วม และความสมดุลของทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นรัฐ เอกชน ชุมชน หรือภาควิชาการ โดยการนำแนวคิดเมืองสามธรรมซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการพัฒนาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม แนวคิดอริยสัจ 4 มาเป็นกรอบวิเคราะห์ที่ใช้เพื่อให้เข้าใจปัญหาและวางแผนพัฒนา ทฤษฎีการท่องเที่ยวต่าง ๆ คือฐานวิชาการเพื่อรองรับกลยุทธ์และนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย ซึ่งถือว่าเป็นผลลัพธ์เชิงรูปธรรมของการประยุกต์แนวคิดทั้งหมดในการวิจัย ซึ่งล้วนเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ เพื่อให้การท่องเที่ยวของนครปฐมเกิดความยั่งยืนทั้งในระดับจิตใจ สังคม และเศรษฐกิจ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาและนำเสนอ “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” โดยการนำหลักธรรมคำสอนในพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้เป็นเมืองที่ส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม และความสงบสุข ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด “เมืองสามธรรม” ที่เน้นการพัฒนาในด้านศีล สมาธิ และปัญญา ผ่านการนำแนวคิดอริยสัจ 4 มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบทของจังหวัดนครปฐม ส่งผลให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและสร้างประโยชน์สุขที่แท้จริงให้กับทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ในอนาคต

8. กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 14 กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสาม
ธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Develop) เพื่อเพื่อศึกษา
วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย ศักยภาพทางการท่องเที่ยว และสภาพการณ์ปัจจุบัน
รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิง
นโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม
(ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) และเพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถ
นำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 โดย
ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและ
คุณภาพ โดยในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย ได้แก่

1. การออกแบบการวิจัยและวิธีการวิจัย
2. ประชากรและการสุ่มตัวอย่าง
3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย
4. การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย
5. การพิทักษ์สิทธิ์ของผู้เข้าร่วมการวิจัย
6. การเก็บข้อมูลวิจัย
7. การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
8. สรุปขั้นตอนการศึกษาวิจัย

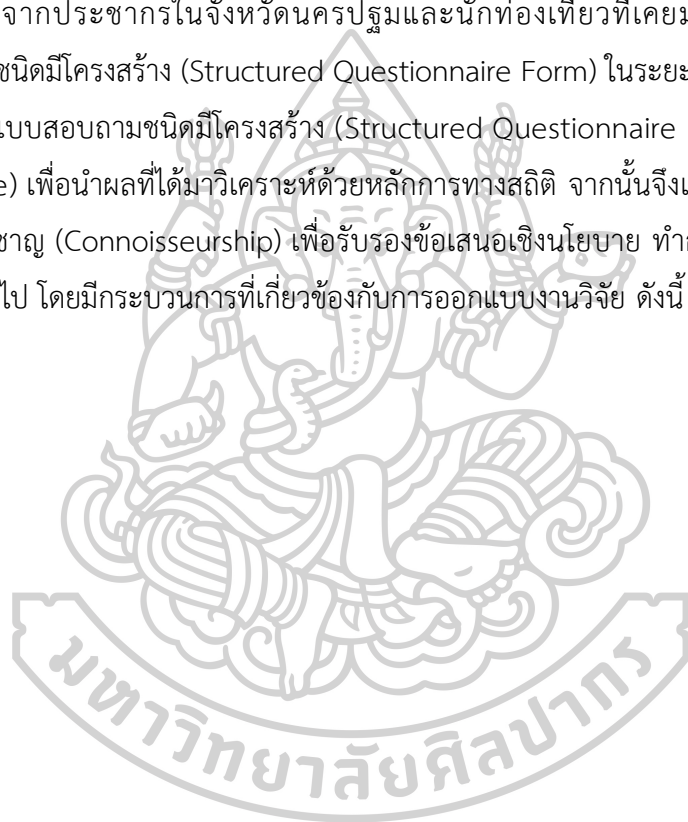
1. การออกแบบการวิจัยและวิธีการวิจัย

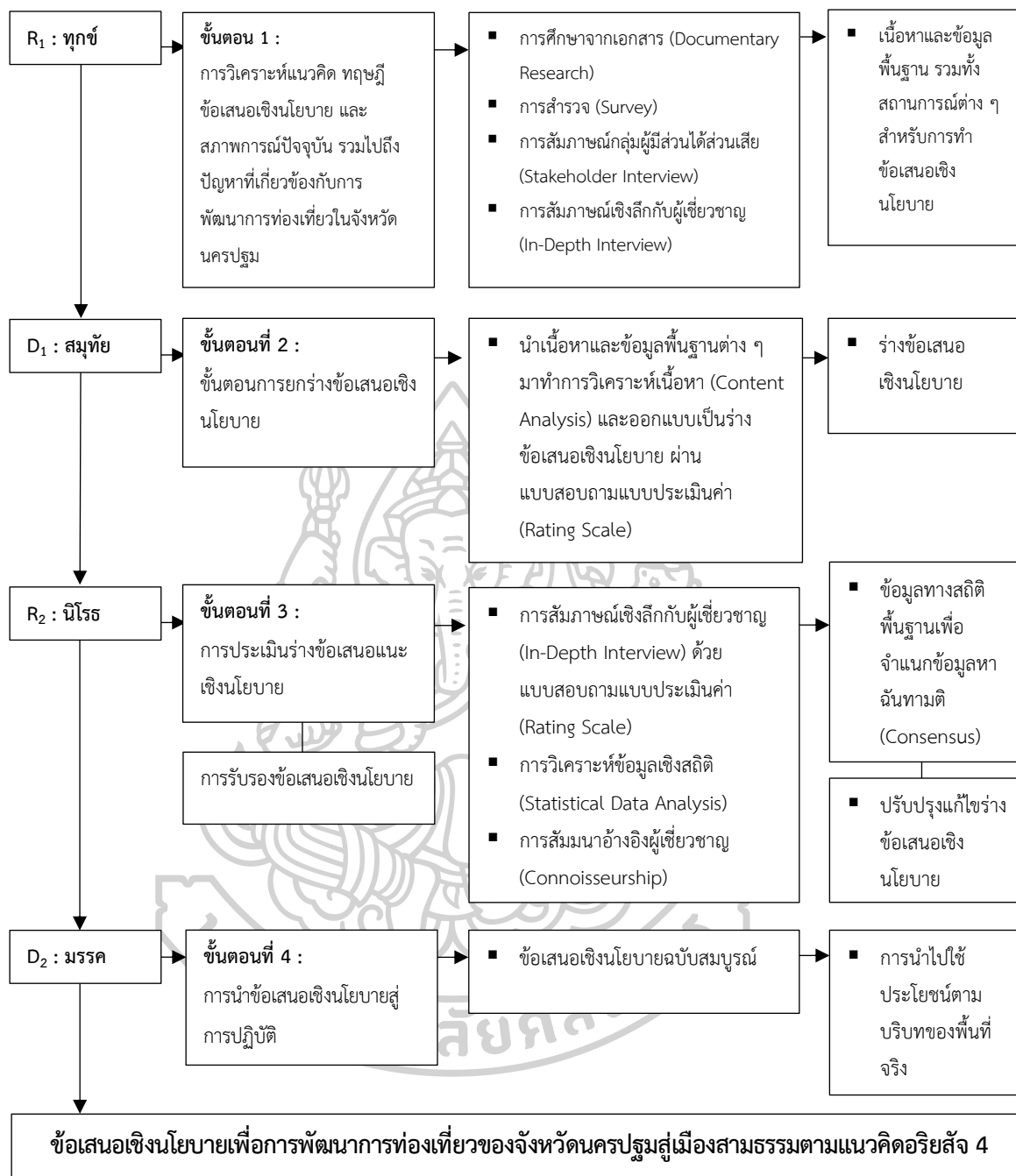
ในการวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสาม
ธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 ผู้วิจัยได้ออกแบบการวิจัยและวิธีการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ
การวิจัยตามแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Develop : R&D) ดังนี้

- 1) เพื่อวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย และสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึง
ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม (R_1)
- 2) เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้
สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) (D_1)
- 3) เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของข้อเสนอเชิงนโยบาย (R_2) ที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการ
พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 (D_2)

โดยข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative information) และข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative information) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย

ดังนั้นในการออกแบบการวิจัยจึงเน้นทั้งการศึกษาจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง (Documentary Research) และการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 ผ่านการใช้แบบสัมภาษณ์ (Questionnaire) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่าง รวมไปถึงการสำรวจความคิดเห็นจากประชากรในจังหวัดนครปฐมและนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวนครปฐม ด้วยแบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire Form) ในระยะที่ 1 จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาจัดทำแบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire Form) แบบประเมินค่า (Rating scale) เพื่อนำผลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยหลักการทางสถิติ จากนั้นจึงเป็นกระบวนการสัมภาษณ์อ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อรับรองข้อเสนอเชิงนโยบาย ทำการสรุปผลและรายงานผลการวิจัยต่อไป โดยมีกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานวิจัย ดังนี้





ภาพที่ 15 กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบงานวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	กระบวนการ	ผลลัพธ์จากกระบวนการ

ขั้นตอนที่ 1 (R1) : ทุกซ์ - การศึกษาและวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย สภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Research) ในระดับชาติและนานาชาติ ■ รูปแบบและองค์ประกอบของการทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ■ แผนพัฒนาต่าง ๆ ■ แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยว ■ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ■ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ■ แนวคิดการท่องเที่ยวเชิง	ดำเนินการศึกษาและวิเคราะห์เนื้อหาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย / แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2566-2580) / แนวคิดเมืองสามธรรม / แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 / แผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับชาติและระดับท้องถิ่น รวมทั้งข้อมูลพื้นฐานจังหวัดนครปฐม และแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จากเอกสาร หนังสือ เว็บไซต์ บทความวิจัย บทความวิชาการทั้งในระดับชาติและนานาชาติทั้งแบบ online และ offline ผ่านการศึกษาวิจัยแบบเอกสาร (Documentary Analysis) รวมไปถึงการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ (In-Depth Interview)	ได้นำเนื้อหาและข้อมูลพื้นฐานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมด้วยแนวคิดอริยสัจ 4
ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาแผนพัฒนาต่าง ๆ ในระดับชาติและระดับท้องถิ่น		
ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาและวิเคราะห์ (Documentary Analysis)		
ขั้นตอนที่ 4 การสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ (In-Depth Interview)		

ในขั้นตอนที่ 1 (R₁) คือขั้นตอนการหา “ทุกซ์” ตามหลักอริยสัจ 4 โดยจะเกี่ยวข้องกับการศึกษาและวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย สภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมในหลายมิติ ได้แก่ การวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย และสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ รวมถึงแนวคิดอริยสัจ 4 ซึ่งถูกนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีขั้นตอนการศึกษาที่ชัดเจน ดังนี้

1.1 เป็นการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว โดยการดำเนินการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Research) ผ่านการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Analysis) และการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Interview) เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวปัจจุบัน รวมถึงนโยบายด้านการท่องเที่ยว โดยเนื้อหาในการศึกษาจะครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ เพื่อถูกนำมาวิเคราะห์เพื่อทำความเข้าใจโครงสร้างและทิศทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นและระดับชาติดังนี้

1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบัน รูปแบบและองค์ประกอบของการทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.2 แผนพัฒนาต่าง ๆ เช่น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท ได้แก่

1.3.1 การท่องเที่ยวเชิงศาสนา

1.3.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1.3.3 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

1.4 แนวคิดอริยสัจ 4

1.2 ผู้วิจัยจะศึกษาแผนพัฒนาในระดับชาติและระดับท้องถิ่น โดยเนื้อหาสำคัญของเอกสารจะเน้นไปที่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับชาติและระดับท้องถิ่นของจังหวัดนครปฐม เพื่อดูความเชื่อมโยงของการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย โดยมีการศึกษาแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2566-2580) ควบคู่ไปกับแผนพัฒนาท้องถิ่นและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม (ฉบับทบทวนปี 2566) ซึ่งจะเป็นแนวทางที่สำคัญในการกำหนดนโยบายต่อไป

1.3 คือ การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ (Documentary Analysis) จากการศึกษาและรวบรวมในขั้นตอนที่ 1 เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมและสนับสนุนแนวคิด “เมืองสามธรรม” ซึ่งเป็นแนวคิดที่เน้นการพัฒนาท่องเที่ยวโดยคำนึงถึง ธรรมชาติ ธรรมะ และวัฒนธรรม ของจังหวัดนครปฐม

1.4 การสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Interview) โดยผู้วิจัยจะเรียกขั้นตอนนี้ว่า “ขั้นระดมสมอง (Brainstorming)” ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญแต่ละท่านจะได้รับคำถามสอบถามปลายเปิด (Open-Ended Questionnaire) หรือการสัมภาษณ์ด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อเก็บรวบรวมความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดในเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับประเด็นหรือปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมในจังหวัดนครปฐม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มากำหนดกรอบมโนทัศน์สำหรับการทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยเป็น

แบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) ที่กำหนดค่าได้ (Rating Scale) โดยการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามนั้น ผู้วิจัยอาจใช้วิธีส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญ หรือนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้วยตนเอง ส่วนการรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์จากแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างนั้น ผู้วิจัยอาจสัมภาษณ์โดยการเผชิญหน้ากันสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์หรือสัมภาษณ์โดยวิธีประชุมทางไกล (Video Conference) ร่วมได้

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	กระบวนการ	ผลลัพธ์จากกระบวนการ

ขั้นตอนที่ 2 (D₁) : สมุทัย - การยกร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย

การจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย ประกอบด้วย 1) ประเด็นสภาพปัญหาและอุปสรรคของพื้นที่ (Problem identification) 2) วัตถุประสงค์ (Policy objectives) 3) วิธีการดำเนินการ (Policy means) 4) กลไกของนโยบาย (Policy mechanism) 5) โครงการ/กิจกรรม (Area based project/activities)	การประเมินความคิดเห็น (Evaluation of Ideas) หลังจากผู้วิจัยได้ข้อมูลจากผู้ชำนาญในรอบที่ 1 แล้วมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำไปออกแบบเป็นร่างข้อเสนอในรูปแบบของแบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ที่ประเมินค่าได้ (Rating scale)	ร่าง “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4”

ในขั้นตอนที่ 2 (D₁) คือ ขั้นตอนการหา “เหตุแห่งทุกข์ หรือ สมุทัย” ตามแนวคิดอริยสัจ 4 โดยในขั้นตอนนี้จะเป็นการจัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย ซึ่งจะประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ส่วน ได้แก่

2.1 ประเด็นสภาพปัญหาและอุปสรรคของพื้นที่ (Problem Identification) โดยการวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในพื้นที่เป้าหมาย เช่น อุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว ปัญหาทรัพยากรธรรมชาติ ปัญหาด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว รวมทั้งศึกษาปัญหาทั้งจากเอกสารและข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ

2.2 วัตถุประสงค์ของนโยบาย (Policy Objectives) โดยกำหนดเป้าหมายของนโยบายที่ต้องการพัฒนา เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การอนุรักษ์วัฒนธรรมและธรรมชาติของนครปฐม การสร้างรายได้ให้กับชุมชน

2.3 วิธีการดำเนินการ (Policy Means) โดยวางแผนแนวทางการดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว การอบรมบุคลากรเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการ หรือการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

2.4 กลไกของนโยบาย (Policy Mechanism) โดยการกำหนดโครงสร้างในการบริหารจัดการนโยบาย เช่น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว การบูรณาการความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน และการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2.5 โครงการ/กิจกรรมที่เกี่ยวข้อง (Area-Based Project/Activities) โดยการออกแบบโครงการหรือกิจกรรมในพื้นที่ เช่น กิจกรรมอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม หรือการพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบเมืองสามธรรม เป็นต้น

โดยกระบวนการในขั้นตอนที่ 2 เพื่อให้ได้ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายนั้น ผู้วิจัยจะทำการประเมินความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ (Evaluation of Ideas) ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกอีกครั้ง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จัดหมวดหมู่เนื้อหา โดยนำเนื้อหาที่มีสาระในลักษณะเดียวกันมารวบรวมเข้าด้วยกันไปเรียบเรียงเป็นแบบร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย และจัดให้มีรูปแบบของร่างข้อเสนอที่เป็นชนิดมาตราส่วนแบบประมาณค่า (Rating Scale) ได้ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญได้ทบทวนความเหมาะสมหรือไม่เหมาะสมของร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย หากผู้เชี่ยวชาญโดยส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในประเด็นใดประเด็นหนึ่ง ความคิดเห็นที่แตกต่างนี้ให้ผู้วิจัยต้องทำการคัดออก โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยแสดงระดับของความคิดเห็น < 3.51 เมื่อวิเคราะห์เนื้อหาและจัดหมวดหมู่ของเนื้อหาแล้ว จากนั้นให้นำเนื้อหาที่ทั้งหมดมาจัดเป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่สมบูรณ์อีกครั้งเพื่อนำส่งให้กับผู้เชี่ยวชาญในการประเมินในขั้นตอนต่อไป

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	กระบวนการ	ผลลัพธ์จากกระบวนการ

ขั้นตอนที่ 3 (R₂) : นิโรธ - การพัฒนาและการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย สำหรับการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม

การประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย (Evaluation Process)	■ การประเมินซ้ำ (Re-evaluation of Ideas) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม ได้แก่ ธรรมะ วัฒนธรรม และธรรมชาติ ■ ทำการแก้ไขและปรับปรุงข้อเสนอแนะหลังจากการประเมินซ้ำโดยผู้เชี่ยวชาญ ■ การสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) โดยการประชุมกลุ่ม (Focus Group Discussion)	ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 (ฉบับสมบูรณ์)

ขั้นตอนที่ 3 (R₂) ขั้นตอนการหา “แนวทางในการแก้ไขปัญหา หรือ “นิโรธ” ตามแนวคิดอริยสัจ 4 ซึ่งเป็นการกำหนดและยืนยัน เป้าหมายของการดับทุกข์ ในบริบทการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยมุ่งตรวจสอบว่าร่างข้อเสนอเชิงนโยบายดังกล่าวสามารถนำไปสู่สภาพการท่องเที่ยวที่ลดปัญหาเชิงโครงสร้าง พื้นฟูคุณค่าทางธรรมะ วัฒนธรรม และธรรมชาติ และก่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนได้จริงหรือไม่ ในขั้นตอนนี้ผู้วิจัยจึงจัดให้มีการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายและการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายผ่านกระบวนการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อเปิดพื้นที่ให้ผู้ทรงคุณวุฒิจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาควิชาการ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องการพัฒนาการท่องเที่ยว ร่วมกันพิจารณาภาพอนาคตของการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม ในฐานะสถานะพึงประสงค์ที่สามารถบรรลุได้ในทางปฏิบัติ

โดยการสัมมนาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อยืนยันว่า ข้อเสนอเชิงนโยบายที่พัฒนาขึ้นสามารถทำหน้าที่เป็น “จุดหมายของการดับทุกข์” (Nirodha Condition) ได้อย่างชัดเจน กล่าวคือเป็นสถานะที่ลดการครอบงำของพหุนิยม พื้นที่ความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ศาสนสถาน เพิ่มคุณค่าเชิงประสบการณ์ และสร้างสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจกับการอนุรักษ์ทรัพยากร

ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญได้ใช้ดุลยพินิจและประสบการณ์เชิงนโยบายในการพิจารณาความสอดคล้อง ความสมเหตุสมผล และความเป็นไปได้ของสถานะเป้าหมายดังกล่าว ก่อนจะเชื่อมโยงไปสู่การยืนยันความเหมาะสมของแนวทางดำเนินการในชั้นมรรค

ดังนั้น การสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญในขั้นตอนนี้จึงมิได้เป็นเพียงการตรวจสอบความเห็นพ้องเชิงเทคนิค หากแต่เป็นกระบวนการยืนยันว่า ภาพปลายทางของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม มีความชัดเจน เป็นรูปธรรม และสามารถนำไปสู่การดับทุกเชิงโครงสร้างของการท่องเที่ยวได้จริง อันเป็นฐานสำคัญในการปรับปรุงข้อเสนอเชิงนโยบายให้มีความสมบูรณ์ พร้อมสำหรับการนำไปใช้เป็นต้นแบบเชิงนโยบายในระดับพื้นที่อย่างยั่งยืน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	กระบวนการ	ผลลัพธ์จากกระบวนการ
ขั้นตอนที่ 4 (D₂) : มรรค – การนำข้อเสนอเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง		
การนำข้อเสนอเชิงนโยบายสู่การปฏิบัติ	การนำข้อเสนอเชิงนโยบายฯ ฉบับสมบูรณ์ไปใช้ประโยชน์	การใช้ประโยชน์ตามบริบทของพื้นที่จริง

ภายหลังจากการกำหนดเป้าหมายในขั้นนิรโรคแล้ว ขั้นตอนที่ 4 ของการวิจัยเป็นกระบวนการในระดับ “มรรค” ซึ่งมุ่งแปลงข้อเสนอเชิงนโยบายจากกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีไปสู่แนวทางปฏิบัติที่สามารถดำเนินการได้จริงในระดับพื้นที่ ขั้นตอนนี้ถือเป็นกระบวนการสำคัญของการวิจัยเชิงนโยบาย เนื่องจากเป็นช่วงที่ผู้วิจัยทำการออกแบบรายละเอียดเชิงกลไก กำหนดบทบาทของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง จัดลำดับความสำคัญของมาตรการ และวิเคราะห์ความเป็นไปได้เชิงทรัพยากร ทั้งด้านงบประมาณ บุคลากร โครงสร้างการบริหาร และข้อจำกัดทางกฎหมาย เพื่อให้ข้อเสนอเชิงนโยบายมีความชัดเจนในเชิงการดำเนินงาน ไม่หยุดอยู่เพียงระดับข้อเสนอเชิงหลักการ

ในกระบวนการวิจัยขั้นตอนนี้ประกอบด้วยการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายฉบับสมบูรณ์ การกำหนดตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ (Key Performance Indicators: KPIs) และกลไกการทำงานของข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy Guideline Mechanism) เพื่อใช้เป็นเครื่องมือประกันคุณภาพของการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างเป้าหมายเชิงนโยบายกับผลลัพธ์ที่คาดหวังในระดับพื้นที่ พร้อมทั้งกำหนดช่วงระยะเวลาดำเนินงาน (short-term, medium-term, long-term) และกลไกการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย เพื่อให้การขับเคลื่อนนโยบายมีความต่อเนื่องและลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงเชิงบริหาร

กล่าวโดยสรุป ขั้นตอนมรรคในงานวิจัยนี้จึงมิใช่เพียงการเสนอแนวทางแก้ไขปัญหา หากแต่เป็นการพัฒนาระบบการขับเคลื่อนเชิงปฏิบัติ ที่มีความเป็นรูปธรรม ตรวจสอบได้ และสามารถ

ประเมินผลได้อย่างเป็นระบบ อันสะท้อนถึงการเปลี่ยนผ่านจากข้อเสนอเชิงแนวคิดไปสู่การดำเนินการเชิงพื้นที่อย่างมีความรับผิดชอบและยั่งยืนในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร

ในงานวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 ใช้วิธีการวิเคราะห์ทั้งข้อมูลเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ที่มุ่งแสวงหาข้อมูลจากความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้วยการตอบข้อคำถามที่ผู้วิจัยได้กำหนดขึ้นในแต่ละขั้นตอนการตอบหรือการตัดสินใจของผู้เชี่ยวชาญจะมีความถูกต้องและความตรงสูง โดยอาศัยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญหลายท่านโดยที่ผู้วิจัยไม่ได้เปิดเผยชื่อของผู้ตอบ ทำให้ผู้ตอบมีอิสระภาพทางความคิด เป็นการลดอคติ (bias) และทำให้ได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นวิธีที่เหมาะสมสำหรับคำถามเชิงวิเคราะห์ที่มีหลายมิติ และต้องประเมินทั้งข้อเท็จจริงทางวิทยาศาสตร์และคุณค่าทางสังคม หรือคำถามในเรื่องที่ยังขาดองค์ความรู้อย่างเพียงพอ เพื่อหาคำตอบในขณะที่จำเป็นต้องมีการตัดสินใจ ดังนั้น ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง จึงประกอบไปด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อม และศาสนาจากหลายภาคส่วน สำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative survey) ได้แก่

2.1.1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหาร เนื่องจากกลุ่มเหล่านี้มีข้อมูลเชิงลึกและประสบการณ์โดยตรงที่เกี่ยวข้องกับนโยบายและการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ ได้แก่ ข้าราชการระดับสูงและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนและดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด รองผู้ว่าราชการจังหวัด หรือหัวหน้าส่วนราชการที่เกี่ยวข้องสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้บริหารหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

2.1.2 กลุ่มผู้ประกอบการและภาคธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ตัวแทนจากธุรกิจประเภทต่าง ๆ ที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจังหวัด ได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและบริษัททัวร์ ผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนและสินค้าที่ระลึก รวมไปถึงสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

2.1.3 กลุ่มชุมชนท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธรรมะ ธรรมชาติด้านวัฒนธรรม ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ผู้ทรงคุณวุฒิทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น กลุ่มองค์กรภาคประชาสังคมที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรอีก 3 กลุ่มสำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative survey) ประกอบด้วย

2.1.4 กลุ่มนักท่องเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม หรือมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ วัฒนธรรมและธรรมชาติ

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและเป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมาย ผู้วิจัยมีวิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากการคัดเลือกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ที่เป็นกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) สำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative survey) ซึ่งผู้วิจัยจะคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการคัดเลือกจากผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงในการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม หรือผู้วิจัยอาจจะพิจารณาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) ได้หากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงมีจำนวนไม่เพียงพอ ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดนครปฐม จำนวน 12 คน (Boddy, C. R., 2016) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อรวบรวมข้อคิดเห็นต่าง ๆ จากผู้เชี่ยวชาญหรือจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับงานวิจัย และนำไปออกแบบเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยวอีกครั้ง โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้ข้อมูลหลักในครั้งที่ 1 นี้ ประกอบด้วย

2.1.1 กลุ่มผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหาร

2.1.2 กลุ่มผู้ประกอบการและภาคธุรกิจท่องเที่ยว โดยแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการตามประเภทของธุรกิจ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว

2.1.3 กลุ่มชุมชนท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทางธรรมชาติ วัฒนธรรมและวิถีชีวิต ได้แก่ ผู้นำชุมชน สมาชิกชุมชนที่มีส่วนร่วมในการจัดการและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ผู้ทรงคุณวุฒิทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น กลุ่มองค์กรภาคประชาสังคมที่ทำงานด้านการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม โดยคัดเลือกผู้นำชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิ และสมาชิกชุมชนที่มีบทบาทสำคัญในการจัดการและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวคิดเมืองสามธรรม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรอีก 1 กลุ่มสำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative survey) ประกอบด้วย

2.1.4 กลุ่มนักท่องเที่ยว โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดนครปฐมที่ครอบคลุมพื้นที่ทั้ง 7 อำเภอในช่วงเวลาที่ทำการวิจัย ทั้งนี้ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยการอ้างอิง

จำนวนนักท่องเที่ยวจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ หรือ สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม จากนั้นจึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience Sampling) สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้การใช้สูตรการคำนวณของ Krejcie & Morgan ดังนี้

$$n = \frac{\chi^2 NP(1 - P)}{d^2 P(1 - P)}$$

เมื่อ n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N แทน จำนวนประชากร

χ แทน ค่าไคสแควร์ที่ Degree of freedom (df) เท่ากับ 1 ระดับความเชื่อมั่น 95% (เท่ากับ 3.841)

P แทน สัดส่วนของประชากร หากไม่ทราบ ใส่ค่า 0.05

d แทน ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (0.05)

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่

$$\begin{aligned} n &= \frac{(3.841)^2 \times 2,951,336 \times 0.05 (1-2,951,336)}{(0.05)^2 \times 2,951,336 \times 0.05 (1-2,951,336)} \\ &= 2,834,215.744 \\ &\quad 7,379.29775 \\ &= 384.08 \text{ หรือเท่ากับ } 384 \text{ คน} \end{aligned}$$

หรือผู้วิจัยอาจใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) เพื่อหาจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมของแต่ละพื้นที่ โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวแสดงโดยอ้างอิงจำนวนประชากรของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่มาเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 2,951,336 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2567) ซึ่งเมื่อเทียบกับตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน พบว่าจำนวนกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่จะใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ 384 คน ทั้งนี้ ผู้วิจัยอาจพิจารณาเพิ่มจำนวนของกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 คนได้ เพื่อลดความเสี่ยงของแบบสอบถามที่อาจจะได้มาไม่ครบ หรือได้คำตอบที่ไม่สมบูรณ์ซึ่งอาจจะส่งผลกระทบต่อผลการศึกษาได้

สำหรับกลุ่มตัวอย่างในการจัดสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) นั้น ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกจากกลุ่มผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหาร จำนวน 12 ท่าน โดยมีตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างจากหน่วยงานดังต่อไปนี้

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนของผู้เชี่ยวชาญจำแนกตามหน่วยงาน

หน่วยงาน	ผู้เชี่ยวชาญ	จำนวน
สำนักงานท่องเที่ยวและ กีฬาจังหวัดนครปฐม	■ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม	1 คน
	■ เจ้าหน้าที่สนับสนุนวิเคราะห์นโยบายและแผน	1 คน
สภาอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	■ นายกสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	1 คน
	■ สมาชิกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	1 คน
สมาคมท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม	■ นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	1 คน
	■ สมาชิกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	1 คน
หอการค้าจังหวัดนครปฐม	■ นายกสภาหอการค้าจังหวัดนครปฐม	1 คน
	■ สมาชิกสภาหอการค้าจังหวัดนครปฐม	1 คน
สำนักงานพระพุทธศาสนา จังหวัดนครปฐม	■ ผู้อำนวยการสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม	1 คน
	■ นักวิชาการสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม	1 คน
สำนักงาน ทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อมจังหวัดนครปฐม	■ ผู้อำนวยการสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดนครปฐม	1 คน
	■ นักวิชาการสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดนครปฐม	1 คน

กลุ่มตัวอย่างเพื่อการจัดสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัยนี้ ได้รับการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากหน่วยงานและองค์กรหลักที่มีบทบาทโดยตรงต่อการกำหนดทิศทาง การบริหารจัดการ และการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมในมิติต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 12 คน ครอบคลุมหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรที่ดูแลทรัพยากรทางศาสนาและสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดนครปฐม ตลอดจนองค์กรภาคธุรกิจและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว อาทิ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม และหอการค้าจังหวัดนครปฐม โดยในแต่ละหน่วยงานได้คัดเลือกผู้บริหารระดับนโยบายและนักวิชาการหรือผู้ปฏิบัติงานที่มีประสบการณ์ตรง เพื่อสะท้อนทั้งมุมมองเชิงยุทธศาสตร์และมุมมองเชิงปฏิบัติการในระดับพื้นที่

ความสำคัญของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญดังกล่าวต่อการวิจัยนี้ อยู่ที่การทำหน้าที่เป็นแหล่งข้อมูลเชิงลึกในการตรวจสอบความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความสอดคล้องของข้อเสนอเชิงนโยบายกับ

บริบทจริงของจังหวัดนครปฐม ผู้เชี่ยวชาญจากภาคการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจพื้นที่ช่วยสะท้อนกลไกตลาด การลงทุน และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ขณะที่ผู้แทนจากหน่วยงานด้านศาสนาและสิ่งแวดล้อมมีบทบาทสำคัญในการชี้ให้เห็นข้อจำกัดเชิงคุณค่า พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ และความเปราะบางของทรัพยากรธรรมชาติ การผสมมุมมองจากผู้เชี่ยวชาญหลากหลายภาคส่วนดังกล่าว ทำให้การสังเคราะห์ข้อเสนอเชิงนโยบายและการพัฒนามีความรอบด้าน เป็นจริง และสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือเชิงนโยบายเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

นอกจากนี้ สิ่งที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งในการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทั้งในระยะที่ 1 หรือการจัดสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ นั่นก็คือวิธีการเตรียมและการคัดเลือกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เหมาะสมกับงานวิจัย และเพื่อให้การดำเนินงานวิจัยนี้มีประสิทธิภาพสูงสุด ผู้วิจัยจึงได้กำหนดวิธีการจัดเลือก รวมไปถึงคุณสมบัติของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

1) การเตรียมผู้เชี่ยวชาญ ควรจะมุ่งไปที่กลุ่มผู้บริหารที่มีความรู้ในเรื่องนั้น ๆ โดยผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนมีความต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลแลกเปลี่ยนความเชี่ยวชาญซึ่งกันและกันเพื่อประกอบการตัดสินใจการวางแผน การกำหนดนโยบายขึ้นนั้นนับว่าสำคัญและจำเป็นมาก หากได้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจริง ๆ จะทำให้ผลการวิจัยน่าเชื่อถือมากขึ้น ส่วนการเตรียมตัวกลุ่มผู้เชี่ยวชาญยังมีความจำเป็นเพราะผู้เชี่ยวชาญอาจมองไม่เห็นความสำคัญของการวิจัยลักษณะนี้หรืออาจไม่มีเวลาให้ผู้วิจัยได้เต็มที่ ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องติดต่อกับผู้เชี่ยวชาญเป็นการส่วนตัวอธิบายถึงจุดมุ่งหมายขั้นตอนต่าง ๆ ของการวิจัยเวลาที่ต้องใช้โดยประมาณ และประโยชน์ของการวิจัยถึงความจำเป็นและความสำคัญของการใช้ผู้เชี่ยวชาญแล้วจึงขอความร่วมมือ ถ้าไม่ได้รับความร่วมมือก็จำเป็นต้องหาผู้เชี่ยวชาญท่านอื่นต่อไป ถ้าได้รับความร่วมมือจึงขอนัดวันและเวลาสำหรับสัมภาษณ์การเตรียมผู้เชี่ยวชาญดังกล่าว นอกจากจะทำให้มั่นใจว่าจะได้รับความร่วมมืออย่างดีแล้ว ยังเปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญได้มีเวลาเตรียมตัวเตรียมข้อมูลจัดระบบข้อมูลและความคิดล่วงหน้าช่วยให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากขึ้น

2) สังเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ มาสังเคราะห์และวิเคราะห์อย่างละเอียดและระมัดระวัง เพื่อกำหนดขึ้นเป็นประเด็นหรือแนวโน้มในแบบสอบถามต่อไป

3) พัฒนาแบบสอบถามหรือสร้างเครื่องมือ นำประเด็นหรือแนวโน้มที่สังเคราะห์แล้ว มาสร้างเป็นแบบสอบถามควรจะใช้ภาษาที่สั้นกะทัดรัดชัดเจนโดยพยายามคงความหมายเดิมของผู้เชี่ยวชาญไว้ให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ พยายามหลีกเลี่ยงภาษาที่เกิดจากความลำเอียงของผู้วิจัย

2.3 คุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ

ในงานวิจัยเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” ผู้วิจัยได้กำหนดคุณสมบัติของผู้ที่จะถูกคัดเลือกมาเป็นผู้เชี่ยวชาญดังนี้

2.3.1 มีประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยผู้เชี่ยวชาญที่ได้รับการคัดเลือกต้องมีประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เช่น

- 1) การบริหารและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
- 2) การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม และธรรมชาติ
- 3) การกำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศ
- 4) การบริหารงานด้านศาสนาและวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
- 5) การศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดอริยสัจ 4 ในบริบทของการพัฒนาเชิงพื้นที่

ทั้งนี้กลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เข้าเกณฑ์ ได้แก่ ผู้บริหารและนักวางแผนนโยบายด้านการท่องเที่ยว นักวิชาการและนักวิจัยด้านการท่องเที่ยว ศาสนา และวัฒนธรรม ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึงผู้นำชุมชน พระสงฆ์ หรือบุคคลที่มีบทบาทสำคัญในศาสนาและการอนุรักษ์วัฒนธรรม

2.3.2 มีอายุการทำงานในสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความแม่นยำและลึกซึ้งผู้เชี่ยวชาญที่เข้าร่วมการวิจัยควรมีประสบการณ์การทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี ในสาขาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวหรือการบริหารจัดการด้านศาสนาและวัฒนธรรม ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์มากกว่า 5 ปี นั้น ผู้วิจัยพิจารณาว่าจะสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบัน แนวทางปฏิบัติที่เป็นไปได้ และจะมีความสามารถในการวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวในอนาคต อันจะนำไปสู่การเสนอแนวทางเชิงนโยบายที่เหมาะสมได้

2.3.3 ผู้ที่ได้รับการยอมรับว่าเป็น “ผู้เชี่ยวชาญ” ในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญเพื่อเข้าร่วมกระบวนการวิจัย จะต้องพิจารณาคุณสมบัติด้านความเชี่ยวชาญ (Expertise) และการได้รับการยอมรับจากองค์กร หรือแวดวงวิชาการ ซึ่งสามารถพิจารณาได้จาก

- 1) วุฒิการศึกษาและตำแหน่งทางวิชาการ เช่น มีวุฒิมหาบัณฑิตในระดับปริญญาบัณฑิตในสาขาที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการการท่องเที่ยว เศรษฐศาสตร์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมศึกษา ศาสนศึกษา หรือการพัฒนาเชิงพื้นที่ หรือ

- 2) เป็นอาจารย์ นักวิจัย หรือที่ปรึกษาทางด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว หรือ

- เป็นผู้บริหารระดับสูงในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวหรือการพัฒนาชุมชน เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) รวมไปถึงกำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ด้วยเช่นกัน

- เป็นผู้แทนจากองค์กรศาสนา เช่น คณะสงฆ์ สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ หรือองค์กรพัฒนาเอกชนด้านศาสนา

- มีบทความวิชาการ งานวิจัย หรือหนังสือที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม และการพัฒนาอย่างยั่งยืน หรือเคยได้รับเชิญให้เป็นวิทยากรหรือที่ปรึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวมาก่อน

3. เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้ออกแบบเครื่องมือสำหรับการศึกษาและวิเคราะห์ ไว้ดังนี้

3.1 แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Questionnaire) เพื่อใช้เก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ (Qualitative survey) โดยเป็นข้อคำถามหรือร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้มาจากการสรุปผลการศึกษาแนวคิดทฤษฎีต่าง ๆ รวมไปถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง หรือประเด็นหลักที่ต้องการสอบถามที่ผู้วิจัยได้เตรียมไว้ล่วงหน้า เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้ข้อมูลที่ครอบคลุมในทุกประเด็นที่ต้องการศึกษาจากผู้ให้สัมภาษณ์ (Key Informant) ทุกคน แต่ในขณะเดียวกัน รูปแบบของข้อคำถามก็จะมีความยืดหยุ่นสูงเพื่อใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล รอบที่ 1 และนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาออกแบบเป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย

3.2 แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) คือ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่มีการกำหนดคำถามและคำตอบไว้ล่วงหน้าอย่างชัดเจน โดยผู้ตอบจะถูกจำกัดให้เลือกตอบเฉพาะตัวเลือกที่กำหนดไว้ (Close-ended questions) หรือตอบตามรูปแบบที่วางไว้เท่านั้นโดยเป็นการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญในประเด็นต่าง ๆ ในรอบที่ 1 มาสร้างเป็นข้อคำถามที่สามารถนำไปสู่การสรุปประเด็นเพื่อใช้ในการร่างข้อเสนอเชิงนโยบายได้ ซึ่งเป็นการเก็บข้อมูลในเชิงปริมาณทั้งหมด (Quantitative survey) สำหรับรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว

3.3 ร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยออกแบบให้แต่ละข้อเสนอ สามารถทำการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้รูปแบบของแบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) จากนั้นนำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาปรับปรุงและพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายอีกครั้ง โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้อย่างชัดเจน (Best, 1981) ดังนี้

- ระดับ 5 หมายความว่า มีความสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมากที่สุด
 ระดับ 4 หมายความว่า มีความสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาก
 ระดับ 3 หมายความว่า มีความสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญปานกลาง
 ระดับ 2 หมายความว่า มีความสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญน้อย
 ระดับ 1 หมายความว่า มีความสอดคล้องกับข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญน้อยที่สุด

4. การหาคุณภาพของเครื่องมือวิจัย

การหาค่าความสอดคล้องและความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามความคิดเห็นเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน โดยพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านวิชาการและการวิจัยจากสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของสำนวนภาษาและความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปร หรือ ลักษณะและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยมีเกณฑ์การพิจารณาดังนี้

- ให้ 1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์
 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่
 -1 เมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

หลังจากนั้นนำคะแนนของผู้เชี่ยวชาญมาหาค่าดัชนีความสอดคล้องฯ โดยใช้สูตรของโรวินELLI และแฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton, 1977) มีสูตรการคำนวณ คือ

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

- โดยที่ IOC เป็นค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์
 $\sum R$ เป็นผลรวมของคะแนนจากการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ
 N เป็นจำนวนผู้เชี่ยวชาญ

ทั้งนี้ ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือและความสอดคล้องในประเด็นเนื้อหาองค์ประกอบ เพื่อให้เกิดความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) จากนั้นนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องค่า Index of Item – Objective Congruence หรือ IOC อยู่ระหว่าง .60 - 1.00 (IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป ถือว่ามีความเหมาะสม สอดคล้อง) และปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ และอาจารย์ที่ปรึกษา หลังจากนั้นจึงนำไปใช้จริง โดยกำหนดเกณฑ์การพิจารณา ระดับค่าดัชนีความสอดคล้องฯ ของข้อคำถามที่ได้จากการคำนวณจากสูตร มีรายละเอียดของเกณฑ์การพิจารณา ดังนี้

มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป-1.00 คัดเลือกข้อคำถามข้อนั้นไว้ใช้ได้

มีค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ควรพิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง

จากนั้นผู้วิจัยทำการปรับปรุงประเด็นข้อคำถามว่าขนาดภาพมีแนวโน้มเป็นอย่างไรแทนการใช้คำถามมีแนวโน้มไปในทิศทางใด และใช้เป็นคำถามปลายเปิด ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ตรวจสอบเพื่อให้มีความสอดคล้องกับแนวทางของการศึกษา

นอกจากนี้ ในกระบวนการศึกษา ผู้วิจัยยังได้มีการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาความเชื่อมั่นหรือค่าความเที่ยงของแบบสอบถาม (Reliability) ที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์สภาพการณ์หรือปัญหาทางการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาแนวทางการทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยจะดำเนินการภายหลังจากที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามในแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว และนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน (อารีวรรณ อ่วมตานี, 2554) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค จะต้องมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคอยู่ระหว่าง 0.6-1.0 (อารีวรรณ อ่วมตานี, 2554) ถึงจะสามารถนำไปใช้ได้จริงได้ ทั้งนี้หากข้อคำถามใดไม่อยู่ในเกณฑ์ ผู้วิจัยสามารถทำการปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม แล้วจึงนำแบบสอบถามนี้ไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง โดยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach.1970) เป็นดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right]$$

เมื่อ α แทนค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับ
 n แทนจำนวนข้อในแบบสอบถาม
 $\sum S_i^2$ แทนผลรวมของค่าคะแนนความแปรปรวนรายข้อ
 S_t^2 แทนคะแนนความแปรปรวนของแบบสอบถามทั้งฉบับ

5. การพิทักษ์สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัย

ผู้วิจัยได้มีการพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

5.1 ผู้วิจัยชี้แจงการสิทธิของผู้ตอบแบบสอบถามอย่างละเอียดและเป็นลายลักษณ์อักษร โดยในแบบสอบถามความคิดเห็นจะชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย รายละเอียดของแบบสอบถามความคิดเห็น และประโยชน์เกี่ยวกับการเข้าร่วมวิจัยให้กับกลุ่มตัวอย่างได้รับทราบ และดำเนินการเก็บ

ข้อมูลเฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่ยินยอมเข้าร่วมการวิจัยเท่านั้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างสามารถหยุด หรือปฏิเสธ การเข้าร่วมการวิจัยได้ตลอดเวลา ซึ่งการปฏิเสธนี้จะไม่ส่งผลกระทบต่อ ใด ๆ ต่อกลุ่มตัวอย่าง

5.2 การรักษาความลับของการตอบแบบสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง โดยผู้วิจัยจะไม่มี การเขียนชื่อหรือข้อมูลอื่นใดอันส่งผลให้สามารถระบุตัวตนของผู้ตอบแบบสอบถามได้ในอนาคต

5.3 ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามความคิดเห็นที่ได้รับกลับคืนมาเก็บรักษาไว้ในที่ปลอดภัย เป็น ความลับและจะทำลายเมื่อสิ้นสุดการวิจัย

5.4 ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล และรายงานผลการวิเคราะห์ในภาพรวม ซึ่งไม่สามารถเชื่อมโยงตัว ถึงตัวบุคคลใดบุคคลหนึ่ง และหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งได้

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ภายใต้กรอบ กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Develop : R₁-D₁-R₂-D₂) ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก เอกสาร (Collection of Data & Documentary Analysis) การสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) การเก็บแบบสอบถามชนิดมี โครงสร้าง (Structured Questionnaire) จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ต่าง ๆ รวมทั้งการเก็บ ข้อมูลทั้งหมดในรูปแบบการบันทึกภาคสนาม (Feld Note) และการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ในการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญจากการคัดเลือกด้วยวิธีการ เจาะจง (Purposive Sampling) ทั้งจากหน่วยงานของรัฐบาล เอกชน รวมไปถึงหน่วยงาน พระพุทธศาสนา ที่มีความเกี่ยวข้องกับการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม รวมทั้งการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยมีวิธีการดังนี้

6.1 การศึกษาจากเอกสาร (Documentary Study) ต่าง ๆ เช่น หนังสือ ตำรา แผ่นพับ ข้อมูล จากเว็บไซต์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดนครปฐม ศักยภาพของการท่องเที่ยว การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค การวิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ เช่น แนวคิดเมืองสามธรรม แนวคิดริยสัจ4 หรือแนวคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย รวมไปถึงการศึกษาและทำความเข้าใจ เกี่ยวกับแผนยุทธศาสตร์ชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อนำไปวิเคราะห์ออกแบบข้อคำถามสำหรับการ ดำเนินงานวิจัยขั้นต่อไป

6.2 การเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยตนเองโดยวิธีการติดต่อนัดหมายกับผู้เชี่ยวชาญไว้ ล่วงหน้า ประมาณ 1 เดือน และมอบหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการทำวิจัย จากนั้นนัดหมาย วัน

เวลา สถานที่ที่ผู้เชี่ยวชาญสะดวกให้สัมภาษณ์ก่อนวันสัมภาษณ์ 1 วัน ผู้วิจัยติดต่อประสานงานแจ้งเพื่อยืนยันการสัมภาษณ์ดังกล่าว

6.3 การส่งแบบสอบถามด้วยตนเองทางไปรษณีย์ และทาง e-mail โดยผู้วิจัยติดต่อนัดหมายกับผู้เชี่ยวชาญล่วงหน้าในการนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้วยตนเอง ในกรณีที่ผู้เชี่ยวชาญไม่สะดวก จะดำเนินการโดยการส่งแบบสอบถามทางไปรษณีย์ หรือทาง e-mail ที่ได้รับแจ้งจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นดำเนินการส่งและตรวจสอบกับผู้เชี่ยวชาญว่าได้รับอีเมลหรือไม่ เพื่อป้องกันการตกหล่นของแบบสอบถามที่อาจจะไม่ถึงผู้เชี่ยวชาญได้

6.4 นำข้อมูลจากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ และการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ (Key informant) ทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมมาสรุปและออกแบบเป็นข้อคำถามสำหรับการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

6.5 นำแบบสอบถามที่ได้จากการสรุปข้อมูลการสัมภาษณ์ ไปเก็บข้อมูลภาคสนามกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่เคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา

6.6 นำข้อมูลที่ได้ทั้งสองส่วน ได้แก่ ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ให้ข้อมูลต่าง ๆ (Key informant) และผลจากการเก็บแบบสอบถามกลุ่มนักท่องเที่ยว มาออกแบบเป็นข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยออกแบบให้แต่ละข้อเสนอ สามารถทำการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้รูปแบบของแบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire)

6.7 ส่งแบบสอบถามที่ออกแบบให้กับผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความสอดคล้องและความเหมาะสมของภาษา (IOC) ซึ่งจะประกอบไปด้วยคำถามปลายเปิดและปลายปิด โดยได้ทำการเก็บข้อมูลในพื้นที่และบางส่วนได้ทำการจัดส่งให้ผู้เชี่ยวชาญที่คัดเลือกทางไปรษณีย์ที่สวดของและจำหน่ายพร้อมปิดดวงตราไปรษณีย์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เชี่ยวชาญ โดยได้กำหนดเวลาในการส่งคำตอบภายใน 2 สัปดาห์ ถ้าผู้เชี่ยวชาญคนใดไม่ส่งคืน ผู้วิจัยจะดำเนินการติดตามเป็นลำดับแรก หากไม่มีการตอบรับ ผู้วิจัยจะทำการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญท่านใหม่ และเก็บข้อมูลอีกครั้ง เพื่อให้ได้จำนวนผู้เชี่ยวชาญตามที่กำหนด คือ 5 คน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์คำตอบ โดยอาจมีการเพิ่ม-ลดข้อคำถาม หรือปรับข้อคำถามเพื่อนำไปปรับปรุงร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย

6.8 นำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะต่าง ๆ มาปรับปรุงและพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายอีกครั้ง

6.9 จัดสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) โดยใช้รูปแบบการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ลึกซึ้ง มีประสบการณ์ตรง หรือมีมุมมองที่เฉียบ

คมเกี่ยวกับข้อเสนอเชิงนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม ที่ได้รับการคัดเลือกมาแล้วจำนวน 12 ท่าน โดยผู้วิจัยจะดำเนินตามขั้นตอน ดังนี้

6.9.1 ทำการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับร่างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณา

6.9.2 เปิดโอกาสให้ผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็น วิพากษ์วิจารณ์ ให้ข้อสังเกต โดยใช้ความรู้และประสบการณ์ของแต่ละท่านเป็นฐานในการตัดสินใจและให้เหตุผล โดยการสัมมนาจะมุ่งเน้นไปที่ คุณภาพของข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และเหตุผลสนับสนุนมากกว่าการนับจำนวนผู้เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย

6.9.3 ผู้วิจัยทำหน้าที่สังเกตการณ์ บันทึกประเด็นสำคัญ ข้อโต้แย้ง เหตุผล และข้อสรุปที่ได้จากวิจาณญาณของผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งข้อมูลที่ได้มานั้นจะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่สะท้อนมุมมองเชิงลึก การตัดสินใจคุณค่า และข้อเสนอแนะที่ผ่านการกลั่นกรองจากผู้มีประสบการณ์ ซึ่งมีประโยชน์อย่างยิ่งในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายให้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับพื้นที่จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. การวิเคราะห์ข้อมูลและค่าสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลทั้งที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การเก็บแบบสอบถามมาตรวจสอบความครบถ้วน ข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นทำการจัดระเบียบข้อมูล ลงรหัส บันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ผล โดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาทำการตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากในงานวิจัยเชิงคุณภาพนั้นอาจจะมีปัญหาในเรื่องความน่าเชื่อถือของข้อมูลอยู่บ้าง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีหลักเกณฑ์ในการตรวจสอบเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรง นั่นคือ การตรวจสอบข้อมูลก่อนการวิเคราะห์แบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

7.1 การตรวจสอบเวลา เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลหรือปรากฏการณ์นั้นมีความคงที่ สม่ำเสมอ หรือมีการเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาหรือไม่ โดยอาจจะใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูล (Key informant) ถึงเหตุการณ์หรือความคิดเห็นในอดีตเปรียบเทียบกับปัจจุบัน

7.2 การตรวจสอบสถานที่ เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลหรือปรากฏการณ์นั้นมีความสอดคล้องกัน ในต่างสถานที่หรือไม่ หรือเป็นลักษณะเฉพาะของสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง โดยผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่แตกต่างกัน ได้แก่ 7 อำเภอของจังหวัดนครปฐม ในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางกายภาพหรือสังคมวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน

7.3 การตรวจสอบบุคคล เพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับปรากฏการณ์เดียวกันจากกลุ่มคนที่มียุทธศาสตร์ สถานะ ประสบการณ์ หรือมุมมองที่แตกต่างกัน โดยเป็นการเก็บข้อมูลจากบุคคลที่มีบทบาทหน้าที่ต่างกัน เช่น ผู้บริหารระดับนโยบาย ผู้ประกอบการ ชุมชนท่องเที่ยว หรือ

นักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้ผู้วิจัยเข้าใจปรากฏการณ์ได้อย่างรอบด้านมากขึ้น และเห็นภาพทั้งจากมุมมองของผู้ให้บริการ ผู้รับบริการ ผู้กำหนดนโยบาย หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ได้

จากนั้น ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ ด้วยโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ใช้การพรรณนาสถิติจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไป แนวโน้ม และระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับสภาพการณ์ ศักยภาพ ปัญหา และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม โดยนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์มาแจกแจงความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
 $\sum x$ คือ ผลบวกของข้อมูลทุกค่า
 n คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

การคำนวณค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สามารถคำนวณ ได้ดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{(x - \bar{x})^2}{n-1}}$$

เมื่อ S.D. คือ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 x คือ ข้อมูล (ตัวที่ 1,2,3...,n)
 $\bar{X}$ คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต
 n คือ จำนวนข้อมูลทั้งหมด

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระดับของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยใช้เกณฑ์ตามแนวคิดของ เบสท์ (Best, 1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.50-1.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. สรุปผลและจัดทำรายงาน โดยนำผลสรุปที่ได้จากการจัดสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญทั้งความคิดเห็นและข้อเสนอแนะที่ได้มาปรับปรุงให้สมบูรณ์และจัดทำรายงาน ทั้งนี้การวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยที่

เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำเสนอข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้พัฒนาและปรับปรุงแล้ว โดยมีการนำผลจากการวิเคราะห์ทางสถิติมาบรรยายเป็นความเรียง โดยเน้นกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมและใช้เทคนิคกระบวนการวางแผนแบบมีส่วนร่วม โดยผู้วิจัยจะใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบหลากหลายวิธี (Multiple Method) เริ่มตั้งแต่การทบทวนเอกสาร การเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ (Berg, 1989) ร่วมกับการสังเกตในภาคสนาม การบันทึกภาคสนาม (Lincoln, 1985) ผสมผสานกับการตรวจสอบความเที่ยงตรงของข้อมูลด้วยการตรวจสอบข้อมูลสามเส้า (Data Triangulation) หากข้อมูลแตกต่างกันในด้านเวลา ด้านผู้ให้ข้อมูล และด้านสถานที่ ผู้วิจัยจะถือว่าข้อมูลนั้นเชื่อถือได้ (Denzin N, 1970; สุกงศ์ จันทวานิช, 2552) จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้ในประเด็นต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์ด้วยการให้รหัสข้อมูล (Coding) จัดหมวดหมู่ให้เป็นประเภท (Categories) แล้วทำการทำการวิเคราะห์เนื้อหาตามแนวดั้งเดิม (Conventional Content Analysis) (วรรณดี สุทธิ นรากร, 2556) ที่เป็นแนวคิดสำคัญ (Key Concept) ตามกรอบแนวคิด (Conceptual Framework) จนกระทั่งพบแก่นของเนื้อหาสาระสำคัญ (Themes) ของการศึกษาวิจัย โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) จึงนำมาสรุปผลในลักษณะของการสร้างรูปแบบเชิงภาษา (Semantic Model) (Keeves, 1988) ใช้การอภิปรายผลร่วมกับการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และรายงานผลการวิจัยในลำดับต่อไป



8. สรุปขั้นตอนการศึกษาวิจัย

ขั้นตอนการศึกษา	ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือที่ใช้	การวิเคราะห์ข้อมูล	ผลที่ได้
การศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	-	-	- การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)	- แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย - แนวคิดเมืองสามธรรม - แนวคิดอริยสัจ 4 - สภาพการณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม - จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 19 คน	แบบนำสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure Questionnaire)	- การสัมภาษณ์เชิงลึก	- สภาพการณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม - จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ	นักท่องเที่ยวจำนวน 384 คน (อาจพิจารณาเพิ่มเป็น 400 คน เพื่อป้องกันข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์)	แบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structure Questionnaire)	- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	- ข้อมูลที่สอดคล้องกับสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม - ข้อมูลเชิงปริมาณที่สอดคล้องกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
การพัฒนาร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย	ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 19 คน	ร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยออกแบบให้แต่ละข้อเสนอ สามารถทำการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ	- การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา	ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

ขั้นตอน การศึกษา	ผู้ให้ข้อมูล	เครื่องมือที่ใช้	การ วิเคราะห์ ข้อมูล	ผลที่ได้
การตรวจสอบ และยืนยันโดย ผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship)	ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 คน	ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ ผ่านการพัฒนาและ ปรับปรุงแล้ว	- การ วิเคราะห์เชิง เนื้อหา (Content Analysis)	ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการ พัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัด นครปฐมสู่เมืองสามธรรมตาม แนวคิดอริยสัจ 4



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Develop) เพื่อศึกษา วิเคราะห์ แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย ศักยภาพทางการท่องเที่ยว และสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึง ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) และเพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 โดยผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) เพื่อให้ได้ผลการวิจัยทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 : ผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น สถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัญหาทางการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมที่สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่ 1)

เป็นดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและสถานการณ์ทางการท่องเที่ยว

จังหวัดนครปฐม ในฐานะจังหวัดปริมณฑลที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง ได้แสดงให้เห็นถึงการฟื้นตัวและการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญตลอดช่วงปี 2567 โดยข้อมูลสะสมตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปี 2567 (ข้อมูลเบื้องต้น) ชี้ให้เห็นถึงความสำเร็จในการดึงดูดผู้เยี่ยมเยือนและสร้างรายได้ให้แก่จังหวัด

ในมิติเชิงปริมาณ จังหวัดนครปฐมสามารถดึงดูด จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งหมด 4,832,480 คน โดยตัวเลขนี้แสดงถึงการเติบโตที่โดดเด่นถึง ร้อยละ 24.36 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ผู้เยี่ยมเยือนส่วนใหญ่ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนหลักที่ 4,754,945 คน ขณะที่ผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติอยู่ที่ 77,555 คน สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวในประเทศที่มีความสะดวกในการเดินทางจากกรุงเทพมหานคร การเติบโตด้านปริมาณดังกล่าวส่งผลโดยตรงต่อการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยจังหวัดมี รายได้จากการท่องเที่ยวรวมสูงถึง 7,779.93 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตของรายได้ถึง ร้อยละ 27.80 ซึ่งสูงกว่าอัตราการเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนเล็กน้อย สะท้อนถึงการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่ม

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้เติบโตสูงถึงร้อยละ 35.80 และมีอัตราการเข้าพักเฉลี่ยรวมอยู่ที่ร้อยละ 55.34 (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม, 2567)

ปัจจัยสำคัญที่ช่วยกระตุ้นตัวเลขในช่วงปลายปี โดยเฉพาะในเดือนธันวาคม 2567 ซึ่งมีการเติบโตของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนสูงถึงร้อยละ 33.46 นั้น มาจากช่วงวันหยุดยาวและวันหยุดนักขัตฤกษ์ เช่น วันคล้ายวันพระบรมราชสมภพของรัชกาลที่ 9 และช่วงเทศกาลปีใหม่ นอกจากนี้ การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวและเทศกาลต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง เช่น งานนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ งานเกษตรกำแพงแสน งานวิ่งมาราธอน และกิจกรรมมหรหรรษ์วัฒนธรรม มหาธีรราชเจ้ารำลึก ณ บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ ยังเป็นกลไกสำคัญในการดึงดูดผู้คนให้เข้าสู่พื้นที่อย่างหนาแน่น

ในมิติเชิงคุณภาพ จังหวัดนครปฐมมีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม) ถึง 628 แห่ง กระจายอยู่ทั่วทั้ง 7 อำเภอของจังหวัด ซึ่งต่อยอดถึงศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจหลากหลาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเชิง Café & ร้านอาหาร ซึ่งมีจำนวนสูงถึง 453 แห่ง และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงการปรับตัวเข้ากับกระแสการท่องเที่ยวเชิงไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม จำนวน 96 แห่ง ซึ่งรวมถึงศาสนสถานสำคัญอย่างพระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ และวัดสำคัญต่าง ๆ ที่เป็นแกนหลักของการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและศรัทธา แหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร จำนวน 26 แห่ง ก็เป็นอีกจุดแข็งที่สอดคล้องกับฐานเศรษฐกิจของจังหวัดในฐานะ “อู่ข้าวอู่น้ำ” ที่มีชื่อเสียงด้านส้มโอ มะพร้าวน้ำหอม และกล้วยไม้ (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม, 2567)

การกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยวบ่งชี้ว่า อำเภอเมืองนครปฐมและอำเภอนครชัยศรีเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวหลักที่รวมเอาแหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และตลาดน้ำสำคัญไว้ ขณะที่อำเภอสมาปราน บางเลน และดอนตูม ก็มีบทบาทสำคัญในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ วิถีชีวิต และเกษตรกรรม ซึ่งทำให้จังหวัดนครปฐมสามารถนำเสนอประสบการณ์ที่ครบวงจร ตั้งแต่การสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ การเรียนรู้ประวัติศาสตร์ การพักผ่อนในบรรยากาศธรรมชาติ ไปจนถึงการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นริมน้ำและลิ้มรสอาหารอันเลื่องชื่อ ดังนั้น เพื่อให้เกิดการเติบโตอย่างยั่งยืน การบริหารจัดการในอนาคตจึงควรเน้นการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเหล่านี้เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ เพื่อเพิ่มระยะเวลาการพำนักและขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มสูงขึ้น

นอกจากนี้ จากการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยและจังหวัดนครปฐมในปี 2568 (ข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-กันยายน พ.ศ.2568) พบว่าภาพรวมการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงแสดงให้เห็นถึงความยืดหยุ่นและความสามารถในการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง โดยอาศัยความแข็งแกร่งของจุดหมายปลายทางหลักที่มีชื่อเสียงในระดับโลก ตลอดช่วงเก้าเดือนแรกของปี 2568 ประเทศไทยยังคงเป็นที่นิยมอย่างสูงในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งสะท้อน

ผ่านตัวเลขการเข้าพักและรายได้รวมที่มหาศาล โดยเฉพาะในศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ อย่างกรุงเทพมหานครและภูเก็ต ถึงแม้ว่าบางพื้นที่อาจแสดงตัวเลขลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ปี 2567 เป็นปีแห่งการฟื้นตัวอย่างก้าวกระโดด ทำให้ฐานเปรียบเทียบสูงขึ้น แต่ขนาดของตลาดและมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นยังคงตอกย้ำถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจมหภาคของประเทศ ตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทยเองก็ยังคงมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ โดยกระจายตัวไปตามจังหวัดที่มีศักยภาพเฉพาะตัว

ในบริบทของการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นเมืองปริมณฑลที่ทำหน้าที่เป็นประตูสู่ภาคตะวันตกและเป็นแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้ของคนกรุงเทพฯ มีสถานการณ์ที่น่าสนใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ข้อมูลสะสมในช่วงเดือนมกราคมถึงกันยายน ปี 2568 (ข้อมูลเบื้องต้น) บ่งชี้ว่าจังหวัดนครปฐมมีจำนวนของผู้เยี่ยมเยือนรวมประมาณ 3,672,443 คน โดยเป็นจำนวนที่เพิ่มจากปีก่อนหน้าร้อยละ 6.54 และสร้างรายได้รวม 6,026.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2567 ถึงร้อยละ 7.08 โดยตัวเลขเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงการลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2567 ขณะที่อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของจังหวัดอยู่ที่ ร้อยละ 55.73 เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 0.59 โดยการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยนี้อาจเป็นสัญญาณของการเข้าสู่ช่วง “การท่องเที่ยวปกติ” หลังการฟื้นตัวอย่างรุนแรงหรือเป็นผลมาจากการแข่งขันของจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน อย่างไรก็ตามตามตัวเลขหลักล้านของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในช่วงเก้าเดือนแรกนี้ยังคงยืนยันสถานะของนครปฐมในฐานะศูนย์กลางการเดินทางที่สำคัญของภาคกลางได้เป็นอย่างดี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568)

ในขณะที่แนวโน้มการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมปี 2569 จะเน้นการต่อยอดจุดแข็งเดิม คือ วัฒนธรรม ตลาดน้ำ ผลไม้ ผสมผสานกับการพัฒนาใหม่ ๆ ตามแผนจังหวัด 2566-2570 โดยเฉพาะกลุ่มท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและตลาดท้องถิ่น โดยมีแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงและการจัดกิจกรรมส่งเสริมเศรษฐกิจ พร้อมการสนับสนุนจากสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด เพื่อยกระดับเป็นเมืองท่องเที่ยว “สามดี” ได้แก่ ดีพร้อม คือ มีของดี ดีต่อใจ คือการมีความสุข และดีต่อโลก คือส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ SWOT Analysis ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค/ภัยคุกคาม เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมอย่างละเอียดและครอบคลุมในทุกมิติ ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

1. จุดแข็ง (Strengths) หรือปัจจัยภายในเชิงบวก ได้แก่

ประเด็นหลัก	การวิเคราะห์
S1 : จังหวัดนครปฐมเป็นศูนย์กลางพุทธศาสนาและศรัทธาที่แข็งแกร่ง (S)	จังหวัดนครปฐมมีวัดเป็นจำนวนมาก และหลายวัดเป็นวัดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของผู้มีจิตศรัทธาในพระพุทธศาสนา เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ ถือเป็นสัญลักษณ์และแรงจูงใจหลักในการเดินทางที่ไม่สามารถเลียนแบบได้ (Non-replicable Asset) ซึ่งสร้างกระแสการท่องเที่ยวเชิงศาสนา การทำบุญและส่งเสริมความศรัทธาได้อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี
S2 : ทำเลที่ตั้งเชิงภูมิศาสตร์ด้านการเดินทาง (E)	นครปฐมเป็นเมืองปริมณฑลที่อยู่ใกล้กรุงเทพฯ มาก ทำให้เข้าถึงได้ง่ายสำหรับตลาดการท่องเที่ยวประเภทการมาเยือนในวันเดียว (One-Day Trip) ซึ่งส่งผลให้มีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนรวมสูง
S3 : ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร (EN)	จังหวัดนครปฐมมีทรัพยากรด้านธรรมชาติโดดเด่นด้วยวิถีชีวิตริมคลอง เช่น คลองมหาสวัสดิ์ ตลาดน้ำดอนหวาย และสวนผลไม้เศรษฐกิจ เช่น ส้มโอ ฝรั่ง ซึ่งตอบโจทย์เทรนด์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชิงนิเวศ
S4 : ชื่อเสียงด้านอาหารและผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (S)	จังหวัดนครปฐมมีอาหารท้องถิ่น (Local Gastronomy) และของฝาก เช่น ข้าวหลาม ส้มโอ ที่มีชื่อเสียงระดับประเทศ และเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นการใช้จ่ายต่อทริปของนักท่องเที่ยว
S5 : มีแหล่งมรดกทางประวัติศาสตร์ทวารวดี และแหล่งเรียนรู้ทางศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมที่สำคัญ(S)	จังหวัดนครปฐมมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์ของอารยธรรมทวารวดีที่เก่าแก่ที่สุดในประเทศ รวมถึงพระราชวังสนามจันทร์ ซึ่งเป็นแหล่งเรียนรู้ด้านวัฒนธรรมและสถาปัตยกรรมชั้นสูง
S6 : มีสถาบันการศึกษาหลายแห่งเพื่อร่วมกันส่งเสริมและพัฒนาจังหวัดในหลากหลายมิติ (E)	จังหวัดนครปฐมเป็นที่ตั้งของสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาหลายแห่ง เช่น มหาวิทยาลัยศิลปากร มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม มหาวิทยาลัยคริสเตียน ซึ่งสามารถเป็นศูนย์กลางในการวิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) และเป็นแหล่งบุคลากรด้านภาษาและการบริการ รวมถึงสามารถร่วมกันพัฒนาจังหวัดนครปฐมได้ในหลากหลายมิติ

2. จุดอ่อน (Weaknesses) หรือปัจจัยภายในเชิงลบ ได้แก่

ประเด็นหลัก	การวิเคราะห์
W1 : อัตราการเข้าพักค้างคืนที่ต่ำ (E)	ปัญหาที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมคืออัตราการเข้าพักที่ต่ำ (เฉลี่ย 55.34% ต่อปี) สะท้อนว่านักท่องเที่ยวขาดแรงจูงใจที่มากพอจะใช้เวลาในจังหวัดเกิน 1 วัน ทำให้เกิดการสูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้รวม
W2 : การขาดการเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะ (S)	การเดินทางระหว่างแหล่งท่องเที่ยวในเส้นทาง “สามธรรม” ต้องพึ่งพารถยนต์ส่วนตัวเป็นหลัก ระบบขนส่งสาธารณะรองรับนักท่องเที่ยวได้ไม่ครอบคลุม โดยเฉพาะพื้นที่เกษตรและชุมชน
W3 : การนำเสนอผลิตภัณฑ์แบบแยกส่วน (E)	แหล่งท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งที่เกี่ยวข้องกับธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ทำงานแบบเดี่ยว ๆ ขาดแพ็คเกจหรือเส้นทางที่ถูกออกแบบมาเพื่อสร้างประสบการณ์ต่อเนื่องและบูรณาการ “สามธรรม” อย่างมีคุณค่า
W4 : ข้อจำกัดของกิจกรรมยามค่ำคืน (S)	กิจกรรมหลังเวลา 17:00 น. มีน้อย ทำให้ขาดแรงดึงดูดสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการผ่อนคลายหรือทำกิจกรรมสันทนาการยามค่ำคืน เพื่อตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมของจังหวัด
W5 : การขาดมาตรฐานการบริการในระดับชุมชน (S)	คุณภาพและมาตรฐานด้านการบริการ การสื่อสารภาษาต่างประเทศ และสุขอนามัยในตลาดชุมชนและโฮมสเตย์บางแห่งยังไม่สม่ำเสมอ ซึ่งอาจส่งผลต่อการรับรู้และภาพลักษณ์โดยรวม
W6 : มีปัญหาด้านการจัดการจราจรและพื้นที่สาธารณะ (S)	ปัญหาการจราจรติดขัดและการขาดแคลนพื้นที่จอดรถที่เป็นระเบียบในแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เช่น ตลาดน้ำดอนหวาย ในช่วงวันหยุดยาว ส่งผลลบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

3. โอกาส (Opportunities) หรือ ปัจจัยภายนอกเชิงบวก ได้แก่

ประเด็นหลัก	การวิเคราะห์
O1 : แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาวะและยั่งยืน (E)	แนวคิดการท่องเที่ยวแบบ “เมืองสามธรรม” สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่มองหาสุขภาพ การพักผ่อนเชิงธรรมะ และการเรียนรู้เชิงนิเวศ ตรงกับบริบทของธรรมะและธรรมชาติ

ประเด็นหลัก	การวิเคราะห์
O2 : การสนับสนุนจากนโยบายเมืองรองของรัฐบาล (E)	มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น ททท. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และกรมการท่องเที่ยว ถือเป็นโอกาสในการเข้าถึงงบประมาณและโครงการส่งเสริมการตลาด เพื่อสร้างการรับรู้ในระดับประเทศและนานาชาติ
O3 : การเติบโตของกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ (E)	นักท่องเที่ยวกลุ่ม FIT โดยเฉพาะ Gen Y และ Gen Z ที่ใช้ Social Media เป็นหลัก ต้องการประสบการณ์ที่แตกต่างและอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งตรงกับเสน่ห์ของตลาดน้ำ อาหารพื้นบ้าน และคาเฟ่เชิงเกษตร
O4 : การขยายตัวของโครงข่ายคมนาคมระดับชาติ (E)	โครงการพัฒนากันและระบบรางในอนาคต เช่น มอเตอร์เวย์และรถไฟทางคู่ จะช่วยลดระยะเวลาการเดินทางและเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึง ทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวต่างจังหวัดและต่างชาติขยายตัวได้มากยิ่งขึ้น
O5 : การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการนำเสนอเนื้อหา (S)	จังหวัดนครปฐมสามารถใช้เทคโนโลยี AR/VR หรือ Mobile Application ในการนำเสนอเรื่องราวของมรดกทวารวดีและเส้นทางธรรมชาติที่ซับซ้อนให้เข้าถึงง่ายและน่าสนใจยิ่งขึ้นได้
O6 : การเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (E)	ชื่อเสียงด้านอาหารท้องถิ่นของจังหวัดนครปฐมสามารถยกระดับเป็นจุดขายหลัก (Signature Experience) โดยการจัดเทศกาลอาหารและโปรโมตเส้นทาง Farm-to-Table เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยว

4. อุปสรรค/ภัยคุกคาม (Threats) หรือปัจจัยภายนอกเชิงลบ ได้แก่

ประเด็นหลัก	การวิเคราะห์
T1 : การแข่งขันที่รุนแรงจากเมืองรองใกล้เคียง (S)	จังหวัดใกล้เคียง เช่น ราชบุรี มีความโดดเด่นเรื่องงานศิลปะ คาเฟ่ธรรมชาติ เช่นกัน และจังหวัดกาญจนบุรี ที่มีความโดดเด่นด้านประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนและทำการตลาดเชิงรุก ซึ่งอาจดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดียวกันไป
T2 : ความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อมจากการขยายตัวของเมือง (EN)	การขยายตัวของพื้นที่เมืองและอุตสาหกรรมในปริมณฑล อาจรุกร้าพื้นที่เกษตรกรรมและส่งผลกระทบต่อคุณภาพน้ำในคลอง ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของเสาหลักด้านธรรมชาติ
ประเด็นหลัก	การวิเคราะห์

T3 : การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว (S)	นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z มีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) ต่ำ และค้นหาสถานที่ใหม่ ๆ อยู่เสมอ หากนครปฐมไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ได้ อาจถูกกลืนเลือนหรือถูกมองข้ามได้ง่าย
T4 : ผลกระทบจากภัยธรรมชาติและการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (EN)	ภัยแล้งหรือน้ำท่วมที่รุนแรงขึ้นอาจส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบคลองและผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งเป็นรากฐานของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัด
T5 : ความผันผวนของเศรษฐกิจและกำลังซื้อ (E)	หากภาวะเศรษฐกิจซบเซาหรือค่าครองชีพสูงขึ้น อาจทำให้นักท่องเที่ยวลดความถี่ในการเดินทางหรือลดการใช้จ่ายในกิจกรรมเสริม ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้โดยรวมของธุรกิจในพื้นที่
T6 : ปัญหาการจัดการของเสียและการรับน้ำหนักรถยนต์ของแหล่งท่องเที่ยว (EN)	การจัดการขยะและความสะอาดในพื้นที่ตลาดน้ำและแหล่งท่องเที่ยวหลัก หากไม่มีประสิทธิภาพเพียงพอ จะส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในระยะยาว และเกินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่

*หมายเหตุ S (Social) หมายถึง มิติทางด้านสังคม

E (Economy) หมายถึง มิติทางด้านเศรษฐกิจ

EN (Environment) หมายถึง มิติทางด้านสิ่งแวดล้อม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์เพิ่มเติมและได้ประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการของจังหวัดนครปฐมภายใต้แนวคิด “เมืองสามธรรม” อันประกอบด้วย ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม พบว่า ในฐานะเมืองปริมณฑล จังหวัดนครปฐมที่ยังคงมีสถานะเป็นจุดแวะพัก (Transit Destination) มากกว่าจุดหมายปลายทางค้างคืน (Stay-over Destination) และมักถูกจัดเป็น “เมืองรอง” หรือ “เมืองผ่าน” ที่ถึงแม้จะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนสูง แต่มีอัตราการเข้าพักค้างคืนที่ต่ำ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงการขาดแรงจูงใจในการพำนักระยะยาว โดยผู้วิจัยพิจารณาว่าปัญหาหลักคือการขาดการบูรณาการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เป็นชุดผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถสร้างประสบการณ์ครบวงจรและกระตุ้นการใช้จ่ายต่อคนต่อทริป โดยเฉพาะการดึงดูดเชิงของจังหวัดนครปฐมที่ยากจะเลียนแบบคือ ความเป็นศูนย์กลางพุทธศาสนาในอดีตและปัจจุบัน การวิเคราะห์พบว่าศักยภาพไม่ได้อยู่แค่การ “ไหว้พระ” แต่เป็นการพัฒนาไปสู่เส้นทางแสวงบุญระยะสั้น (Short Pilgrimage Routes) ที่เชื่อมโยงวัดสำคัญเข้าด้วยกัน โดยเน้นการจัดกิจกรรมปฏิบัติธรรม การเรียนรู้พุทธประวัติ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ที่เชื่อมโยงกับวัด ในขณะที่การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาจนำเสนอประสบการณ์ที่แตกต่างจากเมืองใหญ่ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) ที่สามารถบูรณาการเข้ากับห่วงโซ่อุปทานอาหารท้องถิ่น (Farm-to-Table) การพัฒนาเส้นทางปั่นจักรยานเลียบริม

คลองมหาสวัสดิ์และการเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัวและกลุ่มที่ใส่ใจสุขภาพได้ดี หรือการจัดการตลาดน้ำที่เน้นความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างเข้มข้นจะสามารถช่วยยืดระยะเวลาการใช้จ่ายได้เช่นเดียวกัน และประการสุดท้ายคือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต โดยเฉพาะวัฒนธรรมอาหารของนครปฐมเป็นจุดแข็งที่สามารถยกระดับสู่การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) การเชื่อมโยงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ของทวารวดีเข้ากับพระราชวังสนามจันทร์และพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ จะช่วยสร้างความเข้าใจในมิติทางวัฒนธรรมที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ข้อเสนอแนะคือการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดศิลปหัตถกรรมและอัตลักษณ์ทางอาหารพื้นบ้านมากขึ้น

กล่าวโดยสรุป ผู้วิจัยวิเคราะห์ว่าจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพที่แข็งแกร่งในการเปลี่ยนสถานะจาก “เมืองผ่าน” เป็น “เมืองแห่งจุดหมายปลายทาง หรือเมืองที่น่าอยู่และน่าเที่ยว” ผ่านการบูรณาการทรัพยากร “สามธรรม” อย่างเป็นระบบ จุดเริ่มต้นของการพัฒนาคือการใช้ธรรมะเป็นแรงจูงใจหลัก ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่ จากนั้นจึงใช้ธรรมชาติและวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบเสริมเพื่อยืดระยะเวลาการพำนักและเพิ่มการใช้จ่าย

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้วิเคราะห์เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาที่พบเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน พบว่า จังหวัดนครปฐมยังขาดกรอบการบริหารจัดการเชิงบูรณาการของแหล่งท่องเที่ยวระหว่างมิติธรรมะ วัฒนธรรม และธรรมชาติ แม้จังหวัดนครปฐมจะมีทรัพยากรทางศาสนาและวัฒนธรรมที่มีคุณค่าระดับชาติ เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร พระราชวังสนามจันทร์ และชุมชนชาติพันธุ์ดั้งเดิม แต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงดำเนินไปในลักษณะต่างคนต่างทำ ขาดการเชื่อมโยงเชิงระบบระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ส่งผลให้การจัดการท่องเที่ยวไม่สามารถถ่ายทอดคุณค่าทางจิตวิญญาณและอัตลักษณ์พื้นที่ได้อย่างครบถ้วน และทำให้แนวคิดเมืองสามธรรมยังคงอยู่ในระดับเชิงนโยบายมากกว่าการปฏิบัติจริง

ประการที่สอง ปัญหาความไม่สมดุลระหว่างการอนุรักษ์คุณค่าทางวัฒนธรรมกับการขยายตัวของกิจกรรมเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์เป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อมิติธรรมะของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญจำนวนมากเห็นตรงกันว่า การรुकืบของร้านค้า การจัดกิจกรรมเชิงพาณิชย์ และการขาดการควบคุมพื้นที่ในศาสนสถาน ทำให้บรรยากาศความสงบและความศักดิ์สิทธิ์ถูกลดทอนลงอย่างต่อเนื่อง สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงการขาดมาตรการกำกับดูแลด้านผังพื้นที่ (zoning) และกลไกการคุ้มครองคุณค่าทางจิตวิญญาณอย่างเป็นระบบ ซึ่งส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาและธรรมะกลายเป็นเพียงการ “มาเยือน” มากกว่าการ “เข้าถึงความหมาย” ตามเป้าหมายของเมืองสามธรรม

ประการที่สาม ปัญหาด้านการออกแบบประสบการณ์และการสื่อสารข้อมูลการท่องเที่ยวยังเป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ในปัจจุบัน กิจกรรม

ท่องเที่ยวจำนวนมากยังคงอยู่ในรูปแบบการชมสถานที่หรือการทำบุญแบบผิวเผิน ขาดระบบการนำชมเชิงปรัชญา การเล่าเรื่องเชิงลึก และบุคลากรที่มีความสามารถในการถ่ายทอดความหมายของพื้นที่อย่างเป็นองค์รวม ขณะเดียวกัน ระบบข้อมูลการท่องเที่ยวและแพลตฟอร์มดิจิทัลยังขาดความทันสมัยและไม่สามารถสนับสนุนการวางแผนการเดินทางแบบเชื่อมโยงหลายมิติ ส่งผลให้จังหวัดนครปฐมยังคงถูกมองเป็นเมืองทางผ่านมากกว่าจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการพักค้างคืน และใช้เวลาซึมซับประสบการณ์อย่างแท้จริง

ประการสุดท้าย ปัญหาด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติยังคงเป็นข้อจำกัดเชิงโครงสร้างของเมืองสามธรรม โดยเฉพาะปัญหาขยะ น้ำเสีย และมลพิษในแม่น้ำท่าจีนและคลองสายสำคัญ ซึ่งเป็นพื้นที่รองรับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรและวิถีชีวิตชุมชน การขาดระบบควบคุมมลพิษเฉพาะจุดและการบริหารจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้คุณภาพสิ่งแวดล้อมเสื่อมถอยและกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระยะยาว ปัญหาดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนแนวคิดการพัฒนาจากการขยายปริมาณนักท่องเที่ยวไปสู่การจัดการเชิงคุณค่าและความยั่งยืน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาเมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

กล่าวโดยสรุป ปัญหาการจัดการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบันสะท้อนถึงการขาดกรอบการบริหารจัดการเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงมิติธรรมะ วัฒนธรรม และธรรมชาติอย่างเป็นระบบ การพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นกิจกรรมเชิงพาณิชย์และการเยี่ยมชมเชิงผิวเผิน ส่งผลให้คุณค่าทางจิตวิญญาณและอัตลักษณ์ท้องถิ่นถูกกลดทอน ขณะเดียวกันยังประสบปัญหาการควบคุมพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ การออกแบบประสบการณ์ที่ไม่สามารถถ่ายทอดความหมายเชิงลึก และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่ยั่งยืน ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้จังหวัดนครปฐมยังคงมีสถานะเป็นเมืองทางผ่านมากกว่าจุดหมายปลายทางเชิงคุณค่า จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวสู่ความยั่งยืนตามแนวคิดเมืองสามธรรมอย่างแท้จริง

2. ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและได้ข้อสรุปที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์การท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมแล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการในขั้นตอนต่อไปคือการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ (In-depth Interview) เพื่อหาข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยเฉพาะในประเด็นที่ยังคงเป็นปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ โดยผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์ชนิดกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Questionnaire) โดยเป็นข้อคำถามที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมที่ครอบคลุมในทุกประเด็นที่ต้องการศึกษาจากผู้ให้สัมภาษณ์ (Key Informant) ทุกคน แต่

ในขณะเดียวกันรูปแบบของข้อคำถามก็จะต้องมีความยืดหยุ่นสูงเพื่อใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล และนำผลการสัมภาษณ์ที่ได้มาใช้ในการออกแบบร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ด้วยตนเองโดยวิธีการติดต่อนัดหมายกับผู้เชี่ยวชาญไว้ล่วงหน้า ประมาณ 1 เดือน และมอบหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการทำวิจัย จากนั้นนัดหมาย วัน เวลา สถานที่ที่ผู้เชี่ยวชาญสะดวกให้สัมภาษณ์ก่อนวันสัมภาษณ์ 1 วัน และผู้วิจัยติดต่อประสานงานแจ้งเพื่อยืนยันการสัมภาษณ์ดังกล่าว นอกจากนี้ยังมีผู้เชี่ยวชาญบางท่านที่สะดวกให้ข้อมูลโดยการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์ ผู้วิจัยจึงได้ส่งแบบสอบถามไปทางไปรษณีย์ จากนั้นดำเนินการตรวจสอบกับผู้เชี่ยวชาญว่าได้รับเอกสารหรือไม่ เพื่อป้องกันการตกหล่นของแบบสอบถามที่อาจจะไม่ถึงผู้เชี่ยวชาญ

ในด้านการคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้คัดเลือกจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) สำหรับการดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative survey) โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ที่มีตำแหน่งหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงในการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบอกต่อ (Snowball Sampling) รวมด้วย เพื่อให้ได้จำนวนผู้เชี่ยวชาญที่เพียงพอและสามารถให้ข้อมูลได้อย่างครบถ้วน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับงานวิจัย และนำไปออกแบบเป็นข้อคำถามในแบบสอบถามสำหรับเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยวอีกครั้ง ประกอบไปด้วยกลุ่มผู้กำหนดนโยบายและผู้บริหาร ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดนครปฐม จำนวน 19 คน โดยผู้วิจัยมีการสรุปคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญไว้ ดังนี้



ตารางที่ 8 จำนวนของผู้เชี่ยวชาญจำแนกตามหน่วยงาน

หน่วยงาน	ผู้เชี่ยวชาญ	จำนวน
สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม	ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม	1 คน
สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	เจ้าหน้าที่สนับสนุนวิเคราะห์นโยบายและแผน	2 คน
สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	นายกสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	1 คน
	กรรมการสภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	3 คน
สมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	นายกสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	1 คน
	กรรมการสมาคมท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	1 คน
หอการค้าจังหวัดนครปฐม	นายกสภาหอการค้าจังหวัดนครปฐม	1 คน
	กรรมการสภาหอการค้าจังหวัดนครปฐม	1 คน
สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม	ผู้อำนวยการสำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม	1 คน
สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดนครปฐม	ผู้อำนวยการสำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดนครปฐม	1 คน
องค์การบริหารส่วนตำบลสนามจันทร์	เจ้าหน้าที่สนับสนุนวิเคราะห์นโยบายและแผน	2 คน
องค์การบริหารส่วนตำบลวังตะกู	เจ้าหน้าที่สนับสนุนวิเคราะห์นโยบายและแผน	3 คน
องค์การบริหารส่วนตำบลลาดจินดา	เจ้าหน้าที่สนับสนุนวิเคราะห์นโยบายและแผน	1 คน

ตารางที่ 9 สรุปความสอดคล้องของคุณสมบัติผู้เชี่ยวชาญ

ผู้เชี่ยวชาญ	คุณสมบัติด้านความเชี่ยวชาญ (Expertise)			
	มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว	ประสบการณ์การทำงาน ไม่น้อยกว่า 5 ปี	มีวุฒิการศึกษาในสาขาที่เกี่ยวข้อง เช่น การจัดการการท่องเที่ยว หรือการพัฒนาเชิงพื้นที่	เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการจัดทำนโยบายในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยว
1	✓	✓	✓	✓
2	✓	✓		✓
3	✓	✓	✓	✓
4	✓	✓		✓
5	✓	✓		✓
6	✓	✓		✓
7	✓	✓	✓	✓
8	✓	✓		✓
9	✓	✓		✓
10	✓	✓		✓
11	✓	✓	✓	✓
12	✓	✓		✓
13	✓	✓	✓	✓
14	✓	✓		✓
15	✓	✓		✓
16	✓	✓	✓	✓
17	✓	✓		✓
18	✓	✓		✓
19	✓	✓	✓	✓

สรุปผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญแยกเป็นประเด็นต่าง ๆ ด้วยคำถามปลายเปิดเพื่อแสดงทัศนะของผู้เชี่ยวชาญต่อการจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เป็นดังนี้

1. คำถามทั่วไป

1.1 จากประสบการณ์ของท่าน ท่านมองเห็น “ปัญหาหลัก” ที่เกิดขึ้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในปัจจุบันคืออะไร?

“ปัญหาหลักคือการขาดอัตลักษณ์หรือแบรนด์การท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเป็นหนึ่งเดียวแม้ว่าจะมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ แต่ว่าแต่ละแห่งมักจะดำเนินงานแบบต่างคนต่างทำ ทำให้จังหวัดนครปฐมเป็นเพียงเมืองทางผ่าน

ที่นักท่องเที่ยวแวะมาเยี่ยมชมเพียงไม่กี่ชั่วโมงแล้วก็กลับครับ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ปัญหาหลักคือเรื่องความปลอดภัยและการขาดการเชื่อมโยงครับ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญอย่างองค์พระปฐมเจดีย์ ได้รับความสนใจสูงแต่แหล่งท่องเที่ยวรอง ๆ ที่มีศักยภาพกลับขาดการสนับสนุนและโปรโมตที่เพียงพอ นอกจากนี้ การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดยังไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวแวะเพียงจุดเดียวแล้วเดินทางต่อไปยังจังหวัดอื่น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ปัญหาหลักคือการขาดการตลาดและประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพครับ แม้ว่าจังหวัดนครปฐมจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่ภาพรวมของการท่องเที่ยวในจังหวัดยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และขาดการนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวมากขึ้นครับ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“ปัญหาหลักคือ การขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวที่ชัดเจนครับ ทำให้ต่อเนื่อง ไม่สามารถสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาซ้ำได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ปัญหาหลักคือ การขาดการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริงครับ การพัฒนาการท่องเที่ยวมักถูกขับเคลื่อนโดยหน่วยงานภายนอก ทำให้ขาดความเข้าใจในวิถีชีวิตและศักยภาพที่แท้จริงของคนในพื้นที่ ส่งผลให้การพัฒนาไม่ยั่งยืนและชุมชนไม่รู้สึกรับเป็นเจ้าของ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“ปัญหาหลักคือ การขาดการสร้างเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ ทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดดูไม่มีเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักค้างคืน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“ปัญหาหลักคือ การขาดเอกภาพในการทำงานและขาดแผนงานที่ต่อเนื่องครับ การพัฒนาการท่องเที่ยวของนครปฐมยังคงดำเนินไปแบบต่างคนต่าง

ทำ และโครงการต่าง ๆ มักจะขาดความต่อเนื่อง ทำให้ไม่สามารถสร้างผลกระทบที่ยั่งยืนได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“ปัญหาหลักคือการขาดการสร้างความแตกต่างและความยั่งยืนครับ ยังคงเน้นที่การเลียนแบบและขาดการสร้างจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ปัญหาหลักคือการขาดความเป็นเอกภาพและการขาดการเชื่อมโยงครับ ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งยังคงดำเนินงานแยกส่วนกัน ทำให้ไม่เกิดความร่วมมือและไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักค้างคืนได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“ปัญหาหลักคือการขาดการวางแผนอย่างเป็นระบบและขาดการบูรณาการครับ การพัฒนาการท่องเที่ยวยังคงเป็นไปอย่างกระจัดกระจาย และขาดความเชื่อมโยงที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาพักค้างคืนได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ปัญหาหลักคือการขาดการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกันครับ แม้ว่านครปฐมจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีศักยภาพสูง แต่การพัฒนาในแต่ละพื้นที่ยังคงเป็นไปอย่างกระจัดกระจาย ขาดการเชื่อมโยงและบูรณาการเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“ปัญหาหลักคือ “การขาดการบูรณาการและการสื่อสารอัตลักษณ์ที่ชัดเจน” นครปฐมมีศักยภาพหลากหลาย (ศาสนา, เกษตร, วัฒนธรรม) แต่การพัฒนา ยังคงเป็นแบบต่างคนต่างทำ ขาดแผนแม่บทที่เชื่อมโยงทุกส่วนเข้าด้วยกัน ทำให้การตลาดไม่สามารถสื่อสารภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากจังหวัดอื่นในภาคกลางได้ นักท่องเที่ยวมักมองว่านครปฐมเป็นเพียงจุดแวะพักหรือแหล่งอาหารเท่านั้น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“ภาพรวมของการท่องเที่ยวในจังหวัดยังไม่สามารถสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวมาพักค้างคืนได้ เนื่องจากพวกเขามองว่านครปฐมเป็นเพียงเมืองทางผ่านที่แวะเยี่ยมชมเพียงไม่กี่ชั่วโมง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“ปัญหาหลักคือการจังหวัดนครปฐมยังคงเป็นเพียงเมืองทางผ่านสำหรับนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“ปัญหาหลักคือ การขาดการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและต่อเนื่อง มีหลายครั้งที่การพัฒนาการท่องเที่ยวยังเป็นแบบโครงการที่ทำเป็นครั้งคราว ไม่ต่อเนื่อง และขาดความเป็นเอกภาพ ส่งผลให้ไม่สามารถสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักค้างคืนได้ เนื่องจากนครปฐมยังคงถูกมองว่าเป็นเพียง “เมืองทางผ่าน” ที่แวะเที่ยวไม่กี่ชั่วโมง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ปัญหาหลักคือการขาดการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงานค่ะ เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวยังคงเป็นแบบโครงการที่ทำเป็นครั้งคราวและไม่มีการสานต่ออย่างเป็นรูปธรรมเมื่อเปลี่ยนผู้บริหารหรือปีงบประมาณ ทำให้การทำงานขาดความต่อเนื่องและไม่สามารถสร้างผลกระทบที่ยั่งยืนได้ค่ะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“ปัญหาหลักคือการพัฒนาการท่องเที่ยวยังคงเป็นแบบต่างคนต่างทำ ขาดการเชื่อมโยงอย่างเป็นระบบ ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว การเชื่อมโยงข้อมูล หรือการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนค่ะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“ปัญหาหลักคือการขาดการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและเป็นไปในทิศทางเดียวกันครับ ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวของนครปฐมยังคงเป็นแบบต่างคนต่างทำ แต่ละแหล่งท่องเที่ยวพัฒนาไปตามทิศทางของตัวเองโดยขาดการบูรณาการที่ชัดเจน ทำให้ภาพรวมของการท่องเที่ยวในจังหวัดไม่เป็นที่น่าจดจำและไม่สามารถสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักค้างคืนได้ นอกจากนี้ยังขาดการประชาสัมพันธ์และสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง ทำ

“ให้จังหวัดนครปฐมนักท่องเที่ยวแวะเที่ยวไม่กี่ชั่วโมงแล้วก็กลับครับ”
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“ปัญหาหลักคือการขาดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ไม่สามารถสร้าง
เส้นทางท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักค้างคืนได้ค่ะ” (ผู้เชี่ยวชาญ
ท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 19 ท่านในประเด็นที่ 1.1 สามารถสรุปใจความสำคัญของ
ปัญหาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมได้อย่างชัดเจนว่า ปัญหาหลักที่สุดคือการขาดความเป็นเอกภาพ
การบูรณาการและการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจนและต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้จังหวัดนครปฐมมีสถานะ
เป็นเพียง “เมืองทางผ่าน” ที่นักท่องเที่ยวแวะเยี่ยมชมเพียงไม่กี่ชั่วโมงแล้วเดินทางต่อไปยังจังหวัดอื่น
โดยไม่พักค้างคืน

ทั้งนี้ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ต่างชี้ตรงกันถึงปัญหาการทำงานแบบ “ต่างคนต่างทำ” ของแหล่ง
ท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 7, 9, 12, 17, 18) ซึ่งนำไปสู่การขาดอัต
ลักษณ์ทางการท่องเที่ยวที่ชัดเจน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 12, 18) แม้ว่าจะมีศักยภาพและความ
หลากหลาย (ศาสนา เกษตร วัฒนธรรม) ก็ตาม การขาดเอกภาพนี้ยังรวมถึงการขาดการเชื่อมโยง
เส้นทางท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 9, 10, 11, 17, 19) ทำให้
ไม่สามารถสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าจดจำและจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยู่ต่อได้

นอกจากนี้ ยังมีปัญหาสำคัญด้านการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในระยะยาวที่ชัดเจนและต่อเนื่อง
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4, 7, 10, 11, 15, 16, 18) โดยการพัฒนามักเป็นไปในลักษณะของโครงการที่ทำ
เป็นครั้งคราว ขาดการสานต่อเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหารหรืองบประมาณ ทำให้ไม่สามารถสร้าง
ผลกระทบที่ยั่งยืนได้ ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ที่ขาด
ประสิทธิภาพ ไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และขาดการสร้างเรื่องราว (Storytelling) ที่น่าสนใจและเป็น
เอกลักษณ์เพื่อสร้างเสน่ห์ดึงดูด (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3, 6, 12, 18) ซึ่งเชื่อมโยงกับการขาดการสร้าง
ความแตกต่างและความยั่งยืน โดยยังเน้นที่การเลียนแบบและขาดการสร้างจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8) และมีการกล่าวถึงปัญหาความเหลื่อมล้ำที่แหล่งท่องเที่ยวรอง ๆ ขาดการ
สนับสนุนและการโปรโมตที่เพียงพอ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2) รวมถึงการขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน
อย่างแท้จริงในการพัฒนา (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5) ทั้งหมดนี้ตอกย้ำว่าสาเหตุที่นครปฐมยังคงเป็นเพียง
เมืองทางผ่านนั้น มาจากการขาดความสามารถในการสร้างภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและประสบการณ์ที่น่า
ประทับใจเพียงพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาพักค้างคืนได้

1.2 หากกล่าวถึง “นครปฐมในฐานะเมืองสามธรรม” ท่านคิดว่าขณะนี้ยังมีข้อจำกัดหรืออุปสรรคในด้านใดบ้าง?

“อุปสรรคสำคัญคือการขาดการบูรณาการของสามธรรมเข้าด้วยกันอย่างแท้จริง แม้จะมีแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา (ธรรมะ) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ธรรมชาติ) และวิถีชีวิตชุมชน (วัฒนธรรม) แต่สิ่งเหล่านี้ยังคงแยกส่วนกันอย่างชัดเจน ยังไม่มีกิจกรรมหรือโปรแกรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงทั้งสามมิติเข้าด้วยกันได้อย่างราบรื่น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“อุปสรรคที่สำคัญคือความไม่สอดคล้องกันของภาครัฐและเอกชนหรือนโยบายจากภาครัฐส่วนกลางและส่วนภูมิภาคยังไม่สอดคล้องกัน ขณะที่ภาคเอกชนเองก็ต่างคนต่างทำ ทำให้การพัฒนาเมืองสามธรรมเป็นไปอย่างขาดทิศทางและไม่ยั่งยืน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“อุปสรรคที่สำคัญคือ “ความไม่สมดุล” ของการพัฒนาครับ การส่งเสริม “ธรรมะ” และ “ธรรมชาติ” ยังคงเป็นไปอย่างเชื่องช้าเมื่อเทียบกับ “วัฒนธรรม” ที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง แต่ก็ยังขาดการเชื่อมโยงทั้งสามมิติเข้าด้วยกันอย่างแท้จริง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“อุปสรรคที่สำคัญคือการบูรณาการข้อมูลและกิจกรรมเข้าด้วยกันอย่างเป็นรูปธรรมครับ ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้านยังคงแยกส่วนกัน ทำให้ยากที่นักท่องเที่ยวจะวางแผนการเดินทางที่เชื่อมโยงทั้งสามมิติเข้าด้วยกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“อุปสรรคที่สำคัญคือ การขาดการส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในท้องถิ่น ครับ ไม่ว่าจะเป็นเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ หรือคนในชุมชน ยังขาดความรู้ความเข้าใจที่ลึกซึ้งในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ ทำให้ไม่สามารถยกระดับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรมได้อย่างเต็มที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“การคมนาคมขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่อยู่ห่างจากตัวเมืองยังไม่ครอบคลุมและไม่มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการ

จัดการและบริการของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดมาตรฐานสากล และบุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดความรู้ความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับแนวคิดเมืองสามธรรม”(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“อุปสรรคที่สำคัญคือ การบูรณาการที่ยังไม่เกิดขึ้นจริงครับ ทั้งในด้านการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และการประสานงานระหว่างหน่วยงานและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“อุปสรรคคือการบูรณาการในทางปฏิบัติครับ หลายโครงการหรือกิจกรรมยังคงแยกส่วนกัน ทำให้ไม่สามารถสร้างประสบการณ์ที่เชื่อมโยงทั้งสามมิติเข้าด้วยกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ความไม่ชัดเจนของบทบาทหน้าที่ครับทั้งภาครัฐและภาคเอกชนยังไม่มี การแบ่งบทบาทที่ชัดเจนในการขับเคลื่อนแนวคิดนี้ ทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างไม่ต่อเนื่องและขาดทิศทางที่ชัดเจน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“การขาดการสื่อสารและความเข้าใจร่วมกันครับ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ยังมองแนวคิดเมืองสามธรรมในมุมที่แตกต่างกัน ทำให้การทำงานร่วมกันเป็นไปได้ยาก” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“นครปฐมมักถูกมองเป็นส่วนต่อขยายของกรุงเทพฯ หรือถูกรวมเข้ากับตลาดท่องเที่ยวภาคกลางตอนล่าง ขาดการเน้นย้ำความแตกต่างทางประเพณีท้องถิ่นที่โดดเด่น เช่น วัฒนธรรมมอญและวัฒนธรรมชาวสวนดั้งเดิม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“ขาดความเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่งที่สอดคล้องกับแนวคิดสามธรรมครับ ทำให้การสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมายขาดประสิทธิภาพ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“ขาดการนำเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AR/VR, Interactive Media มาใช้ในการตีความแก่นของธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ให้เป็นเรื่องง่ายและ

น่าสนใจสำหรับคนรุ่นใหม่และนักท่องเที่ยวสากล อีกอย่างคือบุคลากรด้านการท่องเที่ยวยังขาดทักษะในการเล่าเรื่องและการเชื่อมโยงมิติทั้งสามเข้าด้วยกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“ปัญหาความไม่ต่อเนื่องของความร่วมมือระหว่างผู้ภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน ซึ่งมักเกิดขึ้นเฉพาะช่วงเทศกาลหรือโครงการระยะสั้นเท่านั้น ยังขาดกลไกการทำงานร่วมกันที่เป็นระบบ และยังขาดการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่สามารถรวมธรรมชาติ วัฒนธรรม และวัฒนธรรมเข้าไว้ด้วยกันภายในวันเดียว ซึ่งมองว่ายังมีน้อยมาก” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“การขาดความเข้าใจในแนวคิดท่องเที่ยวเมืองสามธรรมศรับ ทำให้ไม่สามารถจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ขาดการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิง เช่น ศูนย์การประชุมขนาดเล็กสำหรับการจัดงานเชิงสุขภาพ ธรรมชาติ ระบบขนส่งสาธารณะขนาดเล็กไปยังแหล่งธรรมชาติหรือวัฒนธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“นครปฐมยังไม่ใช่ที่รู้จักว่าเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือเชิงเกษตรอินทรีย์เท่าที่ควร” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“ขาดการออกแบบพื้นที่สาธารณะและสิ่งก่อสร้างรอบแหล่งท่องเที่ยว ขาดการคำนึงถึงอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมท้องถิ่นทำให้เกิดภาพที่ดูแล้วอาจจะไม่ค่อยสวยงามหรือสอดคล้องกับพื้นที่ท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“หลายคนอาจจะยังไม่เข้าใจในแนวคิดเมืองสามธรรม หรือมีมุมมองในมุมที่แตกต่างกัน ทำให้ขาดการนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม การขับเคลื่อนนโยบายนี้จึงเป็นไปได้ช้าและไม่ต่อเนื่องได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่ 1.2 เกี่ยวกับอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิด “เมืองสามธรรม” (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) สรุปใจความสำคัญได้ว่า อุปสรรคหลักคือการขาดการบูรณาการในทางปฏิบัติ และความไม่ต่อเนื่องในการขับเคลื่อนนโยบาย โดยผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าปัญหาสำคัญที่สุดคือ การขาดการเชื่อมโยงของ “สามธรรม” เข้าด้วยกันอย่างแท้จริง ซึ่งแหล่งศักยภาพทั้งสามมิตียังคง แยกส่วนกันอย่างชัดเจน ขาดกิจกรรมหรือโปรแกรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงมิติทั้งสามเข้าด้วยกันได้อย่างราบรื่น (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 3, 7, 8, 14) และมีการขาดการบูรณาการข้อมูลอย่างเป็นรูปธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4) นอกจากนี้ อุปสรรคที่สำคัญคือ ความไม่สอดคล้องและความไม่ต่อเนื่องของความร่วมมือ ระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน เนื่องจากนโยบายยังไม่สอดคล้องกัน และมีการทำงานแบบต่างคนต่างทำ โดยขาดความเข้าใจร่วมกันในแนวคิดเมืองสามธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10, 15, 19) รวมถึงขาดความชัดเจนในบทบาทหน้าที่ในการขับเคลื่อน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9) อุปสรรคเหล่านี้ยังรวมถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง เช่น การคมนาคมขนส่งสาธารณะ ที่ยังไม่ครอบคลุมไปยังแหล่งท่องเที่ยว และการขาดการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6, 16) นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้าน บุคลากรในท้องถิ่น ที่ขาดการพัฒนาศักยภาพและความรู้ความเข้าใจเชิงลึกในการเล่าเรื่อง และเชื่อมโยงมิติทั้งสามเข้าด้วยกัน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5, 6, 13) ซึ่งนำไปสู่การ ขาดความเป็นแบรนด์ที่แข็งแกร่ง และการสื่อสารอัตลักษณ์ที่ไม่สามารถสร้างความแตกต่างให้แก่ครปฐมในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณหรือเชิงเกษตรอินทรีย์ได้เท่าที่ควร (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12, 17)

2. คำถามเฉพาะด้าน “ธรรมะ” (การท่องเที่ยวเชิงศาสนา / จิตวิญญาณ)

2.1 ท่านคิดว่าอะไรคือ “ข้อท้าทาย” ของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดนครปฐม?

“ความท้าทายหลักคือการรักษาสสมดุลระหว่างความเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์กับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพาณิชย์ การหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวจำนวนมากโดยไม่มีการจัดการที่ดี อาจส่งผลกระทบต่อบรรยากาศความสงบทางจิตวิญญาณของสถานที่ได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ข้อท้าทายคือการจัดการนักท่องเที่ยวและการให้ข้อมูลครบ สถานที่อย่างพระปฐมเจดีย์มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากแต่ขาดระบบการจัดการที่ดี รวมถึงขาดมัคคุเทศก์หรือป้ายให้ความรู้ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวทางธรรมะได้อย่างลึกซึ้ง ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเพียงแค่ความสวยงามทางสถาปัตยกรรมเท่านั้น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“การจัดการความแออัด การจัดการพื้นที่ ที่จอดรถ และการไหลเวียนของนักท่องเที่ยวในเทศกาลสำคัญซึ่งส่งผลกระทบต่อบรรยากาศทางจิตวิญญาณได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“การจัดการที่ไม่ชัดเจนระหว่างพุทธพาณิชย์ ไสยศาสตร์ และการปฏิบัติธรรมที่แท้จริง อาจทำให้นักท่องเที่ยวสับสนและลดคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ข้อท้าทายคือการขาดมาตรฐานการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม สถานที่ศักดิ์สิทธิ์หลายแห่งยังขาดการออกแบบที่เป็นสากล เช่น ทางลาด หรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“ข้อท้าทายคือการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนสถานในฐานะแหล่งท่องเที่ยวครับ การท่องเที่ยวเชิงศาสนาควรเป็นไปเพื่อการเรียนรู้และยกระดับจิตใจ ไม่ใช่แค่เพื่อการถ่ายรูปหรือซื้อของฝาก” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“การรักษาความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่ครับ การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มากเกินไปอาจทำให้แหล่งศาสนสถานกลายเป็นเพียงสถานที่เพื่อการค้าหรือเพื่อการบันเทิง ซึ่งบั่นทอนคุณค่าทางจิตวิญญาณของสถานที่นั้น ๆ ได้ครับ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์ในบริเวณวัดอาจสร้างความไม่พอใจให้กับผู้ที่เข้ามาทำบุญหรือต้องการความสงบได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาบางครั้งก็ถูกบิดเบือนไปในทางมั่วสุมหรือการขอพรเพื่อผลประโยชน์ทางโลกมากเกินไปจนละเลยแก่นแท้ของธรรมะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“การสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาครับ ต้องทำให้ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเข้าใจว่าการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ ไม่ใช่แค่การเที่ยวชมเพื่อความบันเทิง แต่เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้และยกระดับจิตใจ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มากเกินไปอาจทำให้วัดสูญเสียคุณค่าทางจิตวิญญาณได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“ผู้ประกอบการบางรายไม่มีความเข้าใจในความละเอียดอ่อนของธรรมะ และใช้คำพูดหรือการตลาดที่ขัดต่อหลักคำสอนของพระพุทธศาสนา มีการจัดกิจกรรมที่เน้นความบันเทิง หรือค้าขายอย่างโจ่งแจ้งในเขตวัดทำให้วัตถุประสงค์หลักของวัด เช่นการปฏิบัติธรรมลดคุณค่าลงไป” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“ขาดการจัดการนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญ ส่งผลกระทบต่อความปลอดภัย และความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“การสร้างสมดุลระหว่างการเข้าถึงของนักท่องเที่ยวกับการรักษาความสงบและคุณค่าทางจิตวิญญาณของสถานที่ การจัดการนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้เป็นไปอย่างมีระเบียบยังคงเป็นปัญหา” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“การเข้ามาของนักท่องเที่ยวจำนวนมากอาจส่งผลกระทบต่อบรรยากาศความสงบเยียบและความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่ได้ ซึ่งจำเป็นต้องมีมาตรการจัดการที่ชัดเจนเพื่อรักษาบรรยากาศของวัดไว้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“การจัดการนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้เป็นไปอย่างมีระเบียบและไม่รบกวนบรรยากาศของคนที่มาทำบุญจริง ๆ ครับ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“นักท่องเที่ยวจำนวนมากอาจส่งผลกระทบต่อบรรยากาศความสงบเยียบและความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่ได้ หากไม่มีมาตรการจัดการที่ชัดเจนเพื่อ

รักษาคคุณค่าของวัดไว้ ซึ่งรวมถึงการจัดการพื้นที่ การควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“พื้นที่รอบองค์พระปฐมเจดีย์มีกิจกรรมเชิงพาณิชย์และการจราจรมากเกินไป ทำให้วัดขาดเสน่ห์แห่งการเป็นแหล่งธรรมะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“กิจกรรมหรือประเพณีที่เกี่ยวข้องกับศาสนาถูกบิดเบือนเพื่อประโยชน์ทางการค้ามากเกินไป” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับความท้าทายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและจิตวิญญาณในจังหวัดนครปฐม สรุปใจความสำคัญได้ว่า ความท้าทายหลักคือ การรักษาสมดุลระหว่างการเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ทางจิตวิญญาณกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพาณิชย์ ซึ่งการหลั่งไหลของนักท่องเที่ยวจำนวนมากหากไม่มีการจัดการที่ดีจะส่งผลกระทบต่อบรรยากาศความสงบและความศักดิ์สิทธิ์ของสถานที่โดยตรง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 3, 7, 11, 13, 14, 15, 16, 17) โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญ

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านเน้นย้ำถึงปัญหาด้าน การจัดการนักท่องเที่ยวและความแออัด ซึ่งรวมถึงการจัดการพื้นที่ การจอดรถ และการควบคุมการไหลเวียนของนักท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีระเบียบ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3, 13, 14, 16, 17) นอกจากนี้ ยังมีความท้าทายในการ สร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับศาสนสถานในฐานะแหล่งท่องเที่ยว โดยต้องเน้นย้ำว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนาควรเป็นไปเพื่อการเรียนรู้และยกระดับจิตใจ ไม่ใช่แค่เพื่อการถ่ายรูปหรือซื้อของฝาก (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6, 10)

ประเด็นที่สอดคล้องกันอย่างชัดเจนอีกประการหนึ่งคือ ความเสี่ยงของการบิดเบือนคุณค่าทางธรรมะเพื่อประโยชน์ทางการค้าและผลประโยชน์ทางโลก (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4, 9, 12, 19) โดยผู้เชี่ยวชาญกังวลว่ากิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่มากเกินไปในบริเวณวัด (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8, 12, 18) หรือการจัดการที่ไม่ชัดเจนระหว่างพุทธพาณิชย์ ไสยศาสตร์ และการปฏิบัติธรรมที่แท้จริง จะทำให้นักท่องเที่ยวสับสนและลดคุณค่าของการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณลง

นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านการจัดการข้อมูลและการบริการ โดยสถานที่สำคัญอย่างพระปฐมเจดีย์ ขาดระบบการจัดการที่ดี รวมถึงขาดมัคคุเทศก์หรือป้ายให้ความรู้ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวทางธรรมะได้อย่างลึกซึ้ง ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเพียงแค่ความสวยงามทางสถาปัตยกรรมเท่านั้น (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2) และยังมีการกล่าวถึงการขาดมาตรฐานการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เป็นสากลสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม เช่น ทางลาดสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

2.2 มีปัญหาใดบ้างที่ท่านพบว่าบั่นทอนคุณค่าทางจิตวิญญาณของแหล่งศาสนสถาน เช่น พระปฐมเจดีย์ หรือวัดสำคัญ?

“ปัญหาที่บั่นทอนคุณค่าทางจิตวิญญาณคือการมุ่งเน้นด้านการค้ามากเกินไป มีร้านค้าและแผงลอยจำนวนมากที่บดบังทัศนียภาพและบรรยากาศอันศักดิ์สิทธิ์ นอกจากนี้ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ขาดความเคารพต่อสถานที่และความไม่เพียงพอของข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแก่นแท้ทางพุทธศาสนา ก็เป็นปัญหาที่ต้องแก้ไข” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ปัญหาคือการขาดความเคารพของนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม และความไม่เหมาะสมในการใช้พื้นที่ครับ เช่น การแต่งกายที่ไม่สุภาพ การส่งเสียงดังในเขตพุทธาวาส รวมถึงร้านค้าที่จัดพื้นที่อย่างไม่เป็นระเบียบ ทำให้บรรยากาศความสงบเงียบและคุณค่าทางจิตวิญญาณลดลง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ร้านค้า, การเร่ขายของ, หรือกิจกรรมที่มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางวัตถุมากเกินไปในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“นักท่องเที่ยวบางกลุ่มขาดความเคารพต่อสถานที่ เช่น การแต่งกายไม่สุภาพ ส่งเสียงดัง หรือการถ่ายภาพที่ไม่เหมาะสมกับสถานที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“การขาดการให้ความรู้ครับ หลายแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาขาดการนำเสนอข้อมูลทางประวัติศาสตร์และหลักธรรมอย่างครบถ้วน ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเพียงแค่ว่าความยิ่งใหญ่ของสถาปัตยกรรม แต่ไม่สามารถเข้าถึงแก่นแท้ทางจิตวิญญาณของสถานที่ได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“การจัดกิจกรรมเชิงพาณิชย์ หรือตลาดที่ส่งเสียงดังรบกวนผู้คนที่เข้ามาทำบุญในวัดครับ โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลสำคัญต่าง ๆ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“วัดใหญ่หลายแห่งเน้นรองรับพิธีสำหรับคนหมู่มากแต่ขาดการจัดพื้นที่เพื่อทำสมาธิหรือปฏิบัติธรรมที่ต้องการความสงบ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“หลายวัดมักจะมุ่งเน้นที่การจัดกิจกรรมที่ไม่ใช่กิจของสงฆ์ หรือมีการตกแต่งที่มากเกินไป ทำให้ผู้มาเยือนมองเห็นแต่เปลือกนอก ไม่สามารถเข้าถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณที่แท้จริงได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“วัดบางแห่งให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นข้อมูลทั่วไป ไม่รู้ลึกถึงแก่นธรรมะ ทำให้คุณค่าทางจิตวิญญาณลดลง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นการถ่ายรูปเพื่อเช็กอินมากเกินไป โดยไม่มีการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการสำรวจความสงบหรือทำสมาธิ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ขาดการให้ความรู้ที่เกี่ยวกับสถานที่ ทำให้นักท่องเที่ยวมองเห็นแต่ความสวยงามภายนอกเท่านั้น ไม่ได้รู้ลึกถึงธรรมะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“การขาดการควบคุมพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และบทบาทของวัดหลายแห่งกลายเป็นจุดถ่ายภาพมากกว่าการเป็นสถานที่เพื่อการเรียนรู้และยกระดับจิตใจหรือศึกษาธรรมะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“การขาดการควบคุมการจัดแสง สี เสียง และป้ายโฆษณาที่รบกวนความสงบภายในบริเวณวัด หลายวัดของพวกนี้รกไปหมดทำให้ขาดเสน่ห์” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว ที่บั่นทอนบรรยากาศอันศักดิ์สิทธิ์ ทำให้สถานที่ศักดิ์สิทธิ์กลายเป็นเพียงแหล่งท่องเที่ยวทั่วไป” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“บางแห่งพื้นที่สำหรับนั่งสมาธิหรือสถานที่สงบมักเข้าถึงยากเพราะนักท่องเที่ยวหรือคนที่ไม่ได้มาทำบุญมีจำนวนเยอะเกินไป หรือสถานที่บางแห่งก็มีขนาดเล็กและเหมาะสมกับจำนวนผู้เข้าชม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“น่าจะเป็นเรื่องของพฤติกรรมบางอย่างของนักท่องเที่ยวที่ไม่เหมาะสม เช่น การแต่งกายจะเห็นชัดที่สุด หรือบางคนก็เข้ามาถ่ายรูปอย่างเดียว ไม่ได้สนใจธรรมะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“วัดบางแห่งเน้นเรื่องเรื่องราวเชิงอภินิหารหรือการขอพรที่เน้นผลประโยชน์ทางโลกมากเกินไป จนละเลยการให้ข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์และปรัชญาของพระพุทธศาสนาทำให้ผู้ที่เข้ามาวัดหรือนักท่องเที่ยวไม่ได้ซึมซับแก่นแท้ของศาสนาพุทธ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“บางที่เน้นการพัฒนาวัดด้วยความรวดเร็วหรือเน้นเรื่องความสวยงามตามยุคสมัยไปมาก เพราะอยากให้สวยงามหรือเป็นแหล่งดึงดูดให้คนเข้ามาที่วัดเยอะๆ ทำให้คุณค่าของความเป็นวัดดั้งเดิมลดลง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่ขาดความสำรวม เช่น แต่งกายไม่สุภาพ ส่งเสียงดัง หรือขาดความเคารพในพื้นที่วัดก็ส่งผลกระทบโดยตรงต่อคนที่มาทำบุญจริง ๆ ได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 19 ท่านเกี่ยวกับประเด็นที่ 2.2 ปัญหาที่บั่นทอนคุณค่าทางจิตวิญญาณของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม พบว่า ปัญหาสามอันดับแรกที่คุณเชี่ยวชาญส่วนใหญ่กล่าวถึงอย่างสอดคล้องกันคือ การมุ่งเน้นด้านการค้าที่มากเกินไป การขาดความเคารพและความสำรวมจากนักท่องเที่ยว และความไม่เพียงพอของการให้ข้อมูลเชิงลึกทางธรรมะ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนบั่นทอนบรรยากาศความสงบและความศักดิ์สิทธิ์ของศาสนสถาน

ประเด็นที่สอดคล้องมากที่สุดคือ การรบกวนของกิจกรรมเชิงพาณิชย์และวัตถุนิยม โดยผู้เชี่ยวชาญหลายท่านระบุว่ามีการค้า แผงลอย หรือกิจกรรมที่มุ่งเน้นผลประโยชน์ทางวัตถุมากเกินไปในพื้นที่หรือบริเวณใกล้เคียง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 3, 6, 13) ซึ่งบดบังทัศนียภาพและรบกวนบรรยากาศความสงบภายในวัด ทำให้ศาสนสถานกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงพาณิชย์หรือจุดถ่ายภาพเพื่อเช็คอินมากกว่าการเป็นสถานที่เพื่อการเรียนรู้และยกระดับจิตใจ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10, 12)

ปัญหาสำคัญที่สอดคล้องในลำดับต่อมาคือ พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของนักท่องเที่ยว (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 4, 14, 16, 19) ซึ่งรวมถึงการแต่งกายที่ไม่สุภาพ การส่งเสียงดังในเขตพุทธาวาส หรือการถ่ายภาพที่ไม่เหมาะสมกับสถานที่ ซึ่งส่งผลกระทบต่อผู้ที่เข้ามาทำบุญและบรรยากาศอันศักดิ์สิทธิ์ของวัด นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญยังชี้ให้เห็นถึงความท้าทายในด้าน การขาดการให้ข้อมูลเชิงลึก ทางประวัติศาสตร์และหลักธรรมอย่างครบถ้วน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 5, 9, 11, 17) ทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเพียงแค่ความยิ่งใหญ่หรือความสวยงามของสถาปัตยกรรมภายนอก แต่ไม่สามารถเข้าถึงแก่นแท้ทางจิตวิญญาณหรือปรัชญาของพระพุทธศาสนาได้ ซึ่งบางแห่งยังมุ่งเน้นเรื่องราวเชิงอภินิหารหรือการขอพรที่เน้นผลประโยชน์ทางโลกมากเกินไป (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17) นอกจากนี้ ยังมีความกังวลเกี่ยวกับการขาดการจัดพื้นที่เพื่อการทำสมาธิหรือปฏิบัติธรรมที่ต้องการความสงบ และการตกแต่งวัดที่มากเกินไปตามยุคสมัยจนลดทอนคุณค่าของความเป็นวัดดั้งเดิม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7, 8, 15, 18)

2.3 นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งศาสนาในนครปฐม ได้รับประสบการณ์ทางธรรมะเพียงพอหรือไม่? ถ้าไม่ ท่านคิดว่าเพราะอะไร?

“ส่วนใหญ่ยังได้รับประสบการณ์ทางธรรมะไม่เพียงพอ เพราะการนำเสนอในปัจจุบันมักเน้นความยิ่งใหญ่ทางกายภาพของสถานที่ หรือจุดถ่ายภาพมากกว่าการให้ความรู้หรือกิจกรรมที่ส่งเสริมการปฏิบัติธรรม ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากไกด์หรือผู้บรรยายที่ยังขาดความเข้าใจในหลักธรรมอย่างลึกซึ้ง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ส่วนใหญ่ยังได้รับไม่เพียงพอครับ เพราะไม่มีกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมประสบการณ์ทางธรรมะที่ลึกซึ้ง เช่น การทำสมาธิ หรือการเรียนรู้หลักธรรมแบบง่าย ๆ การท่องเที่ยวจึงเป็นเพียงการมาสักการะ หรือถ่ายรูปมากกว่าการมาเพื่อเรียนรู้และสัมผัสแก่นของธรรมะอย่างแท้จริง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ยังไม่เพียงพอ ส่วนใหญ่กิจกรรมที่มีให้ทำมักเป็นเพียงการทำบุญตามพิธีทั่วไป หรือมาถ่ายรูปตามจุดเช็คอินในวัดแล้วก็กลับ ไม่ได้เรียนรู้ธรรมะอย่างจริงจัง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“ยังขาดสถานที่ที่เอื้อต่อการทำสมาธิ นักท่องเที่ยวจึงทำได้เพียง “ถ่ายรูป” แล้วก็ไปเที่ยวสถานที่อื่น ๆ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ยังไม่เพียงพอครับ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งไปที่การถ่ายรูปเป็นหลักและบางคนก็มาชมแค่ความงามของวัด แต่ไม่มีกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ธรรมะ ทำให้ได้แค่มาเที่ยว แต่ไม่ได้เรียนรู้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“ยังไม่เพียงพอ เช่นบางแห่งยังไม่มีโปรแกรมท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่ชัดเจนในการใช้ธรรมะเป็นเครื่องมือในการบำบัดความเครียด” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“ยังไม่เพียงพอครับ เพราะไม่มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้หรือการปฏิบัติธรรมอย่างแท้จริง ส่วนใหญ่ก็มาแล้วกลับ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“คิดว่ายังไม่เพียงพอครับ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเน้นการเยี่ยมชมและถ่ายภาพอย่างรวดเร็ว ไม่มีเวลาสำหรับการนั่งสมาธิ หรือการฟังธรรมสั้นๆ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ยังไม่เพียงพอครับ บางวัดยังไม่มีสื่อ ไม่มีป้ายข้อมูล หรือ QR Code ที่นำเสนอแก่นธรรมะที่เรียบง่ายและเป็นสากลเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“ยังไม่เพียงพอครับ เพราะไม่มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้หรือการปฏิบัติธรรมอย่างจริงจัง และข้อมูลที่น่าสนใจส่วนใหญ่ยังคงเป็นไปอย่างผิวเผิน ทำให้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาขาดความลึกซึ้ง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ยังไม่เพียงพอครับ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นการชมความสวยงามของวัดและถ่ายรูปมากกว่าการเรียนรู้หรือปฏิบัติธรรมอย่างแท้จริง และไม่มีกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมการเข้าถึงแก่นแท้ของธรรมะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“คิดว่ายังไม่เพียงพอครับ เช่น การออกแบบเส้นทางเดินเท้าภายในวัดยังเน้น การเข้าชมที่รวดเร็ว ไม่มีมุมสงบที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวหยุดคิดและสัมผัส ความสงบ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“ยังไม่เพียงพอครับ ปัจจุบันนักท่องเที่ยวชอบถ่ายภาพมากกว่า และยังขาด กิจกรรมที่เกี่ยวกับการปฏิบัติธรรมที่เข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป เช่น การทำสมาธิแบบสั้น ๆ หรือการฟังบรรยายธรรมะที่เข้าใจง่าย” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“การมาวัดส่วนใหญ่เป็นเพียงการเดินวนรอบ ถวายรูป และทำบุญเล็กน้อย แต่ขาดโปรแกรมหรือกิจกรรมที่ทำให้เราได้เรียนรู้หลักธรรมอย่างลึกซึ้ง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“ไม่พอ เพราะมีหลายวัดเน้นจำนวนคนมาก เลยไม่มีพื้นที่ให้คนท้องถิ่นหรือนักท่องเที่ยวได้มาใช้เวลานั่งสมาธิหรือปฏิบัติธรรมจริงๆ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“คิดว่ายังไม่เพียงพอ เพราะนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นมาซื้อของฝาก ขนม หรืออาหารแล้วก็กลับ ไม่ได้สนใจธรรมะเท่าที่ควร” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“ยังไม่เพียงพอครับ วัดส่วนใหญ่ยังคงเน้นการชมทั่ว ๆ ไปและก็นั่นเรื่องการ ทำบุญ แต่ยังไม่มีกิจกรรมที่เกี่ยวกับธรรมะที่แท้จริง เช่น การฟังธรรม การ สันทนาธรรมกับพระ การนั่งวิปัสสนา” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“ยังไม่เพียงพอ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยว ถวายรูป ซื้อของ ฝาก หรือทำบุญเล็ก ๆ น้อย ๆ แล้วก็กลับ แต่ยังไม่มีกิจกรรมทางธรรมะที่ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยู่นาน ๆ หรือเข้ามาปฏิบัติธรรมได้” (ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 19 ท่านในประเด็นที่ 2.3 เกี่ยวกับประสบการณ์ทางธรรมะ ที่นักท่องเที่ยวได้รับในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา สรุปใจความสำคัญได้อย่างสอดคล้องกันว่า นักท่องเที่ยวยังได้รับประสบการณ์ทางธรรมะไม่เพียงพอ เนื่องจากปัจจุบันการนำเสนอและการ พัฒนาของศาสนสถานส่วนใหญ่มักเน้นไปที่ความยิ่งใหญ่ทางกายภาพ จดถ่ายภาพเพื่อเช็คอิน หรือ

การทำบุญตามพิธีทั่วไปเท่านั้น (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 3, 5, 8, 10, 11, 13, 14, 19) ทำให้การท่องเที่ยวเป็นเพียงการมาสักการะ ถ่ายรูป ชื้อของฝาก (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 5, 11, 17, 19) แล้วเดินทางกลับอย่างรวดเร็ว โดยไม่ได้เรียนรู้และสัมผัสแก่นของธรรมะอย่างจริงจัง

ประเด็นที่สอดคล้องมากที่สุดคือ การขาดกิจกรรมที่ส่งเสริมประสบการณ์ทางธรรมะที่ลึกซึ้ง และการปฏิบัติธรรมที่เข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 6, 7, 10, 13, 18) เช่น การทำสมาธิแบบสั้น ๆ การฟังบรรยายธรรมะที่เข้าใจง่าย การสนทนาธรรมกับพระ หรือ โปรแกรมที่ใช้ธรรมะบำบัดความเครียด นอกจากนี้ ยังมีกรกล่าวถึงการ ขาดสถานที่ที่เอื้อต่อการทำสมาธิ หรือมุมสงบที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวหยุดคิด (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4, 12, 15) รวมถึงการขาดสื่อป้ายข้อมูล หรือ QR Code ที่นำเสนอแก่นธรรมะที่เรียบง่ายและเป็นสากลเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองได้ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9) ซึ่งการขาดความลึกซึ้งนี้ ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากไกด์หรือผู้บรรยายที่ยังขาดความเข้าใจในหลักธรรมอย่างลึกซึ้ง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1) ทำให้โดยรวมแล้ว การท่องเที่ยวเชิงศาสนายังขาดมิติของการเรียนรู้และยกระดับจิตใจอย่างแท้จริง

3. คำถามเฉพาะด้าน “ธรรมชาติ” (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / วิถีเกษตร)

3.1 ท่านมองเห็นปัญหาหรือข้อจำกัดอะไรในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น แม่น้ำท่าจีน คลองมหาสวัสดิ์ หรือสวนสามพราน?

“ปัญหาสำคัญคือปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม เช่น มลภาวะทางน้ำในแม่น้ำท่าจีนและลำคลองต่าง ๆ นอกจากนี้ บางแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรยังขาดระบบการจัดการขยะที่ดีและขาดการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับพื้นที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ปัญหาสำคัญคือปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ขาดการจัดการอย่างจริงจัง เช่น ปัญหาน้ำเน่าเสียและขยะในลำน้ำท่าจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวโดยตรง นอกจากนี้ ยังขาดการส่งเสริมให้ชุมชนและนักท่องเที่ยวมีจิตสำนึกในการรักษาสีเขียวอย่างจริงจัง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ปัญหาคือการขาดการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนครับ บางแหล่งท่องเที่ยวมีการนำเสนอแต่กิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ขาดการวางแผนการจัดการขยะ น้ำเสีย และผลกระทบต่อระบบนิเวศในระยะยาว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“ปัญหาหลักคือการขาดการจัดการขยะและน้ำเสียครับ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังขาดระบบจัดการขยะและบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐาน ส่งผลให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติยังขาดการรับรองด้านมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมหรือการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในความเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่แท้จริง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“พื้นที่อุตสาหกรรม โรงงานต่าง ๆ อยู่ใกล้ชิดกับพื้นที่ทางการเกษตร โดยไม่มีการจัดพื้นที่ที่เหมาะสม ทำให้การท่องเที่ยวธรรมชาติขาดความน่าสนใจ นอกจากนี้เกษตรกรบางคนหรือคนในพื้นที่ก็หันมาขายที่ดินจากพื้นที่เกษตรกรรมก็กลายเป็นโรงงานอุตสาหกรรมไปหลายที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“หลายพื้นที่ของนครปฐมมีปัญหาน้ำท่วมบ่อย ท่วมทุกปี แต่ยังขาดแผนรับมือป้องกันน้ำท่วมระยะยาว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“นครปฐมมีโรงงานเยอะ ทำให้ภูมิทัศน์ของสวนและทุ่งนาถูกทำลาย ดูไม่สวยงาม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหลายที่ยังไม่มีการประเมินผลกระทบและไม่มี การจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวต่อวันอย่างจริงจัง อาจทำให้ทรัพยากรธรรมชาติเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“มีการสร้างอาคาร ป้ายขนาดใหญ่ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่ สอดคล้องกับธรรมชาติในบริเวณริมน้ำและพื้นที่เกษตรกรรม ทำให้เสน่ห์ ของพื้นที่ถูกทำลาย” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ขาดระบบการจัดการน้ำเสีย โดยเฉพาะชุมชนริมคลองและโรงงานขนาดเล็ก ทำให้ไม่สามารถแก้ไขปัญหามลพิษทางน้ำได้อย่างถาวร” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“ขาดการจัดสรรพื้นที่สีเขียวที่ใช้เป็นแหล่งท่องเที่ยว หรืออาจจะยังไม่ให้ความสำคัญกับพื้นที่เกษตรกรรมในแง่ของระบบนิเวศมากกว่าเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ทำให้ขาดการจัดทำแผนพัฒนาพื้นที่สีเขียวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“ไม่มีความชัดเจนในมาตรการการปล่อยน้ำเสีย การจัดการขยะมูลฝอย รวมไปถึงไม่มีการจัดตั้งกองทุนหรือมาตรการเพื่อนำรายได้จากการท่องเที่ยวบางส่วนไปชดเชยหรือให้รางวัลแก่เกษตรกรที่อนุรักษ์พื้นที่เกษตรกรรมและรักษาความหลากหลายทางชีวภาพ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“ขาดการจัดสรรพื้นที่สาธารณะริมคลองหรือริมแม่น้ำสำหรับการจัดกิจกรรมสันทนาการของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ทำให้แหล่งธรรมชาติส่วนใหญ่ถูกจำกัดอยู่แค่พื้นที่ส่วนบุคคล” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“ยังไม่มีจัดการคลองและแม่น้ำให้เป็นโครงข่ายการขนส่งสาธารณะเพื่อการท่องเที่ยวที่เชื่อถือได้และมีมาตรฐานด้านความปลอดภัยและการบริการ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ยังไม่มีเปิดเผยข้อมูลคุณภาพน้ำ คุณภาพอากาศที่โปร่งใส อีกอย่างก็คือกฎระเบียบยังไม่สามารถบังคับใช้ได้อย่างจริงจังกับผู้ก่อมลพิษรายใหญ่ในพื้นที่ เช่น โรงงานอุตสาหกรรม ทำให้ปัญหามลภาวะทางน้ำ หรือทางอากาศไม่ได้รับการแก้ไขอย่างยั่งยืน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“ปัญหาคือขาดการจัดการที่ได้มาตรฐานครับ ทั้งในด้านความปลอดภัย การจัดการสิ่งแวดล้อม และการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับระบบนิเวศในพื้นที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“ปัญหาคือการขาดการควบคุมและการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ครับ การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติยังคงทำไปโดยไม่มี การศึกษาผลกระทบอย่างรอบด้าน ทำให้เกิดความเสียดังต่อความเสื่อมโทรม ของทรัพยากรในระยะยาว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“ขาดการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน ครับ บางแหล่งท่องเที่ยวมีการนำเสนอ แต่กิจกรรมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ขาดการวางแผนการจัดการขยะ น้ำเสีย และผลกระทบต่อระบบนิเวศในระยะยาว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 19 ท่านเกี่ยวกับปัญหาหรือข้อจำกัดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สรุปใจความสำคัญได้ว่า ปัญหาหลักที่สอดคล้องกันคือ การขาด การจัดการสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะปัญหาขยะ มลภาวะทางน้ำ และผลกระทบจากการพัฒนา อุตสาหกรรม ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อความยั่งยืนและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

ประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญเป็นอันดับแรกคือ ปัญหามลภาวะทางน้ำและสิ่งแวดล้อมที่ เสื่อมโทรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 3, 4, 11) โดยเฉพาะในแม่น้ำท่าจีนและลำคลองต่าง ๆ ซึ่งขาด ระบบการจัดการน้ำเสียและบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐานจากทั้งชุมชนริมคลองและโรงงานอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ยังมีการขาดการจัดการขยะที่ได้มาตรฐานและขาดการวางแผนการจัดการผลกระทบต่อ ระบบนิเวศในระยะยาว (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 3, 4, 17, 19)

ความท้าทายที่สอดคล้องกันในลำดับต่อมาคือ ผลกระทบจากการขยายตัวของ ภาคอุตสาหกรรมและการขาดการควบคุมการใช้พื้นที่ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6, 8, 16) โดยการตั้งโรงงาน อุตสาหกรรมใกล้ชิดกับพื้นที่เกษตรกรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ทำให้ภูมิทัศน์ของสวนและทุ่ง นาถูกทำลายและขาดความน่าสนใจ ซึ่งปัญหานี้ซ้ำเติมด้วยการขาดการบังคับใช้กฎหมายกับผู้ก่อมลพิษ รายใหญ่ และการขาดการควบคุมและการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างรอบด้านก่อนการ พัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9, 18)

นอกจากนี้ ยังมีการกล่าวถึงการขาดการสนับสนุนเชิงระบบในการอนุรักษ์ โดยขาดมาตรการ จูงใจทางการเงิน เช่น กองทุนชดเชยแก่เกษตรกรที่อนุรักษ์พื้นที่เกษตรกรรมและรักษาความหลากหลาย ทางชีวภาพ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12, 13) รวมถึงการขาดมาตรฐานการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับนักท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับธรรมชาติ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10) และปัญหาการขาดการพัฒนา โครงข่ายการขนส่งสาธารณะทางน้ำเพื่อการท่องเที่ยว (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15) และการขาดการรับรอง ด้านมาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5) ซึ่งทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นถึงการ ขาดการวางแผนที่บูรณาการและมุ่งเน้นความยั่งยืนทางนิเวศวิทยาอย่างแท้จริง

3.2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติสอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือไม่? มีอะไรที่น่าเป็นห่วง?

“การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลายแห่งยังไม่สอดคล้องกับการอนุรักษ์เท่าที่ควร มีการขาดการวางแผนระยะยาวที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และน่าเป็นห่วงอย่างยิ่งหากมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ธรรมชาติโดยไม่มีกลยุทธ์การอนุรักษ์ที่ชัดเจน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“การพัฒนาหลายอย่างยังขาดการวางแผนอย่างเป็นระบบที่คำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว น่าเป็นห่วงที่สุดคือการสร้างสิ่งปลูกสร้างที่รุกรานพื้นที่ธรรมชาติ และการขาดมาตรการรองรับเพื่อจัดการกับขยะหรือของเสียจากนักท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ยังไม่สอดคล้องเท่าที่ควรครับ สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือการพัฒนาที่ขาดการประเมินผลกระทบในระยะยาว การมุ่งเน้นการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกมากเกินไป อาจทำลายความงามและความสมบูรณ์ของธรรมชาติได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“ยังไม่สอดคล้องเท่าที่ควรครับ โดยเฉพาะการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างที่ถาวร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและทัศนียภาพอันเป็นธรรมชาติของพื้นที่ได้ นอกจากนี้ ยังขาดมาตรการรองรับเพื่อจัดการกับขยะจากนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ยังไม่สอดคล้องในหลายกรณีครับ เช่น การก่อสร้างรีสอร์ทหรือที่พักริมน้ำบางแห่งที่อาจรุกรานหรือส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศทางน้ำและพื้นที่เกษตรกรรม หรือการปรับเปลี่ยนพื้นที่เกษตรบางแห่งมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วโดยขาดการวางแผนระยะยาว ทำให้เกิดความเสียดังต่อความมั่นคงทางอาหารและการคงอยู่ของวิถีเกษตรแท้จริง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“ยังไม่ค่อยสอดคล้อง อย่างเช่นมีการใช้เรือยนต์ขนาดใหญ่หรือความเร็วสูงในคลองขนาดเล็ก ซึ่งก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียง มลพิษทางน้ำมัน และการกัดเซาะตลิ่งในบางพื้นที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“ยังไม่สอดคล้องครับ ยกตัวอย่างเรื่องบ้านเรือนริมคลองในบางพื้นที่ยังขาดระบบบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐานก่อนปล่อยลงสู่คลองและแหล่งน้ำธรรมชาติ ทำให้เกิดมลพิษทางน้ำ น้ำเน่า น้ำเสียได้ครับ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“ยังไม่สอดคล้องมากนักครับ ผมมองว่าควรมีการนำเสนอการท่องเที่ยวในรูปแบบที่สามารถสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรได้จริง แล้วก็ขาดการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาปรับใช้กับเกษตรกรในสวนเกษตรต่าง ๆ เพื่อให้เค้าสามารถพัฒนาเป็นฟาร์มเกษตรและเปิดรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเชิงเกษตรหรือธรรมชาติได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ยังไม่สอดคล้อง เช่นเรื่องของการใช้วัสดุที่มาจากธรรมชาติ ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรืออย่างการก่อสร้างที่พัก ร้านอาหารในพื้นที่ธรรมชาติยังคงใช้วัสดุที่ไม่ย่อยสลายหรือมีผลกระทบต่อระบบนิเวศ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“ยังไม่ค่อยสอดคล้องเท่าที่ควร เนื่องจากหลายแหล่งเน้นการพัฒนาเชิงโครงสร้าง ทำให้เกิดการรบกวนทรัพยากรธรรมชาติมากเกินไป ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ เสื่อมโทรมได้ครับ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“การพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ยังไม่ไปด้วยกันครับ เช่นการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากเกินไปจนทำลายความงามและระบบนิเวศดั้งเดิมของพื้นที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“คิดว่ายังไม่สอดคล้อง อย่างการก่อสร้างที่รูกลำคลองหรือปิดกั้นทางน้ำในบางพื้นที่ ทำให้ระบบนิเวศทางน้ำไม่สามารถฟื้นตัวได้ตามธรรมชาติ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“การใช้คลองหรือแม่น้ำเพื่อการท่องเที่ยวปะปนกับการขนส่งสินค้าและเกษตรกรรมโดยไม่มีการกำหนดช่วงเวลาหรือพื้นที่การใช้ที่ชัดเจน ทำให้เกิดความเสียดูอุบัติเหตุ ความไม่ปลอดภัยและมลภาวะ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“การก่อสร้างที่พักอาศัยหรือร้านอาหารริมน้ำที่ขาดการควบคุมขนาดรูปแบบอาคารและการออกแบบฐานราก ทำให้เกิดการกัดเซาะตลิ่งและการทำลายภูมิทัศน์ทางน้ำ รวมทั้งเสียดูอุบัติเหตุทางน้ำได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“คิดว่ายังไม่ค่อยเหมาะสม ยกตัวอย่างเช่นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติบางแห่งยังขาดการรับรองมาตรฐานด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ทำให้ไม่สามารถแข่งขันในตลาดนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ไม่สอดคล้องเท่าที่ควร ที่น่าเป็นห่วงคือการขาดการควบคุมมาตรฐานทางสิ่งแวดล้อม ระบบการตรวจสอบและการลงโทษการปล่อยน้ำเสียจากโรงงานอุตสาหกรรมเข้าสู่แม่น้ำท่าจีนหรือคลองต่าง ๆ ยังขาดความเข้มงวดและประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“ยังไม่สอดคล้อง เพราะการพัฒนาการท่องเที่ยวปัจจุบันยังเน้นการสร้างมากกว่าการสอนให้รู้คุณค่าของสิ่งแวดล้อม ขาดการออกแบบกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น การทำความสะอาดคลอง การบำบัดน้ำเสียก่อนปล่อยลงคลอง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“ยังมีปัญหาเรื่องความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์กับความเป็นจริง เช่น ภาพที่ใช้ในการโปรโมตมักสวยงามกว่าสภาพจริงของคลองและแม่น้ำที่ประสบปัญหามลพิษ ทำให้เกิดความผิดหวังเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางมาถึง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“ยังมีปัญหาเรื่องความสะดวกในการเข้าถึง การจองโปรแกรมต่าง ๆ เนื่องจากปัจจุบันการจองกิจกรรมเชิงเกษตรหรือการล่องเรือตามคลองยังเป็นระบบที่ไม่มีมาตรฐาน ขาดการใช้ระบบดิจิทัลในการจัดการตารางเวลา ความจุ และการชำระเงิน ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องทำการติดต่อกับผู้ประกอบการในพื้นที่เอง บางครั้งอาจจะไม่ค่อยสะดวก รวมทั้งการเข้าถึงของแต่ละพื้นที่บางแห่งก็ไปยาก เพราะไม่มีรถสาธารณะ ทำให้การท่องเที่ยวบางแหล่งคนน้อยหรืออาจจะไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร”
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ประเด็นที่ 3.2 เกี่ยวกับความสอดคล้องของการพัฒนาการท่องเที่ยวกับหลักการอนุรักษ์ธรรมชาติ พบว่าการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมยังไม่สอดคล้องกับการอนุรักษ์เท่าที่ควร โดยมีปัญหาหลักที่สอดคล้องกันคือ การขาดการวางแผนระยะยาวอย่างเป็นระบบ การสร้างสิ่งปลูกสร้างที่รุกรานพื้นที่ธรรมชาติ และปัญหาการจัดการของเสีย

ผู้เชี่ยวชาญหลายท่านแสดงความกังวลเกี่ยวกับการขาดการวางแผนระยะยาวที่คำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว และการสร้างสิ่งปลูกสร้างที่ถาวรหรือรุกรานพื้นที่ธรรมชาติ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 3, 4, 10, 11, 12) เช่น การก่อสร้างรีสอร์ทหรือที่พักริมน้ำที่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศน์ทางน้ำ และพื้นที่เกษตรกรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5, 14) รวมถึงการใช้วัสดุก่อสร้างที่ไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9) ปัญหาที่สอดคล้องกันอย่างมากคือ การขาดมาตรการรองรับเพื่อจัดการกับขยะและน้ำเสีย (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 4) โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาของบ้านเรือนริมคลองที่ขาดระบบบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐานก่อนปล่อยลงสู่คลอง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7) และการขาดความเข้มงวดในการควบคุมมาตรฐานทางสิ่งแวดล้อมและการลงโทษการปล่อยน้ำเสียจากโรงงานอุตสาหกรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

นอกจากนี้ ยังมีความไม่สอดคล้องในด้านการใช้ทรัพยากรและการจัดการกิจกรรมโดยมีการใช้เรือยนต์ขนาดใหญ่ในคลองขนาดเล็กที่ก่อให้เกิดมลภาวะและกีดขวางตลิ่ง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6) และการใช้คลองหรือแม่น้ำเพื่อการท่องเที่ยวปนกับการขนส่งสินค้าโดยไม่มีการกำหนดช่วงเวลาหรือพื้นที่การใช้ที่ชัดเจน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13) ผู้เชี่ยวชาญยังชี้ว่าการพัฒนาส่วนใหญ่ยังเน้นการสร้างมากกว่าการสอนให้รู้คุณค่าของสิ่งแวดล้อม และขาดการออกแบบกิจกรรมที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17) ขณะเดียวกันก็มีการเสนอว่าควรมีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในสวนเกษตรเพื่อให้เกษตรกรสามารถสร้างรายได้และพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรได้ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8) รวมถึงปัญหาเรื่องความแตกต่างระหว่างภาพลักษณ์ที่ใช้ในการโปรโมตกับสภาพจริงของคลองและแม่น้ำที่ประสบปัญหาหมอกพิษ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18) และการขาดระบบดิจิทัลในการจัดการการจอง

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรหรือการล่องเรือตามคลอง ทำให้ไม่สะดวกในการเข้าถึงและจองโปรแกรมต่าง ๆ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

3.3 ปัญหาทางสิ่งแวดล้อมหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลต่อความยั่งยืนของธรรมชาติอย่างไร?

“ปัญหาทางสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำเสียและขยะพลาสติก ส่งผลโดยตรงต่อระบบนิเวศในพื้นที่ ขณะที่พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น การทิ้งขยะไม่เป็นที่ หรือการเหยียบย่ำพืชพรรณในพื้นที่อ่อนไหว ก็ทำให้ความยั่งยืนของแหล่งธรรมชาติลดลงอย่างมาก” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ปัญหาล้างแวดล้อมที่เกิดจากนักท่องเที่ยว เช่น การทิ้งขยะไม่เป็นที่เป็นทาง และพฤติกรรมที่ไม่ระมัดระวัง เป็นปัจจัยที่ทำลายความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติเสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็วและไม่สามารถฟื้นฟูได้ทัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“มีผลกระทบอย่างมากครับ การไม่ตระหนักถึงการอนุรักษ์ธรรมชาติของทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวทำให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกใช้ไปอย่างไม่ยั่งยืน และอาจไม่สามารถฟื้นฟูกลับมาได้ในอนาคต” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“มีผลกระทบอย่างมากครับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาขยะที่เกิดจากนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อระบบนิเวศทางน้ำและบนบก และอาจทำลายความสมบูรณ์ของแหล่งท่องเที่ยวในระยะยาว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“มีผลกระทบอย่างมากครับ โดยเฉพาะปัญหาขยะและน้ำเสียที่เกิดจากนักท่องเที่ยว ซึ่งทำลายความสมบูรณ์ของระบบนิเวศ และทำให้แหล่งท่องเที่ยวไม่สามารถฟื้นฟูกลับมาได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“การไม่ตระหนักถึงการอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการส่งผลให้เกิดความเสียหายต่อทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งจะทำลายความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในอนาคต” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“การทิ้งขยะ การให้อาหารสัตว์ที่ไม่เหมาะสม หรือการทำลายพืชในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้ต้นทุนในการจัดการของชุมชนสูงขึ้นและลดความน่าสนใจของสถานที่ในระยะยาวได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการหรือแม้แต่คนในชุมชนบางคนที่ไม่เหมาะสม เช่น การทิ้งขยะไม่เป็นที่ ส่งผลให้ธรรมชาติถูกทำลาย ไม่สวยงาม และแหล่งท่องเที่ยวก็พลดความน่าสนใจลงได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ปัญหาการสูญเสียความไว้วางใจในมาตรฐานความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์เกษตร เพราะเมื่อแหล่งน้ำสกปรก ก็จะส่งผลต่อคุณภาพดินและผลผลิตทางการเกษตรได้ ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของสินค้าเกษตรหรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรในพื้นที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“อาจจะทำให้เกิดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพที่ไม่สามารถฟื้นคืนได้ เช่นการปล่อยน้ำเสียและการทิ้งขยะลงคลอง ซึ่งเป็นแหล่งเพาะพันธุ์ของพืชและสัตว์ท้องถิ่น ทำให้ธรรมชาติของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศลดลงอย่างถาวร” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ผมมองว่าเมื่อสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรม ชาวบ้านขาดความรู้เรื่องเกษตรอินทรีย์อาจหันไปใช้สารเคมีมากขึ้น หรือเลือกที่จะขายที่ดิน ซึ่งทำลายรากฐานของมิติ ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชาวสวน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“ปัญหาสิ่งแวดล้อมอาจทำให้เกิดการไม่ไว้วางใจและไม่มีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น เมื่อชุมชนไม่เห็นว่าการอนุรักษ์นำไปสู่ประโยชน์ที่แท้จริงหรือความเป็นธรรม พวกเขา ก็จะขาดแรงจูงใจในการรักษาความสะอาด ซึ่งนำไปสู่การทำให้พื้นที่ธรรมชาติเสื่อมโทรมลงในที่สุด” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“เมื่อแม่น้ำคลองถูกทำลายจากขยะ มลพิษทางน้ำ ระบบนิเวศก็จะไม่สามารถกลับสู่สภาวะปกติได้ด้วยตนเอง ซึ่งหมายถึงการทำลายทุนทางธรรมชาติของการท่องเที่ยวของชุมชนอย่างถาวร” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“เมื่อเห็นคุณภาพน้ำและธรรมชาติที่ไม่ดี นักท่องเที่ยวก็จะไม่พาครอบครัวกลับมาทำกิจกรรมเชิงธรรมชาติอีก” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“นักท่องเที่ยวไม่มั่นใจในการมาพักหรือซื้อสินค้าทางการเกษตรอินทรีย์ของชุมชน เพราะเห็นสภาพแวดล้อมที่ไม่สะอาด” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ปัญหาทำให้เกิดความไม่มั่นใจในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าแล้วเห็นสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยมลภาวะ เขาจะเกิดความสงสัยในคุณภาพสินค้าที่ได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“ปัญหาทำให้นักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพจะหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีปัญหามลภาวะทางอากาศหรือน้ำอย่างเห็นได้ชัด ทำให้นครปฐมพลาดโอกาสจากกลุ่มตลาดนี้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรจะลดความน่าเชื่อถือ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“เกิดการสูญเสียความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ซึ่งเป็นกลุ่มที่เต็มใจจ่ายแพงกว่าเพื่อประสบการณ์ที่มีคุณภาพ แต่เมื่อสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม ก็จะเหลือแต่นักท่องเที่ยวที่มาแล้วก็กลับ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ในประเด็นที่ 3.3. เกี่ยวกับผลกระทบของปัญหาสิ่งแวดล้อมต่อความยั่งยืนของการท่องเที่ยว สรุปใจความสำคัญได้อย่างชัดเจนว่าปัญหาสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่สุดคือมลภาวะทางน้ำและปัญหาขยะที่เกิดจากทั้งนักท่องเที่ยวและกิจกรรมในพื้นที่ ซึ่งไม่เพียงแต่ทำลายความสมบูรณ์ของระบบนิเวศอย่างถาวร แต่ยังบั่นทอนความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในคุณภาพสินค้าและบริการ และส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในอนาคตของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเกษตร

ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าปัญหาขยะพลาสติกและน้ำเสียส่งผลกระทบอย่างมากต่อระบบนิเวศทางน้ำและบนบก (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 4, 5, 10, 13) ทำให้แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

เสื่อมโทรมลงอย่างรวดเร็วและไม่สามารถฟื้นฟูได้ทัน ซึ่งรวมถึงพฤติกรรมที่ไม่ระมัดระวังของนักท่องเที่ยว เช่น การทิ้งขยะไม่เป็นที่เป็นทาง การเหยียบย่ำพืชพรรณ หรือการทำลายพืชในพื้นที่อ่อนไหว (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 7, 8) สิ่งเหล่านี้ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกใช้ไปอย่างไม่ยั่งยืน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3, 6) และส่งผลให้ต้นทุนในการจัดการของชุมชนสูงขึ้น

นอกจากผลกระทบต่อระบบนิเวศโดยตรงแล้ว ผลกระทบที่สอดคล้องมากในลำดับต่อมาคือการ สูญเสียความเชื่อมั่นและความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9, 15, 16, 18) โดยผู้เชี่ยวชาญชี้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเห็นสภาพแวดล้อมที่เต็มไปด้วยมลภาวะและน้ำสกปรก พวกเขาจะเกิดความสงสัยในคุณภาพของดิน ผลผลิตและความปลอดภัยของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งจะทำให้นครปฐมพลาดโอกาสจากกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจสุขภาพและเต็มใจจ่ายแพงกว่าเพื่อประสบการณ์ที่มีคุณภาพ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17, 19) นอกจากนี้ปัญหาล้างแวดล้อมยังนำไปสู่การไม่ไว้วางใจและไม่มีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่นเมื่อชุมชนไม่เห็นว่าการอนุรักษ์นำไปสู่ประโยชน์ที่แท้จริงก็จะขาดแรงจูงใจในการรักษาความสะอาด (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12) ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นการทำลายรากฐานของมิติธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชาวสวน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11) และจะทำให้นักท่องเที่ยวจะไม่พาครอบครัวกลับมาทำกิจกรรมเชิงธรรมชาติอีก (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14) ในอนาคต

4. คำถามเฉพาะด้าน “วัฒนธรรม” (การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม / วิถีชุมชน)

4.1 ในมุมมองของท่าน มีปัญหาอะไรที่กระทบต่อการสืบสานและนำเสนอวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม?

“ปัญหาคือแรงกดดันทางการค้าที่ทำให้การนำเสนอวัฒนธรรมขาดความแท้จริง และกลายเป็นการแสดงที่สร้างขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตจริง นอกจากนี้ ยังมีช่องว่างระหว่างวัยที่คนรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการสืบทอดวัฒนธรรมดั้งเดิมน้อยลง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ปัญหาคือการขาดการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ และการขาดทุนสนับสนุนครับ คนรุ่นใหม่ห่างไกลจากวัฒนธรรมดั้งเดิม ขณะที่ชุมชนขาดงบประมาณและองค์ความรู้ในการนำเสนอวัฒนธรรมให้มีความน่าสนใจและเข้าถึงได้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ปัญหาคือการขาดการสืบทอดครับ คนรุ่นใหม่ไม่ให้ความสำคัญกับงานหัตถกรรมหรือวิถีชีวิตดั้งเดิมเท่าที่ควร ทำให้เกิดความเสี่ยงที่วัฒนธรรมหลายอย่างจะสูญหายไป” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“คนรุ่นเก่าที่เป็นผู้ถือครองภูมิปัญญาแต่ขาดทักษะในการใช้เครื่องมือดิจิทัล เพื่อบันทึกและถ่ายทอดความรู้ ทำให้ความรู้ถูกเก็บไว้ในรูปแบบดั้งเดิมและ ยากต่อการเข้าถึง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เช่น อาหาร หัตถกรรม มักมีรูปแบบเดิม ๆ ขาด การพัฒนารูปแบบ บรรจุภัณฑ์ และการเล่าเรื่องที่น่าสนใจเพื่อสร้างมูลค่า ในตลาด” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของชุมชนชาติพันธุ์ต่าง ๆ ในจังหวัด เช่นมอญ ไททรงดำ หรือวิเชียรมาส ยังขาดการบันทึกและขึ้นทะเบียน อย่างเป็นระบบเพื่อการคุ้มครองทรัพย์สินทางวัฒนธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่าน ที่ 6)

“นครปฐมมีศักยภาพสูงด้านอาหารแต่ขาดการบันทึกสูตรอาหารดั้งเดิม หรือ ภูมิปัญญาการประกอบอาหารที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชาวสวนอย่างเป็น ระบบ ทำให้เกิดการเสี่ยงต่อเลือนหายในอนาคต” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“มรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของชุมชน เช่น รูปถ่าย เก่า เอกสารโบราณ ของใช้ในชีวิตประจำวัน ยังขาดการจัดเก็บและอนุรักษ์ ที่เหมาะสม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ชุมชนดั้งเดิมหลายแห่งมีถนนแคบและขาดพื้นที่จอดรถสำหรับ นักท่องเที่ยว ส่งผลให้การจัดการทัวร์ขนาดใหญ่ทำได้ยาก และชุมชนขาด รายได้จากการท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“ขาดการจัดสรรพื้นที่ว่างในชุมชนเพื่อพัฒนาเป็นลานกิจกรรม ตลาดนัด วัฒนธรรม หรือพื้นที่จัดแสดงงานศิลปะชั่วคราว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ยังไม่มีระบบการรับรองว่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น หรือการ แสดงทางวัฒนธรรมที่นำเสนอมีความเป็นอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็น

นครปฐมอย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงการสร้างขึ้นใหม่เพื่อการค้า” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“การนำเสนอวัฒนธรรมมักกระจุกตัวอยู่ที่กลุ่มผู้นำชุมชนหรือผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย อาจทำให้การส่งเสริมกิจกรรมวัฒนธรรมทำได้ยาก รวมไปถึงอาจพลาดโอกาสที่ได้เห็นมุมมองทางวัฒนธรรมจากกลุ่มคนในท้องถิ่นที่หลากหลายและอาจมีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่น่าสนใจหรือดั้งเดิม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“การละเลยการบันทึกและถ่ายทอดภูมิปัญญาด้านอาหาร งานฝีมือ หรือภาษาท้องถิ่นของกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ทำให้ทักษะและความรู้หายไปพร้อมกับคนรุ่นเก่า” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“การขาดการรับรองคุณภาพของสินค้าทางวัฒนธรรมที่ขายให้นักท่องเที่ยว เช่นแหล่งกำเนิด วัสดุ และเรื่องราวที่ถูกต้อง ทำให้ผลิตภัณฑ์ถูกมองว่าเป็นสินค้าทั่วไป ไม่น่าสนใจ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“ขาดกลไกในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอาหารพื้นถิ่น หรือการแสดงของชุมชน ทำให้เกิดการลอกเลียนแบบโดยผู้ประกอบการรายใหญ่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“บุคลากรในชุมชนที่ทำหน้าที่นำเสนอวัฒนธรรมขาดทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ ทำให้ต้องพึ่งพาคูศุเทศก์ภายนอก ซึ่งอาจนำไปสู่การถ่ายทอดเรื่องราวที่คลาดเคลื่อนได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“ภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ หรือตำรับอาหารดั้งเดิมขาดการคุ้มครองทางกฎหมาย ทำให้ง่ายต่อการถูกนำไปใช้ประโยชน์โดยผู้ประกอบการรายใหญ่ โดยที่ชุมชนไม่ได้รับผลตอบแทน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“บางชุมชนมีร่วมมือกับบริษัททัวร์ แต่ขาดการสนับสนุนด้านการร่างและตรวจสอบสัญญาความร่วมมือและแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมตาม

กฎหมาย ทำให้บางครั้งชุมชนเหล่านี้ไม่ได้รับผลประโยชน์เท่าที่ควร”
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและอาหารท้องถิ่นขาดช่องทางการตลาดและช่องทาง
สื่อสารดิจิทัลหรือโซเชียลมีเดียต่าง ๆ สำหรับการขายสินค้าและบริการให้แก่
นักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับไปแล้ว และอยากจะซื้อสินค้าอีกครั้ง แต่ถ้าไม่มี
ช่องทางที่เหมาะสม ชุมชนก็พลาดโอกาสรายได้ตรงนี้ไป” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่
19)

ต่อมาในประเด็นที่ 4.1 เกี่ยวกับปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สรุปใจความ
สำคัญได้ว่า ปัญหาหลักที่สอดคล้องกันคือความเสี่ยงที่วัฒนธรรมดั้งเดิมและภูมิปัญญาจะสูญหายไป
จากการขาดการสืบทอดและการบันทึกอย่างเป็นระบบ ประกอบกับแรงกดดันทางการค้าที่ทำให้การ
นำเสนอวัฒนธรรมขาดความแท้จริง โดยประเด็นที่สอดคล้องมากที่สุดคือ การขาดการสืบทอดภูมิ
ปัญญาและการมีส่วนร่วมของคนรุ่นใหม่ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 3) โดยคนรุ่นใหม่ห่างไกลจาก
วัฒนธรรมดั้งเดิม งานหัตถกรรมและวิถีชีวิตชาวสวน ทำให้เกิดความเสี่ยงที่วัฒนธรรมหลายอย่างจะ
สูญหาย นอกจากนี้ยังมีการเน้นย้ำถึง การขาดการบันทึก การขึ้นทะเบียน และการจัดเก็บมรดกทาง
วัฒนธรรมและภูมิปัญญาอย่างเป็นระบบ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4, 6, 7, 8, 13) ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญา
ด้านอาหารดั้งเดิมของชุมชนชาติพันธุ์ (มอญ, ไททรงดำ) หรือเอกสารโบราณ ซึ่งความรู้เหล่านี้มักถูก
เก็บไว้ในรูปแบบดั้งเดิมและยากต่อการเข้าถึง เนื่องจากคนรุ่นเก่าขาดทักษะในการใช้เครื่องมือดิจิทัล

ปัญหาที่สอดคล้องกันในลำดับต่อมาคือการขาดการสร้างมูลค่าเพิ่มและการรับรองคุณภาพ
ของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5, 11, 14) โดยผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและอาหาร
ท้องถิ่นมักมีรูปแบบเดิม ๆ ขาดการพัฒนาแบบบูรณาการและการเล่าเรื่องที่น่าสนใจ นอกจากนี้ยัง
ขาดระบบการรับรองว่าเป็นอัตลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นนครปฐมอย่างแท้จริง ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ถูก
มองว่าเป็นสินค้าทั่วไป และมีความเสี่ยงต่อการถูกลอกเลียนแบบโดยผู้ประกอบการรายใหญ่
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15, 17) เนื่องจากขาดกลไกในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

นอกจากนี้ ยังมีปัญหาด้านการจัดการและการเข้าถึงตลาด โดยชุมชนขาดพื้นที่ว่างในการ
พัฒนาเป็นลานกิจกรรมหรือตลาดนัดวัฒนธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10) และบางชุมชนดั้งเดิมมีปัญหา
ถนนแคบและขาดพื้นที่จอดรถสำหรับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้การจัดการทัวร์ขนาดใหญ่ทำได้ยาก
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9) และสุดท้ายคือปัญหาที่การนำเสนอวัฒนธรรมมักกระจุกตัวอยู่ที่กลุ่มผู้นำหรือ
ผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12) และบุคลากรในชุมชนขาดทักษะในการ
ใช้ภาษาต่างประเทศ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16) รวมถึงการขาดช่องทางการตลาดดิจิทัลที่เหมาะสม
สำหรับการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยวหลังการเดินทาง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

4.2 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมปัจจุบันยังสะท้อน “อัตลักษณ์ท้องถิ่น” ได้ชัดเจนอยู่หรือไม่? เพราะเหตุใด?

“ยังสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ไม่ชัดเจนนัก เพราะกิจกรรมหลายอย่างถูกทำให้เป็นมาตรฐานทั่วไป ไม่ได้มีลักษณะเฉพาะของนครปฐมอย่างแท้จริง เนื่องจากชุมชนอาจขาดความรู้หรือทรัพยากรในการพัฒนากิจกรรมที่ไม่เหมือนใคร และบางครั้งก็ถูกกดดันให้ทำในสิ่งที่ตลาดนักท่องเที่ยวต้องการ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ยังไม่ชัดเจนนัก เพราะกิจกรรมบางอย่างขาดความเป็นของท้องถิ่นอย่างแท้จริง มักจะมีการนำกิจกรรมจากแหล่งอื่นมาใช้โดยไม่ปรับให้เข้ากับบริบทของพื้นที่ และขาดการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวนครปฐม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ยังไม่ชัดเจนครับ เพราะกิจกรรมส่วนใหญ่ยังเน้นที่การแสดงเชิงพาณิชย์มากกว่าการนำเสนอวิถีชีวิตจริงของชุมชน และขาดการเล่าเรื่องที่น่าสนใจเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าใจและเข้าถึงแก่นแท้ของวัฒนธรรมท้องถิ่น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“ยังไม่ชัดเจนครับ เพราะบางกิจกรรมเป็นการลอกเลียนแบบจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และขาดการพัฒนาอย่างสร้างสรรค์เพื่อให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์เฉพาะของนครปฐม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ยังไม่ชัดเจนครับ เพราะขาดการค้นคว้าและนำเสนอเรื่องราวของวัฒนธรรมในเชิงลึก ทำให้กิจกรรมต่าง ๆ กลายเป็นเพียงการแสดงที่ไม่มี ความหมาย และไม่สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“ยังไม่ชัดเจนครับ เพราะกิจกรรมบางอย่างขาดการค้นคว้าวิจัยอย่างลึกซึ้ง และเน้นการนำเสนอที่ฉาบฉวย ทำให้ไม่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“ยังไม่ชัดเจนครับ เพราะกิจกรรมบางอย่างขาดอัตลักษณ์ของนครปฐมและถูกปรังแต่งเพื่อการท่องเที่ยวมากเกินไป ทำให้ไม่สามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้อย่างเต็มที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“ยังไม่ชัดเจนครับ เพราะกิจกรรมส่วนใหญ่ถูกปรังแต่งเพื่อการพาณิชย์มากเกินไป ทำให้ขาดความเป็นธรรมชาติและไม่ได้สะท้อนวิถีชีวิตจริงของชุมชน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“กิจกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมบางอย่างเป็นการเลียนแบบรูปแบบจากจังหวัดอื่น ขาดการเน้นย้ำถึงอัตลักษณ์เฉพาะของนครปฐม เช่น องค์ความรู้ด้านอาหาร วัฒนธรรมมอญ หรือประเพณีเฉพาะของชาวสวน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“การนำเสนอวัฒนธรรมในรูปแบบเดิม ๆ มีความจำเจ ขาดนวัตกรรมการตีความใหม่ ๆ ให้เข้ากับยุคสมัย เด็กสมัยใหม่เข้าถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมของท้องถิ่น เสี่ยงต่อการสูญหายในอนาคต” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ขาดความน่าสนใจในการนำเสนอข้อมูลทางวัฒนธรรม ขาดผู้เชี่ยวชาญและการลงทุนด้านเทคโนโลยีในการนำเสนอให้มีความน่าสนใจและทันสมัย เพื่อเล่าเรื่องราวความสำคัญทางวัฒนธรรม เช่น กลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิตชาวสวน หรือประวัติศาสตร์อาหารดั้งเดิม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“ยังไม่ชัดเจน ยังแยกส่วนกัน ยังขาดการนำเสนอเรื่องราวของการอยู่ร่วมกันและการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของนครปฐม เช่น อาหารพื้นถิ่น กลุ่มชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่นดั้งเดิม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“ยังไม่ค่อยชัดเจน โดยเฉพาะการท่องเที่ยวยังมีความคล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น ๆ เช่น ตลาดน้ำ ชุมชนทางวัฒนธรรม ทั้ง ๆ ที่นครปฐมมีความโดดเด่นทางด้านอาหารแต่ขาดการเน้นย้ำเพื่อสร้างความแตกต่างให้เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“ขาดการพัฒนาตราสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ชุมชนต่าง ๆ ต่างสร้างแบรนด์ของตนเองโดยขาดการเชื่อมโยงกับแบรนด์หลักของจังหวัด หรืออาจจะยังไม่มี ทำให้เกิดความสับสนในการรับรู้ของนักท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“การแสดงทางวัฒนธรรมบางอย่างถูกปรับเปลี่ยนเพื่อให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากเกินไปจนสูญเสียคุณค่าดั้งเดิมไป” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“กิจกรรมวัฒนธรรมถูกกำหนดโดยผู้จัดงานหรือหน่วยงานภายนอก ทำให้การนำเสนอเป็นไปตามความต้องการของตลาด มากกว่าการสะท้อนความเชื่อและวิถีชีวิตที่แท้จริงของชุมชน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“กิจกรรมส่วนใหญ่เป็นการจัดแสดงมากกว่าการมีส่วนร่วม นักท่องเที่ยวจึงไม่ได้เรียนรู้ภูมิปัญญาเบื้องหลังอย่างแท้จริง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“การขาดการสนับสนุนช่างฝีมือท้องถิ่น ทำให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมไม่สามารถยกระดับสู่ตลาดสากลได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“การถ่ายทอดเรื่องราววัฒนธรรมยังพึ่งพาอาสาสมัครที่ขาดทักษะในการสื่อสารที่น่าสนใจและถูกต้อง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

ในประเด็นที่ 4.2 เกี่ยวกับความสามารถของกิจกรรมท่องเที่ยวในการสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดนครปฐม สรุปใจความสำคัญได้อย่างสอดคล้องกันว่า กิจกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมยังสะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้ไม่ชัดเจนนัก เนื่องจากส่วนใหญ่มักเป็นการ นำเสนอที่ฉาบฉวย ถูกปรุงแต่งเพื่อการค้า และขาดการค้นคว้าเรื่องราวในเชิงลึก ทำให้กิจกรรมเหล่านั้นกลายเป็นมาตรฐานทั่วไปที่คล้ายคลึงกับจังหวัดอื่น โดยประเด็นสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญที่สอดคล้องกันมากที่สุดคือ การขาดความแท้จริง (Authenticity) และถูกปรุงแต่งเพื่อการพาณิชย์มากเกินไป (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 3, 7, 8, 15) โดยกิจกรรมส่วนใหญ่มักกลายเป็นการแสดงที่สร้างขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวมากกว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตจริง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16) และมีการ ลอกเลียนแบบ กิจกรรมจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นโดยไม่ได้ปรับให้เข้ากับบริบทเฉพาะของนครปฐม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 4, 9, 13) ซึ่งเป็นผลมาจากการขาดทรัพยากรหรือถูกกดดันให้ทำในสิ่งที่ตลาดนักท่องเที่ยวต้องการ

ปัญหาที่สอดคล้องกันในลำดับต่อมาคือ การขาดการค้นคว้าวิจัยและการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงกับอัตลักษณ์เฉพาะของนครปฐม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 5, 6, 12) ผู้เชี่ยวชาญระบุว่ากิจกรรมต่าง ๆ ขาดการนำเสนอวัฒนธรรมในเชิงลึก เช่น องค์ความรู้ด้านอาหาร วิถีชีวิตชาวสวน หรือวัฒนธรรมมอญ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9, 11) ทำให้กิจกรรมกลายเป็นเพียงการแสดงทั่ว ๆ ไปและไม่สามารถสร้างความประทับใจได้ นอกจากนี้ การนำเสนอวัฒนธรรมในรูปแบบเดิม ๆ ก็ทำให้เกิดความจำเจและขาดนวัตกรรมการตีความใหม่ ๆ ที่จะเข้าถึงคนรุ่นใหม่ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10) และบางครั้งการถ่ายทอดเรื่องราวก็พึ่งพาอาสาสมัครที่ขาดทักษะในการสื่อสารที่น่าสนใจและถูกต้อง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

ประเด็นสุดท้าย ผู้เชี่ยวชาญยังชี้ให้เห็นถึงความท้าทายในการจัดการแบรนด์และการสนับสนุนโดยขาดการพัฒนาตราสินค้าหลักของจังหวัดที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14) และขาดการสนับสนุนช่างฝีมือท้องถิ่นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมสามารถยกระดับสู่ตลาดสากลได้ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18) ทั้งหมดนี้ส่งผลให้กิจกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมของนครปฐมยังไม่สามารถสร้างความโดดเด่นและความแตกต่างจากจังหวัดอื่นได้อย่างมีนัยสำคัญ

4.3 มีปัญหาใดที่ส่งผลให้ชุมชนรู้สึกไม่อยากมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว หรือรู้สึกว่าไม่ได้ประโยชน์?

“ปัญหาหลักคือการกระจายรายได้ที่ไม่เป็นธรรม โดยผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจส่วนใหญ่มักตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่เพียงไม่กี่ราย ในขณะที่คนในชุมชนมีรายได้ไม่มากนัก นอกจากนี้ชุมชนยังรู้สึกว่าต้องแบกรับภาระที่เพิ่มขึ้นจากการจัดการนักท่องเที่ยว แต่ไม่ได้รับการสนับสนุนที่เพียงพอ ทำให้ขาดแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ชุมชนรู้สึกว่านักท่องเที่ยวไม่ได้นำมาซึ่งประโยชน์ที่ยั่งยืน เพราะผลกำไรส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่ ขณะที่ชุมชนต้องแบกรับภาระในการจัดการ นอกจากนี้ยังขาดการอบรมที่จำเป็นในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี รวมถึงขาดการสร้างความรู้ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองเพื่อที่จะสามารถถ่ายทอดให้นักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ชุมชนที่เปิดรับนักท่องเที่ยวต้องเจอกับความคิดเห็นเชิงลบบนแพลตฟอร์มออนไลน์ แต่ขาดกลไกการช่วยเหลือในการตอบกลับหรือแก้ไขข้อเสียอย่างมืออาชีพ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“การเตรียมต้อนรับนักท่องเที่ยวต้องใช้เวลาและแรงงานสูง แต่ผลตอบแทนไม่คุ้มค่า โดยเฉพาะเมื่อต้องใช้เวลาของผู้สูงอายุที่ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของภูมิปัญญา” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“นักท่องเที่ยวเข้าถึงพื้นที่ส่วนตัวเกินไป ถ่ายรูปโดยไม่ขออนุญาต เสียงดังหรือรบกวนการทำกิจกรรมประจำวันของชุมชน ทำให้เกิดความเบื่อหน่ายและความไม่พอใจ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“ชุมชนขาดทักษะด้านการตลาดและการบริหารจัดการ เช่นชุมชนที่เริ่มทำธุรกิจท่องเที่ยวขนาดเล็กมักพบความยุ่งยากในการปฏิบัติตามระเบียบด้านภาษีและใบอนุญาตต่าง ๆ ทำให้เลือกที่จะดำเนินธุรกิจแบบไม่เป็นทางการ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“ชุมชนขาดความเข้าใจในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของคนหลากหลายกลุ่ม มีสินค้าให้เลือกไม่มาก” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“ชุมชนรู้สึกว่าไม่ได้เป็นเจ้าของโครงการและผลประโยชน์ไม่ทั่วถึง การพัฒนาที่มาจากคนภายนอก หรือนายทุนโดยไม่ได้ให้ชุมชนมีส่วนร่วมหรือมีส่วนร่วมน้อยในการตัดสินใจตั้งแต่ต้น ทำให้คนในชุมชนรู้สึกเหมือนเป็นผู้รับคำสั่งมากกว่าจะเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“การพัฒนาที่มาจากคนภายนอกโดยไม่ได้สอบถามหรือให้โอกาสชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบกิจกรรมหรือพัฒนาชุมชนอาจจะทำให้การดำเนินการไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เพราะพวกเขารู้สึกว่าไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“รายได้ส่วนใหญ่มักไปตกอยู่ที่ธุรกิจทัวร์หรือร้านอาหารขนาดใหญ่ ชุมชนและผู้ประกอบการเล็กๆ ไม่ได้รับการโปรโมตที่เพียงพอ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ชุมชนขาดระบบการเก็บค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่โปร่งใสและเป็นมาตรฐาน หรืออาจจะไม่เข้าใจการบริหารจัดการ ต่างคนต่างทำ ทำให้รู้สึกว่าถูกเอาเปรียบหรือไม่ได้ผลประโยชน์เต็มที่ พอเจอแบบนี้เขาก็ไม่อยากทำต่อ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“หลายชุมชนขาดโอกาสในการเรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการมาตรฐานท่องเที่ยว เช่น มาตรฐานอาหารปลอดภัยหรือการบริการเพื่อยกระดับร้านอาหารเล็กๆ และชุมชนท่องเที่ยวของตนเองให้ได้มาตรฐานการท่องเที่ยวและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“คนในชุมชนยังผลิตสินค้าที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมในรูปแบบเดิม ๆ ที่ไม่ค่อยสะดุดตาหรือดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาซื้อ หรือนำไปเป็นของฝากให้คนอื่น ๆ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“ชุมชนขาดความเข้าใจในการรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทำให้รู้สึกว่าตนเองไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ได้ ก็จะไม่อยากทำหรือพัฒนาสินค้าต่อ เพราะขาดกำลังใจ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“ชุมชนรู้สึกถึงความไม่เป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ชุมชนรู้สึกว่าพัฒนาชุมชนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีความเสี่ยงทางธุรกิจสูง เนื่องจากการลงทุนทำโฮมสเตย์หรือเกษตรอินทรีย์ต้องใช้งเงินมาก แต่รายได้อาจจะไม่แน่นอน คนอาจจะไม่มาเที่ยวและอาจจะถูกกดราคาจากคนกลาง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“บางชุมชนไม่สามารถรวมกลุ่มกันได้ มีพรรคพวกเดียวกันเท่านั้นถึงจะสามารถเข้าร่วมได้ และชาวบ้านบางส่วนรู้สึกว่าถูกกำหนดเงื่อนไขที่ไม่เป็นธรรมในการขายสินค้าในพื้นที่ท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“ชุมชนถูกรบกวนจากนักท่องเที่ยว รู้สึกว่าตนเองถูกใช้เป็นฉากในการ
ถ่ายรูปมากกว่าการถูกเคารพในฐานะเจ้าของวัฒนธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่าน
ที่ 18)

“ชุมชนขาดความเข้าใจในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของ
ตลาดและนักท่องเที่ยว ขาดทักษะและเงินทุนในการพัฒนาสินค้า ทำให้
ผลิตแต่ของเดิม ๆ หรือขายสินค้าที่ต้นทุนไม่สูงมาก ทำให้พลาดโอกาสใน
การขายตลาดและฐานลูกค้าที่มากขึ้น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากประเด็นที่ 4.3 เกี่ยวกับปัญหาที่ส่งผลให้ชุมชนรู้สึกไม่อยากมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว
หรือรู้สึกว่าไม่ได้ประโยชน์ สรุปใจความสำคัญได้ว่า ปัญหาหลักที่สุดคือการกระจายรายได้ที่ไม่เป็น
ธรรมและความรู้สึกไม่ได้เป็นเจ้าของโครงการ โดยผลประโยชน์ส่วนใหญ่มักตกอยู่กับผู้ประกอบการ
หรือนายทุนรายใหญ่ ขณะที่ชุมชนต้องแบกรับภาระและต้นทุนในการจัดการ

ประเด็นที่สอดคล้องมากที่สุดคือ ความไม่เป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์ (ผู้เชี่ยวชาญ
ท่านที่ 1, 10, 11, 15) ผู้เชี่ยวชาญระบุว่าผลกำไรส่วนใหญ่มักตกอยู่กับผู้ประกอบการรายใหญ่ ธุรกิจ
ทัวร์ หรือร้านอาหารขนาดใหญ่ โดยที่ชุมชนมีรายได้ไม่มากนักและรู้สึกว่าถูกเอาเปรียบ (ผู้เชี่ยวชาญ
ท่านที่ 1, 15) นอกจากนี้ยังขาดระบบการเก็บค่าธรรมเนียมการใช้บริการที่โปร่งใสและเป็นมาตรฐาน

ปัญหาที่สอดคล้องกันในลำดับต่อมาคือ การขาดการมีส่วนร่วมที่แท้จริงและความรู้สึกไม่เป็น
เจ้าของโครงการ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8, 9) โดยการพัฒนาและการออกแบบกิจกรรมมักมาจากคน
ภายนอกหรือนายทุนโดยไม่ได้สอบถามหรือให้ออกาสชุมชนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจตั้งแต่ต้น ทำให้
คนในชุมชนรู้สึกเหมือนเป็นผู้รับคำสั่ง และขาดแรงจูงใจในการมีส่วนร่วม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 8,
9)

นอกจากนี้ยังมีปัญหาด้านศักยภาพและการบริหารจัดการ โดยชุมชนขาดทักษะด้าน
การตลาด การบริหารจัดการและการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดและ
นักท่องเที่ยวที่หลากหลาย (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6, 7, 13, 14, 19) สินค้าที่ระลึกที่ผลิตขึ้นมักมีรูป
แบบเดิม ๆ และขาดการพัฒนาที่น่าสนใจ ทำให้พลาดโอกาสในการขยายตลาดและฐานลูกค้า
นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญยังชี้ถึงปัญหา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่รบกวนชุมชน เช่น การเข้าถึงพื้นที่
ส่วนตัว การถ่ายรูปโดยไม่ขออนุญาต และการส่งเสียงดัง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5, 18) ซึ่งทำให้คนใน
ชุมชนรู้สึกเบื่อหน่ายและถูกใช้เป็นเพียงฉากในการถ่ายรูป รวมถึงความเสี่ยงทางธุรกิจที่สูงและการถูก
กดราคาจากคนกลาง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16) และการขาดกลไกช่วยเหลือชุมชนในการตอบกลับหรือ
แก้ไขข้อเสียเมื่อเจอความคิดเห็นเชิงลบบนแพลตฟอร์มออนไลน์ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

5. คำถามเพื่อวิเคราะห์ปัญหาเชิงระบบและเชิงนโยบาย

5.1 ท่านคิดว่าอะไรคือ “ข้อจำกัด” หรือ “ช่องว่างของนโยบาย” ด้านการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม?

“ข้อจำกัดที่สำคัญคือการขาดนโยบายที่บูรณาการและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ และยังขาดนโยบายที่มุ่งเน้นการพัฒนาเมืองสามธรรมอย่างยั่งยืนอย่างเป็นรูปธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ช่องว่างของนโยบายที่สำคัญคือนโยบายที่ไม่ต่อเนื่องและขาดความยืดหยุ่นครับ นโยบายมักเปลี่ยนแปลงตามผู้บริหาร และไม่เอื้อให้ภาคเอกชนหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางอย่างแท้จริง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“นโยบายส่วนใหญ่เป็นเพียงกรอบกว้าง ๆ แต่ไม่มีรายละเอียดการนำไปปฏิบัติที่ชัดเจน ทำให้ไม่สามารถขับเคลื่อนการพัฒนาได้อย่างเต็มที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“ขาดการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการควบคุมครับ แม้จะมีกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม แต่การบังคับใช้ยังไม่เข้มแข็งพอทำให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ช่องว่างของนโยบายคือการขาดการบูรณาการนโยบายจากทุกหน่วยงานครับ นโยบายด้านการท่องเที่ยวจากภาครัฐส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่นยังคงแยกขาดจากกัน ทำให้การทำงานไม่สอดคล้องกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“คิดว่านโยบายส่วนใหญ่มักเป็นไปตามผู้บริหารหรือมาจากภาครัฐและไม่เอื้อให้ภาคเอกชนหรือชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางการพัฒนาต่างๆ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“ขาดความต่อเนื่องและการนำไปปฏิบัติจริง ครับ นโยบายส่วนใหญ่เป็นเพียงกรอบกว้าง ๆ แต่ไม่มีรายละเอียดที่ชัดเจนในการนำไปปฏิบัติ ทำให้การทำงานไม่สามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“นโยบายจากหน่วยงานต่าง ๆ ยังคงแยกส่วนกัน ทำให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเป็นไปอย่างไม่มีทิศทาง ต่างคนต่างทำ เหมือนทำให้มันเสร็จ ๆ ไปตามแผน ไม่มีความยั่งยืน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ขาดนโยบายที่เน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ นโยบายมุ่งเน้นที่จำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมมากเกินไป แต่ขาดมาตรการจูงใจสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูงเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“ยังไม่มีหรือมีน้อยในด้านการประสานงานข้ามหน่วยงานที่ต่อเนื่อง การทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานหลัก เช่น ททท. จังหวัด ท้องถิ่น ศึกษานิเทศก์, เกษตร หรือพัฒนาชุมชน หลายโครงการยังทำเป็นโครงการชั่วคราว ขาดกลไกถาวรในการติดตามและประเมินผล” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“นโยบายมักเน้นการลงทุนในการสร้างถนน สะพาน หรืออาคาร แต่ขาดการลงทุนในบุคลากร เช่น การฝึกอบรมมัคคุเทศก์เฉพาะทาง การสร้างนักสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรม การพัฒนาทักษะการเล่าเรื่อง หรือส่งเสริมด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในชุมชน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“โครงการท่องเที่ยวหลายโครงการส่วนใหญ่เป็นลงทุนด้านการตลาดระยะสั้นขาดการจัดสรรงบประมาณประจำเพื่อการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวทำให้เกิดความทรุดโทรมอย่างรวดเร็ว พอแหล่งท่องเที่ยวทรุดโทรมหรือไม่ได้รับการดูแล คนก็ไม่อยากมาเที่ยวหรือไม่ประทับใจได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“ขาดการจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันที่รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวโดยเฉพาะธีมเรื่องสามธรรมของจังหวัด หรือข้อมูลเชื่อมโยงการท่องเที่ยวสามธรรมว่าไปที่ไหนได้บ้างใน 1 วัน 2 วันหรือ 3 วัน กินที่ไหน นอนที่ไหนได้บ้าง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“การจัดการและการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงรวมศูนย์อยู่ที่หน่วยงานระดับจังหวัดหรือหน่วยงานจากภาครัฐ ซึ่งชุมชนหรือท้องถิ่นยังมีอาส่น้อยในการเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“ยังไม่มีการโปรโมตเรื่องการท่องเที่ยวสามธรรม คนยังไม่รู้จัก ยังไม่มีการกำหนดพื้นที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสามธรรมว่ามีที่ไหนบ้าง ก็อาจจะทำให้นโยบายหรือกิจกรรมต่าง ๆ ไม่ได้ผลเท่าที่ควร” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ขาดการประชาสัมพันธ์ในสื่อต่าง ๆ ที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ หรือที่มีอยู่นั้นอาจจะไม่ได้ดึงดูดมากพอที่จะทำให้คนอยากมาเที่ยวหรือมาซื้อสินค้า ถ้ามีหน่วยงานมาช่วยในการทำการตลาดก็จะส่งผลดีต่อชุมชนท่องเที่ยว ทั้งเรื่องการทำคอนเทนต์ การได้ตอบกับนักท่องเที่ยวหรือการรับมือกับคอมเมนต์แย่ ๆ ในโซเชียลมีเดีย” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“คิดว่าเรายังขาดเรื่องการจดทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญาชาวบ้าน เพราะนครปฐมมีสินค้าทางวัฒนธรรมที่หลากหลายมาก และต้องการเก็บรักษาไว้ รวมถึงป้องกันการเลียนแบบจากคนอื่น ๆ ถ้าภาครัฐหรือเอกชนช่วยกันส่งเสริมตรงนี้ พวกมรดกทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ก็จะอยู่ได้นาน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“เรายังขาดการพัฒนาความสามารถด้านการใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวที่จะทำให้คนรู้จักเรามากขึ้น และเข้ามาเที่ยว มาซื้อสินค้าชุมชนมากขึ้น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“ขาดการรวมกลุ่มเป็นชุมชนท่องเที่ยวอย่างจริงจัง เพราะปัจจุบันแต่ละกลุ่มก็จะเป็นลักษณะส่วนบุคคล หรือต่างคนต่างทำ ใครทำมากได้มาก เพราะมันเกี่ยวกับผลประโยชน์ด้วย ถ้าไม่มีการจัดสรรดี ๆ ที่เป็นธรรม คนในชุมชนก็ไม่อยากเข้าร่วม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในประเด็นที่ 5.1 เกี่ยวกับช่องว่างและข้อจำกัดของนโยบายการท่องเที่ยว สรุปใจความสำคัญได้อย่างสอดคล้องกันว่า ปัญหาหลักที่สุดคือนโยบายที่ขาดการบูรณาการอย่างเป็นระบบ ไม่ต่อเนื่องและขาดรายละเอียดในการนำไปปฏิบัติ ซึ่งทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวขาดทิศทางที่ชัดเจนและไม่มีความยั่งยืน

ประเด็นที่สอดคล้องมากที่สุดคือ การขาดการบูรณาการและการประสานงานข้ามหน่วยงาน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 5, 8, 10) โดยนโยบายจากภาครัฐส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และท้องถิ่นยังคงแยกส่วนกัน ทำให้การทำงานไม่สอดคล้องกันและเป็นไปอย่างไม่มีทิศทาง นอกจากนี้ยังมีการเน้นย้ำถึงปัญหาของ นโยบายที่ไม่ต่อเนื่องและขาดความยืดหยุ่น (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 6, 7) ซึ่งนโยบายมักเปลี่ยนแปลงตามผู้บริหาร และขาดกลไกถาวรในการติดตามและประเมินผล ทำให้หลายโครงการเป็นเพียงโครงการชั่วคราว และขาดงบประมาณประจำเพื่อการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

ปัญหาที่สอดคล้องกันในลำดับต่อมาคือ การขาดการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและชุมชนอย่างแท้จริง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 6, 14) การจัดการและการตัดสินใจด้านการท่องเที่ยวยังคงรวมศูนย์อยู่ที่หน่วยงานระดับจังหวัดหรือภาครัฐ ทำให้ชุมชนหรือท้องถิ่นมีบทบาทในการกำหนดทิศทางน้อย ซึ่งรวมถึงการขาดนโยบายที่มุ่งเน้นคุณภาพมากกว่าปริมาณ โดยนโยบายมักมุ่งเน้นที่จำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมมากเกินไป (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9) และขาดมาตรการจูงใจสำหรับการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีมูลค่าสูง

นอกจากนี้ ผู้เชี่ยวชาญยังชี้ถึงการขาดการลงทุนที่เหมาะสมในหลายมิติ เช่น การฝึกอบรมมัคคุเทศก์เฉพาะทางหรือนักสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11) การลงทุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสำหรับการพัฒนาแอปพลิเคชันที่รวบรวมข้อมูลท่องเที่ยวในธีมเมืองสามธรรม และการทำการตลาด (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13, 16, 18) และการขาดนโยบายในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อป้องกันการเลียนแบบและคุ้มครองมรดกทางวัฒนธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17) ท้ายที่สุดคือการขาดการบังคับใช้กฎหมายและมาตรการควบคุมที่เข้มแข็งพอเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4) และการขาดการรวมกลุ่มเป็นชุมชนท่องเที่ยวอย่างจริงจังและการจัดสรรผลประโยชน์ที่เป็นธรรมในชุมชน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

5.2 หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในปัจจุบันมีบทบาทที่ชัดเจนพอหรือไม่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสามชุกรม?

“บทบาทของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนยังไม่ชัดเจนเพียงพอ มักมีความซ้ำซ้อนในการทำงานหรือขาดการประสานงานกัน ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวขาดทิศทางที่เป็นหนึ่งเดียว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ยังไม่ชัดเจนพอครับ ภาครัฐควรเป็นผู้กำหนดนโยบายและอำนวยความสะดวก แต่ในความเป็นจริงมักจะเข้ามามีบทบาทในส่วนของการจัดการเชิงปฏิบัติมากเกินไป ส่วนภาคเอกชนก็ขาดเวทีในการแสดงความคิดเห็นและร่วมขับเคลื่อนนโยบายอย่างเป็นรูปธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“บทบาทของทั้งสองส่วนยังไม่ชัดเจนพอครับ ภาครัฐควรเป็นผู้กำหนดนโยบายและอำนวยความสะดวก แต่ภาคเอกชนและชุมชนควรได้รับบทบาทที่มากขึ้นในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในพื้นที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“ยังไม่ชัดเจนครับ ปัจจุบันบทบาททั้งของภาครัฐและเอกชนยังมีความทับซ้อนกันอยู่ ต่างคนก็มีการกำหนดนโยบายเป็นของตนเอง แล้วก็ทำในแบบของแผนงานตัวเอง แต่ก็อาจจะมีเชิญหน่วยงานต่าง ๆ เข้ามาร่วมด้วยบ้าง แต่หน่วยงานเหล่านั้นบางทีก็มีนโยบายที่คล้ายกันอยู่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ยังไม่ชัดเจนพอครับ บทบาทของทั้งสองส่วนยังทับซ้อนกันอยู่ในบางโครงการหรือกิจกรรม และขาดการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ ทำให้การทำงานขาดความเป็นเอกภาพ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“คิดว่าย้วยไม่ค่อยชัดเจนครับ เช่นถ้าเป็นภาครัฐก็จะเน้นการจัดงานอีเวนต์จัดกิจกรรมต่าง ๆ แต่ละเลยการแก้ปัญหาพื้นฐาน เช่น การจราจรและการขนส่งสาธารณะที่ประชาชนเดินทางมาสะดวก ๆ ส่วนภาคเอกชนก็ต่างคนต่างทำ ขาดการสร้างแพ็กเกจท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งธรรมชาติ และวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“บทบาทของทั้งสองส่วนยังทับซ้อนกันอยู่ และขาดการแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน ทำให้เกิดความสับสนและไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ หรือต่างคนก็ต่างทำตามแผนงานของตนเอง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“นโยบายจากหน่วยงานต่าง ๆ ยังคงแยกส่วนกัน และไม่มีกลไกที่ชัดเจนในการประสานงาน ทำให้การขับเคลื่อนการพัฒนาเป็นไปอย่างไม่มีทิศทางที่ชัดเจนและขาดความต่อเนื่อง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“บทบาทยังไม่ค่อยชัดเจน เพราะส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจแนวคิดเมืองสามธรรม ทำให้การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวนั้นไม่มี ขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็งเพื่อสร้างมาตรฐานร่วมกัน อีกทั้งก็คือบทบาทยังคงกระจายและหลายครั้งที่กิจกรรมต่าง ๆ จะถามว่าใครจะเป็นเจ้าภาพหลักที่ขับเคลื่อนเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่อง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“หลายคนยังไม่ค่อยเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม แหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็ยังคงเน้นการดำเนินงานตามรูปแบบเดิม ๆ ไม่ได้ต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับเมืองสามธรรม ซึ่งอาจต้องใช้เวลาในการพัฒนาหรือสร้างสรรค์” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ยังไม่ชัดเจนและขาดอำนาจตัดสินใจ โดยบทบาทของคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังเป็นเพียงที่ปรึกษา ขาดการมอบอำนาจให้เป็นหน่วยงานขับเคลื่อนหลักที่มีอำนาจในการจัดสรรงบประมาณและดำเนินการได้อย่างอิสระ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“ส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจในแนวคิดเมืองสามธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“บทบาทยังไม่ชัดเจนและไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เช่นภาครัฐ บทบาทยังคงเป็นผู้ควบคุมและผู้จัดงานมากกว่าผู้ประสานงานกับชุมชน ส่วนภาคเอกชนก็ต่างคนต่างทำเพื่อหวังรายได้และกำไรอย่างเดียว ขาดการ

รวมกลุ่มที่เป็นตัวแทนในการเจรจากับภาครัฐเพื่อทำงานร่วมกัน”
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“ภาครัฐยังมีบทบาทด้านการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเป็นหลักโดยเน้นไปที่การใช้จ่ายงบประมาณแผ่นดิน แต่ยังคงขาดด้านการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นรู้จักการรวมกลุ่มกันและตั้งเป็นกองทุนทางการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อใช้จ่ายและพัฒนาชุมชนของตนเอง จะได้ไม่ต้องพึ่งพางบประมาณจากภาครัฐตลอดเวลา” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“หลายชุมชนในนครปฐมยังไม่สามารถดูแลตนเองด้านการท่องเที่ยวได้ ต้องอาศัยการโปรโมทจากภาครัฐหรือเอกชน ซึ่งในอนาคตหากได้รับความสนับสนุนจากรัฐบาลหรือเอกชนในการวางแผนการท่องเที่ยว ชุมชนก็จะสามารถดูแลตัวเองได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“คิดว่าบทบาทของทั้งภาครัฐและเอกชนยังไม่เพียงพอ บางครั้งหลายโครงการก็ทับซ้อนกันอยู่ หรือบางโครงการก็เกี่ยวกันว่าใครจะทำ ไม่ว่ารัฐหรือเอกชนก็ขาดการลงทุนด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัด เช่น การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะขนาดเล็กที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของเมืองสามชุกรวมเข้าด้วยกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“ขาดการรวมกลุ่มเพื่อกำหนดมาตรฐานราคาและคุณภาพ ทำให้เกิดราคาที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ท่องเที่ยว เกิดการแข่งขันด้านราคาที่น่าจะทำให้มูลค่าของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“ผู้ประกอบการยังขาดความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองสามชุกรวม ทำให้เน้นแหล่งท่องเที่ยวของตนเองมากกว่าการเชื่อมโยงภาพลักษณ์ของเมืองสามชุกรวม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“คิดว่ายังขาดมาตรการด้านความปลอดภัย เช่น ภาครัฐควรส่งเสริมเรื่องการออกตรวจหรือดูแลสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง หรือ

ส่งเสริมให้มีอาสาสมัครท่องเที่ยวชุมชนให้มากขึ้นเพื่อช่วยดูแลนักท่องเที่ยว ส่วนภาคเอกชนอาจจะเข้ามามีส่วนร่วมด้านการดูแลเรื่องอาหารเครื่องดื่มที่สะอาดและถูกหลักอนามัย” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากประเด็นที่ 5.2 เกี่ยวกับบทบาทของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยว สรุปใจความสำคัญได้ว่า บทบาทของหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนยังไม่ชัดเจนเพียงพอ มีความซ้ำซ้อนและทับซ้อนในการทำงานอย่างมาก ซึ่งนำไปสู่การขาดความเป็นเอกภาพ การขาดทิศทางที่เป็นหนึ่งเดียวและความไม่ต่อเนื่องในการพัฒนา

ประเด็นที่สอดคล้องมากที่สุดคือ ความทับซ้อนของบทบาทและการขาดการประสานงาน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 4, 5, 7, 16) โดยผู้เชี่ยวชาญระบุว่าภาครัฐและเอกชนต่างคนต่างกำหนดนโยบายและดำเนินงานตามแผนงานของตนเอง ทำให้เกิดความสับสนและไม่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งภาครัฐมักเข้ามามีบทบาทในส่วนของการจัดการเชิงปฏิบัติมากเกินไป และยังคงเป็นผู้ควบคุมและผู้จัดงานมากกว่าเป็นผู้กำหนดนโยบายและอำนวยความสะดวก (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 3, 13)

ปัญหาที่สอดคล้องกันในลำดับต่อมาคือ การขาดความเข้าใจในแนวคิด “เมืองสามธรรม” และการขาดการรวมกลุ่มที่เข้มแข็ง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9, 10, 12, 18, 17) ผู้เชี่ยวชาญชี้ว่าหลายคนยังไม่เข้าใจแนวคิดนี้อย่างถ่องแท้ ทำให้การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่มี และภาคเอกชนก็มักจะต่างคนต่างทำเพื่อหวังรายได้เป็นหลัก ขาดการรวมกลุ่มที่เป็นตัวแทนในการเจรจาหรือกำหนดมาตรฐานราคาและคุณภาพร่วมกัน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13, 17) นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงปัญหาการขาดการสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคพื้นฐานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6, 16) โดยเฉพาะการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะขนาดเล็กที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของเมืองสามธรรมเข้าด้วยกัน ท้ายที่สุดผู้เชี่ยวชาญยังชี้ถึงข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและนโยบาย โดยคณะทำงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังเป็นเพียงที่ปรึกษา ขาดการมอบอำนาจให้เป็นหน่วยงานขับเคลื่อนหลักที่มีอำนาจในการจัดสรรงบประมาณ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11) และภาครัฐยังขาดการส่งเสริมให้คนในท้องถิ่นรู้จักการรวมกลุ่มกันและตั้งเป็นกองทุนทางการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อดูแลตนเองในระยะยาว (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14) รวมถึงการขาดมาตรการด้านความปลอดภัยและการดูแลสวัสดิภาพของนักท่องเที่ยว (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

5.3 หากให้ท่านเสนอ “สิ่งที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับต้น ๆ” เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมดุลและยั่งยืน ท่านจะเสนออะไร?

“ผมจะเสนอให้มีการจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ที่ครอบคลุมและร่วมกันพัฒนาโดยทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น แผนนี้ควรกำหนดอัตลักษณ์ที่ชัดเจนของเมืองสามธรรม และ

กำหนดเป้าหมายที่วัดผลได้ในด้านความยั่งยืนและการเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ผมคิดว่าควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วม เช่น ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักวิชาการ เพื่อกำหนดทิศทางและแผนงานร่วมกัน และเพื่อให้เกิดการทำงานที่สอดคล้องเป็นหนึ่งเดียว รวมถึงมีการแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ควรมีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่บูรณาการทุกภาคส่วน โดยมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจนของเมืองสามธรรมและโปรมิตแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบของเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงทั้งธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตเข้าด้วยกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“อาจจะต้องมีศูนย์ประสานงานการท่องเที่ยวที่เป็นศูนย์ด้านท่องเที่ยวและทำงานได้อย่างอิสระจริงๆ และให้ตัวแทนจากทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการทำงาน การวางแผนงาน กำหนดนโยบาย และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกันอย่างเป็นระบบ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“เสนอให้มีการจัดตั้งการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน ครบ โดยเน้นที่การสร้างความร่วมมือร่วมกันในแนวคิดเมืองสามธรรมก่อน และให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการวางแผนและตัดสินใจ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“ควรจะต้องทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ใช้แนวคิดเมืองสามธรรมเป็นหลัก แล้วให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและเป้าหมายร่วมกัน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“ควรส่งเสริมให้มีการทำงานร่วมกัน มีตัวแทนจากทุกกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นรัฐบาล เอกชน ชุมชน หรือหน่วยงานอิสระต่าง ๆ เพื่อช่วยกันวางแผนและกำหนด

ทิศทางการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมร่วมกันอย่างเป็นระบบ และให้มีการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดเมืองสามธรรมให้ทุกคนทราบก่อน แล้วมาวางแผนการจัดกิจกรรม โครงการ หรือแผนงานอื่น ๆ ที่สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ควรมีการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมเพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมครับ โดยมีผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักวิชาการ เพื่อร่วมกันการวางแผน กำหนดนโยบาย และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นร่วมกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับเมืองสามธรรมให้แก่ผู้ประกอบการและชุมชนก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับแนวคิดนี้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ควรส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้าใจเรื่องเมืองสามธรรมก่อน จากนั้นค่อยจัดตั้ง คณะกรรมการขับเคลื่อนเมืองสามธรรม โดยมีทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อจัดทำแผนแม่บทการตลาดและพัฒนาสินค้าเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงมิติ ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม เข้าด้วยกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“ควรสร้างการรับรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมของนครปฐมก่อนเป็นอันดับแรก จากนั้นค่อยรวบรวมข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับเมืองสามธรรม แล้วจัดเป็นแพคเกจทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีทั้งไปเช้าเย็นกลับ หรือแบบค้างคืน รวมทั้งพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจในการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม เช่น คนที่ชอบธรรมะ ธรรมชาติหรือวัฒนธรรม ก็ออกแบบเส้นทางให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“ควรออกแบบเส้นทางที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวสามธรรมทั้งแบบไปเข้าเย็น กลับ หรือแบบค้างคืน และมีแหล่งข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยวจาก แอปพลิเคชัน หรือเว็บไซต์ของหน่วยงานที่น่าเชื่อถือ โดยอาจจะประสานความร่วมมือกับสถานศึกษาในพื้นที่เพื่อเป็นศูนย์กลางในการบันทึก ตรวจสอบ และเผยแพร่ข้อมูลทางวิชาการและวัฒนธรรมที่ถูกต้อง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“ควรสร้างการรับรู้เกี่ยวกับแนวคิดเมืองสามธรรมก่อน จากนั้นค่อย นำเสนอว่ามีแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างที่สอดคล้องกับแนวคิดนี้ แล้วจัดเป็น โปรแกรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าดึงดูด ซึ่งรวมไปถึงที่พัก และวิธีการเดินทางที่ชัดเจนด้วย และอาจจะต้องมีการอัปเดตข้อมูลบ่อย ๆ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“สร้างความเข้าใจในวิสัยทัศน์ของจังหวัดเกี่ยวกับแนวคิดเมืองสามธรรม ก่อนเป็นลำดับแรก เพราะยังมีคนไม่รู้จักหรือไม่เข้าใจแนวคิดนี้ พอทุกคน เข้าใจในแนวคิด ก็จะสามารถออกแบบกิจกรรมหรือแหล่งท่องเที่ยวที่ เหมาะสมกับแนวคิดนี้ได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“สร้างการรับรู้เกี่ยวกับเมืองสามธรรมก่อน แล้วเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวที่ เกี่ยวข้องกับธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เข้าด้วยกันเป็นโปรแกรม ท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“สร้างการรับรู้เกี่ยวกับแนวคิดเมืองสามธรรมก่อน จากนั้นอาจจะมีการ จัดตั้งคณะทำงานที่มาจากทุกภาคส่วนในจังหวัด ไม่ว่าจะเป็นรัฐ เอกชน ชุมชน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อมาร่วมกันวางแผน กำหนดนโยบาย การทำงานร่วมกัน เพื่อให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“สร้างการรับรู้เกี่ยวกับเมืองสามธรรมก่อน แล้วจัดทำเป็นคู่มือมาตรฐาน การบริการและส่งเสริมประสบการณ์การท่องเที่ยวตามแนวคิดเมืองสาม ธรรม โดยให้มีการทำงานร่วมกันจากหน่วยงานต่าง ๆ ในนครปฐม เพื่อ

สร้างคุณภาพที่สม่ำเสมอและสอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม”
(ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แนวคิดเมืองสามธรรมก่อน เพราะคนยังไม่รู้จัก จากนั้นอาจจะมีการจัดทำศูนย์ข้อมูลการท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นพื้นที่ในการเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “เมืองสามธรรม” สรุปใจความสำคัญได้อย่างสอดคล้องกันว่า ขั้นตอนแรกและสำคัญที่สุดคือการสร้างความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับแนวคิด “เมืองสามธรรม” ให้แก่ทุกภาคส่วน ตามด้วยการจัดทำแผนแม่บทเชิงบูรณาการและจัดตั้งกลไกการทำงานร่วมกัน ที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มเข้าร่วมอย่างแท้จริง

ประเด็นที่สอดคล้องมากที่สุดคือการสร้างความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับแนวคิดเมืองสามธรรม ก่อนดำเนินการอื่นใด (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5, 8, 10, 11, 12, 14, 15, 16, 17, 19) ผู้เชี่ยวชาญเน้นย้ำว่าเมื่อทุกคนเข้าใจในวิสัยทัศน์และแก่นแท้ของ “ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม” แล้ว การวางแผน การออกแบบกิจกรรม และการพัฒนาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับแนวคิดนี้จึงจะสามารถทำได้เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะสำคัญในลำดับต่อมาคือ การจัดทำแผนแม่บทการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ที่ชัดเจนและครอบคลุม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 6, 11) ควบคู่ไปกับการ จัดตั้งคณะกรรมการร่วม หรือ ศูนย์ประสานงาน ที่มีผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และนักวิชาการ เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง วางแผนงาน และแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 4, 5, 7, 9, 17) กลไกนี้ถูกเสนอขึ้นเพื่อสร้างการทำงานที่สอดคล้องเป็นหนึ่งเดียว และเพื่อให้เกิดการแบ่งผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

นอกจากนี้ ยังมีการเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการ จัดทำแผนยุทธศาสตร์การตลาดและการประชาสัมพันธ์ ที่มุ่งเน้นการสร้างแบรนด์ที่ชัดเจน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3) และการ ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว ที่เชื่อมโยงมิติทั้งสามเข้าด้วยกันอย่างหลากหลาย ทั้งแบบไปเช้าเย็นกลับและแบบค้างคืน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3, 12, 13, 14, 16) รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ตามความสนใจ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12) และการจัดทำคู่มือมาตรฐานการบริการเพื่อสร้างคุณภาพที่สม่ำเสมอและสอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18) ตลอดจนการพัฒนาศูนย์ข้อมูลและแอปพลิเคชันที่น่าเชื่อถือเพื่อรวบรวมและเผยแพร่ข้อมูลอย่างถูกต้อง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13, 19)

6. คำถามปิดท้ายเพื่อเปิดโอกาสให้สะท้อนอย่างอิสระ

6.1 จากมุมมองของท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือ “ปัญหาที่ซ่อนอยู่” ซึ่งอาจไม่ได้ปรากฏในเชิงสถิติหรืองานเอกสาร แต่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาเมืองสามธรรม?

“ปัญหาที่ซ่อนอยู่คือการขาดความเชื่อใจและการทำงานร่วมกัน ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ภาครัฐอาจไม่เชื่อมั่นภาคเอกชน ขณะที่ชุมชนเองก็อาจไม่เชื่อมั่นทั้งสองฝ่าย การขาดความเชื่อใจนี้ทำให้การดำเนินงานใดๆ ขาดความต่อเนื่องและไม่ประสบความสำเร็จอย่างที่ควรจะเป็น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ปัญหาที่ซ่อนอยู่คือการขาดการสื่อสารและความเข้าใจรับ ภาครัฐยังสื่อสารให้ชุมชนเข้าใจถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวไม่เพียงพอ และขาดการรับฟังปัญหาที่แท้จริงจากชุมชน รวมถึงการสื่อสารระหว่างภาคส่วนต่างๆ ก็ไม่ราบรื่น ทำให้เกิดความขัดแย้งและไม่มีความเชื่อใจในการทำงานร่วมกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“การขาดความเข้าใจร่วมกันในแนวคิดเมืองสามธรรมครับ หลายคนยังคงมองแนวคิดนี้เป็นเพียงโลแกนทางการตลาด แต่ยังไม่ได้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างจริงจังในระดับพื้นที่” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“คิดว่าการขาดความเชื่อมั่นในศักยภาพของตนเอง ครับ ทั้งในระดับหน่วยงานและชุมชน ซึ่งทำให้ขาดแรงบันดาลใจในการพัฒนาและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ เพื่อยกระดับการท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“ปัญหาคือการขาดความต่อเนื่องในการทำงานครับ โครงการต่าง ๆ มักจะทำเสร็จแล้วก็จบไป ไม่มีผู้รับผิดชอบดูแลต่อในระยะยาว ทำให้การพัฒนาหยุดชะงักและไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“การขาดความเข้าใจในแนวคิดเมืองสามธรรมครับ หลายฝ่ายยังมองว่าเป็นเพียงคำขวัญ ไม่ได้นำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้การพัฒนาเป็นไปอย่างไม่มีทิศทาง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“ยังมีคนไม่เข้าใจแนวคิดนี้อีกมาก ทำให้ขาดความเชื่อมั่นและขาดการสื่อสาร ครับ เมื่อเราไม่เข้าใจในแนวคิดนี้ การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนก็เป็นไปได้ยาก” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“ขาดการสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วมจากคนรุ่นใหม่ครับ แม้ว่าจะมีการส่งเสริมแต่คนรุ่นใหม่ยังไม่เห็นถึงโอกาสและประโยชน์จากการเข้าร่วมโครงการหรือกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดในระยะยาวอาจเป็นไปได้ยาก” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ความไม่เข้าใจในแนวคิดนี้ อาจจะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างไม่มีทิศทาง และอาจจะไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควรได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“คนนครปฐมบางส่วนไม่เข้าใจในแนวคิดเมืองสามธรรม ไม่เคยได้ยิน และมองไม่ออกว่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นของนครปฐมคืออะไร หรือไม่ก็มองว่าการจัดการท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องของภาครัฐที่ต้องเข้ามาดำเนินการมากกว่า” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“ทัศนคติของการดำเนินงานไม่ค่อยตรงกัน อย่างเช่น ฝ่ายหนึ่งต้องการอนุรักษ์มรดกทางภูมิปัญญาหรือธรรมชาติไว้กับชุมชน แต่อีกฝ่ายหนึ่งก็ต้องการเปิดกว้างเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง ซึ่งทัศนคติเหล่านี้ทำให้การพัฒนาต่าง ๆ ถูกต่อต้านหรือชะลอไป และขาดความก้าวหน้าได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“คิดว่าเป็นเรื่องของการเปลี่ยนผู้บริหาร โดยแผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวที่สำคัญมักถูกริเริ่มชุดผู้บริหารชุดหนึ่ง แต่เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร นโยบายเหล่านั้นก็ถูกยุบ ยกเลิก หรือเปลี่ยนทิศทางไปอย่างสิ้นเชิง ทำให้การพัฒนาขาดความต่อเนื่อง นโยบายการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมจึงไม่ควรขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“คนรุ่นใหม่ขาดความรู้ลึกผูกพันและความภาคภูมิใจในทรัพยากรท่องเที่ยว ชุมชน ภูมิปัญญาชาวบ้าน วิถีวัฒนธรรมดั้งเดิมของจังหวัด เพราะการ

ถ่ายทอดความรู้ถูกนำเสนอในรูปแบบที่ไม่น่าสนใจและไม่สอดคล้องกับยุคสมัย หากคนในพื้นที่ไม่เห็นคุณค่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมก็จะไม่ยั่งยืน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“คิดว่าเป็นการลดลงของภาคเกษตร การเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ ริมน้ำ ปัญหามลพิษทางน้ำและอากาศจากโรงงานต่าง ๆ อาจจะส่งผลให้เกษตรกรเลิกทำอาชีพและขายที่ดินในที่สุด ซึ่งเป็นการทำลายรากฐานของธรรมชาติและวัฒนธรรมของเมืองสามธรรมอย่างถาวร” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“การแบ่งผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม โดยเฉพาะคนหรือชุมชนที่รู้จักถูกเอาเปรียบจะแสดงออกโดยการให้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่เปิดเผยภูมิปัญญาที่แท้จริงของตนเอง ซึ่งเป็นการจำกัดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ทำให้เมืองสามธรรมที่นำเสนอเป็นเพียงเปลือกนอกเท่านั้น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ปัญหาคือความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว เพราะปกติการโปรโมตการท่องเที่ยวมักจะนำเสนอแต่ด้านที่สวยงาม โดยปิดบังปัญหาเรื่องมลภาวะหรือความเสี่ยงจากปัญหาล้างแวล้อม เมื่อนักท่องเที่ยวพบความจริงก็จะเกิดการสูญเสียความเชื่อมั่น และไม่มาเที่ยวอีกในอนาคต” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“หากเราออกแบบการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมไม่ดี ก็อาจสร้างความเครียด ความหงุดหงิด ให้กับคนในชุมชนได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 17)

“คนอาจจะยังไม่ค่อยรู้จักกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมมากนัก ดังนั้นคิดว่า การเร่งประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้เป็นสิ่งแรกที่เราควรจะทำก่อน และจากนั้นค่อยมาวางแผนพัฒนาร่วมกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“การโปรโมทเกินกว่าความเป็นจริงมากเกินไปในขณะที่สภาพความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวมีทั้งมลภาวะ ความวุ่นวาย ซึ่งอาจจะสร้างความผิดหวัง

อย่างให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลเสียต่อชื่อเสียงในระยะยาว” (ผู้เชี่ยวชาญ
ท่านที่ 19)

จากประเด็นที่ 6.1 เกี่ยวกับปัญหาที่ซ่อนอยู่และเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้นโยบาย “เมืองสามธรรม” สรุปใจความสำคัญได้อย่างสอดคล้องกันว่า ปัญหาที่ฝังลึกที่สุดคือ การขาดความเชื่อใจและการสื่อสารระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ควบคู่ไปกับ ความไม่เข้าใจอย่างถ่องแท้ ในแนวคิดเมืองสามธรรม ซึ่งทำให้การดำเนินงานขาดความต่อเนื่องและยั่งยืน โดยประเด็นที่ สอดคล้องมากที่สุดคือ การขาดความเชื่อใจและการสื่อสารระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 2, 7) โดยภาครัฐยังสื่อสารให้ชุมชนเข้าใจถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวไม่ เพียงพอและขาดการรับฟังปัญหาที่แท้จริงจากชุมชน ซึ่งความไม่เชื่อใจนี้มีรากฐานมาจาก การแบ่ง ผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15) ทำให้ชุมชนรู้สึกถูกเอารัดเอาเปรียบและเลือกที่จะ ไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่เปิดเผยภูมิปัญญาที่แท้จริง ซึ่งจำกัดคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว

ปัญหาที่สอดคล้องในลำดับถัดมาคือ ความไม่เข้าใจในแนวคิด “เมืองสามธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 3, 6, 7, 9, 10) โดยหลายคนยังมองแนวคิดนี้เป็นเพียงสโลแกนทางการตลาด ไม่ได้นำไปสู่การ ปฏิบัติอย่างจริงจังในระดับพื้นที่ ทำให้การทำงานเป็นไปอย่างไม่มีทิศทาง นอกจากนี้ยังมีปัญหา การ ขาดความต่อเนื่องในการทำงาน ซึ่งถูกเชื่อมโยงกับการ เปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5, 12) ทำให้แผนงานพัฒนาการท่องเที่ยวถูกยุบ ยกเลิก หรือเปลี่ยนทิศทางไปอย่างสิ้นเชิง

สุดท้ายผู้เชี่ยวชาญยังชี้ให้เห็นถึงความท้าทายด้านทัศนคติและสภาพความเป็นจริง ได้แก่ ความเสี่ยงจากการลดลงของภาคเกษตรและการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติ อันเนื่องมาจาก มลพิษจากโรงงาน ซึ่งเป็นการทำลายรากฐานของ “ธรรมชาติและวัฒนธรรม” อย่างถาวร (ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 14) และปัญหาการโปรโมตเกินกว่าความเป็นจริง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16, 19) ในขณะที่สภาพ ความเป็นจริงของแหล่งท่องเที่ยวมีทั้งมลภาวะและความวุ่นวาย ซึ่งสร้างความผิดหวังและสูญเสีย ความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวในระยะยาว นอกจากนี้ยังมีการกล่าวถึงการขาดการสร้างแรงจูงใจและ การผูกพันกับคนรุ่นใหม่ (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8, 13) ที่จะเข้ามาสืบทอดและพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง ยั่งยืน

6.2 หากเราต้องการให้ “เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” เกิดขึ้นได้จริงใน นครปฐม ท่านคิดว่าควรเริ่มจากการแก้ปัญหาอะไร?

“เราควรเริ่มต้นด้วยการแก้ปัญหาโดยเฉพาะการขาดวิสัยทัศน์และความ เข้าใจร่วมกันของทุกภาคส่วน เราต้องสร้างเวทีให้ทุกคนได้มาพูดคุยทำ ความเข้าใจศักยภาพที่แท้จริงของเมืองสามธรรม และสร้างความมุ่งมั่นที่จะ ทำงานร่วมกันเพื่อเป้าหมายเดียวกัน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1)

“ผมคิดว่าเราควรหาปัญหาที่แท้จริงก่อน ซึ่งก็คือการขาดความร่วมมือและการขาดแผนงานที่ชัดเจน หากเราแก้ปัญหาเหล่านี้ได้ เราก็จะสามารถกำหนดแนวทางการแก้ปัญหาที่เหมาะสม และมุ่งสู่เป้าหมายการพัฒนาเมืองสามธรรมได้อย่างยั่งยืน” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2)

“ทำความเข้าใจปัญหาและหาสาเหตุที่แท้จริงก่อนครับ หากเราเข้าใจว่าอะไรคือต้นตอของปัญหา เราก็จะสามารถสร้างแนวทางแก้ไขที่ยั่งยืนและตรงจุดได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3)

“เราควรเริ่มจากการแก้ปัญหาที่ขาดความชัดเจนครับ หากเรามีแนวทางที่ชัดเจนและทุกคนสามารถทำตามได้อย่างเป็นระบบ เราก็จะสามารถขับเคลื่อนการท่องเที่ยวในทิศทางที่ถูกต้องและยั่งยืนได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 4)

“หาปัญหาและสาเหตุของปัญหาก่อนครับ เพื่อวางแผนการแก้ไขได้อย่างเหมาะสม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 5)

“ระบุและทำความเข้าใจถึงสาเหตุที่แท้จริงของปัญหาก่อน เพื่อสร้างแนวทางแก้ไขที่ตรงจุดได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 6)

“คิดว่าควรการสร้าง ความเข้าใจและจิตสำนึกร่วมกันในทุกภาคส่วน โดยเริ่มจากการให้การศึกษาและสร้างเวทีเสวนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการตกผลิกร่วมกันว่าเมืองสามธรรมคืออะไร และมีความสำคัญต่ออนาคตของจังหวัดอย่างไร เมื่อทุกคนเห็นเป้าหมายร่วมกันแล้ว การขับเคลื่อนนโยบายและแผนปฏิบัติการจะตามมาเอง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7)

“สร้างความเข้าใจร่วมกันเกี่ยวกับปัญหาทางการท่องเที่ยว และส่งเสริมแนวคิดเมืองสามธรรมแก่ผู้ประกอบการ ชุมชน และนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักรู้ และให้ทุกคนมีแนวทางร่วมกันในการพัฒนา” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 8)

“ต้องดูก่อนว่าปัญหาที่เกิดขึ้นคืออะไรเพื่อที่จะวางแผนทั้งระยะสั้นและการวางแผนระยะยาวที่มันคงได้ โดยมีการร่วมมือกันทำงานจากทุกภาคส่วน เพื่อให้แผนงานประสบความสำเร็จ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 9)

“ต้องเร่งสร้างการรับรู้แนวคิดเมืองสามธรรม รวมทั้งความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับธรรมะ ธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีอยู่ในจังหวัดนครปฐม เพื่อนำไปสู่การจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 10)

“เราอาจจะต้องจัดทำข้อตกลงร่วมกันและสร้างกลไกการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ชุมชน เพื่อให้เกิดความร่วมมือที่ยั่งยืนและทุกคนเห็นเป็นเป้าหมายร่วมกัน รวมถึงการสร้างแบรนด์และพัฒนาสินค้าท้องถิ่นให้ถูกใจนักท่องเที่ยว” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11)

“แก้ไขการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นธรรมและโปร่งใส และทุกภาคส่วนเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการจัดการจริง ๆ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 12)

“แก้ไขเรื่องการขาดวิสัยทัศน์ด้านความพอเพียงและเรียบง่าย เพราะปัจจุบันการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเน้นไปที่ความหรูหราและความสะดวกสบาย แทนที่จะเน้นการออกแบบที่สอดคล้องกับหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งเป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับธรรมะและธรรมชาติ” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 13)

“ควรดูก่อนว่าเมืองสามธรรมมีปัญหาอะไรบ้าง แล้วค่อยหาสาเหตุของปัญหา เพื่อที่จะระบุงการแก้ไขปัญหาได้ เช่น ถ้าเราไม่มีคนทำงานหรือคนที่จะมาขับเคลื่อนนโยบายนี้ เราก็หาแนวทางในการส่งเสริมหรือพัฒนาบุคลากรในชุมชนให้เข้ามาดำเนินการเรื่องนี้ได้” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 14)

“ควรเริ่มจากการระบุปัญหาทางการท่องเที่ยวก่อน อาจจะทำวิจัยหรือจัดประชุมร่วมกับคนในชุมชน จากนั้นจึงร่วมกันหาทางแก้ไขเพื่อให้การพัฒนา

ทั้งหมดอยู่บนฐานของความเป็นจริงและความรู้ที่ถูกต้อง” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 15)

“ควรต้องหาปัญหาก่อนว่ามีปัญหาอะไร แล้วค่อยแก้ไขปัญหานั้น” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 16)

“สร้างการรับรู้ก่อน เพราะคนยังไม่รู้เกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวเมืองสาม ธรรมอีกมาก ดังนั้นถ้าคนไม่รู้แนวคิดนี้ เค้าก็จะบริหารงานด้านท่องเที่ยว เมืองสามธรรมไม่ได้ การท่องเที่ยวก็จะไม่ประสบผลสำเร็จ” (ผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 17)

“ควรจัดประชุมร่วมกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อหาว่าจังหวัดนครปฐมมี ปัญหาทางการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่เกี่ยวข้องกับเมืองสามธรรม ทั้งปัญหาใน วัด ปัญหาทางธรรมชาติและปัญหาทางวัฒนธรรม อาจจะเป็น แบบสอบถามหรือจัดเสวนาก็ได้ เพื่อหาปัญหาให้เจอ จากนั้นค่อยมา วางแผนว่าจะแก้ไขปัญหแต่ละอย่างได้อย่างไร” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 18)

“ระบุปัญหาให้ได้ก่อนว่ามีปัญหาอะไรเกิดขึ้นบ้าง แล้วค่อยออกแบบบริการ และการจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวให้ตอบโจทย์ความต้องการพื้นฐานและสร้าง ความรู้สึกปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวทุกคนอย่างเป็นรูปธรรม” (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 19)

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นที่ 6.2 ซึ่งเป็นประเด็นสุดท้ายของการสัมภาษณ์โดยมีข้อคำถาม เกี่ยวกับแนวทางในการเริ่มต้นแก้ไขปัญหามาเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิด “เมืองสาม ธรรม” ผลการสัมภาษณ์สามารถสรุปใจความสำคัญได้ว่า ขั้นตอนแรกและสำคัญที่สุดคือ การระบุและทำ ความเข้าใจปัญหาที่แท้จริงและสาเหตุของปัญหานั้น ๆ ควบคู่ไปกับการสร้างความเข้าใจร่วมกันในแนวคิด “เมืองสามธรรม” และวิสัยทัศน์ร่วมกันของทุกภาคส่วนก่อนที่จะกำหนดแผนงานหรือแนวทางการแก้ไขที่ ชัดเจน

ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าควรเริ่มต้นด้วยการทำความเข้าใจปัญหาและหาสาเหตุที่ แท้จริง ก่อนที่จะกำหนดแนวทางแก้ไขที่ยั่งยืนและตรงจุด (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2, 3, 4, 5, 6, 9, 14, 15, 16, 18, 19) โดยอาจทำได้โดยการจัดประชุมร่วมกับทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง หรือจัดทำวิจัยและ แบบสอบถามร่วมกับคนในชุมชน เพื่อให้การแก้ไขปัญหทั้งหมดอยู่บนฐานของความเป็นจริงและ

ความรู้ที่ถูกต้องควบคู่ไปกับการระบุปัญหา คือการสร้างความเข้าใจและจิตสำนึกร่วมกันในแนวคิดเมืองสามธรรม (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1, 7, 8, 10, 17) เนื่องจากหลายคนยังขาดวิสัยทัศน์และความเข้าใจร่วมกัน โดยผู้เชี่ยวชาญเสนอให้จัดเวทีเสวนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดการตกลงร่วมกันว่าเมืองสามธรรมคืออะไร และมีความสำคัญต่ออนาคตของจังหวัดอย่างไร เมื่อทุกคนเห็นเป้าหมายและแนวทางที่ชัดเจนร่วมกันแล้ว การขับเคลื่อนนโยบายและการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนก็จะตามมาเอง (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 7, 12) ซึ่งรวมถึงการจัดทำข้อตกลงร่วมกัน และสร้างกลไกการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ชุมชน (ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 11) รวมถึงการแก้ไขการบริหารจัดการชุมชนท่องเที่ยวให้เป็นธรรมและโปร่งใส

เมื่อผู้วิจัยได้ทราบถึงประเด็นต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 19 ท่านแล้ว ผู้วิจัยจึงได้นำประเด็นต่าง ๆ ที่ได้มาจัดทำเป็นแบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง สำหรับเก็บข้อมูลกับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้นเกี่ยวกับปัญหาด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

จากนั้น ผู้วิจัยได้ทำการหาค่าความสอดคล้องและความตรงตามเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content Validity) โดยนำร่างแบบสอบถามเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านวิชาการและการวิจัยจากสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษา จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของสำนวนภาษาและความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับนิยามตัวแปร หรือลักษณะและวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Index of Item-Objective Congruence : IOC) โดยใช้สูตรการคำนวณของโรวินลลี และ แฮมเบิลตัน (Rovinelli and Hambleton, 1977) ซึ่งดัชนีความสอดคล้องค่า IOC เท่ากับ 0.8

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อคำถามในแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว จึงได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ที่มีลักษณะเดียวกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน (อารีयरณ อ่วมตานี, 2554) จากนั้นนำข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคที่ได้เป็นดังนี้

ตารางที่ 10 แสดงค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแบบสอบถาม

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.976	.977	50

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบออนไลน์ และสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ของจังหวัดนครปฐม เช่น องค์พระปฐมเจดีย์ สวนสามพราน ดุब्คาเฟ่แอนด์ฟาร์ม พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย วัดเจริณราชวรวิหาร (วัด

หนองพวง) ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง ชุมชนบางหลวง วัดศรีชะทอง ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำวัดลำพญา ระหว่างเดือนสิงหาคม-กันยายน พ.ศ.2568 ด้วยวิธีการสุ่มอย่างง่ายสะดวก (Convenience Sampling method) จำนวน 400 ตัวอย่าง และได้รับคืนแบบสอบถามทั้งสิ้น 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100

อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยภายใต้หลักจริยธรรมโดยเริ่มต้นด้วยการชี้แจงสิทธิและวัตถุประสงค์ของการวิจัยอย่างละเอียดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบถึงรายละเอียดและประโยชน์ของการเข้าร่วม รวมถึงสิทธิในการปฏิเสธหรือยุติการเข้าร่วมวิจัยได้ทุกเมื่อ โดยไม่มีผลกระทบใด ๆ ซึ่งข้อมูลจะถูกเก็บรวบรวมเฉพาะจากผู้ที่ยินยอมเท่านั้น นอกจากนี้ผู้วิจัยให้ความสำคัญสูงสุดกับการรักษาความลับและไม่เปิดเผยตัวตนของผู้ตอบ โดยจะไม่มีการบันทึกชื่อหรือข้อมูลที่สามารถระบุตัวตนได้ และจะเก็บรักษาแบบสอบถามไว้อย่างปลอดภัยและทำลายเมื่อสิ้นสุดการวิจัย โดยผลการวิเคราะห์ทั้งหมดจะถูกรายงานในภาพรวมเท่านั้นเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดการเชื่อมโยงข้อมูลกลับไปยังตัวบุคคลหรือหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งได้

เมื่อได้ข้อมูลครบแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อมูลทั้งที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การเก็บแบบสอบถามมาตรวจสอบความครบถ้วนข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นทำการจัดระเบียบข้อมูล ลงรหัส บันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติ โดยใช้การพรรณนาสถิติจากค่าเฉลี่ยเลขคณิต โดยนำข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์มาแจกแจงความถี่ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยได้จำแนกการนำเสนอผลการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 11 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเฉพาะด้านด้านการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม แบ่งเป็น

ด้านที่ 1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ จำนวน 14 ข้อ

ด้านที่ 2 การท่องเที่ยวด้านธรรมชาติ จำนวน 12 ข้อ

ด้านที่ 3 การท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม จำนวน 11 ข้อ

ด้านที่ 4 การบริหารและการจัดการ จำนวน 13 ข้อ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิด สำหรับศึกษาความคิดเห็นอื่น ๆ ที่เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 1 ข้อ

ซึ่งผลการวิจัย เป็นวิจัยดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและการแจกแจงตัวแปรด้วยค่าสถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 11 ข้อคำถาม ซึ่งผลการศึกษาสามารถนำเสนอได้ ดังนี้

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล		จำนวน (n=400)	ร้อยละ
1. เพศ	1.1 ชาย	100	25.00
	1.2 หญิง	289	72.20
	1.3 เพศทางเลือก	11	2.80
	1.4 ไม่ต้องการระบุ	-	-
2. อายุ	2.1 ไม่เกิน 20 ปี	-	-
	2.2 ระหว่าง 21-30 ปี	26	6.50
	2.3 ระหว่าง 31-40 ปี	182	45.50
	2.4 ระหว่าง 41-50 ปี	155	38.80
	2.5 ระหว่าง 51-60 ปี	37	9.20
	2.6 ตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป	-	-
3. ระดับการศึกษา สูงสุด	3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี	94	23.50
	3.2 ปริญญาตรี	232	58.00
	3.3 สูงกว่าปริญญาตรี	74	18.50
4. ภูมิลำเนา	4.1 กรุงเทพมหานคร	141	35.20
	4.2 ดอนตูม	34	8.50
	4.3 บางเลน	65	16.20
	4.4 กำแพงแสน	51	12.80
	4.5 พุทธมณฑล	48	12.00
	4.6 สามพราน	31	7.80
	4.7 นครชัยศรี	30	7.50
5. อาชีพ	5.1 ข้าราชการ /รัฐวิสาหกิจ	69	17.20
	5.2 พนักงานบริษัทเอกชน	184	47.00
	5.3 ผู้ประกอบการ	49	12.20
	5.4 นักเรียน / นักศึกษา	25	6.90
	5.5 เกษตรกร	38	9.50
	5.6 อาชีพอิสระ	6	1.50
	5.7 อื่น ๆ	29	7.20

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	6.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	3	0.80
	6.2 10,001 – 20,000 บาท	80	20.00
	6.3 20,001 – 30,000 บาท	146	36.50
	6.4 30,001 – 50,000 บาท	92	23.00
	6.5 มากกว่า 50,000 บาท	79	19.80
7. ในช่วงเวลา 1 ปีที่ผ่านมา ท่านได้มาเที่ยวในแหล่งต่าง ๆ ของจังหวัดนครปฐมหรือไม่	7.1 ไม่เคย	25	6.20
	7.2 1 – 2 ครั้ง	167	41.80
	7.3 3 – 5 ครั้ง	82	20.50
	7.4 มากกว่า 5 ครั้ง	126	31.50
8. วัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมของท่านคืออะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	8.1 เยี่ยมชมสถานที่ทางศาสนา	321	80.20
	8.2 พักผ่อนธรรมชาติ	275	68.80
	8.3 เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น	356	89.00
	8.4 ถ่ายภาพ / ทำคอนเทนต์	290	72.50
	8.5 เยี่ยมญาติ / ครอบครัว	74	18.50
	8.6 ท่องเที่ยวเชิงอาหาร	283	70.80
	8.7 ประชุม/สัมมนา	123	30.80
	8.8 ติดต่อธุรกิจ	123	30.80
	8.7 อื่น ๆ	15	3.80
9. ท่านรู้จักแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมจากช่องทางใด (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)	9.1 เพื่อน / ครอบครัว	270	67.50
	9.2 สื่อออนไลน์/โซเชียลมีเดีย	368	92.00
	9.3 เว็บไซต์ท่องเที่ยว/บล็อก	256	64.00
	9.4 หน่วยงานภาครัฐ	52	13.00
	9.5 สื่อสิ่งพิมพ์	134	33.50
	9.5 อื่น ๆ	-	-
10. ท่านสนใจการท่องเที่ยวประเภทใดมากที่สุด	10.1 ศาสนาและจิตวิญญาณ	153	38.30
	10.2 ธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม	24	6.00
	10.3 วัฒนธรรมและประเพณี	25	6.20
	10.4 สุขภาพ/Wellness	11	2.80

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ต่อ)

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
	10.5 เชิงอาหาร/Gastronomy	187	46.80
	10.6 อื่น ๆ	-	-
11. ท่านมีความเข้าใจ	11.1 มาก	12	3.00
เกี่ยวกับแนวคิด “เมือง	11.2 ปานกลาง	26	6.50
สามธรรม” มากน้อย	11.3 น้อย	28	7.00
เพียงใด	11.4 ไม่เคยได้ยินมาก่อน	334	83.50

จากการวิเคราะห์คุณลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ทางด้านโครงสร้างประชากรพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 289 คน คิดเป็นร้อยละ 72.20 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 และน้อยที่สุดคือเพศทางเลือก จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด จำนวน 182 คน คิดเป็นร้อยละ 45.50 รองลงมาคือ 41-50 ปี จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 และน้อยที่สุดคือ 21-30 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 ในด้านระดับการศึกษาสูงสุดพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 58.00 รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 และน้อยที่สุดคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.50 สำหรับอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 รองลงมาคือข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.20 และน้อยที่สุดคืออาชีพอิสระ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ในส่วนของภูมิลำเนาพบว่ามาจากเขตเมืองนครปฐมมากที่สุด จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.20 รองลงมาคือบางเลน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.20 และน้อยที่สุดคือนครชัยศรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.50 โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 20,001-30,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาคือ 30,001-50,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และน้อยที่สุดคือต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80

ในด้านมิติของพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่าในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางมาท่องเที่ยวนครปฐมในความถี่ 1-2 ครั้ง จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 รองลงมาคือมากกว่า 5 ครั้ง จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และน้อยที่สุดคือไม่เคยมาเที่ยว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นมากที่สุด จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 89.00 รองลงมาคือเยี่ยมชมสถานที่ทางศาสนา จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 80.20 และน้อยที่สุดคือวัตถุประสงค์อื่น ๆ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.80 ด้านช่องทางใน

การรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่มากที่สุดคือจากสื่อออนไลน์หรือโซเชียลมีเดีย จำนวน 368 คน คิดเป็นร้อยละ 92.00 รองลงมาคือเพื่อน/ครอบครัว จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 และน้อยที่สุดคือหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 ขณะที่ประเภทการท่องเที่ยวที่ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจมากที่สุดคือ เชิงอาหารหรือ Gastronomy จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 รองลงมาคือศาสนาและจิตวิญญาณ จำนวน 153 คน คิดเป็นร้อยละ 38.30 และน้อยที่สุดคือเชิงสุขภาพ หรือ Wellness จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์ที่สำคัญอย่างยิ่งคือความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิด “เมืองสามธรรม” ซึ่งพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ถึงจำนวน 334 คน ไม่เคยได้ยินมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 83.50 รองลงมาคือเข้าใจในระดับน้อย จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และมีความเข้าใจในระดับมากน้อยที่สุด จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 ซึ่งเป็นข้อมูลที่ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการสร้างการรับรู้และทำความเข้าใจแนวคิดนี้ในกลุ่มนักท่องเที่ยว

ในส่วนที่ 2 เป็นคำถามเฉพาะด้านที่มีการสกัดข้อความคำถามจากการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้เชี่ยวชาญและนำมาออกแบบเป็นข้อความเพื่อใช้สำรวจกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน โดย ผู้วิจัยได้กำหนดระดับของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อข้อความในแต่ละด้านโดยใช้เกณฑ์ตามแนวคิดของ เบสท์ (Best, 1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.50-1.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ซึ่งผลการศึกษาเป็นดังนี้

ตารางที่ 12 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมด้านที่ 1

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ด้านที่ 1: “ปัญหา” การท่องเที่ยวเชิงธรรมะ (Religious Tourism) จำนวน 14 ข้อ								
1. แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาในจังหวัดนครปฐมมีบรรยากาศไม่สงบ ไม่เหมาะสมแก่การปฏิบัติธรรม	201 (50.2)	153 (38.2)	41 (10.2)	5 (1.2)	-	4.37	.718	เห็นด้วยระดับมาก

ตาราง 12 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดานที่ 1 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)			
2. ศาสนสถานสำคัญมีผู้คนแออัดมากเกินไปในช่วงเทศกาล	209 (52.2)	115 (28.8)	55 (13.8)	21 (5.2)	-	4.28	.890	เห็นด้วยระดับมาก
3. บางวัดขาดการควบคุมกิจกรรมทางพาณิชย์จนกระทบภาพลักษณ์ของความศักดิ์สิทธิ์	222 (55.5)	123 (30.8)	49 (12.2)	6 (1.5)	-	4.40	.759	เห็นด้วยระดับมาก
4. นักท่องเที่ยวจำนวนมากมาเยือนศาสนสถานเพื่อการถ่ายภาพมากกว่าการสักการะอย่างแท้จริง	145 (36.2)	147 (36.8)	97 (24.2)	11 (2.8)	-	4.08	.844	เห็นด้วยระดับมาก
5. ข้อมูลหรือคำอธิบายเกี่ยวกับศาสนาในแหล่งท่องเที่ยวยังมีน้อย	99 (24.8)	211 (52.8)	85 (21.2)	5 (1.2)	-	4.01	.714	เห็นด้วยระดับมาก
6. การจัดกิจกรรมศาสนาไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติหรือคนรุ่นใหม่	161 (40.2)	192 (48.0)	41 (10.2)	6 (1.5)	-	4.27	.702	เห็นด้วยระดับมาก
7. ขาดระบบไกด์หรือนำชมเชิงธรรมะที่เข้าใจง่ายและลึกซึ้ง	137 (34.2)	224 (56.0)	39 (9.8)	-	-	4.24	.617	เห็นด้วยระดับมาก
8. นักท่องเที่ยวไม่ทราบถึงความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของศาสนสถานในพื้นที่	98 (24.5)	250 (62.5)	46 (11.5)	6 (1.5)	-	4.10	.641	เห็นด้วยระดับมาก

ตาราง 12 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดานที่ 1 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
9. สภาพแวดล้อมรอบวัด ไม่สะอาดหรือไม่เหมาะสม กับกิจกรรมทางศาสนา	208 (52.0)	142 (35.5)	36 (9.0)	6 (1.5)	8 (2.0)	4.34	.858	เห็นด้วย ระดับ มาก
10. ไม่มีพื้นที่รองรับผู้ ปฏิบัติธรรมหรือนักท่องเที่ยว ที่ต้องการประสบการณ์ทาง จิตวิญญาณ	137 (34.2)	209 (52.2)	42 (10.5)	12 (3.0)	-	4.17	.733	เห็นด้วย ระดับ มาก
11. วัดและศาสนสถาน ขาดงบประมาณหรือ บุคลากรด้านการจัดการ ท่องเที่ยว	202 (50.5)	147 (36.8)	47 (11.8)	3 (0.8)	1 (0.2)	4.36	.736	เห็นด้วย ระดับ มาก
12. ไม่มีการส่งเสริมการ เรียนรู้ธรรมะผ่านสื่อ เทคโนโลยีหรือกิจกรรม สร้างสรรค์	166 (41.5)	131 (32.8)	77 (19.2)	26 (6.5)	-	4.09	.927	เห็นด้วย ระดับ มาก
13. การโฆษณาทางการ ท่องเที่ยวเน้นศาสนสถานใน เชิงวัตถุมากกว่าความหมาย	205 (51.2)	136 (34.0)	53 (13.2)	6 (1.5)	-	4.35	.764	เห็นด้วย ระดับ มาก
14. นักท่องเที่ยวไม่รู้ลึก ถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อ มาเยือนศาสนสถาน	288 (72.2)	72 (18.0)	40 (10.0)	-	-	4.62	.660	เห็นด้วย ระดับ มากที่สุด

จากตารางผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อประเด็นที่ 1 เกี่ยวกับปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ พบว่าปัญหาทั้งหมดถูกรับรู้ในระดับที่เห็นด้วยในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.01 ถึง 4.62 อย่างไรก็ตามปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับสูงสุดและมีการแปลผลในระดับเห็นด้วยระดับมากที่สุด คือประเด็นที่เกี่ยวกับการที่นักท่องเที่ยว

ไม่รู้สึถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อมาเยือนศาสนสถาน โดยมีผู้เลือกตอบระดับมากที่สุด จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 72.20 ($\bar{x}=4.62$, S.D. .660) ในขณะที่กลุ่มปัญหาสำคัญรองลงมาซึ่งมีค่าเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.28 ถึง 4.40 นั้น มุ่งเน้นไปที่การขาดการควบคุมกิจกรรมทางพาณิชย์และการจัดการสภาพแวดล้อม โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัญหาในกรณีที่บางวัดขาดการควบคุมกิจกรรมทางพาณิชย์จนกระทบต่อภาพลักษณ์ของความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งมีผู้เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 ($\bar{x}=4.40$, S.D. .759) และปัญหาแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนามีบรรยากาศไม่สงบ ไม่เหมาะแก่การปฏิบัติธรรม ซึ่งมีผู้เลือกมากที่สุด จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.20 ($\bar{x}=4.37$, S.D. .718) นอกจากนี้ ปัญหาด้านการจัดการยังเป็นที่ประจักษ์ โดยเฉพาะการขาดงบประมาณหรือบุคลากรด้านการจัดการท่องเที่ยวซึ่งมีผู้เลือกมากที่สุด จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 50.50 ($\bar{x}=4.36$, S.D. .736) และปัญหาเรื่องสภาพแวดล้อมรอบวัดไม่สะอาดหรือไม่เหมาะสมกับกิจกรรมทางศาสนา ซึ่งมีผู้เลือกตอบมากที่สุดจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.00 ($\bar{x}=4.34$, S.D. .858) สำหรับปัญหาด้านการนำเสนอเนื้อหา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ปัญหาการขาดระบบไกด์หรือนำชมเชิงธรรมะที่เข้าใจง่ายและลึกซึ้ง โดยมีผู้เลือกระดับมากที่สุด จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.00 ($\bar{x}=4.24$, S.D. .617) และปัญหาที่ถูกรับรู้น้อยที่สุดแต่ยังคงอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก คือ ข้อมูลหรือคำอธิบายเกี่ยวกับศาสนาในแหล่งท่องเที่ยวยังมีน้อย ซึ่งมีผู้เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 52.80 ($\bar{x}=4.01$, S.D. .714)

กล่าวโดยสรุปในประเด็นปัญหาที่ 1 คือปัญหาการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ (Religious Tourism) จำนวน 14 ข้อนั้นผลการวิเคราะห์ยืนยันว่าปัญหาหลักที่สุดของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ คือ การขาดความลึกซึ้งทางจิตวิญญาณและคุณค่าแท้จริงที่นักท่องเที่ยวพึงได้รับเมื่อมาเยือนศาสนสถาน ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาเรื่องการเข้ามาทำลายกายของกิจกรรมทางพาณิชย์ และการขาดการควบคุมบรรยากาศความสงบ ภายในพื้นที่ศาสนสถาน สิ่งเหล่านี้บ่งชี้ถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการปรับปรุงการบริหารจัดการและตีความหมายของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะให้เน้นคุณค่าทางจิตวิญญาณและความศักดิ์สิทธิ์เป็นสำคัญในอนาคต

ตารางที่ 13 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดานที่ 2

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			

ด้านที่ 2 : “ปัญหา” การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Eco/Nature-Based Tourism) จำนวน 12 ข้อ								
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีปัญหาขยะและมลพิษที่ไม่ได้รับการจัดการ	254 (63.5)	102 (25.5)	43 (10.8)	1 (0.2)	-	4.52	.693	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
2. เส้นทางเข้าถึงแหล่งธรรมชาติมีปัญหาด้านความสะอาดและความปลอดภัย	205 (51.2)	75 (18.8)	108 (25.8)	17 (4.2)	-	4.17	.955	เห็นด้วยระดับมาก
3. ขาดป้ายแนะนำหรือข้อมูลธรรมชาติที่เข้าใจง่าย	72 (18.0)	171 (42.8)	151 (37.8)	6 (1.5)	-	3.77	.753	เห็นด้วยระดับมาก
4. นักท่องเที่ยวไม่มีจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติ เช่น ทิ้งขยะ หรือรบกวนสัตว์	150 (37.5)	165 (41.2)	79 (19.8)	6 (1.5)	-	4.14	.782	เห็นด้วยระดับมาก
5. ชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ	69 (17.2)	178 (44.5)	115 (28.8)	28 (9.5)	-	3.69	.865	เห็นด้วยระดับมาก
6. มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่รบกวนระบบนิเวศ เช่น การใช้เรือเสียงดัง การให้อาหารสัตว์	141 (35.2)	102 (25.5)	145 (36.2)	12 (3.0)	-	3.93	.912	เห็นด้วยระดับมาก

ตาราง 13 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดำนที่ 2 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มาก ที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
7. หน่วยงานรัฐหรือ ผู้ประกอบการไม่คำนึงถึง “จิตความสามารถในการ รองรับ” ของแหล่งท่องเที่ยว	90 (22.5)	169 (42.2)	109 (27.2)	32 (8.0)	-	3.79	.881	เห็นด้วย ระดับ มาก
8. พื้นที่ธรรมชาติ เหลืออยู่น้อยลงเพราะถูก พัฒนาเชิงพาณิชย์	193 (48.2)	140 (35.0)	35 (8.8)	6 (1.5)	26 (6.5)	4.17	.757	เห็นด้วย ระดับ มาก
9. ขาดการจัดระบบ ท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อม เช่น การรีไซเคิล น้ำใช้ซ้ำ ฯลฯ	192 (48.0)	134 (33.5)	42 (10.5)	32 (8.0)	-	4.21	.927	เห็นด้วย ระดับ มาก
10. กิจกรรมเชิงธรรมชาติ ไม่หลากหลายหรือไม่เหมาะ กับกลุ่มเป้าหมาย นักท่องเที่ยว	194 (48.5)	119 (29.8)	55 (13.8)	6 (1.5)	26 (6.5)	4.12	.968	เห็นด้วย ระดับ มาก
11. ข้อมูลธรรมชาติมัก อยู่ในรูปแบบโบรชัวร์เก่า ไม่ ดึงดูดคนรุ่นใหม่	254 (63.5)	105 (26.2)	36 (9.0)	5 (1.2)	-	4.52	.711	เห็นด้วย ระดับ มากที่สุด
12. การจัดกิจกรรมหรือ แผนท่องเที่ยวไม่เชื่อมโยง ธรรมชาติกับวัฒนธรรม ท้องถิ่น	195 (48.8)	110 (27.5)	63 (15.8)	32 (8.0)	-	4.17	.968	เห็นด้วย ระดับ มาก

จากตารางแสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดำนที่ 2 เกี่ยวกับปัญหาของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Eco/Nature-Based Tourism) โดยภาพรวมชี้ให้เห็นว่าปัญหาทั้งหมดถูกรับรู้ในระดับเห็น

ด้วยระดับมาก ($\bar{x}=4.10$, S.D. .835) โดยมี 2 ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากัน คือ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีปัญหาขยะและมลพิษที่ไม่ได้รับการจัดการ ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับมากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 ($\bar{x}=4.52$, S.D. .693) และข้อมูลธรรมชาติมักอยู่ในรูปแบบโบราณวัดเก่า ไม่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีผู้เห็นด้วยระดับมากที่สุด จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.50 ($\bar{x}=4.52$, S.D. .711) ในขณะที่ปัญหาด้านการพัฒนาเชิงพาณิชย์และการจัดการ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างสูงต่อปัญหาพื้นที่ธรรมชาติเหลืออยู่น้อยลงเพราะถูกพัฒนาเชิงพาณิชย์ โดยมีผู้เลือกมากที่สุด จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.20 ($\bar{x}=4.17$, S.D. .757) ปัญหา ขาดการจัดระบบท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมซึ่งมีผู้เห็นด้วยระดับมากที่สุด จำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ($\bar{x}=4.21$, S.D. .927) และปัญหาด้านความปลอดภัยในการเข้าถึงคือเส้นทางเข้าถึงแหล่งธรรมชาติมีปัญหาด้านความสะดวกและความปลอดภัยซึ่งมีผู้เลือกมากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.20 ($\bar{x}=4.17$, S.D. .955) นอกจากนี้ปัญหาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไม่มีจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติก็ถูกระบุว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีผู้เลือกตอบระดับมาก จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.20 ($\bar{x}=4.14$, S.D. .782) สำหรับประเด็นที่ถูกรับรู้น้อยที่สุดในกลุ่มนี้ แต่ยังคงแปลผลว่าเห็นด้วยระดับมาก คือ ชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับมาก จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ($\bar{x}=3.69$, S.D. .865)

กล่าวโดยสรุป ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าปัญหาหลักของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในพื้นที่จังหวัดนครปฐม คือ ปัญหาด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะและมลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ควบคู่ไปกับปัญหาด้านการสื่อสารและข้อมูลที่ไม่ทันสมัย ซึ่งส่งผลกระทบต่อทั้งประสบการณ์การท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 14 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดานที่ 3

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ด้านที่ 3: “ปัญหา” การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) จำนวน 11 ข้อ								
1. การแสดงทางวัฒนธรรมมักจัดขึ้นเพื่อการค้า ไม่ใช่การถ่ายทอดจริง	174 (43.5)	148 (37.0)	78 (19.5)	-	-	4.24	.757	เห็นด้วยระดับมาก
2. นักท่องเที่ยวไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง	167 (41.8)	130 (32.5)	97 (24.2)	6 (1.5)	-	4.14	.837	เห็นด้วยระดับมาก
3. ขาดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม เช่น เวิร์กช็อป งานฝีมือ อาหารพื้นบ้าน	177 (44.2)	111 (27.8)	80 (20.0)	32 (8.0)	-	4.08	.978	เห็นด้วยระดับมาก
4. วัฒนธรรมท้องถิ่นบางส่วนเริ่มถูกกลืนไปกับความทันสมัยและพาณิชย์นิยม	270 (67.5)	93 (23.2)	31 (7.8)	6 (1.5)	-	4.56	.701	เห็นด้วยระดับมากที่สุด
5. นักท่องเที่ยวขาดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรมของชุมชน	168 (42.0)	195 (48.8)	31 (7.8)	6 (1.5)	-	4.31	.678	เห็นด้วยระดับมาก
6. ขาดไกด์หรือตัวแทนท้องถิ่นที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเชิงวัฒนธรรม	145 (36.2)	192 (48.0)	57 (14.2)	6 (1.5)	-	4.19	.728	เห็นด้วยระดับมาก
7. ข้อมูลวัฒนธรรมไม่ถูกจัดทำให้น่าสนใจ เช่น ไม่มี QR Code หรือสื่อมัลติมีเดีย	179 (44.8)	154 (38.5)	58 (14.5)	9 (2.2)	-	4.25	.785	เห็นด้วยระดับมาก

ตาราง 14 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดำนที่ 3 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
8. นักท่องเที่ยวบางกลุ่มแต่งกายหรือปฏิบัติไม่เหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรม	127 (31.8)	155 (38.8)	101 (25.2)	13 (3.2)	4 (1.0)	3.97	.889	เห็นด้วยระดับมาก
9. สินค้า/ของฝากพื้นเมืองไม่ถูกส่งเสริมอย่างจริงจังให้เชื่อมกับอัตลักษณ์	112 (28.0)	172 (43)	103 (25.8)	8 (2.0)	5 (1.2)	3.94	.853	เห็นด้วยระดับมาก
10. วัฒนธรรมบางส่วนถูกลดทอนคุณค่าจนขาดความหมายเชิงจิตใจ	166 (41.5)	153 (38.2)	61 (15.2)	15 (3.8)	5 (1.2)	4.15	.899	เห็นด้วยระดับมาก
11. ขาดการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีลำดับและประสบการณ์ต่อเนื่อง	175 (43.8)	157 (39.2)	60 (15.0)	8 (2.0)	-	4.24	.779	เห็นด้วยระดับมาก

จากตารางแสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดำนที่ 3 เกี่ยวกับปัญหาทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) พบว่า โดยภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.18, S.D. .803) โดยปัญหาที่มีผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยสูงสุดและแปลผลในระดับเห็นด้วยระดับมากที่สุด คือประเด็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมท้องถิ่นบางส่วนเริ่มถูกกลืนไปกับความทันสมัยและพาณิชย์นิยม ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับมากที่สุด จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.50 ($\bar{X}$ = 4.56, S.D. .701) ซึ่งถือเป็นปัญหาหลักที่ผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้อย่างชัดเจน ในขณะที่ปัญหาด้านการสื่อสารและการถ่ายทอดองค์ความรู้ก็ถูกรับรู้ในระดับสูง โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างมากกว่านักท่องเที่ยวขาดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรมของชุมชน ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับมาก จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 48.80 ($\bar{X}$ = 4.31, S.D. .678) และปัญหาด้านการจัดการ ได้แก่ ข้อมูลวัฒนธรรมไม่ถูกจัดทำให้น่าสนใจ เช่น ไม่มี QR Code หรือสื่อมัลติมีเดีย ซึ่งมีผู้เลือกมากที่สุด จำนวน 179 คน คิด

เป็นร้อยละ 44.80 ($\bar{x}=4.25$, S.D. .785) รวมถึงปัญหาเรื่องการแสดงทางวัฒนธรรมมักจัดขึ้นเพื่อการค้า ไม่ใช่การถ่ายทอดจริง ซึ่งมีผู้เลือกมากที่สุด จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 ($\bar{x}=4.24$, S.D. .757) นอกจากนี้ปัญหาด้านประสบการณ์และความหมายเชิงจิตใจก็ได้รับการยืนยัน โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยต่อปัญหา วัฒนธรรมบางส่วนถูกลดทอนคุณค่าจนขาดความหมายเชิงจิตใจซึ่งมีผู้เลือกมากที่สุด จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 ($\bar{x}=4.15$, S.D. .899) และนักท่องเที่ยวไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง มีผู้เลือกตอบมากที่สุด จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.80 ($\bar{x}=4.14$, S.D. .837) สำหรับปัญหาที่มีระดับความคิดเห็นต่ำที่สุดในกลุ่มนี้ แต่ยังคงแปลผลว่าเห็นด้วยระดับมาก คือ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มแต่งกายหรือปฏิบัติไม่เหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรม โดยมีผู้เลือกตอบระดับมาก จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 38.80 ($\bar{x}=3.97$, S.D. .889)

กล่าวโดยสรุป ปัญหาหลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม คือ การถูกกลืนกินโดยกระแสพาณิชย์นิยม ซึ่งบั่นทอนคุณค่าและความหมายของวัฒนธรรมท้องถิ่นอย่างเป็นสาระสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาด้านการขาดกลไกที่สร้างสรรค์ในการถ่ายทอดความรู้และวิถีชีวิตชุมชนอย่างลึกซึ้ง ให้แก่นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 15 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดานี้ 4

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
ด้านที่ 4: “ปัญหา” การจัดการและบริการโดยรวม (Tourism Management & Services) จำนวน 13 ข้อ								
1. ระบบจราจรและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมยังไม่มีประสิทธิภาพ เช่น รถติดถนนไม่ดี เป็นต้น	177 (44.2)	64 (16.0)	102 (25.5)	52 (13.0)	5 (1.2)	3.89	.944	เห็นด้วยระดับมาก
2. ขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้าน (ธรรมะ-ธรรมชาติ-วัฒนธรรม)	160 (40.0)	186 (46.5)	47 (11.8)	6 (1.5)	1 (0.2)	4.24	.735	เห็นด้วยระดับมาก

ตาราง 15 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดานที่ 4 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
3. จุดบริการนักท่องเที่ยว (Tourist Information Center) มีจำนวนน้อยและเข้าถึงยาก	112 (28.0)	216 (54.0)	59 (14.8)	6 (1.5)	7 (1.8)	4.05	.802	เห็นด้วยระดับมาก
4. ป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์นำทางยังไม่เพียงพอ หรือไม่ชัดเจน	81 (20.2)	194 (48.5)	98 (24.5)	25 (6.2)	2 (0.5)	3.81	.843	เห็นด้วยระดับมาก
5. ข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสารหรือดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัย	164 (41.0)	142 (35.5)	86 (21.5)	6 (1.5)	2 (0.5)	4.15	.842	เห็นด้วยระดับมาก
6. ขาดระบบนำเที่ยวหรือแอปพลิเคชันที่ช่วยวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัด	120 (30.0)	221 (55.3)	52 (13.0)	6 (1.5)	1 (0.2)	4.13	.704	เห็นด้วยระดับมาก
7. เจ้าหน้าที่ในพื้นที่ขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษหรือการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ	101 (25.2)	227 (56.8)	67 (16.8)	5 (1.2)	-	4.04	.729	เห็นด้วยระดับมาก
8. นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกันจากแหล่งต่าง ๆ (เจ้าหน้าที่ / โซเชียล / เว็บไซต์)	443 (10.8)	216 (54.0)	124 (31.0)	6 (1.6)	11 (2.8)	3.68	.792	เห็นด้วยระดับมาก

ตาราง 15 แสดงค่าระดับความคิดเห็น ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อประเด็นปัญหาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมดานที่ 4 (ต่อ)

ประเด็น	ระดับความคิดเห็น (n = 400)					$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)			
9. ที่พักและร้านอาหาร ในบางพื้นที่ไม่ได้มาตรฐาน หรือไม่มีการควบคุมคุณภาพ	54 (13.5)	167 (41.8)	147 (36.8)	32 (8.0)	-	3.60	.818	เห็นด้วย ระดับ มาก
10. ไม่มีระบบสำรวจ ความพึงพอใจจาก นักท่องเที่ยวเพื่อปรับปรุง บริการ	121 (30.2)	187 (46.8)	85 (21.2)	6 (1.5)	1 (0.2)	4.05	.772	เห็นด้วย ระดับ มาก
11. เจ้าหน้าที่หรือผู้ ให้บริการบางรายขาดความ เป็นมิตรหรือจิตบริการที่ดี	32 (8.0)	196 (49.0)	163 (40.8)	6 (1.5)	3 (0.8)	3.62	.686	เห็นด้วย ระดับ มาก
12. นักท่องเที่ยวรู้สึกว่ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้ รับการดูแลหรือบำรุงรักษา	146 (36.5)	164 (41.0)	81 (20.2)	6 (1.5)	3 (0.8)	4.11	.827	เห็นด้วย ระดับ มาก
13. การจัดการกิจกรรม ท่องเที่ยวไม่เชื่อมโยงกับ บริบทของเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) ทำให้ นักท่องเที่ยวสับสนหรือขาด อรรถรส	172 (43.0)	105 (26.2)	91 (22.8)	30 (7.5)	2 (0.5)	4.03	.842	เห็นด้วย ระดับ มาก

จากผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อประเด็นปัญหา 13 ข้อในด้านการจัดการและบริการโดยรวม (Tourism Management & Services) ของจังหวัดนครปฐมพบว่า โดยภาพรวมความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.01 (S.D. .800) ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้ตอบแบบสอบถามรับรู้ถึงข้อบกพร่องในการจัดการและโครงสร้างพื้นฐานการบริการอย่างมีนัยสำคัญ ปัญหาที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับสูงสุดและมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในกลุ่มนี้

คือ การขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้าน (ธรรมะ-ธรรมชาติ-วัฒนธรรม) ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับ มากมากที่สุด จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 และมีผู้เลือกมากที่สุด จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ($\bar{x}=4.24$, S.D. .735) แสดงให้เห็นว่าปัญหาการเชื่อมโยงการเดินทางเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงพื้นที่ท่องเที่ยว ปัญหาสำคัญรองลงมาในกลุ่มนี้คือการขาดแอปพลิเคชันและข้อมูลดิจิทัล โดยผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยอย่างยิ่งต่อปัญหาข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสารหรือดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัย ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับมากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ($\bar{x}=4.15$, S.D. .842) และปัญหาขาดระบบนำเที่ยวหรือแอปพลิเคชันที่ช่วยวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัด ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับมากที่สุด จำนวน 221 คน คิดเป็นร้อยละ 55.30 ($\bar{x}=4.13$, S.D. .704) ซึ่งสะท้อนความต้องการเครื่องมือดิจิทัลที่ทันสมัย ประเด็นปัญหาด้านความรู้สึกรู้สึกต่อคุณภาพการดูแลสถานที่ ได้แก่ นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการดูแลหรือบำรุงรักษาที่ถูกจัดอยู่ในระดับสูง โดยมีผู้เลือกตอบระดับมากที่สุด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 41.00 ($\bar{x}=4.11$, S.D. .827) ในขณะที่ปัญหาด้านการสื่อสาร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยต่อปัญหาเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษหรือการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับมากที่สุด จำนวน 227 คน คิดเป็นร้อยละ 56.80 ($\bar{x}=4.04$, S.D. .729) สำหรับปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ถูกรับรู้มากที่สุดแต่ยังคงแปลผลว่าเห็นด้วยระดับมาก คือ ป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์นำทางยังไม่เพียงพอหรือไม่ชัดเจน ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับมากที่สุด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 ($\bar{x}=3.81$, S.D. .843) และปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ที่พักและร้านอาหารในบางพื้นที่ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่มีการควบคุมคุณภาพ ซึ่งมีผู้เลือกตอบระดับปานกลางมากที่สุด จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 ($\bar{x}=3.60$, S.D. .818)

กล่าวโดยสรุป ปัญหาด้านการจัดการและบริการโดยรวมของการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมในจังหวัดนครปฐมอยู่ที่การขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงระหว่างพื้นที่ท่องเที่ยวและความล่าช้าของการสื่อสารข้อมูลและเครื่องมือวางแผนการเดินทางในยุคดิจิทัล รวมถึงปัญหาคุณภาพในการบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวและทักษะด้านภาษาของเจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ

ในส่วนสุดท้ายคือการวิเคราะห์และการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก โดยการเชื่อมโยงปัญหาเชิงโครงสร้างจากสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ (In-depth Interview) สู่การรับรู้เชิงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งใช้การสังเคราะห์ข้อมูลแบบไตรยางค์ (Triangulation) เพื่อยืนยันความถูกต้องของข้อมูล (Validity) และนำไปสู่การกำหนดปัญหาทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับเมืองสามธรรมที่แม่นยำ โดยการผนวกข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญเข้ากับข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในประเด็นปัญหาที่มีระดับความรุนแรงสูงสุด ทำให้ผู้วิจัยสามารถระบุ รากเหง้าของปัญหา (Root Cause Analysis) ได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น

ผลจากการสังเคราะห์ที่ได้ทำการคัดเลือกและจับคู่ปัญหาสำคัญที่สุดจำนวน 6 ประเด็น โดยแบ่งเป็นด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรม ด้านละ 2 ปัญหา เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องระหว่างปัญหาเชิงโครงสร้าง (Structural Problems) ที่ผู้เชี่ยวชาญชี้ และปัญหาเชิงประสบการณ์ (Experiential Problems) ที่นักท่องเที่ยวเผชิญหน้าและเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ซึ่งการวิเคราะห์นี้ไม่เพียงแต่ยืนยันความสำคัญของปัญหาเท่านั้น แต่ยังเป็นการกำหนดขอบเขตของการแก้ไขปัญหาผ่านข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านจากการจัดการที่มุ่งเน้นปริมาณไปสู่การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมอย่างยั่งยืนและมีคุณค่าเชิงลึก โดยผลจากการสังเคราะห์ปัญหาทั้ง 6 ด้าน เป็นดังนี้

ปัญหาที่ 1 : การลดทอนความศักดิ์สิทธิ์และการรบกวนของพหุวัฒนธรรม

ปัญหานี้มีรากเหง้ามาจากการขาดการควบคุมเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะการกำหนดขอบเขตและระเบียบการใช้พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์อย่างชัดเจนจากหน่วยงานที่รับผิดชอบและศาสนสถานเอง (ตามข้อสังเกตของผู้เชี่ยวชาญ) การละเลยดังกล่าวส่งผลให้นักท่องเที่ยวรับรู้ปัญหาว่าบางวัดขาดการควบคุมกิจกรรมทางพหุวัฒนธรรมกระทบภาพลักษณ์ของความศักดิ์สิทธิ์ การรบกวนของกิจกรรมเชิงพหุวัฒนธรรมที่ไม่มีการควบคุมนี้ ถือเป็นภัยคุกคามโดยตรงต่อความแท้จริงทางจิตวิญญาณ (Spiritual Authenticity) และบั่นทอนวัตถุประสงค์หลักของการแสวงบุญหรือการเยือนศาสนสถานทั้งของนักท่องเที่ยวและคนพื้นถิ่น

ปัญหาที่ 2 : ความล้มเหลวในการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ

ปัญหานี้เป็นผลผลิตโดยตรงจากการขาดอัตลักษณ์และความลึกซึ้งในการนำเสนอเนื้อหาการนำชมหรือการให้ข้อมูลที่เน้นเพียงการสักการะหรือสิ่งปลูกสร้างในเชิงวัตถุ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมิติของ “การเรียนรู้เชิงปรัชญา” และ “การปฏิบัติ” อันส่งผลให้ผู้มาเยือนจำนวนมากไม่รู้สึกถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อมาเยือนศาสนสถาน ซึ่งพบว่าเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดในการสำรวจทั้งหมด และเป็นหลักฐานที่ชัดเจนว่าการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดนครปฐมกำลังประสบกับปัญหาความตื่นเงินของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวหรือคนพื้นถิ่นจะได้รับเมื่อมาเยือน

ปัญหาที่ 3 : การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่มลพิษ

ปัญหานี้ถูกตอกย้ำด้วยข้อค้นพบเชิงประจักษ์ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีปัญหาขยะและมลพิษที่ไม่ได้รับการจัดการซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านธรรมชาติ การรับรู้ที่รุนแรงนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจาก ความหละหลวมในการจัดการความยั่งยืนและการขาดการควบคุม “ขีดความสามารถในการรองรับ” ของพื้นที่ (Carrying Capacity) ตามที่ผู้เชี่ยวชาญชี้แจง การขาดกลไกการบังคับใช้และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขาภิบาลที่เหมาะสมจึงเป็นรากเหง้าของปัญหาที่คุกคามความสมบูรณ์ของระบบนิเวศโดยตรงได้

ปัญหาที่ 4 : การขาดนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์

แม้ว่าจังหวัดนครปฐมจะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม แต่ความล้มเหลวในการสื่อสารข้อมูลกลับเป็นปัญหาเชิงประสพการณ์ที่สำคัญ โดยนักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมักอยู่ในรูปแบบโบรชัวร์เก่า ไม่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ ปัญหานี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริหารจัดการพื้นที่ยังไม่ได้ปรับใช้ “นวัตกรรมดิจิทัล” (Digital Adoption) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและส่งเสริมองค์ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้โอกาสในการดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่และการถ่ายทอดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์อาจทำได้ไม่เต็มที่

ปัญหาที่ 5 : การกลืนกินของพาณิชย์นิยมต่อความแท้จริงทางวัฒนธรรม

ปัญหานี้เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่ซับซ้อน โดยมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านชี้ตรงกันถึงการขาดการวางแผนการอนุรักษ์เชิงยุทธศาสตร์ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวรับรู้ว่าคุณค่าวัฒนธรรมท้องถิ่นบางส่วนเริ่มถูกกลืนไปกับความทันสมัยและพาณิชย์นิยม ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านวัฒนธรรม ความจำเป็นทางเศรษฐกิจที่ต้องตอบสนองตลาดระยะสั้นโดยไม่มีกรอบการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง ทำให้ความแท้จริง (Authenticity) ของประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตถูกกลดทอนหรือบิดเบือนไปเพื่อผลประโยชน์ทางการค้ามากเกินไป ทำให้อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมที่แท้จริงนั้นเสี่ยงต่อการสูญหายในอนาคตได้

ปัญหาที่ 6 : การนำเสนอที่ขาดมิติการมีส่วนร่วมและวิถีชีวิตจริง

ปัญหาเชิงโครงสร้างด้านการขาดการสร้างอัตลักษณ์ที่ลึกซึ้ง (ผู้เชี่ยวชาญ) สอดคล้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง โดยการนำเสนอวัฒนธรรมส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบของ “การแสดงให้ชม” ที่จำกัด ไม่มีการออกแบบกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม (Active Participation) เช่น เวิร์กช็อป หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหยุดอยู่เพียงผิวเผินและไม่สามารถสร้างความประทับใจที่นำไปสู่การพักค้างคืนได้ จนกลายเป็นอุปสรรคทางกายภาพที่ทำให้จังหวัดนครปฐมยังคงเป็น “เมืองทางผ่าน”

และทั้งหมดที่ผู้วิจัยได้กล่าวมาแล้วข้างต้นนั้น เปรียบปัญหาต่าง ๆ ได้กับ “ทุกข์” ที่เกิดขึ้นกับจังหวัดนครปฐม ซึ่งทิศทางการแก้ไขปัญหานั้นในขั้นตอนต่อไป (สมุทัย) จึงต้องมุ่งเน้นไปที่การเปลี่ยนผ่านจาก “Quantity-driven Tourism” ไปสู่ “Quality-driven Tourism” โดยการสร้างกลไกการบูรณาการที่มีอำนาจในการกำหนดมาตรฐานการอนุรักษ์และพัฒนาวัฒนธรรมในการนำเสนอเนื้อหาอย่างจริงจังผ่านการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม

ขั้นตอนที่ 2 : การยกร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย

ในขั้นตอนที่ 2 คือขั้นตอนการหาเหตุแห่งทุกข์ (สมุทัย) ตามแนวคิดอริยสัจ 4 เพื่อนำไปสู่การแก้ไขปัญหาทั้ง 6 ประเด็นข้างต้น โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญและนักท่องเที่ยวได้นำไปสู่การกำหนดประเด็นปัญหาหลักเชิงกลยุทธ์ จำนวน 6 ประเด็น ซึ่งเป็น

รากเหง้าของความท้าทายในการยกระดับจังหวัดนครปฐมจาก “เมืองทางผ่าน” สู่ “จุดหมายปลายทางของการพักค้างคืน” ซึ่งปัญหาเหล่านี้มิได้เป็นเพียงข้อบกพร่องด้านการบริการแต่สะท้อนถึงวิกฤตการณ์เชิงโครงสร้างของการบริหารจัดการที่ขาดการบูรณาการและวิสัยทัศน์ที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้การยกร่าง “ข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy Guideline)” จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเปลี่ยนข้อค้นพบจากการวิจัยให้เป็นกรอบการปฏิบัติงานที่สามารถวัดผลได้ (Actionable Framework) สำหรับหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการ และชุมชนในพื้นที่ โดยข้อเสนอเชิงนโยบายนี้ถูกออกแบบขึ้นบนหลักการของการแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุ (Root Cause) ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักการ 3 ด้าน ได้แก่

1. พื้นฟูความแท้จริง (Authenticity) และคุณค่าทางจิตวิญญาณผ่านการควบคุมการรुकืบของพาณิชย์นิยมและการยกระดับการนำเสนอเนื้อหาให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น
2. ส่งเสริมความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Sustainability) ผ่านการลงทุนในระบบจัดการมลพิษและการบังคับใช้มาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่
3. สร้างการเชื่อมโยงเชิงระบบ (System Integration) ผ่านการพัฒนาระบบขนส่งและเครื่องมือดิจิทัลที่บูรณาการแหล่งท่องเที่ยว “ธรรมชาติ-วัฒนธรรม-วิถีชีวิต” เข้าด้วยกันอย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ที่มาในการยกร่างข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่ “เมืองสามธรรม” เกิดจากกระบวนการศึกษาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ตั้งแต่การทบทวนเอกสารและกรอบยุทธศาสตร์ระดับชาติและระดับจังหวัด เพื่อสร้างฐานความเข้าใจร่วมว่าการท่องเที่ยวในบริบทปัจจุบันประสบปัญหาอะไร และควรพัฒนาไปในทิศทางใด โดยการทบทวนเอกสารครอบคลุมทั้งแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2566–2570 และทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ รวมถึง แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570) ซึ่งเน้นการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยว เชื่อมโยงกับการพัฒนาชุมชน ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งการวิเคราะห์เอกสารเชิงนโยบายเหล่านี้ทำให้เห็นช่องว่างระหว่าง “การตั้งเป้าจำนวน” กับ “การสร้างคุณค่า” และสะท้อนความต้องการนโยบายที่มุ่งไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณค่าอย่างแท้จริง

กระบวนการต่อมาที่ทำให้ข้อเสนอเชิงนโยบายมีความเป็นไปได้และเหมาะสมกับบริบทจริงคือการดำเนินประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) กับผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ทั้งนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว ผู้บริหารองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว และตัวแทนชุมชนท้องถิ่น จำนวนทั้งสิ้น 19 ท่าน จากหลากหลายมิติของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม การประชุมและสัมมนาเหล่านี้มีบทบาทสำคัญในการนำข้อมูลเชิงนโยบายมาถกเถียงและ

เชื่อมโยงกับสภาพปัญหาจริงในพื้นที่ เช่น ปัญหาการจัดการพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ การขาดการควบคุมกิจกรรมเชิงพาณิชย์ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ไม่สอดคล้องกับคุณค่าเชิงจิตวิญญาณ และโครงสร้างพื้นฐานด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเสียงสะท้อนตรงจากผู้ปฏิบัติและผู้มีบทบาทในระบบการท่องเที่ยว ทำให้แนวคิดเชิงนโยบายสามารถขยายออกเป็นประเด็นที่จับต้องได้และมีแรงหนุนจากผู้เกี่ยวข้องจริง

นอกจากแผนพัฒนาและการแลกเปลี่ยนความเห็นกับผู้เชี่ยวชาญแล้ว การเก็บข้อมูลภาคสนามผ่านแบบสอบถามเชิงปริมาณกับนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน และการสำรวจพื้นที่จริงในทุกอำเภอของจังหวัดนครปฐม ได้เสริมให้การวิเคราะห์ปัญหาเชิงนโยบายมีฐานข้อมูลเชิงประจักษ์ที่แข็งแกร่ง ข้อมูลพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น ความถี่การมาเยือน วัตถุประสงค์การเดินทาง ช่องทางการรับรู้ข้อมูล และประเภทการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ เป็นตัวชี้วัดสำคัญที่ช่วยระบุว่าพัฒนาที่มุ่งเน้นเพียงแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมเชิงพาณิชย์ไม่เพียงพอ แต่ต้องขยายไปสู่การออกแบบประสบการณ์เชิงคุณค่าและเชื่อมโยงกับบริบทท้องถิ่นโดยตรง

ดังนั้นเนื้อหาต่อไปนี้เป็นกรอบข้อเสนอเชิงนโยบายที่ผูกโยงการแก้ไขปัญหาลหลักทั้ง 6 ประเด็นเข้ากับแนวทางการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านที่สำคัญในการบริหารจัดการและส่งมอบคุณภาพการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมาอย่างยั่งยืนต่อไป ประกอบด้วย 6 นโยบาย 34 กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบาย และ 144 ตัวชี้วัดความสำเร็จ ดังนี้

ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมา

ตามแนวคิดอริยสัจ 4

(ฉบับยกร่าง)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1: การกำหนดเขตคุ้มครองและควบคุมกิจกรรมพาณิชย์เชิงศาสนสถาน (Vetting & Sanctity Control: Establishing Strict Sanctuary Zoning and Commercial Activity Control in Religious Sites)

นโยบายนี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อตอบโจทยวิกฤตที่เกิดจากการรุกรานของกิจกรรมเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งได้รับการยืนยันว่าเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงในระดับสูงจากทั้งมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ โดยยึดหลักการ “ฟื้นฟูความสงบและคุณค่าทางจิตวิญญาณเป็นอันดับแรก” โดยการเปลี่ยนแนวคิดจากการจัดการที่เน้น “การรองรับการค้า” ไปสู่ “การคุ้มครองสถานที่ศักดิ์สิทธิ์” ซึ่งข้อเสนอเชิงนโยบายนี้เป็นข้อเสนอที่เกี่ยวกับการกำหนดเขตคุ้มครองโดยมิได้มีเจตนายกเลิกกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่เพื่อเป็นการจัดระเบียบ (Zoning) และควบคุมคุณภาพ (Quality Control) ให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในศาสนสถานเหล่านั้นยังคงสามารถดำเนินไปในพื้นที่และรูปแบบที่เหมาะสมโดยไม่สร้างความขัดแย้งเชิงคุณค่า (Value Conflict) ระหว่างศรัทธากับกิจกรรมเชิงพาณิชย์

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1

1. เพื่อฟื้นฟูความศักดิ์สิทธิ์และบรรยากาศการปฏิบัติธรรมของศาสนสถาน โดยการจำกัดและควบคุมกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกับคุณค่าทางจิตวิญญาณ

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 จำนวน 5 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 1.1 : การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน (Sanctuary Zoning Map)

การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน เป็นมาตรการเชิงพื้นที่ (Spatial Policy) ที่จำเป็นต่อการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างของวิกฤตความศักดิ์สิทธิ์ โดยอาศัยหลักการการวางแผนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินเฉพาะกิจ (Land Use Planning) ในพื้นที่ศาสนสถานเพื่อแยกการใช้ประโยชน์ทางจิตวิญญาณจากการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างชัดเจน โดยการดำเนินการจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ 1) เขตพุทธาวาสชั้นใน (Core Sanctuary Zone) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ต้องคุ้มครองความสงบและห้ามกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทุกชนิด และ 2) เขตกันชนเชิงพาณิชย์ (Commercial Buffer Zone) ซึ่งเป็นพื้นที่รอบนอกที่อนุญาตให้มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้มาตรฐานการควบคุมภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมที่เคร่งครัด (Aesthetic Controls) เพื่อให้เกิดความกลมกลืนกับศาสนสถาน โดยผู้วิจัยเห็นว่ากลไกนี้ต้องได้รับความเห็นชอบร่วมกันระหว่างคณะสงฆ์เพื่อรับรองคุณค่าทางศาสนา และหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อออกข้อบัญญัติและผังเมืองหรือการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ศาสนสถานเชิงพาณิชย์ก่อนประกาศใช้ เพื่อให้การจำกัดกิจกรรมมีผลบังคับใช้ทางกฎหมายที่ชัดเจนและเป็นธรรม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการฟื้นฟูความศักดิ์สิทธิ์และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมะในระยะยาว

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.1

1.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPI)

1.1.1.1 จำนวนหรือร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาที่ประกาศใช้ผังแบ่งเขตพื้นที่อย่างเป็นทางการ โดยมีเป้าหมาย 100% ภายใน 1 ปี โดยตัวชี้วัดนี้มีความสำคัญในฐานะเป็นตัวชี้วัดการเริ่มต้น (Initiation Indicator) เนื่องจากความหย่อนในการควบคุมกิจกรรมพาณิชย์อันเกิดจากการขาดขอบเขตอำนาจและพื้นที่ที่ถูกนิยามไว้อย่างเป็นทางการ ดังนั้นการบรรลุเป้าหมาย 100% จึงหมายถึงการที่มาตรการทางกฎหมาย และ เครื่องมือทางผังเมืองเฉพาะกิจได้ถูกนำมาใช้เพื่อเป็นฐานในการบังคับใช้กฎระเบียบ โดยสร้างความชัดเจนว่าพื้นที่ใดเป็น Core Sanctuary Zone ที่ห้ามการค้าขายโดยเด็ดขาด และพื้นที่ใดเป็น Buffer Zone ที่อนุญาตการค้าภายใต้การควบคุม รวมถึงเป็นการสร้างหลักฐานเชิงพื้นที่ที่ใช้ในการกำกับดูแลผู้ประกอบการได้อย่างเป็นธรรม ไม่ใช่การตัดสินใจตามอำเภอใจ ซึ่งเป็นรากฐานของการบังคับใช้กฎระเบียบที่เข้มแข็งในกลไกถัดไป

กลไกที่ 1.2 : มาตรการจำกัดและย้ายจุดขาย

กลไกนี้คือการนำมาตรการเชิงพื้นที่ที่กำหนดในกลไกที่ 1 มาสู่การปฏิบัติการจริง (Operationalization) โดยมีเป้าหมายคือการกำจัดความขัดแย้งเชิงพื้นที่ระหว่างกิจกรรมเชิงพาณิชย์ กับคุณค่าทางจิตวิญญาณ การออกคำสั่งบังคับให้ย้ายแผงลอยหรือร้านค้าที่ไม่เหมาะสมออกจากเขต พุทธาวาสชั้นใน (Core Sanctuary Zone) ไปยังเขตกันชนเชิงพาณิชย์ (Commercial Buffer Zone) ถือเป็นการดำเนินการเชิงนโยบายที่จำเป็นต่อการฟื้นฟูความสงบและลดการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวต่อการรบกวนความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งกลไกนี้ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบภายใต้การกำกับ ดูแลของคณะกรรมการร่วมเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความขัดแย้งกับผู้ประกอบการในพื้นที่

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.2

1.2 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPI)

1.2.1 จำนวน / ร้อยละของร้านค้าหรือแผงลอยที่ถูกย้ายออกจาก เขตพุทธาวาสชั้นใน โดยมีเป้าหมายการลดลงร้อยละ 80 ภายในระยะเวลา 6 เดือน ซึ่งเป็นตัวชี้วัด โดยตรงของการลดการรบกวนของกิจกรรมพาณิชย์

1.2.2 การประเมินเชิงกระบวนการ (Process) จากประสิทธิภาพ การจัดการของภาครัฐหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในการเปลี่ยนผ่านอย่างเป็นธรรม โดยกำหนด เป้าหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการที่ได้รับการจัดสรรพื้นที่ใหม่ในเขตกันชนอย่างเป็นธรรม ร้อย ละ 100 โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการยังคงมีพื้นที่ทำกินภายใต้กฎระเบียบใหม่

กลไกที่ 1.3 : การกำหนดมาตรฐานภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรม

กลไกนี้มุ่งแก้ไขปัญหการลดทอนคุณค่าทางสุนทรียภาพและภาพลักษณ์ (Aesthetic Integrity) ของศาสนสถานโดยใช้มาตรการควบคุมภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมในเขตกัน ชนเชิงพาณิชย์ การออกระเบียบควบคุมขนาดป้ายโฆษณา รูปแบบอาคาร วัสดุ และโทนสี ถือเป็น มาตรการสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ที่กลมกลืน (Harmonious Spatial Identity) โดยมี เป้าหมายเพื่อป้องกันมิให้การพัฒนาเชิงพาณิชย์บดบังหรือทำลายทัศนียภาพอันศักดิ์สิทธิ์ของแหล่ง ท่องเที่ยวเชิงธรรมะ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังสอดคล้องจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.3

1.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitatively KPI)

1.3.1.1 ค่าร้อยละของสิ่งปลูกสร้างหรือป้ายโฆษณาในเขตกันชนที่ ปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามมาตรฐานภูมิทัศน์ที่กำหนด โดยวัดระดับการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ (Physical Transformation) ของพื้นที่จากการตรวจสอบภาคสนาม (Field Audit) และการถ่ายภาพ เปรียบเทียบ (Before-After Photography) โดยมีเป้าหมายร้อยละ 90 ภายใน ระยะเวลา 1 ปี

1.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPI)

1.3.2.1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ การรับรู้เชิงอารมณ์ และสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่อความกลมกลืนทางภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมในเขตกันชน ซึ่งวัดผลได้จากการสำรวจความรู้สึก โดยมีเป้าหมายค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน เพื่อสะท้อนความสำเร็จในการฟื้นฟูสภาพลักษณะของพื้นที่

กลไกที่ 1.4 : การจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วม

ปัญหาที่พบคือการขาดความเป็นเอกภาพและการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มแข็ง ดังนั้นการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วมจึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างธรรมาภิบาลเชิงพื้นที่ (Spatial Governance) ซึ่งคณะกรรมการนี้ควรประกอบด้วยตัวแทนที่มีอำนาจตัดสินใจจากวัด ในฐานะของผู้รักษาความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ หน่วยงานท้องถิ่นหรือผู้มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย และอาสาสมัครชุมชน ตลอดจนตำรวจท่องเที่ยวในฐานะของการเป็นผู้เฝ้าระวังภาคสนาม โดยบทบาทหลักคือการเป็น กลไกการประสานงานข้ามหน่วยงาน (Cross-Sectoral Coordination) เพื่อเฝ้าระวังความเสี่ยงและแก้ไขปัญหาการละเมิดกฎระเบียบที่เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างรวดเร็วและเด็ดขาด

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.4

1.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitatively KPI)

1.4.1.1 ร้อยละของการละเมิดกฎระเบียบในเขตพุทธาวาสชั้นในที่ได้รับการแก้ไขภายใน 24 ชั่วโมง โดยเป็นการวัดความรวดเร็วและประสิทธิภาพของกลไกกำกับดูแลในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ (Response Time and Effectiveness) ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความเข้มแข็งในการบังคับใช้กฎหมาย โดยมีเป้าหมายของการแก้ไขปัญหาร้อยละ 90 ของเหตุการณ์ทั้งหมด

1.4.1.2 ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการร่วมและร้อยละของมติที่นำไปปฏิบัติได้จริง ซึ่งเป็นการวัดความต่อเนื่องและพลังขับเคลื่อนของกลไกธรรมาภิบาล (Governance) ในการกำกับดูแลเชิงนโยบายและการปฏิบัติการ โดยมีเป้าหมายจากการประชุมรายเดือนและมติถูกนำไปปฏิบัติไม่น้อยกว่าร้อยละ 80

กลไกที่ 1.5 การสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยวและชุมชน

กลไกนี้ถือเป็นการประเมินผลลัพธ์เชิงผลกระทบ (Impact Evaluation) ที่วัดความสำเร็จของนโยบายจากการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายโดยตรง การติดตามดัชนีความรู้สึก (Sentiment Index) ของนักท่องเที่ยวต่อปัญหาการลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ และกิจกรรมพาณิชย์อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าการควบคุมพื้นที่และภูมิทัศน์ที่ใช้ไปนั้นบรรลุผลในการฟื้นฟูคุณค่าทางจิตวิญญาณตามที่ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่ การวัดผลควรใช้เทคนิคการสำรวจแบบต่อเนื่อง (Continuous Monitoring) ทั้งแบบออนไลน์ (Social Listening) และแบบออฟไลน์โดยการสำรวจ ณ จุดสถานที่จริง

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.5

1.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitatively KPI)

1.5.1.1 ค่าร้อยละของการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและคุณค่า (Value Perception Change) ของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการฟื้นฟูคุณค่าทางธรรมะ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อประเด็น “นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกรังเกียจคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อมาเยือนศาสนสถาน” จะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4.50 โดยเปรียบเทียบจากค่าเฉลี่ยที่ผู้วิจัยได้สำรวจมาแล้วที่ค่าเฉลี่ย 4.62 จึงจะถือว่าบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้

1.5.1.2 ร้อยละของการรับรู้ถึงความเข้มแข็งของการควบคุมเชิงพื้นที่ โดยค่าที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจะยืนยันว่ากลไกที่ 1.2, 1.3 และ 1.4 ได้ทำงานร่วมกันเพื่อลดความขัดแย้งเชิงพื้นที่ได้สำเร็จ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อประเด็น “บางวัดขาดการควบคุมกิจกรรมทางพาณิชย์” จะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4.00 โดยเปรียบเทียบจากค่าเฉลี่ยที่ผู้วิจัยได้สำรวจมาแล้วที่ค่าเฉลี่ย 4.40 จึงจะถือว่าบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 : การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา (Content & Spiritual Guide: Developing Curricula and Personnel for Philosophical Interpretation and Guidance)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างเกี่ยวกับการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ ซึ่งได้สะท้อนมาจากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยระบุว่านักท่องเที่ยวไม่รู้สึกรังเกียจคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อมาเยือนศาสนสถาน และสอดคล้องกับปัญหาขาดระบบไกด์หรือนำชมเชิงธรรมะที่เข้าใจง่ายและลึกซึ้ง โดยหลักการสำคัญคือการใช้ การปฏิบัติการเชิงคุณภาพ (Qualitative Operation) เพื่อเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอจากการ “ชมวัตถุสถาน” (Object-Centric) ไปสู่ “การเข้าถึงความหมาย” (Meaning-Centric) ตามหลักการของ Narrative Tourism ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ได้ชี้ว่ามีการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการเล่าเรื่องและความรู้เชิงปรัชญาอย่างลึกซึ้ง ถือเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่ทำให้การนำเสนอขาดอัตลักษณ์และมีเนื้อหาที่ตื้นเขิน โดยการพัฒนาหลักสูตรนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการถ่ายทอด (Interpreter) ความรู้เชิงลึกที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างบุคลากรที่สามารถผสมผสานประวัติศาสตร์เข้ากับแก่นธรรมะและปรัชญาของพื้นที่ได้อย่างลงตัว ทำให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดคือการกระตุ้นให้เกิดการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) และยกระดับจิตใจของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริงเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะในจังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2

1. เพื่อยกระดับคุณภาพการนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างบุคลากรที่มีทักษะในการถ่ายทอดแก่นธรรมะ ประวัติศาสตร์ และปรัชญาของศาสนสถานอย่างลึกซึ้งและเข้าถึงง่าย สำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุและภูมิหลัง

2. เพื่อส่งเสริมประสบการณ์เชิงจิตวิญญาณให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุด คือการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) การทำสมาธิ (Mindfulness) และความเข้าใจในคุณค่าทางจิตวิญญาณอย่างแท้จริง

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 จำนวน 6 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 2.1 : การร่วมมือจัดทำหลักสูตร “มัคคุเทศก์ธรรมะ-วัฒนธรรม”

กลไกนี้เป็นรากฐานสำคัญของการปฏิบัติการเชิงคุณภาพ (Qualitative Operation) เพื่อแก้ไขปัญหาการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ โดยบูรณาการความเชี่ยวชาญจากทุกภาคส่วนเข้าด้วยกัน การดำเนินการเริ่มต้นจากการจัดทำหลักสูตรระยะสั้นที่เข้มข้น โดยมอบหมายบทบาทการกำกับดูแลเนื้อหาและความถูกต้องทางธรรมะแก่คณะสงฆ์ท้องถิ่น ขณะที่มหาวิทยาลัยในพื้นที่จะรับผิดชอบการออกแบบโครงสร้างหลักสูตรที่เน้นผลลัพธ์ (Result-Based Curriculum Structure) การวัดผลเชิงวิชาการและการผนวกเนื้อหาด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้าด้วยกันเพื่อให้เนื้อหา (Content) มีความน่าเชื่อถือและเป็นระบบ ส่วนสำนักงานการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์รวมถึงผู้ประกอบการ จะเน้นการฝึกอบรมทักษะการเล่าเรื่องเชิงปรัชญาหรือการสื่อความหมาย (Storytelling / Interpreter) การใช้ภาษาที่กระตุ้นให้เกิดการทบทวนตัวเอง (Self-Reflection) และการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายหลักคือการยกระดับความสามารถของคนท้องถิ่นและคนรุ่นใหม่ ในการเป็นนักสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมะจากประสบการณ์จริง ซึ่งหลักสูตรนี้จะต้องมีการประเมินความรู้เชิงลึกเพื่อให้ผู้ที่ผ่านการอบรมได้รับใบรับรองอันเป็นเงื่อนไขบังคับในการให้บริการนำชมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะ ซึ่งจะสร้างความมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานการถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างยั่งยืนและเป็นไปตามเป้าหมายของนโยบาย ประกอบด้วยหลักสูตร จำนวน 3 หลักสูตร (โมดูล) ดังนี้

โมดูลที่ 1 : ธรรมะเชิงสากล โดยเป็นการตีความหลักธรรม เช่น ไตรลักษณ์, อริยมรรค ให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับคุณค่าสากล (Universal Values) เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่พุทธศาสนิกชน

โมดูลที่ 2 : ประวัติศาสตร์และโบราณคดี โดยเน้นการเชื่อมโยงเรื่องราวของศาสนสถานให้เข้ากับประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครปฐม เช่น ตำนานพระปฐมเจดีย์ ตำนานการสร้างพระประโทนเจดีย์ ตำนานยายหอม ชมพื้นที่ในนครปฐม เช่น มอญ ไททรงดำ รวมไปถึงประวัติศาสตร์และโบราณคดีสมัยอาณาจักรอโยธยา

โมดูลที่ 3 : ทักษะการนำชมเชิงทบทวน โดยการฝึกฝนเทคนิคการใช้ภาษา ที่กระตุ้นให้เกิดการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) การฝึกนำปฏิบัติสมาธิแบบสั้น (Mediation) และการจัดการอารมณ์ของกลุ่ม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.1

2.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPI)

2.1.1.1 จำนวนหลักสูตรที่ได้รับการรับรองและเปิดอบรม ซึ่งตัวชี้วัดนี้เป็นการวัดความสำเร็จในการสร้างความร่วมมือเชิงสถาบัน (Institutional Collaboration) ระหว่างคณะสงฆ์ มหาวิทยาลัย และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงสร้างหลักสูตรและเนื้อหาที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องทางธรรมะและวิชาการก่อนที่จะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตบุคลากร โดยมีเป้าหมายจากการที่หลักสูตรผ่านการอนุมัติภายใน 6 เดือนจากหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในกรณีที่มีการผลิตหลักสูตรที่เกี่ยวกับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค (ภาคกลาง) เป็นต้น

2.1.1.2 จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมที่ผ่านการประเมินและวัดผลจนได้รับใบรับรอง ซึ่งตัวชี้วัดนี้วัดใช้ประสิทธิภาพในการผลิตบุคลากร (Human Capital Production Efficiency) โดยเน้นความถี่และจำนวนของบุคลากรที่ผ่านกระบวนการฝึกอบรมและประเมินผลตามกรอบมาตรฐานที่หลักสูตรกำหนด ซึ่งการบรรลุเป้าหมายนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถของศูนย์อบรม (Institution) ในการสร้างกำลังคนที่มีศักยภาพและทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีจำนวนบุคลากรที่ได้รับการรับรองเพียงพอต่อการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวหลัก โดยมีเป้าหมายความสำเร็จ จำนวน 50 คนต่อปี

2.1.1.3 ตัวชี้วัดเชิงความยั่งยืน (Sustainability) ได้แก่ ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่เป็นคนในท้องถิ่นหรือคนรุ่นใหม่ โดยตัวชี้วัดนี้วัดความยั่งยืนทางวัฒนธรรมและสังคม (Cultural and Social Sustainability) โดยเน้นการสร้าง ความมั่นคงในวิชาชีพให้แก่คนในพื้นที่ ซึ่งเป็นผู้ถือครองภูมิปัญญาโดยตรง การมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น/คนรุ่นใหม่สูงแสดงว่านโยบายประสบความสำเร็จในการสร้างความภาคภูมิใจและแรงจูงใจในการสืบทอดภูมิปัญญา (Local Empowerment) ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายร้อยละ 60 ของบุคลากรทั้งหมด

กลไกที่ 2.2 : การพัฒนาฝีมือและสคริปต์การนำชมเชิงปรัชญา

กลไกนี้เป็นกลไกเชิงปฏิบัติที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างด้านการขาดเครื่องมือและเนื้อหามาตรฐานสำหรับการถ่ายทอดความรู้เชิงลึกอันเป็นสาเหตุของความไม่ประสบความสำเร็จในการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ ซึ่งการพัฒนาฝีมือและสคริปต์การนำชมในที่นี้จึงไม่ใช่

เพียงการรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ แต่เป็นการสร้าง “เครื่องมือการเล่าเรื่องเชิงปรัชญา” (Spiritual Narrative Tool) ที่มีมาตรฐาน โดยเนื้อหาหลักสูตรที่พัฒนาในกลไกที่ 2.1 จะถูกนำมาสังเคราะห์เป็น “สคริปต์หลัก (Core Narrative)” ที่กำหนดจุดเน้น (Keywords) และมุมมองในการนำเสนอในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดนครปฐม โดยหัวใจสำคัญคือการเปลี่ยนจากการบรรยายเชิงพิธีกรรมหรือความยิ่งใหญ่ทางกายภาพ ไปสู่การกระตุ้นการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอเรื่องราวขององค์พระปฐมเจดีย์ที่เชื่อมโยงกับหลักการความไม่เที่ยง หรือการให้ความหมายเชิงการหลุดพ้น เพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้มาเยือนจาก “การชม” ไปสู่ “การเรียนรู้เชิงปรัชญา” นอกจากนี้ คู่มือนี้จะต้องมีการบูรณาการและการแปลเป็นภาษาอังกฤษและภาษาสำคัญอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน เพื่อแก้ไขปัญหาการเข้าถึงชาวต่างชาติ และต้องจัดทำในรูปแบบดิจิทัล (E-book) เพื่อให้บุคลากรสามารถเข้าถึงและอัปเดตเนื้อหามาตรฐานได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นการสร้างการควบคุมคุณภาพเนื้อหาของการนำชมอย่างเป็นระบบในภาคปฏิบัติ

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.2

2.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.2.1.1 ความสำเร็จในการผลิตเครื่องมือมาตรฐานที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพเนื้อหาของการนำชม การบรรลุเป้าหมายนี้หมายถึงการที่นโยบายมีต้นฉบับของการนำเสนอเนื้อหาเชิงปรัชญาที่สามารถใช้ได้จริงในภาคสนาม และพร้อมสำหรับการใช้งานในตลาดต่างประเทศ โดยเป้าหมายชีวิตคือจำนวนคู่มือหลักหรือสคริปต์นำชมที่ได้รับการพัฒนาและแปลเป็นภาษาต่างประเทศ อย่างน้อย 2 ภาษา

2.2.1.2 คุณภาพเชิงวิชาการและความถูกต้องของสคริปต์ (Academic Quality) โดยการให้คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ เช่น นักวิชาการด้านศาสนา คณะสงฆ์ผู้เชี่ยวชาญด้าน Narrative Tourism และตัวแทนจากสถาบันการศึกษาทำการประเมินความสอดคล้องของเนื้อหากับหลักธรรมและหลักการเล่าเรื่อง โดยเป้าหมายความสำเร็จคือคะแนนเฉลี่ยจากการประเมินคุณภาพสคริปต์โดยคณะกรรมการวิชาการ มากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5

กลไกที่ 2.3 : การจัดตั้ง “ศูนย์บ่มเพาะและพัฒนานักสื่อสารชุมชน”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรและเนื้อหา โดยมีเป้าหมายคือการสร้าง “ทุนมนุษย์” (Local Human Capital) ที่มีคุณภาพในการถ่ายทอดเรื่องราว ซึ่งการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะและพัฒนานักสื่อสารชุมชนนั้นจะเน้นการคัดเลือกและฝึกฝนคนท้องถิ่นและคนรุ่นใหม่ ให้เป็นนักสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมะ โดยแตกต่างจากการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ทั่วไปตรงที่เน้นการถ่ายทอดจากประสบการณ์ชีวิตและภูมิปัญญาดั้งเดิม เพื่อสร้างความจริงแท้ (Authenticity) ในการนำชม ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ปัญหาการส่งมอบวิถีชีวิตจริงที่ถูกบั่นทอนจาก

พาณิชย์นิยม กระบวนการบ่มเพาะและพัฒนาจะเน้นการเสริมทักษะใน 3 มิติ ได้แก่ 1) ทักษะเนื้อหาเชิงปรัชญาตามหลักสูตรของกลไกที่ 2.1 2) ทักษะการเล่าเรื่องและการสื่อสารดิจิทัลเพื่อแก้ไขปัญหาการสื่อสารที่ล้าสมัย และ 3) ทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและการจัดการกลุ่ม โดยศูนย์บ่มเพาะและพัฒนา นักสื่อสารชุมชน จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการประสานงานที่เชื่อมโยงนักสื่อสารชุมชนเข้ากับหน่วยงานการศึกษาและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสทางอาชีพที่ยั่งยืนให้แก่คนในพื้นที่ และเป็นหลักประกันว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจะอยู่บนฐานของการมีส่วนร่วมและความภาคภูมิใจของชุมชนนครปฐม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.3

2.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.3.1.1 จำนวนนักสื่อสารชุมชนที่ผ่านการบ่มเพาะและได้รับใบรับรอง โดยวัดผลผลิตโดยตรง (Direct Output) ของศูนย์บ่มเพาะและพัฒนา นักสื่อสารชุมชน ซึ่งเป็นตัวเลขที่แสดงถึงความสามารถในการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและทักษะที่กำหนด ซึ่งการบรรลุเป้าหมายนี้คือการสร้างฐานกำลังคนที่มีทักษะอย่างต่อเนื่องจำนวน 30 คน/ปี

2.3.1.2 ร้อยละของนักสื่อสารที่เป็นคนในท้องถิ่น/คนรุ่นใหม่ โดยวัดความยั่งยืนทางสังคม (Social Sustainability) และการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ (Local Empowerment) โดยการมีสัดส่วนคนในท้องถิ่นสูงจะช่วยรับประกันว่าการถ่ายทอดเรื่องราวจะมีความแท้จริงทางวัฒนธรรม (Cultural Authenticity) และสร้างแรงจูงใจในการสืบทอดภูมิปัญญาได้ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 60 ของบุคลากรทั้งหมด

2.3.1.3 อัตราการคงอยู่ของอาชีพ (Retention Rate) โดยวัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของอาชีพว่าบุคลากรที่ได้รับการบ่มเพาะและพัฒนา ยังคงประกอบอาชีพนี้หรือไม่ ซึ่งจะเป็นตัวเลขที่บ่งชี้ว่ากลไกนี้สามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่แท้จริงและความมั่นคงในอาชีพได้สำเร็จ มิใช่เพียงการอบรมแบบครั้งคราวของนักสื่อสารชุมชน โดยมีเป้าหมายร้อยละ 75 ภายใน 2 ปี

2.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.3.2.1 ดัชนีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความแท้จริงและการเล่าเรื่อง โดยการวัดคุณภาพเชิงประสบการณ์ (Experiential Quality) โดยตรงจากการสำรวจความรู้สึกหรือทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการนำชมในด้านความน่าเชื่อถือ และความลึกซึ้งของการเล่าเรื่องว่าการนำชมสามารถทำให้เกิดการใคร่ครวญทางจิตวิญญาณได้จริงหรือไม่ โดยมีเป้าหมายค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

2.3.2.2 การประเมินทักษะการสื่อสารดิจิทัล โดยวัดความสามารถในการประยุกต์ใช้ทักษะ (Skill Application) ทักษะด้านการสื่อสารดิจิทัล เช่น การสร้างเนื้อหาวิดีโอ

สั้นหรือพอดแคสต์นำชม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการแก้ไขปัญหาการขาดนวัตกรรมการสื่อสารและการเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยมีเป้าหมายการประเมินบุคลากรผ่านเกณฑ์มาตรฐานมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 80

2.3.2.3 การประเมินระดับความภาคภูมิใจในท้องถิ่นของผู้เข้ารับ การอบรมโดยการวัดผลกระทบทางสังคมและจิตวิทยา ซึ่งการเพิ่มความภาคภูมิใจจะนำไปสู่ความ มุ่งมั่นในการสืบทอดและอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความแท้จริง (Authenticity) ของการท่องเที่ยวในระยะยาว ซึ่งจะวัดผลจากการสำรวจก่อน-หลังการอบรม โดยมี เป้าหมายของค่าเฉลี่ยความภาคภูมิใจเพิ่มขึ้นร้อยละ 10

กลไกที่ 2.4 : การพัฒนาพื้นที่ “มูมสงบ” และสื่อดิจิทัลนำชม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดพื้นที่ทางกายภาพและสื่อสนับสนุนที่ เอื้อต่อการปฏิบัติธรรมะ โดยมีเป้าหมายคือการสร้าง “ประสบการณ์เชิงทบทวน” (Reflection Experience) ภายในศาสนสถาน ซึ่งการดำเนินการจะประกอบด้วยสองส่วนที่บูรณาการเข้าด้วยกัน ได้แก่ ส่วนที่ 1 การพัฒนาพื้นที่ทางกายภาพ (Reflection Zones) คือการกำหนดพื้นที่ภายในวัดที่มี ความสงบเงียบ ปลอดภัยจากกิจกรรมเชิงพาณิชย์และเสียงรบกวน โดยปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เป็น “มูม สงบ” ที่ออกแบบมาสำหรับการนั่งสมาธิแบบสั้น การยืนพิจารณาธรรม หรือการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการทางจิตวิญญาณอย่างแท้จริง และส่วนที่ 2 การบูรณาการสื่อ ดิจิทัล (Digital Guides) คือการติดตั้ง QR Code หรือป้ายอัจฉริยะ ณ มูมสงบและจุดสำคัญทาง ธรรมะ โดยโค้ดเหล่านี้จะเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวไปยังเนื้อหาเสียงบรรยายธรรมะสั้น ๆ เช่น Podcast หรือการนำชมเชิงปรัชญาที่พัฒนาขึ้นในกลไกที่ 2.2 ที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยตนเอง (Self-Guided Tour) ซึ่งการผสมผสานพื้นที่กายภาพที่สงบเข้ากับเนื้อหาดิจิทัลที่เข้าถึงง่ายนี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยว สามารถเปลี่ยนผ่านจากการ “ชม” ไปสู่การ “ปฏิบัติและเรียนรู้” ได้อย่างราบรื่น ซึ่งเป็นการแก้ไข ปัญหาเชิงประสบการณ์ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในพื้นที่ ศาสนสถานต่าง ๆ ภายในจังหวัด นครปฐม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.4

2.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.4.1.1 จำนวนครั้งของการสแกน QR Code/การเข้าถึงสื่อดิจิทัล นำชมเชิงปรัชญา โดยการวัดอัตราการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล (Digital Adoption Rate) ซึ่งเป็นตัวชี้วัด โดยตรงว่านักท่องเที่ยวมีการใช้สื่อที่เอื้อต่อการเรียนรู้และปฏิบัติธรรมจริงหรือไม่ หากมีการบรรลุ เป้าหมายสูงแสดงว่ากลไกนี้ประสบความสำเร็จในการเข้าถึงและตอบสนองความต้องการด้านความรู้เชิง ลึกของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายชี้วัดความสำเร็จเฉลี่ยต่อวัดที่มีการติดตั้งสื่อดิจิทัล จำนวน 500 ครั้ง/เดือน

2.4.1.2 จำนวนมุมสงบ (Reflection Zones) ที่ถูกกำหนดและติดตั้งสื่อจิติทัลนำชม โดยวัดว่ามีการจัดเตรียมพื้นที่ทางกายภาพและเครื่องมือจิติทัลในพื้นที่เป้าหมายอย่างครบถ้วนตามแผนที่แบ่งเขตการใช้งานหรือไม่ ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการส่งมอบประสบการณ์ใหม่ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 100 ของศาสนสถานพื้นที่เป้าหมาย

2.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.4.2.1 คะแนนเฉลี่ยความรู้สึกผ่อนคลายและการทบทวนตนเองของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการมุมสงบ ซึ่งเป็นการวัดคุณภาพเชิงประสบการณ์ทางจิตวิทยา (Psycho-Spiritual Quality) โดยตรง โดยวัดว่าการออกแบบพื้นที่และเนื้อหาจิติทัลสามารถบรรลุเป้าหมายสูงสุดคือการสร้างความสงบและการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) ได้ตามวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือไม่ โดยมีเป้าหมายค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

2.4.2.2 ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่ทราบว่าศาสนสถานมีพื้นที่ปฏิบัติธรรม/ไคร์ครวญ โดยวัดประสิทธิภาพในการสื่อสาร (Communication Effectiveness) ว่านักท่องเที่ยวสามารถรับรู้ถึงการมีอยู่ของพื้นที่เหล่านี้หรือไม่ ซึ่งหากการรับรู้สูงแสดงว่ามีการติดตั้งป้ายและประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายของการรับรู้ร้อยละ 70 ภายในระยะเวลา 1 ปี

กลไกที่ 2.5 : มาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาคือการขาดมาตรฐานการบริการและเนื้อหา ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการขาดการควบคุมคุณภาพบุคลากรนำชม โดยกำหนดให้บุคลากรนำชมทุกคนที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะต้องผ่านการอบรมและได้รับใบรับรองมัคคุเทศก์ธรรมะ-วัฒนธรรม ถือเป็นมาตรการกำกับดูแลที่จำเป็น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประกันคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหาที่ถ่ายทอดไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งกลไกนี้จะช่วยป้องกันการบิดเบือนข้อมูลไปในทางไสยศาสตร์หรือการเน้นการค้าเกินควร ซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้เชี่ยวชาญได้กล่าวถึงมาแล้ว อย่างไรก็ตามมาตรการนี้ต้องการการบูรณาการกับการทำงานของคณะกรรมการกำกับดูแลร่วมตามกลไกที่ 1.4 โดยให้ใบรับรองที่ออกโดยศูนย์บ่มเพาะและพัฒนาทักษะสื่อสารมีสถานะเป็นใบอนุญาตปฏิบัติงานเฉพาะพื้นที่ หากผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือบุคคลใดให้บริการนำชมในเขตศาสนสถานหลักโดยไม่มีใบรับรองดังกล่าว จะถือว่าเป็นการฝ่าฝืนข้อบังคับ ซึ่งจะนำไปสู่มาตรการลงโทษ เช่น การตักเตือน การปรับ หรือการสั่งห้ามเข้าพื้นที่

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.5

2.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.5.1.1 ร้อยละของการให้บริการนำชมในแหล่งท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยบุคลากรที่ผ่านการรับรอง โดยเป็นการวัดประสิทธิภาพในการบังคับใช้มาตรฐาน ซึ่ง

เป็นตัวชี้วัดโดยตรงของความสำเร็จในนโยบายนี้ หากมีการบรรลุเป้าหมายที่สูงแสดงว่ามาตรการกำกับดูแลถูกยอมรับและนำไปปฏิบัติอย่างแพร่หลายและสามารถควบคุมคุณภาพการบริการได้อย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 80 ภายในระยะเวลา 2 ปี

2.5.1.2 จำนวนครั้งของการตรวจจับการให้บริการนำชมโดยไม่ได้รับใบรับรอง โดยเป็นการวัดความเข้มแข็งในการเฝ้าระวังและการป้องปราม ซึ่งการลดลงของจำนวนครั้งที่ตรวจจับได้แสดงถึงการยอมรับและปรับตัวของผู้ประกอบการต่อมาตรการกำกับดูแลใหม่ โดยมีเป้าหมายของการลดลงร้อยละ 50 ต่อปี

2.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.5.2.1 คะแนนเฉลี่ยจากการประเมินความถูกต้องของเนื้อหาในการนำชมภาคสนาม โดยวัดคุณภาพเชิงเนื้อหา โดยคณะกรรมการฯ จะทำการตรวจสอบการนำชมภาคสนามแบบสุ่มเพื่อประเมินว่าบุคลากรที่ได้รับการรับรองนั้นสามารถถ่ายทอดข้อมูลถูกต้องตามสคริปต์เชิงปรัชญาที่กำหนดไว้หรือไม่ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาการบิดเบือนข้อมูล โดยมีเป้าหมายคุณภาพเชิงเนื้อหาของมัคคุเทศก์ร้อยละ 100

กลไกที่ 2.6 : การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อสร้างพื้นที่สำหรับการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning Platform) และการพัฒนาทักษะของนักสื่อสารชุมชนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาด โดยอาศัยหลักการการเรียนรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Peer-to-Peer Learning) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัดนครปฐม เนื่องจากมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านระบุว่าปัญหาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมขาดความลึกซึ้งและขาดการอัปเดตข้อมูล ดังนั้นเครือข่ายนี้จะทำหน้าที่เป็นกลไกการถ่ายทอดความรู้ระหว่างนักสื่อสารชุมชนที่ได้รับการรับรอง นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก โดยมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนเทคนิคการนำชมเชิงปรัชญา การประเมินผลตอบรับจากนักท่องเที่ยว (Feedback) และการพัฒนาเนื้อหาใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่กำลังจะสูญหาย การดำเนินการนี้จะช่วยให้บุคลากรสามารถปรับปรุงคุณภาพการบริการได้อย่างทันท่วงที รักษาความสดใหม่ของเนื้อหาและเสริมสร้างความรู้สึกรักของการเป็นเจ้าของและความภาคภูมิใจร่วมกันในการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของจังหวัดนครปฐมได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.6

2.6.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.6.1.1 จำนวนครั้งของการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้/เวทีเสวนา และจำนวนผู้เข้าร่วม โดยเป็นการวัดความต่อเนื่องและความเข้มแข็งของเครือข่าย ทั้งนี้การ

บรรลุเป้าหมายแสดงถึงความสนใจและการมีส่วนร่วมที่สูงของบุคลากรต่อการพัฒนาตนเอง ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่อความยั่งยืนของโครงการ โดยเป้าหมายของการจัดกิจกรรมคือ 4 ครั้ง/ปี และมีผู้เข้าร่วมเฉลี่ยร้อยละ 80

2.6.1.2 ดัชนีความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วม โดยการวัดการประยุกต์ใช้ความรู้สู่ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ โดยการวัดจำนวนโครงการหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกันของสมาชิกเครือข่าย ซึ่งอาจรวมถึงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบใหม่ หรือการพัฒนารูปแบบการนำชมที่ไม่เหมือนใคร โดยมีเป้าหมายของโครงการความร่วมมือจำนวน 5 โครงการ/ปี

2.6.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.6.2.1 คะแนนเฉลี่ยจากการประเมินความใหม่และความน่าสนใจของเนื้อหาการนำชม โดยการวัดความสามารถในการปรับตัวและสร้างสรรค์ (Adaptability and Creativity) จากการให้ผู้สังเกตการณ์หรือนักวิชาการประเมินว่าเนื้อหาที่น่าสนใจมีการปรับปรุงหรือสร้างสรรค์ประเด็นใหม่ ๆ ที่น่าสนใจมากขึ้นจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือไม่ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการแก้ไขปัญหาเนื้อหาที่ซ้ำซาก โดยมีเป้าหมายค่าเฉลี่ยของการประเมินความใหม่ร้อยละ 70

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 : การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและการควบคุมมลพิษแบบจำกัดพื้นที่ (Environmental & Green Infrastructure : Investing in Green Infrastructure and Site-Specific Pollution Control)

ข้อเสนอเชิงนโยบายนี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ คือการจัดการสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่ปัญหาขยะและมลพิษที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและนักท่องเที่ยวในระดับสูงสุด โดยปัญหาดังกล่าวมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับสภาพของแม่น้ำท่าจีนและลำคลองต่าง ๆ ของจังหวัดนครปฐมที่ผู้เชี่ยวชาญระบุว่าขาดการจัดการน้ำเสียอย่างจริงจัง การแก้ไขจึงต้องอาศัยการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเพื่อควบคุมมลพิษที่ต้นกำเนิดและพื้นที่พระบรมนิเวศ โดยหลักการของนโยบายคือการใช้มาตรการควบคุมแบบจำกัดพื้นที่ (Site-Specific Control) ที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากแหล่งกำเนิดมลพิษเฉพาะ (Point Source Pollution) เช่น ชุมชนริมคลองแม่น้ำท่าจีน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีการสร้างขยะสูง พร้อมกับการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์เพื่อสร้างกลไกการสนับสนุนทางการเงินที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชนและเกษตรกรที่อนุรักษ์พื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งเป็นรากฐานของมิติ “ธรรมชาติ” และ “วัฒนธรรม” ของเมืองสามธรรม การดำเนินงานนี้จะช่วยเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแหล่งน้ำและพื้นที่เกษตรกรรมให้กลับมามีความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย (Sanitation and Safety Perception) ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพในอนาคต

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3

1. เพื่อการฟื้นฟูคุณภาพสิ่งแวดล้อมเฉพาะพื้นที่ในการลดปัญหาขยะและมลภาวะทางน้ำในลำคลองและแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหลักอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะบริเวณชุมชนริมน้ำและพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อยกระดับสุขอนามัยและความน่าเชื่อถือของสินค้าเกษตร

2. เพื่อส่งเสริมกลไกการอนุรักษ์ที่ยั่งยืนและสร้างความมั่นคงให้แก่พื้นที่เกษตรกรรมและพื้นที่สีเขียว โดยการจัดตั้งกองทุนและมาตรการจูงใจทางการเงินเพื่อให้ชุมชนและเกษตรกรรมมีแรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง

3. เพื่อควบคุมผลกระทบเชิงลบจากนักท่องเที่ยวโดยกำหนดมาตรการควบคุมและจำกัดการใช้พื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น การควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดนครปฐม เพื่อป้องกันมิให้กิจกรรมการท่องเที่ยวทำลายความสมบูรณ์ของระบบนิเวศที่อ่อนไหว

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 จำนวน 5 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 3.1 : การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ คือ ปัญหาขยะและมลพิษในแหล่งธรรมชาติ ซึ่งปัญหานี้มักมีที่มาจากแหล่งกำเนิดมลพิษเฉพาะ เช่น ชุมชนริมคลองแม่น้ำท่าจีน หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร/โฮมสเตย์ที่ขาดระบบบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐาน การเลือกใช้ ระบบบำบัดน้ำเสีย หรือระบบบำบัดทางธรรมชาติที่มีขนาดเล็กเหมาะสมกับบริบทชุมชนและพื้นที่เกษตรกรรมจึงเป็นแนวทางที่สามารถทำได้จริงและประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการสร้างโรงบำบัดขนาดใหญ่ ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็กจะมุ่งเน้นการจัดการน้ำเสียจากครัวเรือนหรือกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กในพื้นที่ใกล้เคียงกัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการยกระดับคุณภาพน้ำ (Water Quality Enhancement) ก่อนปล่อยสู่ลำคลองเพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศทางน้ำที่ถูกทำลายและเสริมสร้าง ความน่าเชื่อถือด้านสุขอนามัย (Sanitation Credibility) ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวริมน้ำและสินค้าเกษตรที่ปลูกในพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพในระยะยาว

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.1

3.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.1.1.1 จำนวนหรือร้อยละของชุมชนริมคลองเป้าหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวริมคลองธรรมชาติที่มีระบบบำบัดน้ำเสียติดตั้งใช้งาน โดยจะเป็นการวัดความสำเร็จในการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งเป็นตัวชี้วัดเบื้องต้นที่แสดงว่านโยบายได้รับการนำไปปฏิบัติในภาคสนามตามแผนการจำกัดพื้นที่ (Site-Specific Control) โดยมีเป้าหมายร้อยละ 50 ภายในระยะเวลา 2 ปี

3.1.1.2 ร้อยละของตัวอย่างน้ำในคลองเป้าหมายที่มีคุณภาพดีขึ้น ตามมาตรฐาน โดยเป็นการวัดผลลัพธ์เชิงสิ่งแวดล้อม (Environmental Outcome) โดยตรง เช่นค่า BOD หรือ Biochemical Oxygen Demand และ DO - Dissolved Oxygen ของแหล่งน้ำธรรมชาติ ซึ่งเป็นมาตรการทางวิทยาศาสตร์ที่ยืนยันว่าการลงทุนในระบบบำบัดน้ำเสียส่งผลให้คุณภาพน้ำในลำคลองของจังหวัดนครปฐมฟื้นฟูก่อนขึ้นจริง โดยมีเป้าหมายของคุณภาพน้ำที่ดีขึ้นร้อยละ 20 ภายใน 2 ปี

3.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.1.2.1 ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อสุขอนามัยของแหล่งน้ำและสินค้าเกษตร โดยเป็นการวัดผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการรับรู้ (Perception and Credibility Impact) ด้านความเชื่อมั่นต่อสินค้าเกษตรที่ปลูกในพื้นที่ริมคลอง การรับรู้ที่ดีขึ้นแสดงว่าการแก้ไขปัญหาทางกายภาพประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนทัศนคติของตลาด ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร/เกษตรอินทรีย์ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากค่าคะแนนเต็ม 5 คะแนนจึงจะถือว่าบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้

3.1.2.2 ระดับการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของของชุมชนต่อระบบบำบัดน้ำเสีย โดยการสำรวจความรู้สึกของชุมชนต่อการดูแลรักษาและบำรุงรักษาระบบร่วมกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดว่าโครงสร้างพื้นฐานที่ลงทุนไปจะสามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาวหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยระดับการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของของชุมชนต่อระบบบำบัดน้ำเสียมากกว่าหรือเท่ากับ 4.00 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนนจึงจะถือว่าบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้

กลไกที่ 3.2 : ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์และให้รางวัลเกษตรกรมัยยืน

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านแรงจูงใจในการอนุรักษ์โดยมุ่งเน้นการสร้าง กลไกการสนับสนุนทางการเงินที่ยั่งยืนให้แก่เกษตรกรในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้ถือครองพื้นที่สีเขียวอันเป็นรากฐานของมิติตรรมชาติและวัฒนธรรมของเมืองสามธรรม โดยหลักการสำคัญคือการจัดตั้ง “กองทุนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว” โดยนารายได้ส่วนหนึ่งที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น ค่าเข้าชมสถานที่หรือภาษีท้องถิ่นมอบเป็นรางวัลหรือเงินสนับสนุนให้แก่เกษตรกรที่ตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้เกษตรอินทรีย์หรือ รักษาพื้นที่เกษตรกรรมไว้เพื่อประโยชน์เชิงนิเวศแทนการขายที่ดินให้โรงงานอุตสาหกรรม การดำเนินการนี้เป็นการสร้างวงจรเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economic Cycle) ที่เชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเข้ากับการอนุรักษ์โดยตรง ซึ่งนอกจากจะช่วยลดปัญหาการใช้สารเคมีและมลพิษในลำคลองแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของนครปฐม และนำไปสู่การเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยและยั่งยืนตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.2

3.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.2.1.1 จำนวนเกษตรกรของพื้นที่เกษตรกรรมที่เข้าร่วมโครงการ และได้รับเงินสนับสนุน ซึ่งมีเป้าหมายจำนวนของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่า 50 ราย ภายใน 1 ปี โดยหากตัวเลขมีการเพิ่มขึ้นจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ แสดงว่านโยบายประสบความสำเร็จในการสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรหันมาร่วมมือในการอนุรักษ์และเปลี่ยนวิธีการผลิตสู่เกษตรยั่งยืน

3.2.1.2 ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวที่ถูกนำเข้ากองทุนอนุรักษ์ ซึ่งเป็นการวัดความยั่งยืนทางการเงิน (Financial Sustainability) ของกลไก โดยแสดงให้เห็นว่ากองทุนมีแหล่งเงินทุนที่ชัดเจนและต่อเนื่องจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความต่อเนื่องของโครงการ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 3 ของรายได้การท่องเที่ยวท้องถิ่นรวม

3.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.2.2.1 ค่าเฉลี่ยของระดับความเชื่อมั่นหรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความปลอดภัยของสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นการวัดผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในตลาด โดยการสำรวจว่านักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดนครปฐมในระดับใด ซึ่งเป็นการยืนยันความสำเร็จของการเปลี่ยนภาพลักษณ์สิ่งแวดล้อมที่สะอาดให้กลายเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมีการตั้งเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

3.2.2.2 ระดับความพึงพอใจและความรู้สึกเป็นเจ้าของของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นการวัดความยั่งยืนทางสังคม (Social Sustainability) โดยการประเมินว่าเกษตรกรรับรู้ถึงความเป็นธรรมและรู้สึกภาคภูมิใจในการอนุรักษ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความร่วมมือในระยะยาวและป้องกันปัญหาการถอนตัวจากโครงการในอนาคต โดยมีเป้าหมายจากค่าเฉลี่ย ความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 3.3 : การจำกัดการใช้พลาสติกและจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านธรรมชาติ คือ ปัญหาขยะและมลพิษที่ไม่ได้รับการจัดการหรือกำจัดไม่ถูกวิธี ซึ่งมีที่มาจากการขาดมาตรการควบคุมและจัดการขยะ ณ จุดกำเนิด โดยเน้นการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการจำกัดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-Use Plastic Limitation) ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เช่น ตลาดน้ำพุบัวแดง ตลาดน้ำดอนหวาย หรือสวนเกษตรที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม การดำเนินการเริ่มต้นด้วยการออกข้อบังคับท้องถิ่นเพื่อห้ามหรือจำกัดการใช้ภาชนะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวและส่งเสริมการใช้ภาชนะทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ใบตอง หรือภาชนะที่ย่อยสลายได้ ควบคู่ไปกับการลงทุนจัดตั้งจุดคัด

แยกขยะและระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ ณ แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนริมคลองอย่างเป็นระบบเพื่อลดปริมาณขยะที่จะไหลลงสู่ลำคลองและแม่น้ำท่าจีน ซึ่งนอกจากจะเป็นการฟื้นฟูระบบนิเวศทางน้ำแล้วยังเป็นการเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืนและสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพในระยะยาวได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.3

3.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.3.1.1 ร้อยละของการลดลงของปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยเป็นการปริมาณขยะพลาสติกตามน้ำหนักหรือจำนวนชิ้น ก่อนและหลังการบังคับใช้มาตรการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ชัดเจนที่สุดของการลดปัญหาขยะ โดยมีเป้าหมายของการจัดการให้มีแนวโน้มที่ลดลงร้อยละ 50 ภายในระยะเวลา 1 ปี

3.3.1.2 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวหลักที่มีระบบคัดแยกขยะตามมาตรฐาน แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ขยะอินทรีย์ (ถังสีเขียว) ขยะรีไซเคิล (ถังสีเหลือง) ขยะทั่วไป (ถังสีน้ำเงิน) และขยะอันตราย (ถังสีแดง) เพื่อให้แต่ละประเภทสามารถนำไปกำจัดหรือใช้ประโยชน์ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม โดยนับจำนวนสถานที่ที่มีการติดตั้งถังขยะคัดแยกและระบบจัดการที่เหมาะสม ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 100 ของแหล่งท่องเที่ยวหลักภายใน 1 ปี

3.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.3.2.1 ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการขยะและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นการวัดการรับรู้ด้านสุขอนามัยของกลุ่มเป้าหมาย โดยคะแนนที่สูงขึ้นแสดงว่ามาตรการที่ใช้นั้นประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนภาพลักษณ์ในด้านของความสะอาด ซึ่งส่งผลด้านบวกต่อประสบการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายของ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

3.3.2.2 ค่าเฉลี่ยด้านการยอมรับและปรับตัวของผู้ประกอบการต่อข้อบังคับพลาสติก โดยเป็นการวัดความสำเร็จในการสร้างความร่วมมือเชิงเศรษฐกิจ (Economic Cooperation) จากการสำรวจทัศนคติของผู้ประกอบการต่อการใช้ภาชนะทางเลือก ซึ่งจำเป็นต่อการสร้างความยั่งยืนของมาตรการในระยะยาว โดยมีเป้าหมายร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการให้ความร่วมมือ

กลไกที่ 3.4 : การกำหนดมาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาการไม่คำนึงถึง “ขีดความสามารถในการรองรับ”(Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น สวนเกษตรเชิงนิเวศ ตลาดน้ำริมคลองธรรมชาติ เช่น ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาว ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรและลดคุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว หลักการสำคัญคือการนำหลักการการจัดการจำนวนนักท่องเที่ยว (Visitor Management) มาใช้โดยกำหนดหรือควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่อนุญาตให้เข้าชมแหล่งธรรมชาติต่อวัน/ต่อช่วงเวลา ซึ่งต้องอ้างอิงจากการศึกษาทางวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมเพื่อหาขีดความสามารถที่แท้จริงของพื้นที่ และเพื่อให้มาตรการนี้สามารถดำเนินการได้จริงในบริบทของจังหวัดนครปฐม ควรมีการใช้ ระบบการจองล่วงหน้า (Reservation System) โดยเฉพาะสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร/นิเวศที่ได้รับความนิยมสูง เพื่อควบคุมการไหลของนักท่องเที่ยวและเพื่อป้องกันมิให้การท่องเที่ยวทำลายรากฐานของมิติ “ธรรมชาติ” ของเมืองสามธรรมอย่างถาวร

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.4

3.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.4.1.1 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่นำมาตราการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวมาใช้จริง โดยนับจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวหลักที่ดำเนินการศึกษาและประกาศใช้ขีดความสามารถในการรองรับอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดเบื้องต้นของการยอมรับในมาตรการโดยมีเป้าหมายของสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 3 แหล่งหลักภายใน 1 ปี

3.4.1.2 ร้อยละของวันหยุดยาว/เทศกาลที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับที่กำหนด โดยติดตามข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมจริงและเปรียบเทียบกับขีดความสามารถสูงสุดที่กำหนด หากตัวเลขนี้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญแสดงว่าระบบการจองล่วงหน้าและการจำกัดจำนวนประสบความสำเร็จในการป้องกันความแออัด ซึ่งเป้าหมายของกลไกนี้คืออัตราการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่เกินขีดความสามารถรองรับร้อยละ 80 ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการนำหลักการนี้ไปประยุกต์ใช้

3.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.4.2.1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพประสบการณ์และความสงบในแหล่งธรรมชาติ ซึ่งเป็นการวัดคุณภาพเชิงประสบการณ์โดยรวม โดยเน้นการวัดผลที่เกิดจากการเข้าชมในช่วงที่ไม่มี ความแออัด และเป็นตัวชี้วัดว่ามาตรการนี้ประสบความสำเร็จในการรักษาบรรยากาศการท่องเที่ยวและยกระดับความพึงพอใจในระดับสูงได้หรือไม่ โดย

เป้าหมายของตัวชี้วัดนี้จะต้องมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

3.4.2.2 ค่าเฉลี่ยต่อความคิดเห็นหรือความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการที่ยั่งยืนในแหล่งธรรมชาติ โดยการสำรวจว่านักท่องเที่ยวเชื่อมั่นในความมุ่งมั่นและความจริงจังของหน่วยงานในการจัดการสิ่งแวดล้อมและควบคุมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบหรือไม่ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดว่ามาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับได้สร้างภาพลักษณ์ความยั่งยืนที่แข็งแกร่งขึ้นแล้วโดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความคิดเห็นหรือความเชื่อมั่นมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 3.5 : การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียวและจิตสำนึก

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความยั่งยืนเชิงพฤติกรรมโดยมุ่งเน้นการสร้าง จิตสำนึกร่วม (Shared Consciousness) ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่อ่อนไหวของจังหวัดนครปฐม ซึ่งการดำเนินการคือการพัฒนากิจกรรมเชิงปฏิบัติการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Workshop) ที่ผสมผสานเข้ากับหลักสูตรมัธยมศึกษา-วัฒนธรรม ในกลไกที่ 2.1 โดยมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้บริโภคเป็นผู้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้สามารถทำได้จริงในบริบทของนครปฐม เช่น การจัดโปรแกรมการบำบัดน้ำเสียเบื้องต้นในชุมชน หรือ การทำความสะอาดคลองและแม่น้ำท่าจีน ซึ่งการดำเนินการนี้จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืนให้แก่จังหวัดและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพ อีกทั้งการส่งเสริมจิตสำนึกจะถูกบูรณาการเข้ากับกลไกอื่น ๆ โดยใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเน้นย้ำความสำคัญของการอนุรักษ์และให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับระบบนิเวศในพื้นที่ท่องเที่ยวริมน้ำหรือสวนเกษตร ซึ่งเป็นการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และแรงจูงใจทางจริยธรรมให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อ (Responsible Tourism Behavior)

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.5

3.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.5.1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการด้านสิ่งแวดล้อม โดยเป็นการวัดอัตราการมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดโดยตรงว่านโยบายประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมที่เน้นการปฏิบัติเพื่อส่งเสริมความยั่งยืนมากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของจำนวนผู้เข้าร่วมมากกว่าหรือเท่ากับ 2,000 คน/ปี

3.5.1.2 จำนวนกิจกรรมหรือหลักสูตรด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการพัฒนาและนำไปใช้ในแหล่งท่องเที่ยวหลัก โดยพิจารณาจากความสามารถในการบูรณาการเนื้อหา ด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายของกิจกรรมจำนวน 5 กิจกรรม/ปี

3.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.5.2.1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์ เป็นการวัดคุณภาพเชิงประสบการณ์ของกิจกรรม โดยประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเข้าร่วมมีความหมาย สร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมความเข้าใจในการอนุรักษ์อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมในระยะยาว โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

3.5.2.2 ค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อความมุ่งมั่นของจังหวัดในการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยการวัดการรับรู้ต่อความมุ่งมั่นเชิงนโยบายจากการสำรวจว่านักท่องเที่ยวรับรู้ถึงความจริงจังและความพยายามของจังหวัดในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมหรือไม่ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่เชื่อมโยงความสำเร็จของกิจกรรมเชิงปฏิบัติการกับการสร้างภาพลักษณ์ที่แข็งแกร่งด้านความยั่งยืน โดยมีการกำหนดเป้าหมายของระดับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 : การปฏิรูปการสื่อสารข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์ (Transport & Digital Connectivity : Reforming Information Communication with Interactive Digital Platforms)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการขาดการบูรณาการและการสื่อสารข้อมูลในยุคดิจิทัล ซึ่งได้รับการยืนยันจากผลการสำรวจว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างมากต่อปัญหา ข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสารหรือดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัย และปัญหาขาดระบบนำเที่ยวหรือแอปพลิเคชันที่ช่วยวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยหลักการสำคัญของนโยบายนี้คือการเปลี่ยนจากการใช้สื่อเอกสารไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Platform) โดยมีเป้าหมายเพื่อ เชื่อมโยงข้อมูลสามธรรม ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ที่กระจัดกระจายเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ทำให้จังหวัดนครปฐมสามารถส่งมอบประสบการณ์การวางแผนการเดินทางที่ราบรื่น ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเปลี่ยนสถานะจากเมืองทางผ่านไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของการพักค้างคืนที่ทันสมัย ซึ่งการลงทุนในแพลตฟอร์มเดียวนี้อาจช่วยแก้ไขปัญหาข้อมูลที่ไม่ตรงกันและยกระดับภาพลักษณ์ของจังหวัดให้ทันสมัย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้ตามที่ผู้เกี่ยวข้องต้องการและสอดคล้องกับการเป็น Smart City ตามนโยบายพัฒนาจังหวัดนครปฐมอีกประการหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4

1. เพื่อสร้างศูนย์กลางข้อมูลดิจิทัลที่บูรณาการโดยการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และเส้นทางคมนาคมของมิติเมืองสามธรรมไว้ในแพลตฟอร์มเดียว เพื่อแก้ไขปัญหาข้อมูลกระจุกกระจายและไม่ทันสมัย
2. เพื่อยกระดับประสบการณ์การวางแผน โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ-วัฒนธรรมได้เองอย่างง่ายดายและมีประสิทธิภาพทั้งแบบไปเข้าเย็นกลับและแบบค้างคืน
3. เพื่อส่งเสริมการนำเสนอเนื้อหาเชิงปฏิสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น AR หรือ VR เข้ามาช่วยในการถ่ายทอดเนื้อหาทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ทำให้ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่ ๆ ได้

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 จำนวน 6 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 4.1 : การพัฒนาแพลตฟอร์ม “Nakhon Pathom Trip Planner”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในการสื่อสารและการจัดการข้อมูล คือ การขาดเครื่องมือดิจิทัลที่บูรณาการข้อมูลสามธรรม ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวรับรู้ปัญหาว่าข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัยและขาดระบบนำเที่ยวหรือแอปพลิเคชันช่วยวางแผนเส้นทาง โดยหลักปฏิบัติการของแพลตฟอร์มนี้คือการสร้างศูนย์กลางข้อมูลอัจฉริยะ หรือ Smart Data Hub โดยการรวบรวมฐานข้อมูลกลางของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และบริการที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากทุกมิติของเมืองสามธรรม ได้แก่ ธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตเข้าไปในแอปพลิเคชันมือถือเพียงแห่งเดียว โดยแพลตฟอร์มดังกล่าวจะต้องมีฟังก์ชันแผนที่เชิงบูรณาการที่ไม่เพียงแต่นำทาง แต่ยังแสดง เส้นทางท่องเที่ยวตามธีม (Thematic Routes) ที่ผู้ใช้สามารถออกแบบและปรับแต่งเองได้ (Self-Adjustable Trip Planner) ซึ่งถือเป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาแก้ไขปัญหาการขาดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่ผู้เชี่ยวชาญได้กล่าวถึง ซึ่งการดำเนินการนี้จะช่วยยกระดับประสบการณ์การวางแผนการเดินทางให้ราบรื่นและเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเปลี่ยนสถานะของจังหวัดนครปฐมจากเมืองทางผ่านให้เป็นจุดหมายปลายทางของการพักค้างคืน โดยการส่งเสริมให้มีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่ครอบคลุมหลายวัน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.1

4.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.1.1.1 จำนวนผู้ใช้งานหรือดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่อเดือน โดยเป็นการวัดการเข้าถึงและการยอมรับในตลาด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างช่องทางดิจิทัล ซึ่งการบรรลุเป้าหมายที่สูงแสดงว่าแพลตฟอร์มนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการกำหนดเป้าหมายการใช้งาน จำนวน 500 ครั้ง/เดือน

4.1.1.2 จำนวน/ร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกบรรจุข้อมูลครบถ้วนในฐานข้อมูลกลาง โดยเป็นการวัดความสมบูรณ์ของข้อมูลซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแก้ไขปัญหาข้อมูลกระจัดกระจายและไม่ทันสมัย ซึ่งการบรรลุเป้าหมายนี้จะสามารถยืนยันความสำเร็จในการสร้างฐานข้อมูลกลางที่ได้มาตรฐาน โดยมีการกำหนดเป้าหมายความสำเร็จร้อยละ 95 ของแหล่งท่องเที่ยวหลัก

4.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.1.2.1 ระดับค่าคะแนนเฉลี่ยด้านความสะดวกในการใช้งานและความน่าเชื่อถือของข้อมูล จากการวัดคุณภาพการใช้งานและความเชื่อมั่นในข้อมูลโดยตรง โดยการที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนความน่าเชื่อถือสูง แสดงว่านโยบายประสบความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาข้อมูลไม่ตรงกันและสามารถสร้างความมั่นใจในการวางแผนการเดินทางได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายของระดับค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.1.2.2 ค่าเฉลี่ยร้อยละของการรับรู้ถึงความเป็นจุดหมายปลายทางของการพักค้างคืน โดยเป็นการวัดผลโดยตรงต่อปัญหาเมืองทางผ่านจากการสำรวจความตั้งใจที่จะพักค้างคืน ซึ่งหากนักท่องเที่ยวมีความตั้งใจที่จะพักค้างคืนที่เพิ่มขึ้นแสดงว่าแพลตฟอร์มและเส้นทางท่องเที่ยวที่ออกแบบไว้สามารถสร้างความดึงดูดใจได้มากพอที่จะเปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยเป้าหมายจองกลไกนี้คือร้อยละที่เพิ่มขึ้นของความตั้งใจพักค้างคืนมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 15 โดยเทียบกับสถิติเดิม

4.1.2.3 คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความทันสมัยของข้อมูลและการนำเสนอเพื่อแก้ไขปัญหาความล้าสมัย ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่ โดยการบรรลุเป้าหมายนี้แสดงว่าการลงทุนในแพลตฟอร์มใหม่สามารถยกระดับภาพลักษณ์ของจังหวัดให้มีความทันสมัยได้สำเร็จ โดยมีการกำหนดค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 4.2 : การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง “นครปฐม : เมืองสามธรรม”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านการสื่อสารและการจัดการข้อมูล คือความกระจัดกระจายและความไม่น่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ปัญหาว่า ข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัย และได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกันจากแหล่งต่าง ๆ โดยมีหลักการทำงานของกลไกนี้คือการสร้างโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลอัจฉริยะ (Smart Data Infrastructure) โดยจัดตั้งคลังข้อมูลเพียงแห่งเดียวที่เป็นมาตรฐานสำหรับการรวบรวม ตรวจสอบ และอัปเดตข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และเส้นทางคมนาคมทั้งหมดในจังหวัดนครปฐม โดยข้อมูลจะต้องถูกจัดหมวดหมู่ตามมิติของเมืองสามธรรม ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างชัดเจนและมีพิกัดภูมิศาสตร์ (Geospatial Data) ที่แม่นยำ ซึ่งการมีฐานข้อมูลกลางที่

ผ่านการรับรองจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น วัด ชุมชน มหาวิทยาลัยและหน่วยงานทางการท่องเที่ยว จะช่วยแก้ไขปัญหาคำแนะนำเชื่อถือของข้อมูลและสามารถส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้องนี้ไปยังแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Nakhon Pathom Trip Planner, Google Maps, หรือเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างอัตโนมัติ ซึ่งเป็นการสร้าง มาตรการควบคุมคุณภาพข้อมูล (Data Quality Control) และเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาเครื่องมือดิจิทัลเพื่อการวางแผนการเดินทางที่ราบรื่น และมีความถูกต้องแม่นยำตามหลักวิชาการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.2

4.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.2.1.1 จำนวนหรือร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ถูกบรรจุข้อมูลครบถ้วนในฐานข้อมูลกลาง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างระบบฐานข้อมูล การบรรจุเป้าหมายสูงแสดงถึงการบูรณาการข้อมูลจากทุกมิติของเมืองสามธรรมได้อย่างครอบคลุม โดยมีเป้าหมายร้อยละ 95 ของแหล่งท่องเที่ยวหลัก

4.2.1.2 ความถี่ในการอัปเดตข้อมูลบนฐานข้อมูลกลาง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการแก้ไขปัญหาคำแนะนำล้าสมัย โดยการวัดความถี่ในการอัปเดตข้อมูลที่สูงและสม่ำเสมอจะเป็นการยืนยันว่ามีการจัดการฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยกำหนดเป้าหมายของความถี่ในการอัปเดตข้อมูลทุก ๆ 7 วัน

4.2.1.3 จำนวนการเชื่อมต่อข้อมูลกับแพลตฟอร์มภายนอกโดยวัดจำนวนแพลตฟอร์มภายนอก เช่น Trip Planner หรือ Google Maps ที่เชื่อมต่อและดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลกลางนี้ไปใช้งาน ซึ่งแสดงถึงประโยชน์ของการสร้างฐานข้อมูลร่วมกัน โดยมีเป้าหมายการเชื่อมต่อ จำนวน 3 แพลตฟอร์มหลัก

4.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.2.2.1 คะแนนเฉลี่ยความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้รับจากแพลตฟอร์ม ซึ่งเป็นตัวชี้วัดโดยตรงของการแก้ไขปัญหาคำแนะนำไม่ตรงกัน โดยมีการกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.2.2.2 ระดับความคิดเห็นต่อความง่ายในการค้นหาเส้นทางบูรณาการเมืองสามธรรม โดยประเมินว่าการจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามมิติเมืองสามธรรม และการมีพิภพภูมิศาสตร์ที่ชัดเจน ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาและวางแผนเส้นทางที่เชื่อมโยงกันได้อย่างง่ายดายหรือไม่ โดยมีการกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.2.2.3 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูล โดยสำรวจความพึงพอใจของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงแรม ชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด หอการค้าจังหวัดที่ใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลกลางในการดำเนินงาน เป็นต้น ซึ่งบ่งชี้ถึงการยอมรับในเครื่องมือและกระบวนการทำงานร่วมกัน โดยมีการกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 4.3 : การพัฒนาฟังก์ชันการนำชมเชิงปฏิสัมพันธ์

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาความสามารถในการส่งมอบประสบการณ์เชิงลึก และการขาดนวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งทำให้ข้อมูลท่องเที่ยวล้าสมัยและไม่สามารถดึงดูดคนรุ่นใหม่ได้ โดยหลักการทำงานคือการบูรณาการเนื้อหาเชิงปรัชญาและวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นในกลไกที่ 2.2 (สคริปต์นำชม) เข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Digital Technology) โดยมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจากการรับข้อมูลแบบทางเดียวไปสู่การมีส่วนร่วมและค้นพบ โดยที่ฟังก์ชันสำคัญที่สามารถนำมาใช้ในบริบทของจังหวัดนครปฐม ได้แก่ Audio Guides พอดคาสต์นำชมตามริมเมืองสามธรรม, Augmented Reality (AR) สำหรับการตีความโบราณสถาน เช่น การจำลองสภาพองค์พระปฐมเจดีย์ในอดีต หรือวิถีชีวิตชาวสวนในพื้นที่เกษตรกรรม และ Gamification เช่น ระบบสะสมคะแนนหรือรางวัลที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวค้นพบเรื่องราวเชิงลึกด้วยตนเอง การดำเนินการนี้จะช่วยยกระดับประสบการณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเปลี่ยนสถานะของนครปฐมจากเมืองทางผ่านให้เป็นจุดหมายปลายทางที่น่าจดจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่และผู้เชี่ยวชาญที่ต้องการดึงดูด

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.3

4.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.3.1.1 จำนวนครั้งของการเข้าถึงหรือการใช้งานฟังก์ชัน Interactive Storytelling ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างความดึงดูดใจด้วยเทคโนโลยี หากตัวเลขนี้สูง แสดงว่านักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะมีส่วนร่วมกับเนื้อหาเชิงลึกมากขึ้น เช่น AR หรือ Audio Guide โดยมีเป้าหมายการใช้งานหรือการเข้าถึงจำนวนไม่น้อยกว่า 500 ครั้ง/เดือน

4.3.1.2 ร้อยละของผู้ใช้ที่ใช้ฟังก์ชัน Interactive Storytelling ครบถ้วนตลอดเส้นทาง โดยเป็นการวัดว่าเนื้อหาที่มีความน่าสนใจมากพอที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวอยู่กับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบหรือไม่ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความสำเร็จในการนำชมเชิงปรัชญา โดยมีเป้าหมายร้อยละ 40 ของผู้ใช้ฟังก์ชัน Interactive Storytelling

4.3.1.3 จำนวนเนื้อหาเชิงปฏิสัมพันธ์ที่ได้รับการพัฒนาและบรรจุในแพลตฟอร์ม โดยนับจำนวนเนื้อหาเชิงปฏิสัมพันธ์ที่ได้รับการพัฒนา ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้มีข้อมูลรองรับการใช้งานในทุกแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยมีเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เนื้อหา

4.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.3.2.1 ค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา โดยเป็นการประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการนำเสนอ เช่น AR หรือ Gamification มีความน่าสนใจและช่วยให้เข้าใจเรื่องราวทางธรรมชาติหรือวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ โดยมีการกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.3.2.2 ค่าคะแนนเฉลี่ยระดับความคิดเห็นต่อการเรียนรู้เชิงลึกที่ได้รับจากการใช้เทคโนโลยี โดยเป็นการสำรวจว่าเทคโนโลยีเหล่านี้สามารถส่งมอบความรู้เชิงลึกและคุณค่าทางจิตวิญญาณได้จริงตามวัตถุประสงค์ของนโยบายหรือไม่ ซึ่งเป็นการวัดผลเชิงคุณภาพที่สำคัญที่สุด โดยมีการกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.3.2.3 ร้อยละของความตั้งใจที่จะแนะนำหรือกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยอ้างอิงถึงฟังก์ชันดิจิทัล โดยเป็นการประเมินว่าฟังก์ชันเชิงปฏิสัมพันธ์นี้เป็นจุดขาย (Unique Selling Point) ที่ทำให้นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาเที่ยวซ้ำหรือแนะนำให้ผู้อื่นมาใช้งานหรือไม่ โดยมีการกำหนดเป้าหมายการเพิ่มขึ้นของความตั้งใจที่จะแนะนำหรือกลับมาเที่ยวซ้ำมากกว่าหรือเท่ากับ ร้อยละ 15

กลไกที่ 4.4 : การเชื่อมโยงระบบขนส่งและบริการจองล่วงหน้า

กลไกนี้เป็นมาตรการที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการ คือ การขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้าน ซึ่งเป็นอุปสรรคทางกายภาพที่ทำให้จังหวัดนครปฐมยังคงสถานะเป็นเมืองทางผ่าน โดยหลักการทำงานของกลไกนี้ คือการสร้างโครงข่ายการเชื่อมโยงการเดินทางที่มุ่งเน้นการให้บริการ “Last-Mile Connectivity” หรือการเชื่อมโยงการเดินทางจากจุดขนส่งหลัก (Hub) ไปยังจุดหมายปลายทางสุดท้าย โดยเฉพาะกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามริมเมืองสามธรรมที่กระจัดกระจาย เช่น การเชื่อมโยงวัดสำคัญในเมืองอย่างวัดพระปฐมเจดีย์หรือวัดพระประโทนเจดีย์เข้ากับสวนเกษตรอินทรีย์ในบางเลน หรือตลาดวัฒนธรรมในนครชัยศรี หรือนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางจากสถานีรถไฟนครปฐมไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง อ.ดอนตูม ได้ ดังนั้นกลไกนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะขนาดเล็ก เช่น รถตู้สาธารณะ รถโดยสารประจำทางหรือรถสองแถวที่กำหนดเส้นทางใหม่และการบูรณาการข้อมูลตารางเวลาเดินทางเข้ากับแพลตฟอร์ม Nakhon Pathom Trip Planner อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งหัวใจของกลไกนี้คือการผนวกการจองล่วงหน้าสำหรับทั้งบริการขนส่ง ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองและกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเข้าไว้ในแพลตฟอร์มเดียว เพื่อลดความยุ่งยากในการวางแผนและจองบริการที่กระจัดกระจาย ทำให้การเดินทางสะดวก ราบรื่น และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความ

มั่นใจที่จะวางแผนการเดินทางที่ครอบคลุมหลายจุด (Multi-Point Program) และนำไปสู่การเพิ่มอัตราการพักค้างคืน นอกจากนี้การเชื่อมต่อบริการขนส่งสาธารณะที่ดีจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ลึกเข้าไปจากถนนใหญ่ทำให้รายได้กระจายตัวอย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาเชิงกลยุทธ์ของจังหวัดนครปฐมได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.4

4.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.4.1.1 จำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงในแต่ละเดือน ซึ่งเป็นตัวชี้วัดโดยตรงว่าระบบสามารถทดแทนการใช้รถยนต์ส่วนตัวของนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายชี้วัดความสำเร็จจากผู้ให้บริการจำนวน 1,000 คน/เดือน

4.4.1.2 อัตราการจองบริการขนส่งและกิจกรรมผ่านแพลตฟอร์ม โดยติดตามว่าผู้ใช้ที่วางแผนเส้นทางผ่านแพลตฟอร์ม มีการจองตัวขนส่ง ที่พัก หรือกิจกรรมผ่านระบบที่เชื่อมโยงไว้จริงหรือไม่ ซึ่งบ่งชี้ถึงความสำเร็จของการบูรณาการ โดยมีเป้าหมายชี้วัดความสำเร็จร้อยละ 30 ของผู้ใช้แพลตฟอร์มทั้งหมด

4.4.1.3 จำนวนแหล่งท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เข้าร่วมระบบจองล่วงหน้า โดยนับจำนวนหน่วยงานหรือผู้ประกอบการ เช่น โฮมสเตย์ สวนเกษตร บริษัทขนส่ง ที่เชื่อมต่อบริการจองเข้ากับแพลตฟอร์มกลาง ซึ่งแสดงถึงความครอบคลุมของบริการ โดยมีเป้าหมายชี้วัดความสำเร็จร้อยละ 90 ของแหล่งท่องเที่ยวหลัก

4.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.4.2.1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความราบรื่นของการเชื่อมต่อบริการขนส่งและการจอง โดยสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อความสะดวก รวดเร็ว และความน่าเชื่อถือของการเดินทางและการจอง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาการขาดการเชื่อมโยงระบบ โดยกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.4.2.2 ค่าเฉลี่ยร้อยละของความตั้งใจในการพักค้างคืนในจังหวัด โดยวัดผลจากการสำรวจความตั้งใจหลังการใช้งานแพลตฟอร์ม ซึ่งหากการที่ความตั้งใจในการพักค้างคืนเพิ่มขึ้น แสดงว่าความสะดวกของระบบขนส่งและการจองแบบบูรณาการสามารถสร้างความมั่นใจและแรงจูงใจในการวางแผนการเดินทางหลายวันได้สำเร็จ โดยมีเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 15

กลไกที่ 4.5 : การจัดทำโปรแกรม “Digital Ambassador”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความล้าสมัยของข้อมูลและการขาดผู้สื่อสารที่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัย โดยหลักการทำงานของกลไกนี้คือการใช้การตลาดเชิงความน่าเชื่อถือโดยการดึงเอา

ทุนมนุษย์ที่เป็นคนรุ่นใหม่ นักศึกษา หรือนักสื่อสารชุมชนมาทำหน้าที่เป็น “Digital Ambassador” โดยพวกเขาจะถูกฝึกฝนตามหลักสูตรโลกที่ 2.2 ให้สร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัลที่มีความน่าเชื่อถือ ทันสมัย และเป็นไปตาม “อัตลักษณ์สามธรรม” ที่กำหนดโดยตรงจากประสบการณ์จริงในพื้นที่ การดำเนินการนี้จะช่วยแก้ไขปัญหาล้าสมัยและการขาดการเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและช่วยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลัก เช่น TikTok Instagram หรือ Facebook ซึ่งเป็นการสร้างมาตรการควบคุมคุณภาพข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามหลักการของ Digital Storytelling

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.5

4.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.5.1.1 จำนวนนักสื่อสารชุมชน/คนรุ่นใหม่ที่เข้าร่วมและได้รับการรับรองเป็น Digital Ambassador โดยจะพิจารณาจากการสร้างกำลังคนและความสามารถในการดึงดูดคนท้องถิ่นให้เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างฐานบุคลากรผู้ผลิตเนื้อหาโดยมีเป้าหมายการผลิตจำนวน 25 คน/ปี

4.5.1.2 จำนวนชิ้นของเนื้อหาดิจิทัลที่ผลิตและเผยแพร่ต่อเดือน โดยการวัดผลผลิตเนื้อหาและความสม่ำเสมอในการผลิต การบรรลุเป้าหมายที่สูงแสดงว่ากลไกนี้สามารถแก้ไขปัญหาล้าสมัยและสร้างความเคลื่อนไหวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายของเนื้อหาที่ผลิตจำนวน 20 ชิ้น/เดือน

4.5.1.3 อัตราการมีส่วนร่วมของเนื้อหา (Engagement) เช่น ยอดไลก์ แชร์ คอมเมนต์ ต่อโพสต์เฉลี่ย โดยประเมินว่าเนื้อหาที่ผลิตขึ้นสามารถสร้างความสนใจและกระตุ้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการตลาดดิจิทัล โดยมีเป้าหมายของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาร้อยละ 10 ของจำนวนผู้เข้าถึง

4.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.5.2.1 ค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลและภาพลักษณ์ โดยการสำรวจความเห็นของนักท่องเที่ยวว่าเนื้อหาที่ผลิตโดย Digital Ambassador มีความน่าเชื่อถือ ถูกต้องตามความเป็นจริง และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อจังหวัดหรือไม่ ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาล้าสมัยและไม่ตรงกัน โดยมีเป้าหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.5.2.2 ค่าเฉลี่ยของความตั้งใจในการมาเที่ยวหรือเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกนำเสนอ โดยประเมินว่าเนื้อหาที่ผลิตโดย Ambassador สามารถกระตุ้นความสนใจ

และเปลี่ยนความสนใจนั้นเป็นความตั้งใจในการเดินทางจริงได้มายน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 4.6 : การสร้างกลไกป้อนกลับข้อมูลและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความกระจัดกระจายของข้อมูลและความไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกันจากแหล่งต่าง ๆ และข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลไม่ทันสมัย โดยกลไกนี้จะมุ่งเน้นการสร้างวงจรคุณภาพข้อมูลแบบปิด โดยการผนวกระบบรับเรื่องร้องเรียน และช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถรายงานความไม่ถูกต้องของข้อมูล เข้ากับแพลตฟอร์ม Nakhon Pathom Trip Planner โดยตรง เพื่อให้ข้อมูลที่ป้อนกลับจากภาคสนามถูกส่งไปยังทีมงานอัปเดตข้อมูล และถูกแก้ไขอย่างรวดเร็วและเป็นระบบ ซึ่งการดำเนินการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัดนครปฐม เนื่องจากสามารถใช้ข้อมูลเชิงลบ (Negative Feedback) ที่รายงานโดยนักท่องเที่ยวมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวจริง เช่น ปัญหาความสะอาด ปัญหาขยะมูลฝอย อาชญากรรม หรือความไม่เป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนคำตำหนิ ให้เป็น ข้อมูลเชิงกลยุทธ์ในการควบคุมคุณภาพการบริการได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.6

4.6.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.6.1.1 จำนวนข้อร้องเรียนหรือรายงานความไม่ถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับผ่านแพลตฟอร์มต่อเดือน โดยวัดจากการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการใช้งานกลไกป้อนกลับข้อมูล หากมีตัวเลขที่สูงแสดงว่าระบบมีความเข้าถึงง่ายและนักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะรายงานปัญหา โดยมีเป้าหมายของการรายงานจำนวน 30 ครั้ง/เดือน

4.6.1.2 อัตราการแก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง โดยการวัดจากประสิทธิภาพในการตอบสนองและแก้ไขข้อมูล ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญของการจัดการคุณภาพข้อมูล โดยมีเป้าหมายของข้อร้องเรียนร้อยละ 95 ต้องถูกแก้ไขภายใน 48 ชั่วโมง

4.6.1.3 ความถี่ในการอัปเดตเนื้อหาหลักบนฐานข้อมูลกลาง โดยวัดจากความสม่ำเสมอเชิงปฏิบัติการในการดูแลความทันสมัยของข้อมูล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแก้ไขปัญหาข้อมูลล้าสมัย โดยมีเป้าหมายของความถี่ในการอัปเดตข้อมูลหลักทุก ๆ 7 วัน

4.6.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.6.2.1 คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่รายงานโดยประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจต่อความเร็วและความชัดเจนในการดำเนินการแก้ไขปัญหาที่พวกเขาได้รายงานหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.6.2.2 คะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นต่อความตั้งใจของจังหวัดในการปรับปรุงบริการอย่างต่อเนื่อง โดยประเมินว่านักท่องเที่ยวรับรู้ว่าจะมีการใช้ข้อมูลที่ได้รับเพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการอย่างจริงจังและต่อเนื่องหรือไม่ ซึ่งบ่งชี้ถึงธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการ โดยมีเป้าหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยของความคิดเห็นมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 : การสร้างกรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของจังหวัดนครปฐม (Authenticity & Intellectual Property (IP) Protection: Establishing a Cultural Governance Framework and Intellectual Property Protection)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 ถูกเสนอขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านวัฒนธรรม คือ การกลืนกินของพาณิชย์นิยมต่อความแท้จริงทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในมิติของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมและสะท้อนถึงปัญหาด้านความแท้จริงของผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมีที่มาจากผลการขาดการวางแผนอนุรักษ์เชิงยุทธศาสตร์ และการขาดกลไกในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนตามที่คุณผู้เชี่ยวชาญชี้แจง โดยหลักการสำคัญของนโยบายนี้คือการสร้าง “กรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรม” เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จากมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐม โดยเฉพาะในกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เช่น มอญ ไททรงดำหรือภูมิปัญญาชาวสวนเกษตรในทุกพื้นที่ของจังหวัด ซึ่งการดำเนินการนี้จะรวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริง (Authenticity Certification Board) และการสนับสนุนให้ชุมชนขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา (IP Protection) เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบจากผู้ประกอบการรายใหญ่หรือบุคคลจากภายนอกที่อาจจะเข้ามาลอกเลียนแบบสินค้าทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐม พร้อมทั้งกำหนดสัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมจากกิจกรรมเชิงพาณิชย์กลับคืนสู่ชุมชน การสร้างธรรมาภิบาลนี้จึงเป็นกลไกที่จำเป็นในการเปลี่ยนผ่านจากการใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์นิยมไปสู่การสร้างที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนรากฐานของการอนุรักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของเมืองสามธรรม

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5

1. เพื่อคุ้มครองความแท้จริงทางวัฒนธรรมและสร้างกลไกที่สามารถรับรองและปกป้องภูมิปัญญาดั้งเดิมและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนจากการถูกบิดเบือนหรือถูกกลืนด้วยกระแสพาณิชย์นิยม

2. เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและกฎหมายแก่ชุมชน โดยสนับสนุนให้ชุมชนเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมได้รับผลประโยชน์ที่เป็นธรรมจากการท่องเที่ยวและมีเครื่องมือทางกฎหมายในการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง

3. เพื่อยกระดับคุณภาพและมูลค่าผลิตภัณฑ์และสร้างมาตรฐานการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมให้มีคุณภาพสูงและมีเรื่องราวที่น่าเชื่อถือ อันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าในตลาดท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 จำนวน 6 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 5.1 : การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในมิติวัฒนธรรม คือ การกลืนกินของพาณิชย์นิยม ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางวัฒนธรรมของนครปฐมขาดความแท้จริงและถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย กลไกในการทำงานคือการสร้าง “กลไกการตรวจสอบและรับรองความแท้จริง” ที่เป็นอิสระและมีความชอบธรรม โดยคณะกรรมการฯ นี้จะประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เช่น นักวิชาการด้านวัฒนธรรม ชาติพันธุ์วิทยา ประชาชนชาวบ้าน ตัวแทนชุมชน และผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีภารกิจหลักในการกำหนดมาตรฐานทางเทคนิคและเรื่องเล่าสำหรับผลิตภัณฑ์ บริการ เช่น โฮมสเตย์ และการแสดง เช่น การแสดงที่เกี่ยวกับชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อ้างอิงถึงมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมโดยเฉพาะ เมื่อผลิตภัณฑ์ผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่เข้มงวดแล้ว จะได้รับตราสัญลักษณ์รับรองความแท้จริง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนสถานะของสินค้าจากสินค้าทั่วไปเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าเพิ่มเชิงอนุรักษ์ ซึ่งการดำเนินการนี้จะช่วยแยกแยะสินค้าดั้งเดิมและแท้จริงออกจากสินค้าลอกเลียนแบบในท้องตลาด และเป็นรากฐานสำคัญในการคุ้มครองทรัพย์สินภูมิปัญญาท้องถิ่นตามหลักธรรมาภิบาล

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.1

5.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

5.1.1.1 จำนวนหรือร้อยละของผลิตภัณฑ์และกิจกรรมที่ยื่นขอโดยประชาสัมพันธ์และดึงดูดผู้ประกอบการท้องถิ่นให้เข้าสู่ระบบการตรวจสอบและรับรอง และได้รับการรับรองความแท้จริง โดยเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 50 ผลิตภัณฑ์/ปี

5.1.1.2 จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมหรือการประชุมของคณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้น โดยเป็นการวัดความเข้มข้นและความต่อเนื่องในการดำเนินงานของคณะกรรมการฯ ซึ่งสะท้อนถึงความจริงจังในการกำหนดและทบทวนมาตรฐาน โดยมีเป้าหมายความสำเร็จจำนวน 100 ชั่วโมง/ปี

5.1.1.3 ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของยอดขายเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์รับรอง โดยเป็นการวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยตรงของตรา

สัญลักษณ์รับรอง ซึ่งเป็นการยืนยันว่าการรับรองความแท้จริงในความสามารถเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางการตลาดได้จริง โดยมีเป้าหมายของยอดขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ภายใน 1 ปี

5.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

5.1.2.1 ค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความแท้จริงของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง โดยเป็นการวัดการรับรู้เชิงคุณภาพของนักท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรอง ซึ่งเป็นการตรวจสอบโดยตรงว่ากลไกนี้สามารถแก้ไขปัญหาความการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณได้หรือไม่ โดยมีเป้าหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

5.1.2.2 ค่าระดับความเชื่อมั่นของชุมชนต่อความโปร่งใสและเป็นธรรมในการทำงานของคณะกรรมการฯ โดยเป็นการวัดธรรมาภิบาลในการบริหารจากการสำรวจความรู้สึกของชุมชนผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมว่ากระบวนการรับรองมีความยุติธรรมและโปร่งใสหรือไม่ ซึ่งสำคัญต่อความยั่งยืนของโครงการ โดยมีเป้าหมายของค่าระดับความเชื่อมั่นมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

5.1.2.3 ค่าคะแนนเฉลี่ยความภาคภูมิใจในท้องถิ่นที่จากการได้รับการรับรอง โดยเป็นการวัดผลกระทบทางสังคมในการประเมินว่าการที่ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ของชุมชนได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการ ช่วยส่งเสริมหรือสร้างความภาคภูมิใจและความรู้สึกเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนได้มากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของค่าระดับความภาคภูมิใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 5.2 : โครงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาความเปราะบางทางกฎหมายและการขาดการคุ้มครองทรัพย์สินทางภูมิปัญญา ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมขาดความแท้จริงและถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย ซึ่งหลักการทำงานของกลไกนี้คือการจัดตั้ง “กองทุนสนับสนุนทางกฎหมาย” ที่มุ่งเน้นการให้ความช่วยเหลือด้านการเงินและผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย เช่น ทนายความหรือนักวิชาการด้านทรัพย์สินทางปัญญาแก่ชุมชน ช่างฝีมือ หรือประชาชนชาวบ้าน เพื่อดำเนินการจดทะเบียนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้ เช่น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและที่จับต้องไม่ได้ เช่น สูตรอาหารดั้งเดิมของชนชาติพันธุ์ในนครปฐม หรือผลผลิตทางการเกษตรของชาวสวน โดยการดำเนินการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาความแท้จริงของมรดกทางวัฒนธรรม โดยการมอบอำนาจทางกฎหมายให้ชุมชนสามารถดำเนินการฟ้องร้องหรือเรียกร้องผลประโยชน์ที่เป็นธรรมจากการใช้ชื่อและเรื่องราวทางวัฒนธรรมของตนเองได้ ซึ่งเป็นการสร้างมาตรการป้องกันเชิงรุกต่อการลอกเลียนแบบและป้องกันมิให้คุณค่าทางวัฒนธรรมถูกลดทอนด้วยกิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่ไม่ได้มาตรฐาน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.2

5.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

5.2.1.1 จำนวนภูมิปัญญา/ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่แสดงถึงความสำเร็จในการสร้างเกราะป้องกันทางกฎหมายให้แก่มรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัด โดยมีเป้าหมายของจำนวนทรัพย์สินที่ได้รับการขึ้นทะเบียน จำนวน 10 ภูมิปัญญาหรือผลิตภัณฑ์/ปี

5.2.1.2 จำนวนชุมชน/ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เข้าร่วมและได้รับเงินสนับสนุนจากโครงการ โดยเป็นการวัดการเข้าถึงและการกระจายผลประโยชน์ของโครงการ เพื่อแสดงให้เห็นว่าเงินทุนสนับสนุนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้ถือครองภูมิปัญญาได้อย่างทั่วถึง โดยมีเป้าหมายการเข้าถึงแหล่งทุน จำนวน 20 ชุมชน/ปี

5.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

5.2.2.1 ค่าคะแนนเฉลี่ยความภาคภูมิใจในท้องถิ่นจากการได้รับการคุ้มครองอย่างเป็นทางการ ซึ่งการที่ภูมิปัญญาได้รับการรับรองอย่างเป็นทางการ จะช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและภาคภูมิใจในการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมได้อย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายของค่าระดับความภาคภูมิใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

5.2.2.2 ค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความเชื่อมั่นของชุมชนต่อความสามารถในการป้องกันการลอกเลียนแบบ จากการสำรวจความรู้สึกของชุมชนต่อความเข้มแข็งของมาตรการคุ้มครองที่ได้รับ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้เกิดความเต็มใจในการเปิดเผยและถ่ายทอดภูมิปัญญา โดยมีเป้าหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความเชื่อมั่นมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 5.3 : มาตรการบังคับใช้สัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความไม่เป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์ ซึ่งเป็นรากเหง้าของปัญหาการกลืนกินทางวัฒนธรรม เนื่องจากชุมชนรู้สึกว่าจะต้องแบกรับภาระการท่องเที่ยวแต่ไม่ได้รับผลตอบแทนที่สมเหตุสมผล ซึ่งกลไกของดำเนินงานคือการจัดตั้ง “มาตรการบังคับใช้สัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์” โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หรือบริษัททัวร์ที่ใช้ชื่อวัฒนธรรม หรือทรัพยากรของชุมชน เช่น การจัดทัวร์ชมวิถีชาวสวน การใช้สูตรอาหารมอญ อาหารไททรงดำหรืออาหารพื้นถิ่นของนครปฐมอื่น ๆ ในการดำเนินธุรกิจ จะต้องจัดสรรสัดส่วนรายได้ที่ชัดเจนและเป็นธรรม เช่น 5-10% ของรายได้ที่เกี่ยวข้องกลับคืนสู่กองทุนชุมชน ซึ่งการดำเนินการนี้จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัดนครปฐม เนื่องจากจะสามารถสร้างแรงจูงใจเชิงเศรษฐกิจ (Economic Incentive) ให้แก่ชุมชนในการอนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง และช่วยให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและมีความภาคภูมิใจ ในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างบรรทัดฐานทางธรรมาภิบาลในการทำธุรกิจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการรักษาความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรมในระยะยาวของจังหวัดและของประเทศต่อไปได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.3

5.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

5.3.1.1 จำนวนหรือร้อยละของผู้ประกอบการที่ลงนามในข้อตกลงแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นทางการ โดยการนับจำนวนบริษัทหรือหน่วยงานที่ยอมรับและเข้าร่วมในระบบการแบ่งปันผลประโยชน์ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการบังคับใช้ โดยมีเป้าหมายของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการเป้าหมาย

5.3.1.2 ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของกิจกรรม/ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมใหม่ที่พัฒนาโดยชุมชน การที่ชุมชนมีรายได้ที่แน่นอนและเป็นธรรมจะกระตุ้นให้ชุมชนมีความมั่นใจและแรงจูงใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอต่อตลาด โดยมีเป้าหมายของการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ชุมชนร้อยละ 10 ต่อปี

5.3.1.3 มูลค่าของเงินรวมที่ถูกจัดสรรเข้ากองทุนชุมชนต่อปี ซึ่งเป็นการวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยตรง โดยขนาดของผลประโยชน์ที่ไหลกลับสู่ชุมชนจะเป็นตัวชี้วัดหลักในการประเมินความสำเร็จของมาตรการ Benefit Sharing โดยมีเป้าหมายของกองทุน จำนวน 1 ล้านบาทต่อปี

5.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

5.3.2.1 ค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อความชัดเจนของระเบียบการแบ่งปันผลประโยชน์ โดยจะเป็นการประเมินว่าผู้ประกอบการรับรู้ว่าจะระเบียบที่กำหนดมีความชัดเจน เข้าใจง่าย และสามารถปฏิบัติได้จริงหรือไม่ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการลดความขัดแย้งและสร้างการยอมรับในมาตรการใหม่ โดยมีเป้าหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

5.3.2.2 ค่าระดับความเชื่อมั่นของชุมชนต่อความโปร่งใสและเป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์ โดยเป็นการสำรวจความรู้สึกของชุมชนว่าระบบการแบ่งปันผลประโยชน์มีความยุติธรรมและโปร่งใสในการบริหารจัดการหรือไม่ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความร่วมมือในระยะยาว โดยมีเป้าหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยของระดับความเชื่อมั่นมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

5.3.2.3 ค่าคะแนนเฉลี่ยความภาคภูมิใจในท้องถิ่นจากการที่ชุมชนรู้สึกว่าได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม จะนำไปสู่ความภาคภูมิใจในการอนุรักษ์และถ่ายทอด

วัฒนธรรมอย่างเต็มที่ซึ่งเป็นรากฐานของการรักษาความแท้จริง โดยมีเป้าหมายของค่าระดับความภาคภูมิใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 5.4 : การสร้างตราสัญลักษณ์ “Cultural Endorsement Mark”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขด้านความเปราะบางทางกฎหมายและการขาดการคุ้มครองความแท้จริงทางวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมถูกมองว่าเป็นสินค้าทั่วไปและขาดอำนาจการต่อรอง โดยมีหลักการทำงานของกลไกคือการสร้าง “ตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพและความแท้จริง” โดยเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ผ่านการตรวจสอบอย่างเข้มงวดจากคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรมตามกลไกที่ 5.1 ซึ่งตราสัญลักษณ์นี้จะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดเชิงอนุรักษ์ที่บ่งชี้ถึง 1) ความถูกต้องตามภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น สูตรอาหารดั้งเดิม ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหรือศิลปหัตถกรรมชุมชน 2) คุณภาพและมาตรฐานการผลิต และ 3) การเชื่อมโยงผลประโยชน์กลับคืนสู่ชุมชน โดยการดำเนินการตามกลไกนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความแตกต่างเชิงการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ให้แก่สินค้าท้องถิ่นในตลาดท่องเที่ยว โดยเป็นการสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยวว่าสินค้าที่ซื้อนั้นมีเรื่องราว (Story) และมูลค่าเชิงอนุรักษ์ (Conservation Value) ที่สูงกว่าสินค้าทั่วไป ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนรักษาความแท้จริงทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.4

5.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

5.4.1.1 จำนวนผลิตภัณฑ์/กิจกรรมที่ได้รับตราสัญลักษณ์รับรอง โดยนับจำนวนสินค้าและบริการที่สามารถยกระดับมาตรฐานและได้รับการรับรองความแท้จริง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการใช้งานกลไก โดยมีเป้าหมายของจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง จำนวน 20 ผลิตภัณฑ์/กิจกรรม ภายใน 1 ปี

5.4.1.2 ร้อยละของการรับรู้ตราสัญลักษณ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยว จากการสำรวจว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้และเข้าใจความหมายของตราสัญลักษณ์นี้มากน้อยเพียงใด ซึ่งจำเป็นต่อการสร้างอำนาจทางการตลาด โดยมีเป้าหมายของการรับรู้ร้อยละ 30 ภายใน 1 ปี

5.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

5.4.2.1 คะแนนเฉลี่ยความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มของนักท่องเที่ยวสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีตราสัญลักษณ์ โดยประเมินว่าตราสัญลักษณ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางจิตใจและจูงใจให้นักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะจ่ายราคาสูงขึ้นเพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองความแท้จริงหรือไม่ โดยมีเป้าหมายค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

5.4.2.2 ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อความแท้จริงของผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่ได้รับการรับรอง จากการวัดความสำเร็จในการสร้างความน่าเชื่อถือโดยตรงต่อปัญหาการถูกกลั่นเกิน ซึ่งเป็นผลลัพธ์สูงสุดของการใช้ตราสัญลักษณ์ในการยืนยันความถูกต้องของแหล่งกำเนิดและวิธีการผลิต โดยมีเป้าหมายค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 5.5 : การฝึกอบรมการสร้างมูลค่าและ Storytelling เชิงลึก

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการขาดทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่มและการนำเสนอที่ผิวเผินในผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐม โดยกลไกของการทำงานคือการใช้การพัฒนาศักยภาพเชิงเนื้อหา โดยมุ่งเน้นการฝึกอบรมผู้ประกอบการชุมชนและช่างฝีมือให้สามารถผสมผสานภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น สูตรอาหารหรือขนมดั้งเดิม การทอผ้าพื้นเมืองให้เข้ากับเทคนิคการเล่าเรื่องเชิงลึก เพื่อเปลี่ยนสินค้าพื้นบ้านให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวและมูลค่าเชิงอนุรักษ์ เช่น การฝึกอบรมให้กลุ่มผู้ผลิตข้าวหลามในชุมชน ให้สามารถเล่าเรื่องราวความเชื่อมโยงระหว่างพิธีกรรมการทำข้าวหลามกับวิถีชีวิตชาวสวนในอดีต หรือการเชื่อมโยงลดละเลิกกิจกรรมกับความเชื่อทางธรรมะ ซึ่งการดำเนินการนี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างอำนาจการต่อรองทางการตลาด และความแตกต่างเชิงการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาเชิงเศรษฐกิจที่ทำให้ชุมชนต้องพึ่งพาการค้าที่ขาดความแท้จริง และเป็นการตอบโต้ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.5

5.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

5.5.1.1 จำนวนผู้ประกอบการชุมชนหรือช่างฝีมือที่เข้าร่วมโครงการฝึกอบรม ซึ่งเป็นการประเมินด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการขยายฐานผู้ประกอบการที่มีทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่มและ Storytelling โดยมีเป้าหมายของผู้เข้าร่วมจำนวน 40 ราย/ปี

5.5.1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่หรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงและได้รับการรับรองความแท้จริง (Authenticity Certification) จากคณะกรรมการฯ โดยเป็นการวัดผลผลิตเชิงคุณภาพที่เชื่อมโยงการฝึกอบรมให้เข้ากับการสร้างมาตรฐาน โดยการนับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ยกระดับคุณภาพและผ่านการรับรอง ซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างมูลค่าที่ได้รับการยอมรับ โดยมีเป้าหมายของจำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 20 ผลิตภัณฑ์/ปี

5.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

5.5.2.1 ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อความแท้จริงของเรื่องราวและที่มาของผลิตภัณฑ์ โดยการสำรวจว่านักท่องเที่ยวเชื่อในเรื่องราวที่ได้รับและรู้สึกว่

ผลิตภัณฑ์นั้นมีความแท้จริงทางวัฒนธรรมหรือไม่ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการแก้ไขปัญหาการถูกกลืนกินทางวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 5.6 : การจัดตั้งศูนย์ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขด้านความไม่เป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์และความเปราะบางทางกฎหมายของชุมชน ซึ่งนำไปสู่การขาดความเชื่อมั่นและสิ่งที่จะถ่ายทอดภูมิปัญญา โดยหลักการทำงานของกลไกที่ 5.6 นี้คือการสร้างกลไกยุติข้อพิพาททางเลือกที่มีความรวดเร็ว เข้าถึงง่าย และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยเฉพาะด้านทรัพย์สินทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยศูนย์ดังกล่าวจะประกอบด้วยนักกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านชาติพันธุ์วิทยาและวัฒนธรรม และปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างชุมชน ได้แก่ เจ้าของมรดกทางวัฒนธรรม กับผู้ประกอบการหรือผู้ใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรม ก่อนนำไปสู่กระบวนการยุติธรรมในศาลที่มีค่าใช้จ่ายสูง ยกตัวอย่างเช่น เมื่อบริษัทอาหารรายใหญ่จากภายนอกใช้สูตรอาหารมรดกดั้งเดิมของชุมชน อ.บางเลนในเชิงพาณิชย์โดยไม่แบ่งปันผลประโยชน์ ทางศูนย์ฯ จะเข้ามาเป็นคนกลางในการเจรจาเพื่อให้เกิดสัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม (Fair Benefit Sharing) และกำหนดเงื่อนไขการใช้ชื่อเสียงทางวัฒนธรรม ซึ่งการดำเนินการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัดนครปฐมในการสร้างความเชื่อมั่นทางสังคม (Social Trust) และความมั่นคงทางกฎหมาย (Legal Security) ให้แก่ชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานที่จำเป็นในการกระตุ้นให้ชุมชนเต็มใจที่จะเข้าร่วมและเปิดเผยภูมิปัญญาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.6

5.6.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

5.6.1.1 จำนวนข้อพิพาททางวัฒนธรรมที่ถูกส่งเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยของศูนย์ฯ ต่อปี โดยการนับปริมาณการใช้งานศูนย์ฯ เพื่อแสดงให้เห็นว่าชุมชนและผู้ประกอบการรับรู้ถึงการมีอยู่และเชื่อมั่นในบทบาทของศูนย์ฯ ในการแก้ไขปัญหา โดยมีการกำหนดเป้าหมายของข้อพิพาททางวัฒนธรรมที่ได้รับการไกล่เกลี่ยจำนวน 10 กรณี/ปี

5.6.1.2 อัตราความสำเร็จในการยุติข้อพิพาทผ่านการไกล่เกลี่ยโดยการโดยประเมินว่าศูนย์ฯ สามารถช่วยให้คู่กรณีบรรลุข้อตกลงร่วมกันโดยไม่ต้องพึ่งพาการฟ้องร้องในศาลได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งเป็นการวัดผลการดำเนินงานของกลไกของศูนย์ฯ ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายอัตราความสำเร็จของข้อพิพาททางวัฒนธรรมร้อยละ 80 ของข้อพิพาททั้งหมด

5.6.1.3 ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการยุติข้อพิพาทต่อกรณี ด้วยวิธีการเปรียบเทียบระยะเวลาในการยุติข้อพิพาทผ่านศูนย์ฯ กับกระบวนการทางศาล ซึ่งแสดงให้เห็นถึง

ประโยชน์ของศูนย์ใกล้เคียงข้อพิพาททางวัฒนธรรมในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว โดยมีเป้าหมายของระยะเวลาที่ใช้ในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรมไม่เกิน 60 วันต่อกรณีพิพาท

5.6.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

5.6.2.1 ค่าเฉลี่ยของระดับความเชื่อมั่นของชุมชนต่อความโปร่งใสและเป็นธรรมในการตัดสินใจของศูนย์ฯ โดยจะเป็นการสำรวจความรู้สึกของชุมชนว่ากระบวนการไกล่เกลี่ยมีความยุติธรรม ปราศจากอคติและเป็นกลางหรือไม่ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความร่วมมือในระยะยาว โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

5.6.2.2 ค่าเฉลี่ยของความเต็มใจของชุมชนในการเปิดเผยข้อมูลทางภูมิปัญญาใหม่ ๆ เพื่อการท่องเที่ยว โดยเป็นการประเมินว่าการมีกลไกคุ้มครองและไกล่เกลี่ยที่ทำให้ชุมชนรู้สึกมั่นใจและเต็มใจที่จะเปิดเผยและถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมของตนเองเพื่อประโยชน์ในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

5.6.2.3 ค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้ประกอบการต่อการไกล่เกลี่ย โดยประเมินว่าข้อตกลงที่ได้จากการไกล่เกลี่ยมีความชัดเจนและนำไปปฏิบัติได้จริงในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการลดความขัดแย้งซ้ำซ้อนในอนาคตและเกิดเป็นผลที่น่าพึงพอใจ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 : การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ประสบการณ์เชิงการมีส่วนร่วม (Immersion & Experience Routes : Transforming Activity Formats towards Active Participation Experiences)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 ได้นำเสนอขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความผิวนในการส่งมอบประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ซึ่งได้รับการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญและนักท่องเที่ยวว่าไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง โดยมีรากเหง้ามาจากการที่กิจกรรมส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการแสดงผลเพื่อชมมากกว่ากิจกรรมเพื่อทำ (Active Participation) ซึ่งหลักการของข้อเสนอเชิงนโยบายนี้คือการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ หรือ Experiential Tourism มาใช้เพื่อเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้สังเกตการณ์เป็นผู้มีส่วนร่วมและผู้สร้างประสบการณ์ (Co-Creator) โดยมุ่งเน้นการออกแบบกิจกรรมที่ฝังตัวอยู่กับวิถีชีวิตจริงของชุมชน ยกตัวอย่างเช่น การที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อข้าวหลาม ซึ่งเป็นสินค้าชุมชนที่มีชื่อเสียงและหาซื้อได้ตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ควรเปลี่ยนเป็นการจัดเวิร์กช็อปการเรียนรู้การทำข้าวหลามจากกระบอกไม้ไผ่จริง หรือการจัดโปรแกรมโฮมสเตย์เพื่อเรียนรู้วิถีชาวสวนผลไม้ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์ร่วมกับเกษตรกร ซึ่งการดำเนินการนี้จะเป็นการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และคุณค่าที่ลึกซึ้ง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจและ

จูงใจให้นักท่องเที่ยววางแผนการพักค้างคืน ซึ่งตอบโจทย์ปัญหาเชิงกลยุทธ์ของจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6

1. เพื่อยกระดับคุณภาพประสบการณ์วัฒนธรรม โดยเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวจากผู้สังเกตการณ์ธรรมดาไปสู่การเป็น Active Participation Tourist โดยเน้นการมีส่วนร่วม ลงมือปฏิบัติ และการถ่ายทอดวิถีชีวิตจริง
2. เพื่อเพิ่มอัตราการพักค้างคืน โดยออกแบบกิจกรรมที่ต้องใช้เวลามากกว่า 1 วัน เช่น เวิร์กช็อปแบบเต็มวัน การเข้าพักที่โฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจเชิงกลยุทธ์ให้จังหวัดนครปฐมเปลี่ยนจากสถานะ “เมืองทางผ่าน” เป็น “เมืองน่าเที่ยวที่สามารถค้างคืนได้”
3. เพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน โดยสร้างช่องทางรายได้โดยตรงให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนผ่านการขายประสบการณ์ที่มีมูลค่าสูงแทนการขายสินค้าทั่วไป

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 จำนวน 6 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 6.1 : การพัฒนา “Cultural Workshop Packages” หรือชุดกิจกรรมเวิร์กช็อปทางวัฒนธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาการนำเสนอวัฒนธรรมแบบตั้งรับ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง โดยกลไกนี้จะเน้นการเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวจากการชมเป็นการปฏิบัติ โดยการพัฒนาชุดกิจกรรมเวิร์กช็อปที่เข้มข้น มีความหมาย และต้องใช้เวลาในการเข้าร่วม ตัวอย่างเช่น การยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy) ที่นักท่องเที่ยวสนใจสูงสุดซึ่งได้ข้อมูลมาจากการเก็บแบบสอบถาม โดยมีค่าเฉลี่ยของความสนใจถึงร้อยละ 46.80 ซึ่งกลไกนี้จะเปลี่ยนจากการเพียงแค่ซื้อและรับประทานอาหารของดีเมืองนครปฐมไปสู่การทำเวิร์กช็อปอาหารพื้นบ้านเชิงลึก เช่น การเรียนรู้การทำขนมเปี๊ยะสูตรดั้งเดิมที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวของชาวตลาด หรือโปรแกรมสืบสานภูมิปัญญาช่างฝีมือที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำหัตถกรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชาวสวนหรือชนชาติพันธุ์ต่าง ๆ ของนครปฐม หรือการเรียนรู้การทำขนมหมຸ່มโบราณ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ตกทอดมาอย่างยาวนานของชุมชนไททรงดำ อ.สามพราน ซึ่งการพัฒนาชุดกิจกรรมนี้ต้องอาศัยการบูรณาการกับหลักสูตร Storytelling เพื่อให้การลงมือทำควบคู่ไปกับการรับรู้เรื่องราวเชิงลึก ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำเท่านั้น แต่ยังสร้างความแตกต่างเชิงการแข่งขัน และเพิ่มโอกาสในการพักค้างคืนในชุมชนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาหลายวันได้อีกด้วย

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.1

6.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.1.1.1 จำนวน “Cultural Workshop Packages” ที่ได้รับการพัฒนาและนำเสนอขายจริง โดยจะเป็นการวัดผลผลิตของผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) และความหลากหลายของกิจกรรมที่สร้างขึ้น ซึ่งจะเป็นตัววัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างทางเลือกเชิงประสบการณ์ โดยมีเป้าหมายของจำนวนชุดกิจกรรมใหม่ จำนวน 10 ชุดกิจกรรม/ปี

6.1.1.2 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของการจองกิจกรรมเชิงปฏิบัติการต่อผู้เยี่ยมชมแพลตฟอร์ม โดยประเมินว่ากิจกรรมที่พัฒนาขึ้นสามารถเปลี่ยนความสนใจของนักท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลให้เป็นการจองจริงได้มากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของอัตราการจองที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5/ปี

6.1.1.3 ร้อยละการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมจากการขายประสบการณ์ในกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน โดยการประเมินว่าการเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ Active Participation สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชนได้จริงหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของรายได้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 30

6.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.1.2.1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความแท้จริงของการมีส่วนร่วม โดยเป็นการประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการลงมือปฏิบัติ (Hand-on Activity) มีความหมายลึกซึ้งและสะท้อนวิถีชีวิตจริงของชุมชน ซึ่งเป็นการวัดผลลัพธ์ที่ตอบโจทย์ปัญหาบางในการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.1.2.2 ค่าเฉลี่ยของความตั้งใจที่จะแนะนำหรือกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยอ้างอิงถึงกิจกรรมเวิร์กช็อป ซึ่งเป็นการประเมินว่ากิจกรรมเชิงปฏิบัติการนี้สร้างความประทับใจมากพอที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจที่จะกลับมาหรือแนะนำผู้อื่นหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.1.2.3 คะแนนเฉลี่ยความเข้าใจที่ลึกซึ้งต่อภูมิปัญญาดั้งเดิมหลังเข้าร่วมเวิร์กช็อป โดยเป็นการประเมินว่าการลงมือปฏิบัติช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในที่มาและกระบวนการทางวัฒนธรรมหรือภูมิปัญญาที่ถ่ายทอดได้ลึกซึ้งกว่าการรับชมเพียงอย่างเดียวหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 6.2 : การส่งเสริมรับรองมาตรฐาน Homestay หรือ Farm Stay

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการขาดความน่าเชื่อถือและมาตรฐานของคุณภาพที่พักเชิงประสบการณ์ในชุมชนของจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวไม่

อาจการส่งมอบวิถีชีวิตจริงและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักค้างคืนได้ โดยหลักการทำงานของกลไกนี้คือการส่งเสริมให้ชุมชนท่องเที่ยวมีมาตรฐานและได้รับการรับรองคุณภาพเชิงประสบการณ์ โดยเฉพาะที่พักแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ในพื้นที่เกษตรกรรม เช่น อ.บางเลน หรือ อ.นครชัยศรี โดยชุมชนต่าง ๆ สามารถยื่นขอได้เลยโดยตรงจากกรมการท่องเที่ยว หรือสามารถสมัครได้ที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม เพื่อเข้ารับการตรวจประเมินและรับใบรับรองที่จะนำไปสู่การสร้างเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวโดยมาตรฐานนี้มีอายุของการรับรอง 3 ปี โดยองค์ประกอบที่น่าสนใจประการหนึ่งคือการนำเสนอวิถีชีวิตที่แท้จริง ซึ่งหมายความว่าที่พักจะต้องมีการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติร่วมกับเจ้าของบ้าน เช่น การเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ การเก็บผลไม้ตามฤดูกาล การเรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้านจริง ๆ การถ่ายทอดภูมิปัญญาการปลูกกล้วยไม้ หรือผลไม้ท้องถิ่น พร้อมทั้งต้องมีกิจกรรมภาคเช้าที่เชื่อมโยงกับวิถีชาวสวน เช่น การออกไปเก็บผักในสวนเพื่อนำมาทำอาหารเข้าด้วยกัน ซึ่งการรับรองมาตรฐานนี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการจองที่พักในชุมชนและเปลี่ยนที่พักให้เป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับมูลค่าและกระตุ้นการพักค้างคืนในนครปฐม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.2

6.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.2.1.1 จำนวนโฮมสเตย์/ฟาร์มสเตย์ในพื้นที่ชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน โดยจะเป็นการวัดความสำเร็จในการดึงดูดผู้ประกอบการท้องถิ่นให้เข้าสู่ระบบการยกระดับคุณภาพของที่พักในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการขยายฐานที่พักเชิงประสบการณ์โดยมีเป้าหมายของที่พักที่ได้รับการรับรองจำนวน 10 แห่ง ภายใน 1 ปี

6.2.1.2 อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate) ของที่พักที่ได้รับการรับรอง โดยเป็นการประเมินว่าการมีใบรับรองมาตรฐานสามารถเพิ่มความเชื่อมั่นและกระตุ้นความต้องการของตลาดในการจองที่พักในชุมชนได้มากขึ้นเพียงใดเป้าหมาย โดยมีของอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากค่าเฉลี่ยเดิม

6.2.1.3 ร้อยละของโฮมสเตย์/ฟาร์มสเตย์ที่บูรณาการกิจกรรม Cultural Workshop เข้าไปในแพ็คเกจการเข้าพัก โดยประเมินว่าที่พักที่ได้รับการรับรองมีการผนวกกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเข้ากับบริการที่พักจริงหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของที่พักที่มีการบูรณาการกิจกรรมร้อยละ 70 ของที่พักทั้งหมด

6.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.2.2.1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการถ่ายทอดวิถีชีวิตและความปลอดภัย โดยเป็นการประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจต่อความแท้จริงที่

ได้รับและความปลอดภัยของที่พักรับ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจพักค้างคืนในชุมชน โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.2.2.2 ค่าเฉลี่ยของความตั้งใจในการพักค้างคืนเพิ่มในจังหวัดนครปฐม โดยเป็นการประเมินว่าการรับรองที่พักเชิงประสบการณ์สามารถสร้างแรงจูงใจที่ชัดเจนให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางที่ต้องใช้เวลาพักค้างคืนในจังหวัดนครปฐมได้สำเร็จหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.2.2.3 ระดับความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่อมิติการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมหลังการเข้าพัก โดยเป็นการวัดผลลัพธ์เชิงการเรียนรู้และการบูรณาการ จากการเข้าพักแบบฝังตัวช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในความเชื่อมโยงของมิติธรรมชาติ และวัฒนธรรมได้ดีขึ้นกว่าการเยี่ยมชมแบบผิวเผินหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 6.3 : การสร้างเส้นทางประสบการณ์แท้ “Authentic Routes”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาคือการขาดเส้นทางท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์เชิงลึก ซึ่งทำให้การเดินทางยังคงอยู่ในรูปแบบเมืองทางผ่านตามข้อสังเกตของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีหลักการทำงานของกลไกนี้คือการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวตามธีมที่มีความยาวหลายวัน หรือ Multi-Day Thematic Routes ที่บังคับให้นักท่องเที่ยวต้องมีการพักค้างคืน เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมที่ออกแบบมา โดยเส้นทางนี้จะต้องไม่เป็นเพียงการเชื่อมจุดท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน แต่เน้นการฝังตัวในวิถีชีวิตแท้ (Authentic Immersion) โดยบูรณาการมิติสามธรรมอย่างต่อเนื่องและราบรื่น เช่น การออกแบบเส้นทางวิถีชาวสวน 2 วัน 1 คืน ซึ่งเริ่มต้นจากการเรียนรู้ธรรมชาติและการทำสมาธิแบบสั้นในวัดริมคลอง (มิติธรรมชาติ) ในวันแรก ตามด้วยการพักฟาร์มสเตย์ที่ได้รับการรับรอง (มิติธรรมชาติ/วัฒนธรรม) และปิดท้ายด้วยเวิร์กช็อปอาหารพื้นบ้าน (มิติวัฒนธรรม) ในวันที่สอง ซึ่งการดำเนินการนี้ต้องอาศัยการบูรณาการกับระบบขนส่ง Last-Mile ตามข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 และที่พักที่ได้รับการรับรองมาตรฐานตามกลไกที่ 6.2 เพื่อรับประกันความสะดวกและคุณภาพของประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งเป็นการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และมูลค่าเชิงลึกที่สูงพอจะจูงใจให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางที่ต้องใช้เวลาพักค้างคืนได้สำเร็จ

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.3

6.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.3.1.1 มีเส้นทางประสบการณ์แท้ที่ได้รับการออกแบบและนำเสนอขายจริง โดยการนับจำนวนเส้นทางท่องเที่ยวตามธีมที่มีความยาวหลายวันที่ถูกสร้างและพร้อมจำหน่าย ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายจำนวน 5 เส้นทางหลัก ภายใน 1 ปี

6.3.1.2 ร้อยละการเพิ่มขึ้นของอัตราการพักค้างคืน ในพื้นที่ชุมชนที่อยู่ในเส้นทาง โดยประเมินว่าการมีเส้นทางเชิงลึกสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางที่ต้องพักค้างคืนได้สำเร็จหรือไม่ โดยมีเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ภายใน 1 ปี

6.3.1.3 มีอัตราการจองเส้นทางเส้นทางประสบการณ์ผ่านแพลตฟอร์ม โดยประเมินว่าเส้นทางที่สร้างขึ้นมีความน่าสนใจและง่ายต่อการจองมากพอที่จะเปลี่ยนความสนใจให้เป็นการซื้อจริงได้หรือไม่ โดยมีเป้าหมายของอัตราการจองร้อยละ 10 ของผู้เข้าชมผ่านแพลตฟอร์ม

6.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.3.2.1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความลึกซึ้งของการเรียนรู้และประสบการณ์ โดยประเมินว่าการเดินทางตามเส้นทางนี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในมิติเมืองสามธรรม และได้รับประสบการณ์ที่ลึกซึ้งกว่าการเที่ยวชมทั่วไปหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.3.2.2 ค่าเฉลี่ยของระดับการรับรู้ถึงความเชื่อมโยงของมิติการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมในเส้นทาง โดยประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการเปลี่ยนผ่านระหว่างจุดท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชุมชน มีความราบรื่นและมีเรื่องราวที่เชื่อมโยงกันอย่างมีเหตุผลหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.3.2.3 ค่าเฉลี่ยของความเต็มใจที่จะแนะนำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์นี้ให้ผู้อื่นโดยเน้นความยาวหลายวัน โดยจะเป็นการประเมินว่าเส้นทางเชิงลึกสามารถสร้างความประทับใจที่แข็งแกร่งมากพอที่จะทำให้เกิดการแนะนำต่อ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จเชิงคุณภาพของการออกแบบเส้นทาง โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 6.4 : การจัดทำกลไกการตลาดแบบร่วมสร้างประสบการณ์

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการสร้างการรับรู้และเนื้อหาที่น่าสนใจในยุคดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้นครปฐมขาดความโดดเด่นในตลาด โดยการใช้การตลาดแบบร่วมสร้าง (Co-Creation Marketing) ที่เปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้รับสาร (Receiver) เป็นผู้ร่วมผลิตเนื้อหา (Content Co-Creator) และผู้โปรโมต (Promoter) ซึ่งการดำเนินการนี้ต้องอาศัยการบูรณาการกับกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Packages) ที่พัฒนาขึ้นในกลไกที่ 6.1 โดยเริ่มจากการระบุดัชนีและทรัพยากรเชิงพื้นที่ เช่น ภูมิปัญญาช่างศิลป์ วิถีชีวิตตลาดน้ำ และงานวัด เช่น ชุมชนช่างศิลป์ชุมชนโพรงมะเดื่อ หรือตลาดน้ำดอนหวาย ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างแพ็คเกจประสบการณ์ร่วมที่ผสมผสานกิจกรรมเชิงปฏิบัติ (hands-on) เช่น ทำขนมท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น (Local Gastronomy) เย็บปักถักร้อย หรือเวิร์กช็อปสานตะกร้าผักตบชวา กับกิจกรรมเชิง

เรื่องเล่า (storytelling) และพิธีกรรมที่เชื่อมโยงกับสถานที่สำคัญ เช่น ช่วงงานนมัสการรอบพระปฐมเจดีย์ ที่ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอยากบันทึกและแบ่งปันประสบการณ์นั้น ๆ ในช่องทางโซเชียลมีเดียของตนเอง หรือการจัดแคมเปญ “ปั่นข้าวหลามสไตล์คุณ” ที่ชุมชนวัดพระงาม พร้อมการจัดมุมถ่ายภาพที่สวยงามและมีป้ายเชิญชวนให้ติดแฮชแท็กเฉพาะของจังหวัด ซึ่งการตลาดแบบ Co-Creation นี้จะช่วยลดต้นทุนการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด พร้อมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือเชิงความแท้จริง เนื่องจากเนื้อหาถูกผลิตและเผยแพร่โดยผู้ใช้งานจริง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ มากกว่าการโฆษณาแบบดั้งเดิม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.4

6.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.4.1.1 จำนวนโพสต์หรือเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้นต่อเดือน ที่มีแฮชแท็กเฉพาะของจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นการวัดประสิทธิภาพการสร้างการมีส่วนร่วมทางการตลาด โดยตรงที่เป็นตัวชี้วัดปริมาณของเนื้อหาที่ถูกผลิตโดยนักท่องเที่ยวจริง โดยมีเป้าหมายของโพสต์หรือเนื้อหาจำนวน 500 โพสต์/เดือน

6.4.1.2 อัตราการเข้าถึงรวมของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ โดยเป็นการประเมินว่าเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวผลิตขึ้นสามารถขยายวงกว้างในการรับรู้ได้มากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของการรับรู้ (Total Reach) จำนวน 1,000 การเข้าถึง/เดือน

6.4.2.3 จำนวนเวิร์กช็อป/กิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่ถูกจองเต็มล่วงหน้า ซึ่งเป็นตัวชี้วัดว่ากลไกการตลาดและการสร้างผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จในการดึงดูดความสนใจจนเกิดการตัดสินใจซื้ออย่างน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของอัตราการจองล่วงหน้าร้อยละ 80 ของกิจกรรมที่เปิดรับ

6.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.4.2.1 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเชิงประสบการณ์ โดยเป็นการวัดคุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้จากกิจกรรม Co-Created ผ่านแบบสอบถามหลังกิจกรรม โดยรวมคำถามทั้งด้านความสมจริง (Authenticity) การมีส่วนร่วม (Participation) ความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน (Host friendliness) และความคุ้มค่า (Value for money) โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.4.2.2 ระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยเป็นการวัดการมีส่วนร่วมของสมาชิกชุมชนในกระบวนการ co-design และการบริหารจัดการกิจกรรม เช่น จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วม workshop จำนวนบทบาทที่ชุมชนรับผิดชอบ และระดับการตัดสินใจที่ส่งมอบให้ชุมชน โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.4.2.3 คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจของชุมชนต่อภาพลักษณ์ที่ถูกถ่ายทอดผ่านเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวสร้างและถ่ายทอดออกไป โดยเป็นการประเมินว่าชุมชนเจ้าของพื้นที่รู้สึกพึงพอใจต่อภาพลักษณ์และเรื่องราวที่ถูกถ่ายทอดออกไปโดยนักท่องเที่ยวหรือไม่ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความร่วมมือและความแท้จริงของวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 6.5 : การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางการจองกิจกรรมชุมชน

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความยุ่งยากในการเข้าถึงและจองกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหยุดยั้งแค่การรับชม โดยหลักการทำงานของกลไกนี้คือการสร้างระบบ One-Stop Booking and Coordination โดยรวมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เช่น Cultural Workshop Packages, Farm Stay Activities ที่พัฒนาโดยชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยทั้งหมดในจังหวัดนครปฐม เข้าไว้ในศูนย์กลางการจองเพียงแห่งเดียว ซึ่งจะบูรณาการกับแพลตฟอร์ม Nakhon Pathom Trip Planner ตามข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 อย่างเต็มรูปแบบ เช่น การแก้ไขปัญหาที่นักท่องเที่ยวต้องติดต่อจองเวิร์กช็อปทำขนมเปียะกับชุมชนโดยตรง จากนั้นไปจอง โฮมสเตย์กับเจ้าของบ้านอีกราย และสุดท้ายต้องทำการจองรถรับ-ส่งกับหน่วยงานที่สาม ซึ่งเป็นความยุ่งยากที่ให้นักท่องเที่ยวล้มเลิกความตั้งใจ ดังนั้นการมีศูนย์กลางการจองจะช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนและชำระเงิน รวมถึงการบริหารจัดการความสามารถในการรองรับของกิจกรรมและที่พักในชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานมีความเป็นมืออาชีพ มีมาตรฐาน และสามารถสร้างความมั่นใจในการจองกิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่มีมูลค่าสูงได้สำเร็จ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ที่ยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.5

6.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.5.1.1 จำนวนกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่เข้าร่วมระบบจองกลาง โดยเป็นการโดยนับจำนวนกิจกรรมที่ถูกนำเข้ามาอยู่ในระบบจองกลาง โดยมีเป้าหมายร้อยละ 70 ของกิจกรรมที่ได้รับการรับรอง

6.5.1.2 อัตราการเข้าถึงข้อมูลและจองผ่านแอปพลิเคชันผ่านศูนย์ โดยเป็นการนับจำนวนการจองกิจกรรมที่เข้ามาผ่านระบบศูนย์การจองกลาง และไม่รวมการจองที่ทำโดยตรงกับชุมชนต่อเดือน หากมีตัวเลขการจองที่สูงก็บ่งชี้ถึงความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาความกระจุกกระจายของการจอง โดยมีเป้าหมายของกลไกนี้ จำนวน 50 การจอง/เดือน

6.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.5.2.1 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ โดยเป็นการวัดความพึงพอใจของผู้จองต่อกระบวนการใช้งานระบบ เช่น ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว ความ

เชื่อมั่นหรือความปลอดภัยในการชำระเงิน ผ่านแบบสอบถามหลังจองหรือหลังเข้าร่วมกิจกรรม โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

กลไกที่ 6.6 : มาตรการสนับสนุนด้านอุปกรณ์และพื้นที่สำหรับเวิร์กช็อป

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความไม่พร้อมของทุนทางกายภาพในการเปลี่ยนกิจกรรมทางวัฒนธรรมจากการแสดงเป็นการปฏิบัติ ซึ่งหลักการทำงานของกลไกนี้คือการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรพื้นฐานให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนและผู้จัดกิจกรรมเวิร์กช็อปตามกลไกที่ 6.1 โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดนครปฐมที่มีกิจกรรมเชิงอาหาร (Gastronomy) ที่มีความต้องการสูง ซึ่งการสนับสนุนอาจรวมถึง 1) การจัดหาอุปกรณ์มาตรฐาน เช่น ชุดเครื่องครัวที่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว เครื่องมือช่างฝีมือสำหรับหัตถกรรม และ 2) การปรับปรุงพื้นที่ในชุมชน เช่น ศาลาวัดบ้านเรือนเก่า โรงเรียนเกษตร ให้เป็นห้องเรียนเชิงประสบการณ์ขนาดเล็กที่ถูกลงนามยืมและมีความปลอดภัยในการรองรับนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นการสร้างต้นแบบพื้นที่ร่วม (co-maker spaces / pop-up workshop corners) เช่น ความร่วมมือมหาวิทยาลัยกับห้างสรรพสินค้าเพื่อเปิดพื้นที่ศิลป์สร้างสรรค์ หรือคาเฟ่/สตูดิโอในศาลาและบางเลนที่เปิดเป็นพื้นที่จัดเวิร์กช็อป ซึ่งสามารถทำได้จริงอันแสดงบทบาทของสถาบันการศึกษาและภาคธุรกิจท้องถิ่นในการเป็นพื้นที่สาธิตและสนับสนุนตัวอย่างเช่นโครงการความร่วมมือ SU X Central Nakhon Pathom และคาเฟ่/สตูดิโอที่เปิดเวิร์กช็อป การดำเนินการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากชุมชนขนาดเล็กมักขาดเงินทุนในการลงทุนด้านอุปกรณ์และพื้นที่ตามมาตรฐานการท่องเที่ยว การสนับสนุนนี้จึงเป็นการลดความเสี่ยงด้านการลงทุนและเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างประสบการณ์เชิงลึก ซึ่งจะช่วยให้กิจกรรมเวิร์กช็อปที่ออกแบบไว้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.6

6.6.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.6.1.1 จำนวนชุมชนหรือผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับเงินสนับสนุนหรืออุปกรณ์เพื่อจัดทำพื้นที่เวิร์กช็อป โดยมีเป้าหมายจำนวน 10 ชุมชนภายใน 1 ปี

6.6.1.2 ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของความถี่ในการจัดกิจกรรมเวิร์กช็อป โดยเป็นการประเมินว่าการสนับสนุนอุปกรณ์และพื้นที่ช่วยให้ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการได้บ่อยขึ้นหรือไม่ ซึ่งแสดงถึงความสำเร็จในการกระตุ้นการดำเนินงาน โดยมีเป้าหมายของความถี่ในการจัดกิจกรรมเวิร์กช็อปเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ภายใน 1 ปี

6.6.1.3 จำนวนเงินที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการรายย่อยสามารถประหยัดได้จากการลงทุนอุปกรณ์ โดยเป็นการประเมินว่ามาตรการนี้ช่วยลดภาระต้นทุนการลงทุนเริ่มต้นให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนได้มากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของจำนวนเงินที่ลดลงจำนวน 100,000 บาท/ปี

6.6.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.6.2.1 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้จัดหรือผู้ใช้พื้นที่ โดยเป็นการวัดความพึงพอใจของชุมชน/ผู้ประกอบการรายย่อยที่ใช้พื้นที่และอุปกรณ์ด้านความพร้อมใช้งาน ความสะอาด ความครบถ้วนของอุปกรณ์ รวมไปถึงกระบวนการยืม-คืน ผ่านแบบสำรวจต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.6.2.2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัยของพื้นที่จัดเวิร์กช็อป โดยเป็นการวัดคุณภาพการจัดการพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวต่อการเข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหารหรือขนมพื้นถิ่น โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.6.2.3 ค่าเฉลี่ยความเต็มใจของชุมชนในการลงทุนต่อยอดหลังได้รับการสนับสนุน โดยประเมินว่าการสนับสนุนเบื้องต้นทำให้ชุมชนมีกำลังใจและความมั่นใจที่จะลงทุนต่อยอดการพัฒนาพื้นที่เวิร์กช็อปด้วยตนเองในอนาคตหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความเต็มใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

ขั้นตอนที่ 3 : การพัฒนาและการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย สำหรับการยกระดับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม

ผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 3 ซึ่งสอดคล้องกับกระบวนการ “นิโรธ” ตามกรอบอริยสัจ 4 มุ่งเน้นการกำหนดเป้าหมายของการแก้ปัญหาเชิงโครงสร้างด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ภายหลังจากการวิเคราะห์ “ทุกข์” (สภาพปัญหา) และ “สมุทัย” (สาเหตุของปัญหา) ในขั้นตอนก่อนหน้า ผู้วิจัยได้จัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายเบื้องต้นที่สะท้อนภาพอนาคตของจังหวัดนครปฐมในฐานะ “เมืองสามธรรม” อันประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายเชิงคุณค่า (value-oriented outcome) ที่ชัดเจน ได้แก่ การยกระดับคุณภาพประสบการณ์นักท่องเที่ยว การคุ้มครองอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการบริหารจัดการอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายดังกล่าวถูกนำเสนอเข้าสู่กระบวนการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อประเมินความเหมาะสม ความสอดคล้อง และความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติจริง

ในเชิงกระบวนการ นิโรธในงานวิจัยนี้จึงมีได้หมายถึงการแก้ปัญหาโดยฉับพลัน หากแต่เป็นการกำหนด “สถานะใหม่ของระบบการท่องเที่ยว” ที่ลดเงื่อนไขข้อปัญหาเชิงโครงสร้างลงอย่างมีนัยสำคัญ ผ่านการออกแบบข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญช่วยยืนยันว่าร่างข้อเสนอเชิงนโยบายมีความสอดคล้องกับบริบทจังหวัดนครปฐม และ

สามารถทำหน้าที่เป็นกรอบนำทาง (policy direction) สำหรับการก้าวสู่ระยะ “มรรค” หรือขั้นตอนของการนำไปปฏิบัติจริงได้อย่างมีความชอบธรรมทางวิชาการและทางนโยบาย

จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการประเมิน (Evaluation) ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้จัดทำขึ้น โดยมาจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 19 ท่านที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวใน 3 ส่วนหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ โดยผู้วิจัยทำการจัดส่งร่างข้อเสนอเชิงนโยบายให้กับผู้เชี่ยวชาญผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น อีเมล หรือจัดส่งเอกสารทางไปรษณีย์ และการติดต่อขอเข้าพบด้วยตัวเอง เพื่อขอรับความเห็นของร่างข้อเสนอเชิงนโยบายรวมทั้งข้อเสนอแนะต่าง ๆ จากนั้นผู้วิจัยจะนำผลการพิจารณาความเหมาะสมของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมดมาวิเคราะห์และทำการปรับปรุงแก้ไข

การประเมินร่างข้อเสนอแนะเชิงนโยบายครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม (ตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัยข้อที่ 2) และนำผลที่ได้มาปรับปรุงก่อนสรุปผลเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายที่นำไปใช้จริง จากนั้นผู้วิจัยได้จัดทำเป็นแบบประเมินผลแบบมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) เป็นตารางเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน โดยจะเป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณทั้งหมด (Quantitative survey) ประกอบด้วย

1. ข้อเสนอเชิงนโยบาย จำนวน 6 ข้อเสนอ
2. กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบาย จำนวน 34 กลไก
3. ตัวชี้วัดความสำเร็จของแต่ละกลไก จำนวน 144 ตัวชี้วัด

ในการตรวจสอบร่างข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 19 ท่าน ผู้วิจัยได้รับคืนเอกสารทั้งหมด คิดเป็นร้อยละ 100 ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการยืนยันคำตอบจากมุมมองของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยเกณฑ์ที่ใช้ในการประเมินความเหมาะสมนี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อจำแนกระดับการยอมรับและความเชื่อมั่นต่อข้อเสนอเชิงกลยุทธ์ทั้ง 6 ประการอย่างชัดเจน ได้แก่

1. เห็นด้วยกับข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง การที่ผู้ทรงคุณวุฒิยืนยันว่านโยบายดังกล่าวมีความสอดคล้องกับปัญหาที่ได้ออกมาวิเคราะห์ มีความเป็นไปได้ในการปฏิบัติสูง และคาดว่าจะนำไปสู่ผลลัพธ์เชิงบวกต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม

2. ไม่เห็นด้วยกับข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง การชี้ให้เห็นถึงจุดบกพร่องสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน เช่น ความไม่สมเหตุสมผลด้านทรัพยากร ความขัดแย้งทางกฎหมาย หรือศักยภาพในการก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อชุมชน

3. ไม่แน่ใจในข้อเสนอเชิงนโยบาย หมายถึง ความกังวลหรือข้อสงสัยในบางองค์ประกอบของนโยบาย ซึ่งต้องการการชี้แจง การประเมินความเสี่ยงเพิ่มเติม หรือการปรับเปลี่ยนกลไกการดำเนินงานบางส่วน โดยผลการตรวจสอบนี้จะเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการปรับปรุงและสร้าง

ความเข้มแข็งให้กับร่างนโยบายฉบับสุดท้ายก่อนนำไปสู่การกำหนดแผนปฏิบัติการจริง ด้วยวิธีการ
สัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship)

โดยผลการตรวจสอบร่างข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ เป็นดังนี้

ตารางที่ 16 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1: การกำหนดเขตคุ้มครองและควบคุม กิจกรรมพาณิชย์เชิงศาสนสถาน	ระดับความคิดเห็น		
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
กลไกที่ 1.1 : การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน	16 (84.2)	-	3 (15.8)
กลไกที่ 1.2 : มาตรการจำกัดและย้ายจุดขาย	17 (89.5)	-	2 (10.5)
กลไกที่ 1.3 : การกำหนดมาตรฐานภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรม	16 (84.2)	-	3 (15.8)
กลไกที่ 1.4 : การจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วม	16 (84.2)	1 (5.3)	2 (10.5)
กลไกที่ 1.5 การสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยวและชุมชน	18 (94.7)	-	1 (5.3)

ผลการประเมินข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 โดยภาพรวมแสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญมีความเห็น “เห็นด้วย” ในระดับสูงมาก ร้อยละ 84.2 - 94.7 ต่อทุกกลไก โดยกลไกที่ได้รับความเห็นชอบสูงสุดคือการสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยวและชุมชน จำนวน 18 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 94.70 รองลงมาคือกลไก มาตรการจำกัดและย้ายจุดขาย จำนวน 17 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 89.50 ส่วนกลไกที่ได้รับความเห็นชอบในระดับเท่ากันคือ การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน การกำหนดมาตรฐานภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรม, และการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วม จำนวน 16 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 84.20 เท่ากัน ในด้านความเห็น “ไม่เห็นด้วย” มีสัดส่วนน้อยที่สุดและปรากฏเฉพาะในกลไกการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วม จำนวน 1 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 5.30 เท่านั้น ขณะที่ความเห็น “ไม่แน่ใจ” ปรากฏสูงสุดในกลไกการจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน และการกำหนดมาตรฐานภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรม จำนวน 3 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 15.80 เท่ากัน

กล่าวโดยสรุป ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 ได้รับการยอมรับในระดับสูงมาก โดยเฉพาะกลไกที่ 1.5 เกี่ยวข้องกับการวัดผลกระทบเชิงจิตวิญญาณ ซึ่งแสดงว่าผู้เชี่ยวชาญเห็นด้วยกับแนวทางในการควบคุมกิจกรรมพาณิชย์และให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูความศักดิ์สิทธิ์ ตารางที่ 17 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 : การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา	ระดับความคิดเห็น		
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
กลไกที่ 2.1 : การร่วมมือจัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ธรรมะ-วัฒนธรรม	18 (94.7)	-	1 (5.3)
กลไกที่ 2.2 : การพัฒนาคู่มือและสคริปต์การนำชมเชิงปรัชญา	17 (89.5)	-	2 (10.5)
กลไกที่ 2.3 : การจัดตั้ง “ศูนย์บ่มเพาะและพัฒนานักสื่อสารชุมชน”	16 (84.2)	1 (5.3)	2 (10.5)
กลไกที่ 2.4 : การพัฒนาพื้นที่ “มูมสงบ” และสื่อดิจิทัลนำชม	17 (89.5)	-	2 (10.5)
กลไกที่ 2.5 : มาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชม	15 (78.9)	2 (10.5)	2 (10.5)
กลไกที่ 2.6 : การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้	17 (89.5)	-	2 (10.5)

ผลการวิเคราะห์การประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 พบว่า กลไกที่ 2.1 การร่วมมือจัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ธรรมะ-วัฒนธรรม ได้รับความเห็นชอบสูงสุด จำนวน 18 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 94.70 รองลงมาคือกลไกการพัฒนาคู่มือและสคริปต์การนำชมเชิงปรัชญา และการพัฒนาพื้นที่ “มูมสงบ” และสื่อดิจิทัลนำชม และการสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ซึ่งได้รับความเห็นชอบในระดับเท่ากันที่ 17 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 89.50 ส่วนกลไกที่ได้รับความเห็นชอบ “เห็นด้วย” น้อยที่สุดคือมาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชม จำนวน 15 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 78.90

ในด้านความเห็น “ไม่เห็นด้วย” ปรากฏสูงสุดในกลไก 2.5 มาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชม จำนวน 2 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 10.50 ขณะที่ความเห็น “ไม่แน่ใจ” ปรากฏสูงสุดในกลไก 2.2 การพัฒนาคู่มือและสคริปต์การนำชมเชิงปรัชญา กลไก 2.3 การจัดตั้ง “ศูนย์บ่มเพาะและพัฒนานักสื่อสารชุมชน” กลไก 2.5 มาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชม และกลไก 2.6 การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ จำนวน 2 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 10.50 เท่ากัน

กล่าวโดยสรุป ข้อเสนอที่เน้นการสร้างเครื่องมือและเนื้อหาหลักสูตรได้รับการยอมรับสูงมากที่สุด แต่กลไกที่เกี่ยวข้องกับการบังคับใช้มาตรฐาน คือ กลไก 2.5 ยังคงมีข้อสงสัยและข้อโต้แย้งจากผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งสะท้อนความกังวลต่อความซับซ้อนในการกำกับดูแลคุณภาพการนำชมอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 18 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 : การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและ การควบคุมมลพิษแบบจำกัดพื้นที่	ระดับความคิดเห็น		
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
กลไกที่ 3.1 : การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	10 (52.6)	5 (26.3)	4 (21.1)
กลไกที่ 3.2 : ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์และให้รางวัลเกษตรกร กรรมยั่งยืน	16 (84.2)	-	3 (15.8)
กลไกที่ 3.3 : การจำกัดการใช้พลาสติกและจัดการขยะในแหล่ง ท่องเที่ยว	19 (100.0)	-	-
กลไกที่ 3.4 : การกำหนดมาตรการควบคุมขีดความสามารถในการ รองรับ	17 (89.5)	-	2 (10.5)
กลไกที่ 3.5 : การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียวและจิตสำนึก	19 (100.0)	-	-

ผลการวิเคราะห์การประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 พบว่า กลไกที่ 3.3 การจำกัดการใช้พลาสติกและจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว และกลไกที่ 3.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียวและจิตสำนึก ได้รับความเห็นชอบสมบูรณ์ จำนวน 19 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือกลไก 3.4 การกำหนดมาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ จำนวน 17 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 89.50 และกลไก 3.2 ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์และให้รางวัลเกษตรกรกรรมยั่งยืน จำนวน 16 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 84.20 กลไกที่ได้รับความเห็นชอบ “เห็นด้วย” น้อยที่สุดคือ กลไก 3.1 การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 10 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 52.60 ขณะที่ความเห็น “ไม่เห็นด้วย” ปรากฏสูงสุดในกลไก 3.1 การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 5 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 26.30 ส่วนความเห็น “ไม่แน่ใจ” ปรากฏสูงสุดในกลไก 3.1 การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย จำนวน 4 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 21.10 รองลงมาคือ กลไก 3.2 ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์และให้รางวัลเกษตรกรกรรมยั่งยืน และกลไก 3.4 การกำหนดมาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ จำนวน 3 และ 2 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 15.80 และ 10.50 ตามลำดับ

กล่าวโดยสรุป ข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะและจิตสำนึกสีเขียวได้รับการยอมรับในระดับเอกฉันท์ แต่กลไกการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย มีข้อโต้แย้งและความไม่แน่ใจสูงสุด ซึ่งสะท้อนความกังวลต่อความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (Feasibility) ความซับซ้อนทางเทคนิค หรือความคุ้มค่าของการลงทุน (Cost-Effectiveness) ในเชิงโครงสร้าง

ตารางที่ 19 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 : การปฏิรูปการสื่อสารข้อมูลด้วย แพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น		
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
กลไกที่ 4.1 : การพัฒนาแพลตฟอร์ม “Nakhon Pathom Trip Planner”	17 (89.5)	-	2 (10.5)
กลไกที่ 4.2 : การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง “นครปฐม : เมืองสาม ธรรม”	16 (84.2)	1 (5.3)	2 (10.5)
กลไกที่ 4.3 : การพัฒนาฟังก์ชันการนำชมเชิงปฏิสัมพันธ์	16 (84.2)	1 (5.3)	2 (10.5)
กลไกที่ 4.4 : การเชื่อมโยงระบบขนส่งและบริการจองล่วงหน้า	17 (89.5)	-	2 (10.5)
กลไกที่ 4.5 : การจัดทำโปรแกรม “Digital Ambassador”	15 (78.9)	1 (5.3)	3 (15.8)
กลไกที่ 4.6 : การสร้างกลไกป้อนกลับข้อมูลและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ	10 (52.6)	4 (21.1)	5 (26.3)

ผลการวิเคราะห์การประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 พบว่า กลไกที่ 4.1 การพัฒนาแพลตฟอร์ม “Nakhon Pathom Trip Planner” และกลไกที่ 4.4 การเชื่อมโยงระบบขนส่งและบริการจองล่วงหน้า ได้รับความเห็นชอบสูงสุด จำนวน 17 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 89.50 เท่ากัน รองลงมาคือกลไก ที่ 4.2 การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง “นครปฐม : เมืองสามธรรม” และกลไกที่ 4.3 การพัฒนาฟังก์ชันการนำชมเชิงปฏิสัมพันธ์ ซึ่งได้รับความเห็นชอบ 16 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 84.20

กลไกที่ได้รับความเห็นชอบ “เห็นด้วย” น้อยที่สุดคือ กลไกที่ 4.6 การสร้างกลไกป้อนกลับข้อมูลและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 10 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 52.60 ขณะที่ความเห็น “ไม่เห็นด้วย” ปรากฏสูงสุดในกลไกที่ 4.6 การสร้างกลไกป้อนกลับข้อมูลและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 4

ท่าน คิดเป็นร้อยละ 21.10 ส่วนความเห็น “ไม่แน่ใจ” ปรากฏสูงสุดในกลไกที่ 4.6 การสร้างกลไกป้อนกลับข้อมูลและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ จำนวน 5 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 26.30 รองลงมาคือกลไกที่ 4.1 การพัฒนาแพลตฟอร์ม “Nakhon Pathom Trip Planner” กลไกที่ 4.2 การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง กลไกที่ 4.3 การพัฒนาฟังก์ชันการนำชมเชิงปฏิสัมพันธ์ และกลไกที่ 4.4 การเชื่อมโยงระบบขนส่งและบริการจองล่วงหน้า จำนวน 2 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 10.50 เท่ากัน

กล่าวโดยสรุป ข้อเสนอที่เน้นการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างเกี่ยวกับระบบขนส่งและเครื่องมือหลัก คือการพัฒนาแพลตฟอร์มได้รับการยอมรับสูง แต่กลไกที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคุณภาพข้อมูลอย่างต่อเนื่องมีข้อโต้แย้งและข้อสงสัยสูงสุด ซึ่งสะท้อนความกังวลต่อความยั่งยืนและความซับซ้อนในการดำเนินการด้านดิจิทัล

ตารางที่ 20 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 : การสร้างกรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรม และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของจังหวัดนครปฐม	ระดับความคิดเห็น		
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
กลไกที่ 5.1 : การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรม	14 (73.7)	2 (10.5)	3 (15.8)
กลไกที่ 5.2 : โครงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา	19 (100.0)	-	-
กลไกที่ 5.3 : มาตรการบังคับใช้สัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์	16 (84.2)	1 (5.3)	2 (10.5)
กลไกที่ 5.4 : การสร้างตราสัญลักษณ์ “Cultural Endorsement Mark”	16 (84.2)	1 (5.3)	2 (10.5)
กลไกที่ 5.5 : การฝึกอบรมการสร้างมูลค่าและ Storytelling เชิงลึก	15 (78.9)	2 (10.5)	2 (10.5)
กลไกที่ 5.6 : การจัดตั้งศูนย์ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรม	16 (84.2)	1 (5.3)	2 (10.5)

ผลการวิเคราะห์การประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 พบว่า กลไกที่ 5.2 โครงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา ได้รับความเห็นชอบสมบูรณ์ จำนวน 19 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือกลไกที่ 5.3, 5.4, และ 5.6 ซึ่งได้รับความเห็นชอบ 16 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 84.20 เท่ากัน กลไกที่ได้รับความเห็นชอบ “เห็นด้วย” น้อยที่สุดคือ กลไกที่ 5.1 การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรม จำนวน 14 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 73.70 ขณะที่

ความเห็น “ไม่เห็นด้วย” ปรากฏสูงสุดในกลไกที่ 5.1 การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรม และกลไกที่ 5.5 การฝึกอบรมการสร้างมูลค่าและ Storytelling เชิงลึก จำนวน 2 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 10.50 เท่ากัน

กล่าวโดยสรุป ข้อเสนอที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองทรัพย์สินทางภูมิปัญญาได้รับการยอมรับในระดับเอกฉันท์ ซึ่งแสดงความต้องการการคุ้มครองทางกฎหมายอย่างชัดเจน แต่กลไกที่ต้องอาศัยการจัดตั้งโครงสร้างการบริหารที่ซับซ้อน เช่น การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริง ยังคงมีข้อสงสัยและความไม่แน่ใจมากที่สุด

ตารางที่ 21 แสดงค่าระดับความคิดเห็นต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 : การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ประสบการณ์ เชิงการมีส่วนร่วม	ระดับความคิดเห็น		
	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ
กลไกที่ 6.1 : การพัฒนา “Cultural Workshop Packages” หรือชุดกิจกรรมเวิร์กช็อปทางวัฒนธรรม	18 (94.7)	-	1 (5.3)
กลไกที่ 6.2 : การส่งเสริมรับรองมาตรฐาน Homestay หรือ Farm Stay	16 (84.2)	-	3 (15.8)
กลไกที่ 6.3 : การสร้างเส้นทางประสบการณ์แท้ “Authentic Routes”	18 (94.7)	-	1 (5.3)
กลไกที่ 6.4 : การจัดทำกลไกการตลาดแบบร่วมสร้างประสบการณ์	17 (89.5)	-	2 (10.5)
กลไกที่ 6.5 : การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางการจูงกิจกรรมชุมชน	15 (78.9)	-	4 (21.1)
กลไกที่ 6.6 : มาตรการสนับสนุนด้านอุปกรณ์และพื้นที่สำหรับเวิร์กช็อป	15 (78.9)	-	4 (21.1)

ผลการวิเคราะห์การประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 พบว่า กลไกที่ 6.1 การพัฒนา “Cultural Workshop Packages” และกลไกที่ 6.3 การสร้างเส้นทางประสบการณ์แท้ “Authentic Routes” ได้รับความเห็นชอบสูงสุด จำนวน 18 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 94.70 เท่ากัน รองลงมาคือ กลไก การจัดทำกลไกการตลาดแบบร่วมสร้างประสบการณ์ จำนวน 17 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 89.50 และกลไกที่ได้รับความเห็นชอบ “เห็นด้วย” น้อยที่สุดคือ การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางการจูงกิจกรรมชุมชน และ มาตรการสนับสนุนด้านอุปกรณ์และพื้นที่สำหรับเวิร์กช็อป จำนวน 15 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 78.90 เท่ากัน

ในด้านความเห็น “ไม่เห็นด้วย” มีสัดส่วนน้อยที่สุดและปรากฏเฉพาะในกลไกที่ 6.2 การส่งเสริมการรับรองมาตรฐาน Homestay หรือ Farm Stay จำนวน 1 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 5.30 ขณะที่ความเห็น “ไม่แน่ใจ” ปรากฏสูงสุดในกลไกที่ 6.5 การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางการจูงจูงกิจกรรมชุมชน และ กลไกที่ 6.6 มาตรการสนับสนุนด้านอุปกรณ์และพื้นที่สำหรับเวิร์กช็อป จำนวน 4 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 21.10 เท่ากัน

กล่าวโดยสรุป ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 ได้รับการยอมรับในระดับสูงมากที่สุด โดยเฉพาะกลไกที่เกี่ยวข้องกับการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ (Workshop Packages และ Authentic Routes) แต่กลไกที่เกี่ยวข้องกับการจัดการโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ศูนย์กลางการจูงจูงและพื้นที่สนับสนุนยังคงมีข้อสงสัยจากผู้เชี่ยวชาญมากที่สุด

จากนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายรอบที่ 1 มาปรับแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการพิจารณาความเหมาะสมของข้อเสนอเชิงนโยบายด้วยวิธีการสัมมนาของผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เมื่อวันที่ 26 ธันวาคม พ.ศ.2568 เพื่อประเมินความเหมาะสม ความสอดคล้อง และความเป็นไปได้ในการนำไปปฏิบัติจริง โดยกระบวนการพิจารณาความเหมาะสมของข้อเสนอเชิงนโยบายในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมของจังหวัดนครปฐมนั้น จำเป็นต้องอาศัยกรอบการประเมินที่เป็นมาตรฐานและมีความน่าเชื่อถือในระดับสากล ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำแนวคิดของคณะกรรมการช่วยเหลือด้านการพัฒนา (Development Assistance Committee: DAC) องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (OECD) มาปรับใช้เป็นฐานในการวิเคราะห์ ซึ่งเกณฑ์ของ OECD/DAC (2021) เป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในการประเมินประสิทธิผลและความยั่งยืนของนโยบายด้านการพัฒนา โดยมีหลักที่ผู้วิจัยใช้ในการประเมินข้อเสนอเชิงนโยบายทั้ง 6 ประการ ได้ถูกสังเคราะห์ขึ้นจากหลักการพื้นฐาน 5 ประการของ OECD/DAC ได้แก่

1. ความสอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness) โดยมีต้นตอเป็นหลักเกณฑ์พื้นฐานที่วัดว่านโยบายที่เสนอนั้นตรงจุดกับปัญหาที่ได้จากการวิเคราะห์หรือไม่ โดยพิจารณาจากความแม่นยำในการตอบสนอง (Accuracy of Response) ซึ่งคือการตรวจสอบว่านโยบายนั้นมุ่งแก้ไขรากเหง้าของปัญหา (Root Cause) ที่ได้จากการสังเคราะห์ข้อมูล (Triangulation) จริงหรือไม่ เช่น การตรวจสอบว่านโยบายที่ 1 มุ่งแก้ปัญหาคาตาการควบคุมเชิงพื้นที่ซึ่งเป็นรากเหง้าของวิกฤตความศักดิ์สิทธิ์นอกจากนี้ยังรวมถึงการประเมินการตอบโต้ของกลุ่มเป้าหมายและความสอดคล้องกับวิสัยทัศน์หลักของแผนพัฒนาจังหวัด นั่นคือการเปลี่ยนจาก “เมืองทางผ่าน” สู่ “เมืองแห่งจุดหมายปลายทาง”

2. ความเป็นไปได้ในการปฏิบัติ (Feasibility and Practicality) โดยมีต้นตอวัดความสามารถในการนำนโยบายไปปฏิบัติได้จริงในบริบทเชิงพื้นที่และเชิงทรัพยากร โดยแยกพิจารณาจาก 3

องค์ประกอบหลัก ได้แก่ ความสามารถทางเทคนิค (Technical Feasibility) ว่ากลไกการดำเนินงาน เช่น การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียแบบคลัสเตอร์ หรือการพัฒนาแอปพลิเคชันต่าง ๆ นั้นมีเทคโนโลยี และองค์ความรู้ที่สามารถนำมาใช้ได้จริงในปัจจุบันหรือไม่ หรือความสามารถทางกฎหมายและการบริหาร (Legal and Administrative Feasibility) ที่เน้นการตรวจสอบอำนาจของหน่วยงานท้องถิ่น ในการสั่งการหรือบังคับใช้ได้จริง และความสามารถด้านทรัพยากร (Resource Feasibility) ซึ่งประเมินความสมเหตุสมผลของงบประมาณและบุคลากรที่ต้องใช้ในการดำเนินการกลไกนั้น ๆ

3. ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency) โดยมีมิตินี้เป็นหลักเกณฑ์ ที่วัดผลลัพธ์ที่คาดหวังจากนโยบาย โดยแบ่งเป็นประสิทธิผล (Effectiveness) ที่ประเมินว่านโยบาย นั้นมีศักยภาพในการแก้ไขปัญหาให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ในตัวชี้วัดหลัก (KPIs) หรือไม่ เช่น การ ลดค่าเฉลี่ยปัญหาการส่งมอบประสบการณ์ทางจิตวิญญาณให้ต่ำกว่า 4.00 และประสิทธิภาพ (Efficiency) ซึ่งเป็นการวัดความคุ้มค่าต่อต้นทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน (Cost-Benefit Analysis) โดย เน้นผลลัพธ์ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ในอัตราที่สูง

4. ความยั่งยืน (Sustainability) โดยมีมิตินี้วัดความสามารถของนโยบายในการสร้าง ผลกระทบในระยะยาวโดยไม่ก่อให้เกิดปัญหาใหม่ โดยครอบคลุมทั้งความยั่งยืนทางการเงิน เช่น นโยบายมีแหล่งเงินทุนในการดำเนินการต่อเนื่องหลังสิ้นสุดโครงการหรือไม่ ความยั่งยืนทางสังคมและ วัฒนธรรม เช่น นโยบายส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความรู้สึกเป็นเจ้าของของชุมชนหรือไม่ และไม่ ทำลายความแท้จริงทางวัฒนธรรมในระยะยาวและความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม เช่น นโยบายช่วยลด ผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติอย่างถาวรหรือไม่

5. ความเป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability) โดยมีมิตินี้วัดผลกระทบทาง สังคมของนโยบายต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด โดยเน้นความเป็นธรรม (Equity) ในการแบ่งปัน ผลประโยชน์และการระดมความคิดเห็นระหว่างชุมชนหรือเจ้าของวัฒนธรรม และผู้ประกอบการราย ใหญ่ และการยอมรับ (Acceptability) ว่านโยบายนั้นได้รับการยอมรับและความร่วมมือจากกลุ่มผู้มี อำนาจตัดสินใจและกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรง เช่น คณะสงฆ์ เกษตรกร หรือไม่ ซึ่งเป็นปัจจัย สำคัญที่กำหนดความสำเร็จในการนำไปปฏิบัติในสภาพแวดล้อมที่มีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลาย

ในการให้คะแนนของผู้เชี่ยวชาญต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย ผู้วิจัยได้ออกแบบให้แต่ละข้อเสนอ สามารถทำการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยใช้รูปแบบของ แบบสอบถามชนิดมีโครงสร้าง (Structured Questionnaire) จากนั้นนำผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ ต่าง ๆ มาปรับปรุงและพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายอีกครั้ง โดยมีการกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้อย่าง ชัดเจน ดังนี้

ระดับ 5 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับมาก

ระดับ 3 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายความว่า เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รับแบบประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 ท่าน คิดเป็นร้อยละ 100 เพื่อทำการตรวจสอบความครบถ้วนข้อมูล ความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นจึงได้ทำการจัดระเบียบข้อมูล ลงรหัส บันทึกข้อมูลและวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์ทางสถิติและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ด้วยค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) โดยนำข้อมูลจากแบบประเมินมาแจกแจงความถี่ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ($\bar{X}$) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระดับของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย โดยใช้เกณฑ์ตามแนวคิดของ เบสท์ (Best, 1981) ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 0.50-1.49 หมายถึง เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โดยมีผลของการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายจากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เป็นดังนี้

ตารางที่ 22 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1: การกำหนดเขตคุ้มครองและควบคุมกิจกรรมพาณิชย์เชิงศาสนสถาน															
กลไกที่ 1.1 : การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน	4.73	.593	มากที่สุด	4.73	.593	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 1.2 : มาตรการจำกัดและย้ายจุดขาย	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.73	.593	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1: การกำหนดเขตคุ้มครองและควบคุมกิจกรรมพาณิชย์เชิงศาสนสถาน															
กลไกที่ 1.3 : การกำหนด มาตรฐานภูมิ ทัศน์และ สถาปัตยกรรม	4.93	.258	มากที่สุด	4.66	.617	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด
กลไกที่ 1.4 : การจัดตั้ง คณะกรรมการ กำกับดูแลร่วม	4.80	.560	มากที่สุด	4.73	.593	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด
กลไกที่ 1.5 การสำรวจ ความรู้สึกของ นักท่องเที่ยว และชุมชน	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด

ผลการประเมินข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 พบว่าผู้เชี่ยวชาญให้การรับรองในระดับมากที่สุดในทุกรายการ โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจคือ กลไกที่ 1.3 การกำหนดมาตรฐานภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมและกลไกที่ 1.4 การจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วม ได้รับคะแนนสูงสุดในมิติประสิทธิผลและประสิทธิภาพที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. .258) ขณะที่กลไกที่ 1.1 การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน ได้รับการประเมินด้านประสิทธิผลสูงที่สุดเช่นกันที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. .258) นอกจากนี้ กลไกที่ 1.2 มาตรการจำกัดและย้ายจุดขาย และกลไกที่ 1.5 การสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยว ก็ได้รับการยอมรับในมิติความสอดคล้องกับปัญหาในระดับสูงมากที่สุดที่ค่าเฉลี่ย 4.86 (S.D. .351) เช่นกัน ดังนั้นในภาพรวมสะท้อนให้เห็นว่าแนวทางการจัดการพื้นที่ศาสนสถานผ่านกลไกเชิงการออกแบบพื้นที่และผังเมือง มีความพร้อมทั้งในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติเพื่อรักษาความศักดิ์สิทธิ์และความเป็นระเบียบของพื้นที่ได้

ตารางที่ 23 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 : การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา															
กลไกที่ 2.1 : การร่วมมือจัดทำหลักสูตรมัธยมศึกษา-วัฒนธรรม-วัฒนธรรม	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด
กลไกที่ 2.2 : การพัฒนาคู่มือและสคริปต์การนำชมเชิงปรัชญา	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.66	.617	มากที่สุด	4.73	.593	มากที่สุด
กลไกที่ 2.3 : การจัดตั้ง “ศูนย์บ่มเพาะและพัฒนา นักสื่อสารชุมชน”	4.80	.560	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.560	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 2.4 : การพัฒนาพื้นที่ “มุมสงบ” และสื่อดิจิทัลนำชม	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.560	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด
กลไกที่ 2.5 : มาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชม	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด

ตารางที่ 23 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 : การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา (ต่อ)															
กลไกที่ 2.6 : การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.73	.457	มากที่สุด

สำหรับการประเมินข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 พบว่าผู้เชี่ยวชาญให้การรับรองในระดับมากที่สุดอย่างเป็นเอกฉันท์ในทุกกลไก โดยกลไกส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกับปัญหาในระดับสูงสุดที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ในมิติด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพนั้น กลไกที่ 2.1 การร่วมมือจัดทำหลักสูตร กลไกที่ 2.2 การพัฒนาคู่มือและสคริปต์ และกลไกที่ 2.3 การจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะ ต่างได้รับคะแนนสูงสุดที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ยิ่งไปกว่านั้น กลไกที่ 2.6 การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ยังได้รับคะแนนสูงสุดในมิติความเป็นไปได้และการนำไปปฏิบัติจริงที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ข้อมูลนี้บ่งชี้ว่าการยกระดับ “คน” และ “องค์ความรู้” คือกุญแจสำคัญในการถ่ายทอดคุณค่าเชิงปรัชญาของการท่องเที่ยวที่ผู้เชี่ยวชาญเชื่อมั่นว่าสามารถเกิดขึ้นได้จริง

ตารางที่ 24 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 : การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและการควบคุมมลพิษแบบจำกัดพื้นที่															
กลไกที่ 3.1 : การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด

ตารางที่ 24 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 : การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและการควบคุมมลพิษแบบจำกัดพื้นที่															
กลไกที่ 3.2 : ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์และให้รางวัลเกษตรกรมียั่งยืน	4.80	.560	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.73	.457	มากที่สุด
กลไกที่ 3.3 : การจำกัดการใช้พลาสติกและจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 3.4 : การกำหนดมาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 3.5 : การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียวและจิตสำนึก	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.560	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด

ผลการประเมินข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 แสดงให้เห็นว่าประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมได้รับคะแนนประเมินที่โดดเด่นมาก โดยเฉพาะกลไกที่ 3.1 การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียที่ได้รับคะแนนเต็มเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ในเกือบทุกมิติ ทั้งความสอดคล้อง ความเป็นไปได้ ประสิทธิภาพ และความยั่งยืน นอกจากนี้ กลไกที่ 3.4 การกำหนดมาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ และกลไกที่ 3.3 การจำกัดพลาสติกและจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยวยังได้รับการรับรองในระดับสูงสุดที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ในมิติความสอดคล้องกับปัญหา แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการเตรียมโครงสร้างพื้นฐานที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อระบบนิเวศ โดยมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ต่ำสะท้อนถึงความเห็นที่สอดคล้องกันอย่างมากในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 25 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 : การปฏิรูปการสื่อสารข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์															
กลไกที่ 4.1 : การพัฒนาแพลตฟอร์ม “Nakhon Pathom Trip Planner”	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.560	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด
กลไกที่ 4.2 : การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง “นครปฐม : เมืองสามธรรม”	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด
กลไกที่ 4.3 : การพัฒนาฟังก์ชันการนำชมเชิงปฏิสัมพันธ์	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.560	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.73	.457	มากที่สุด
กลไกที่ 4.4 : การเชื่อมโยงระบบขนส่งและ บริการจองล่วงหน้า	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 4.5 : การจัดทำโปรแกรม Digital Ambassador	4.80	.560	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด

ตารางที่ 26 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 (ต่อ)

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 : การปฏิรูปการสื่อสารข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์															
กลไกที่ 4.6 : การสร้างกลไก ป้อนกลับข้อมูล และอัปเดต อย่างสม่ำเสมอ	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด

ผลการวิจัยในข้อเสนอที่ 4 พบว่าผู้เชี่ยวชาญให้การรับรองในระดับมากที่สุดอย่างต่อเนื่อง โดยมีมิติด้านประสิทธิผลและประสิทธิภาพในกลไกที่ 4.4 การเชื่อมโยงระบบขนส่ง และกลไกที่ 4.5 การจัดทำโปรแกรม Digital Ambassador ได้รับคะแนนสูงสุดที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ในด้านความยั่งยืน กลไกที่ 4.2 การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง กลไกที่ 4.3 การพัฒนาฟังก์ชันนำชม กลไกที่ 4.4 การเชื่อมโยงระบบขนส่ง และกลไกที่ 4.6 การสร้างกลไกป้อนกลับ ล้วนได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดที่ 4.93 (S.D. = .258-.351) ข้อมูลสถิตินี้ยืนยันว่าการเปลี่ยนผ่านสู่เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นกลไกที่ช่วยสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงข้อมูลและการบริหารจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพสูง

ตารางที่ 27 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5

รายการประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรมและการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 : การสร้างกรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของจังหวัดนครปฐม															
กลไกที่ 5.1 : การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรม	4.93	.258	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด
กลไกที่ 5.2 : โครงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา	4.93	.258	มากที่สุด	4.66	.617	มากที่สุด	4.73	.457	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 5.3 : มาตรการบังคับใช้สัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์	4.93	.258	มากที่สุด	4.66	.617	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 5.4 : การสร้างตราสัญลักษณ์ “Cultural Endorsement Mark”	4.93	.258	มากที่สุด	4.73	.593	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด

ตารางที่ 26 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 (ต่อ)

รายการ ประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและ ประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรม และการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 : การสร้างกรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ของจังหวัดนครปฐม															
กลไกที่ 5.5 : การฝึกอบรม การสร้างมูลค่า และ Storytelling เชิงลึก	4.86	.351	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด
กลไกที่ 5.6 : การจัดตั้งศูนย์ ไกล่เกลี่ยข้อ พิพาททาง วัฒนธรรม	4.73	.593	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 ได้รับผลการรับรองในระดับมากที่สุด โดยกลไกที่ 5.1 การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริง มีความสอดคล้องกับปัญหาและความเป็นไปได้ในระดับสูงสุดที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ขณะที่กลไกที่ 5.5 การฝึกอบรมการสร้างมูลค่า ได้รับคะแนนสูงสุดในมิติความเป็นธรรมและการยอมรับที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) อย่างไรก็ตาม มิติด้านความเป็นไปได้ในกลไกที่ 5.2 การสนับสนุนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินและกลไกที่ 5.3 มาตรการแบ่งปันผลประโยชน์ มีค่าเฉลี่ยรองลงมาที่ 4.66 (S.D. = .617) ซึ่งแม้จะอยู่ในระดับมากที่สุด แต่สะท้อนว่าผู้เชี่ยวชาญบางส่วนอาจมองเห็นความท้าทายเชิงเทคนิคในการปฏิบัติงานที่ต้องอาศัยกลไกกฎหมายรองรับ

ตารางที่ 28 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6

รายการ ประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและ ประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรม และการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 : การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ประสบการณ์เชิงการมีส่วนร่วม															
กลไกที่ 6.1 : การพัฒนา “Cultural Workshop Packages” หรือชุดกิจกรรมเวิร์กช็อป ทางวัฒนธรรม	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด
กลไกที่ 6.2 : การส่งเสริม รับรอง มาตรฐาน Homestay / Farm Stay	4.93	.258	มากที่สุด	4.73	.457	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.73	.457	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 6.3 : การสร้างเส้น ทางประสบการณ์ การันต์แท้ “Authentic Routes”	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.53	.743	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด
กลไกที่ 6.4 : การจัดทำ กลไกการ ตลาดแบบร่วม สร้าง ประสบการณ์ ประสบการณ์	4.86	.351	มากที่สุด	4.73	.457	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.60	.736	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด

ตารางที่ 29 แสดงผลการประเมินการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยผู้เชี่ยวชาญ สำหรับข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6

รายการ ประเมิน	ค่าระดับการประเมิน														
	สอดคล้องกับปัญหา (Relevance and Responsiveness)			นำไปปฏิบัติได้ (Feasibility and Practicality)			ประสิทธิผลและ ประสิทธิภาพ (Effectiveness and Efficiency)			ความยั่งยืน (Sustainability)			เป็นธรรม และการยอมรับ (Equity and Acceptability)		
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล
ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 : การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ประสบการณ์เชิงการมีส่วนร่วม															
กลไกที่ 6.5 : การส่งเสริม การจัดตั้ง ศูนย์กลางการ จูงกิจกรรม ชุมชน	4.93	.258	มากที่สุด	4.86	.351	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.53	.743	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด
กลไกที่ 6.6 : มาตรฐาน สนับสนุนด้าน อุปกรณ์และ พื้นที่สำหรับ เวิร์กช็อป	4.86	.351	มากที่สุด	4.73	.457	มากที่สุด	4.93	.258	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด	4.80	.414	มากที่สุด

สำหรับการประเมินข้อเสนอเชิงนโยบายสุดท้าย พบว่าได้รับคะแนนในระดับมากที่สุดเช่นกัน โดยเฉพาะความสอดคล้องกับปัญหาของกลไกที่ 6.3 การสร้างเส้นทางประสบการณ์แท้ และกลไกที่ 6.5 การจูงกิจกรรมชุมชนที่ค่าเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ในด้านประสิทธิผล กลไกที่ 6.2, 6.5 และ 6.6 ต่างได้รับคะแนนสูงสุดที่ 4.93 (S.D. = .258) ข้อสังเกตที่สำคัญคือ มิติความยั่งยืนในกลไก 6.3 และ 6.5 มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 (S.D. = .743) ซึ่งแม้จะแปลผลว่าอยู่ในระดับมากที่สุด แต่ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่สูงกว่ากลไกอื่นแสดงถึงความแตกต่างในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญต่อความต่อเนื่องระยะยาวของกิจกรรมเชิงประสบการณ์ ซึ่งเป็นประเด็นที่ต้องบริหารจัดการด้วยความระมัดระวัง

ขั้นตอนที่ 4 : การนำข้อเสนอเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง

ผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 4 ซึ่งสอดคล้องกับหลัก “มรรค” ตามกรอบอริยสัจ 4 เป็นกระบวนการแปลงข้อเสนอเชิงนโยบายที่ผ่านการประเมินและปรับปรุงจากการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ไปสู่การกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมในระดับพื้นที่จริง โดยภายหลังจากได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในขั้นนี้แล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายใน

ประเด็นสำคัญ ได้แก่ การกำหนดหน่วยงานหลักรับผิดชอบ (policy owner) ให้ชัดเจน การพัฒนาตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่สามารถประเมินได้ในเชิงประจักษ์ และการออกแบบกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น กระบวนการปรับปรุงดังกล่าวทำให้ข้อเสนอเชิงนโยบายมีความชัดเจนทั้งในเชิงเป้าประสงค์ (policy objectives) กลไกการขับเคลื่อน (policy mechanisms) และตัวชี้วัดความสำเร็จของนโยบาย (policy key performance indicator : KPIs)

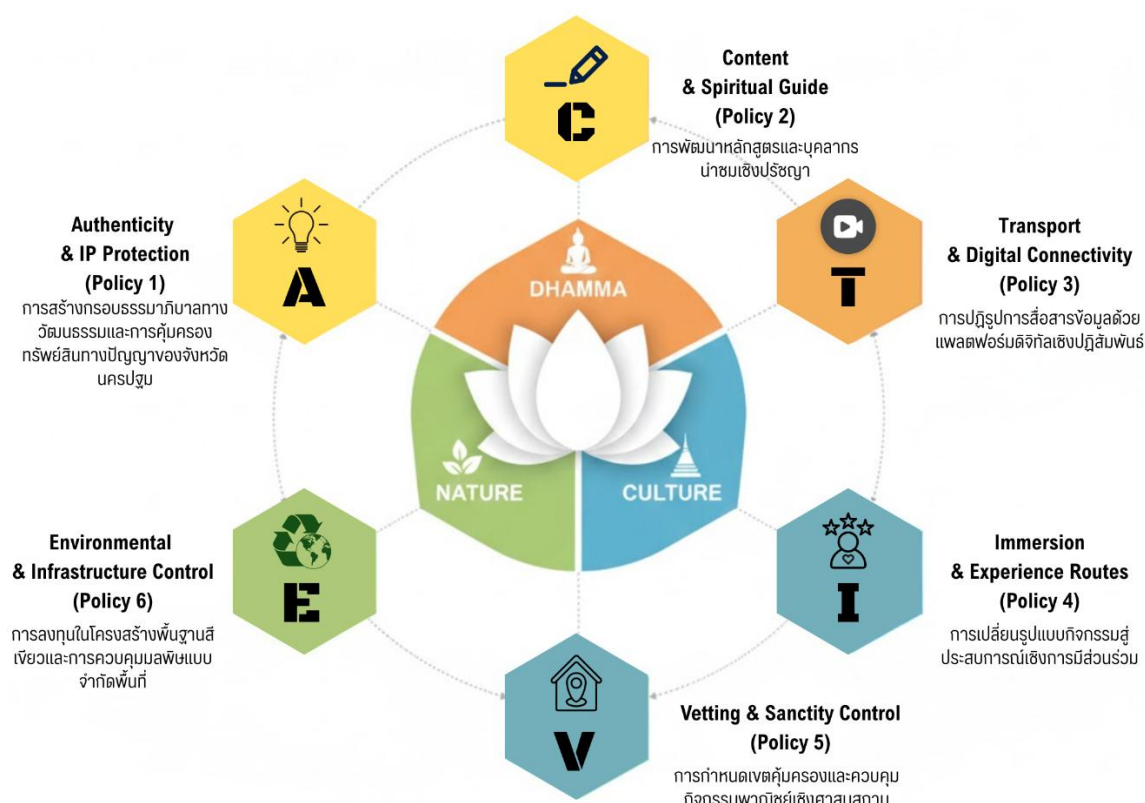
จากการวิเคราะห์ผลการประเมินและการรับรองข้อเสนอเชิงนโยบายโดยคณะผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 มิติ ซึ่งครอบคลุมทั้งด้านความสอดคล้อง ความเป็นไปได้ ประสิทธิภาพ ความยั่งยืน และความยุติธรรม ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์และประเด็นข้อสังเกตที่มีนัยสำคัญทางสถิติ มาดำเนินการปรับปรุงและยกระดับกลไกต่าง ๆ ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยการปรับแก้ข้อเสนอเชิงนโยบาย ตัวชี้วัดความสำเร็จ และเพิ่มเติมตัวอย่างโครงการแบบบูรณาการตามข้อเสนอของผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นจำนวน 6 ข้อเสนอเชิงนโยบาย 34 กลไกการทำงาน 166 ตัวชี้วัดความสำเร็จ และ 6 ตัวอย่างโครงการแบบบูรณาการ

ภายหลังการปรับปรุง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อเสนอเชิงนโยบายให้เป็นแผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (area-based implementation framework) ที่สอดคล้องกับบริบทของ 7 อำเภอในจังหวัดนครปฐม โดยเน้นการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคศาสนา และภาคประชาชน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนเชิงระบบ มิใช่การดำเนินโครงการแบบแยกส่วน ผลการวิเคราะห์พบว่า การนำข้อเสนอเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจำเป็นต้องอาศัยการจัดลำดับความสำคัญ (policy prioritization) และการทดลองนำร่อง (pilot initiatives) ในพื้นที่ที่มีความพร้อมสูง ก่อนขยายผลสู่พื้นที่อื่น ทั้งนี้ การดำเนินการในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (phased implementation) ช่วยลดความเสี่ยงเชิงโครงสร้างและเพิ่มโอกาสในการสร้างการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับพื้นที่

นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังได้สังเคราะห์โครงสร้างแนวคิดที่เรียกว่า “The ACTIVE Model” เพื่อสร้างกระบวนการทัศน์ใหม่และขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติและวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมอย่างเป็นระบบ โดยครอบคลุมตั้งแต่การสร้างกรอบธรรมาภิบาลเพื่อคุ้มครองความแท้จริงและทรัพย์สินทางปัญญา (A: Authenticity & IP Protection) การพัฒนาหลักสูตรมัคคุเทศก์ธรรมะเพื่อถ่ายทอดเนื้อหาเชิงจิตวิญญาณ (C: Content & Spiritual Guide) การปฏิรูปการสื่อสารและระบบขนส่งด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัล (T: Transport & Digital Connectivity) การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่เส้นทางสัมผัสประสบการณ์ร่วมในชุมชน (I: Immersion & Experience Routes) การกำหนดเขตควบคุมกิจกรรมพาณิชย์เพื่อรักษาความสงบของศาสนสถาน (V: Vetting & Sanctuary Control) ไปจนถึงการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเพื่ออนุรักษ์ธรรมชาติ (E: Environmental & Infrastructure Control) ให้มีความรัดกุมและสอดคล้องกับบริบทการนำไปปฏิบัติจริง เพื่อลดความเสี่ยงและเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระยะยาว

จนกระทั่งสามารถสังเคราะห์และจัดทำออกมาเป็นข้อเสนอเชิงนโยบายฉบับสมบูรณ์ที่มีความพร้อมสำหรับการขับเคลื่อนไปสู่การบังคับใช้ในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัดอย่างเป็นรูปธรรม และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ดังข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่ปรากฏรายละเอียดดังนี้

“The ACTIVE Model for Three Dhamma Tourism of Nakhon Pathom Province”



ภาพที่ 16 โมเดลข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสาม
ธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

ที่มา : สงกรานต์ กลมสุข (2568)

ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม

ตามแนวคิดอริยสัจ 4

(ฉบับสมบูรณ์)

(ประกอบด้วย 6 ข้อเสนอเชิงนโยบาย 34 กลไกการดำเนินงาน 166 ตัวชี้วัดความสำเร็จ และ 6 ตัวอย่างโครงการบูรณาการ)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 : การสร้างกรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของจังหวัดนครปฐม (Authenticity & Intellectual Property (IP) Protection: Establishing a Cultural Governance Framework and Intellectual Property Protection)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 ถูกเสนอขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านวัฒนธรรม คือ การกลืนกินของพาณิชย์นิยมต่อความแท้จริงทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นปัญหาที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในมิติของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมและสะท้อนถึงปัญหาด้านความแท้จริงของผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางการท่องเที่ยว โดยมีที่มาจากผลการขาดการวางแผนอนุรักษ์เชิงยุทธศาสตร์ และการขาดกลไกในการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของชุมชนตามที่คุณเชี่ยวชาญชี้แจง โดยหลักการสำคัญของนโยบายนี้คือการสร้าง “กรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรม” เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดในการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์จากมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐม โดยเฉพาะในกลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ เช่น มอญ ไททรงดำหรือภูมิปัญญาชาวสวนเกษตรในทุกพื้นที่ของจังหวัด ซึ่งการดำเนินการนี้จะรวมถึงการจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริง (Authenticity Certification Board) และการสนับสนุนให้ชุมชนขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา (IP Protection) เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบจากผู้ประกอบการรายใหญ่หรือบุคคลจากภายนอกที่อาจจะเข้ามาลอกเลียนแบบสินค้าทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐม พร้อมทั้งกำหนดสัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมจากกิจกรรมเชิงพาณิชย์กลับคืนสู่ชุมชน การสร้างธรรมาภิบาลนี้จึงเป็นกลไกที่จำเป็นในการเปลี่ยนผ่านจากการใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์นิยมไปสู่การสร้างที่ยั่งยืนทางเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนรากฐานของการอนุรักษ์ ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของเมืองสามธรรม

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1

1. เพื่อคุ้มครองความแท้จริงทางวัฒนธรรมและสร้างกลไกที่สามารถรับรองและปกป้องภูมิปัญญาดั้งเดิมและผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนจากการถูกบิดเบือนหรือถูกกลืนด้วยกระแสพาณิชย์นิยม

2. เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจและกฎหมายแก่ชุมชน โดยสนับสนุนให้ชุมชนเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมได้รับผลประโยชน์ที่เป็นธรรมจากการท่องเที่ยวและมีเครื่องมือทางกฎหมายในการป้องกันทรัพย์สินทางปัญญาของตนเอง

3. เพื่อยกระดับคุณภาพและมูลค่าผลิตภัณฑ์และสร้างมาตรฐานการผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมให้มีคุณภาพสูงและมีเรื่องราวที่น่าเชื่อถือ อันจะนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าในตลาดท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 จำนวน 6 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 1.1 : การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในมิติวัฒนธรรม คือ การกลืนกินของพาณิชย์นิยม ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางวัฒนธรรมของนครปฐมขาดความแท้จริงและถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย กลไกในการทำงานคือการสร้าง “กลไกการตรวจสอบและรับรองความแท้จริง” ที่เป็นอิสระและมีความชอบธรรม โดยคณะกรรมการฯ นี้จะประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก เช่น นักวิชาการด้านวัฒนธรรม ช่างตีเหล็ก ปรมาจารย์ชาวบ้าน ตัวแทนชุมชน และผู้เชี่ยวชาญด้านทรัพย์สินทางปัญญา โดยมีภารกิจหลักในการกำหนดมาตรฐานทางเทคนิคและเรื่องเล่าสำหรับผลิตภัณฑ์ บริการ เช่น โฮมสเตย์ และการแสดง เช่น การแสดงที่เกี่ยวกับชาติพันธุ์ต่าง ๆ ที่อ้างอิงถึงมรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมโดยเฉพาะ เมื่อผลิตภัณฑ์ผ่านการประเมินตามเกณฑ์ที่เข้มงวดแล้ว จะได้รับตราสัญลักษณ์รับรองความแท้จริง ซึ่งเป็นการเปลี่ยนสถานะของสินค้าจากสินค้าทั่วไปเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าเพิ่มเชิงอนุรักษ์ ซึ่งการดำเนินการนี้จะช่วยแยกแยะสินค้าดั้งเดิมและแท้จริงออกจากสินค้าลอกเลียนแบบในท้องตลาด และเป็นรากฐานสำคัญในการคุ้มครองทรัพย์สินภูมิปัญญาท้องถิ่นตามหลักธรรมาภิบาล

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.1

1.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.1.1.1 จำนวนหรือร้อยละของผลิตภัณฑ์และกิจกรรมที่ยื่นขอโดยประชาสัมพันธมิตรและดึงดูดผู้ประกอบการท้องถิ่นให้เข้าสู่ระบบการตรวจสอบและรับรอง และได้รับการรับรองความแท้จริง โดยเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 50 ผลิตภัณฑ์/ปี

1.1.1.2 จำนวนชั่วโมงการฝึกอบรมหรือการประชุมของคณะกรรมการที่แต่งตั้งขึ้น โดยเป็นการวัดความเข้มข้นและความต่อเนื่องในการดำเนินงานของคณะกรรมการฯ ซึ่งสะท้อนถึงความจริงจังในการกำหนดและทบทวนมาตรฐาน โดยมีเป้าหมายความสำเร็จจำนวน 100 ชั่วโมง/ปี

1.1.1.3 ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของยอดขายเฉลี่ยของผู้ประกอบการที่ได้รับตราสัญลักษณ์รับรอง โดยเป็นการวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยตรงของตราสัญลักษณ์รับรอง ซึ่งเป็นการยืนยันว่าการรับรองความแท้จริงในความสามารถเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางการตลาดได้จริง โดยมีเป้าหมายของยอดขายเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ภายใน 1 ปี

1.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

1.1.2.1 การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อความแท้จริงโดยการบันทึกคำบอกเล่าจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฯ ซึ่งแสดงการรับรู้ว่าสินค้าหรือกิจกรรมมีความถูกต้องตามภูมิปัญญาดั้งเดิมและมีความหมายเชิงวัฒนธรรมสูง

1.1.2.2 ความโปร่งใสของกระบวนการรับรอง โดยรายงานผลการสังเกตการณ์ กระบวนการทำงานของคณะกรรมการฯ เพื่อยืนยันว่าการตัดสินใจเป็นไปตามเกณฑ์ที่ประกาศไว้ล่วงหน้า และผู้แทนชุมชน/ปราชญ์ชาวบ้านสามารถนำเสนอความคิดเห็นได้อย่างเท่าเทียม

1.1.2.3 การเสริมสร้างความภาคภูมิใจในท้องถิ่น โดยการสังเกตและบันทึกพฤติกรรมของสมาชิกชุมชนต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฯ แสดงให้เห็นความเต็มใจที่จะประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเองและการแสดงความรู้สึกเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

กลไกที่ 1.2 : โครงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาความเปราะบางทางกฎหมายและการขาดการคุ้มครองทรัพย์สินทางภูมิปัญญา ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมขาดความแท้จริงและถูกลอกเลียนแบบได้ง่าย ซึ่งหลักการทำงานของกลไกนี้คือการจัดตั้ง “กองทุนสนับสนุนทางกฎหมาย” ที่มุ่งเน้นการให้ความช่วยเหลือด้านการเงินและผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมาย เช่น ทนายความหรือนักวิชาการด้านทรัพย์สินทางปัญญาแก่ชุมชน ช่างฝีมือ หรือปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อดำเนินการจดทะเบียนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้ เช่น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและที่จับต้องไม่ได้ เช่น สูตรอาหารดั้งเดิมของชนชาติพันธุ์ในนครปฐม หรือผลผลิตทางการเกษตรของชาวสวน โดยการดำเนินการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาความแท้จริงของมรดกทางวัฒนธรรม โดยการมอบอำนาจทางกฎหมายให้ชุมชนสามารถดำเนินการฟ้องร้องหรือเรียกร้องผลประโยชน์ที่เป็นธรรมจากการใช้ชื่อและเรื่องราวทางวัฒนธรรมของตนเองได้ ซึ่งเป็นการสร้างมาตรการป้องกันเชิงรุกต่อการลอกเลียนแบบและป้องกันมิให้คุณค่าทางวัฒนธรรมถูกลดทอนด้วยกิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่ไม่ได้มาตรฐาน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.2

1.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.2.1.1 จำนวนภูมิปัญญา/ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่แสดงถึงความสำเร็จในการสร้างเกราะป้องกันทางกฎหมายให้แก่มรดกทางวัฒนธรรมของจังหวัด โดยมีเป้าหมายของจำนวนทรัพย์สินที่ได้รับการขึ้นทะเบียน จำนวน 10 ภูมิปัญญาหรือผลิตภัณฑ์/ปี

1.2.1.2 จำนวนชุมชน/ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เข้าร่วมและได้รับเงินสนับสนุนจากโครงการ โดยเป็นการวัดการเข้าถึงและการกระจายผลประโยชน์ของโครงการ เพื่อ

แสดงให้เห็นว่าเงินทุนสนับสนุนสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายผู้ถือครองภูมิปัญญาได้อย่างทั่วถึง โดยมีเป้าหมายการเข้าถึงแหล่งทุน จำนวน 20 ชุมชน/ปี

1.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

1.2.2.1 ระดับความรู้สึกเป็นเจ้าของและความภาคภูมิใจในการนำเสนออัตลักษณ์เมืองสามธรรมสู่สาธารณะโดยสมัครใจ โดยประเมินผ่านหลักฐานเชิงประจักษ์สำคัญ ได้แก่ บันทึกการสืบทอดของรายชื่อผู้เรียนรุ่นใหม่ในชุมชน ชุดสื่อสร้างสรรค์โดยชุมชนที่บอกเล่าเรื่องราววัฒนธรรมผ่านมุมมองของคนในพื้นที่ และภาพถ่ายกิจกรรมในการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวและศาสนสถาน

1.2.2.2 ระดับความเชื่อมั่นและเสถียรภาพของระบบการคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่น ตัวชี้วัดนี้ประเมินความไว้วางใจของปราชญ์ท้องถิ่นต่อกลไกธรรมาภิบาลและการป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความเต็มใจในการเปิดเผยองค์ความรู้เชิงลึกเพื่อการพัฒนายั่งยืน โดยประเมินผ่านคลังข้อมูลภูมิปัญญาที่รวบรวมเทคนิคเฉพาะตัวจากการยินยอมของปราชญ์ เอกสารการขึ้นทะเบียนสิทธิ (IP Registration) เช่น การขอเครื่องหมาย GI หรือตราสัญลักษณ์ความแท้จริง และ รายงานการไกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่แสดงถึงการเข้าใช้กลไกปกป้องสิทธิอย่างเป็นระบบ

กลไกที่ 1.3 : มาตรการบังคับใช้สัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความไม่เป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์ ซึ่งเป็นรากเหง้าของปัญหาการกลืนกินทางวัฒนธรรม เนื่องจากชุมชนรู้สึกว่าจะต้องแบกรับภาระการท่องเที่ยวแต่ไม่ได้รับผลตอบแทนที่สมเหตุสมผล ซึ่งกลไกของดำเนินงานคือการจัดตั้ง “มาตรการบังคับใช้สัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์” โดยกำหนดให้ผู้ประกอบการรายใหญ่หรือบริษัททัวร์ที่ใช้ชื่อวัฒนธรรม หรือทรัพยากรของชุมชน เช่น การจัดทัวร์ชมวิถีชาวสวน การใช้สูตรอาหารมอญ อาหารไททรงดำหรืออาหารพื้นถิ่นของนครปฐมอื่น ๆ ในการดำเนินธุรกิจ จะต้องจัดสรรสัดส่วนรายได้ที่ชัดเจนและเป็นธรรม เช่น 5-10% ของรายได้ที่เกี่ยวข้องกับคืนสู่กองทุนชุมชน ซึ่งการดำเนินการนี้จะมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัดนครปฐม เนื่องจากจะสามารถสร้างแรงจูงใจเชิงเศรษฐกิจ (Economic Incentive) ให้แก่ชุมชนในการอนุรักษ์และถ่ายทอดวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง และช่วยให้ชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและมีความภาคภูมิใจ ในการเข้าร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างบรรทัดฐานทางธรรมาภิบาลในการทำธุรกิจท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการรักษาความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรมในระยะยาวของจังหวัดและของประเทศต่อไปได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.3

1.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.3.1.1 จำนวนหรือร้อยละของผู้ประกอบการที่ลงนามในข้อตกลง แบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นทางการ โดยการนับจำนวนบริษัทหรือหน่วยงานที่ยอมรับและเข้าร่วม ในระบบการแบ่งปันผลประโยชน์ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการบังคับใช้ โดยมีเป้าหมายของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมร้อยละ 80 ของผู้ประกอบการเป้าหมาย

1.3.1.2 ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของกิจกรรม/ผลิตภัณฑ์ทาง วัฒนธรรมใหม่ที่พัฒนาโดยชุมชน การที่ชุมชนมีรายได้ที่แน่นอนและเป็นธรรมจะกระตุ้นให้ชุมชนมี ความมั่นใจและแรงจูงใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อนำเสนอต่อตลาด โดยมี เป้าหมายของการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ชุมชนร้อยละ 10 ต่อปี

1.3.1.3 มูลค่าของเงินรวมที่ถูกจัดสรรเข้ากองทุนชุมชนต่อปี ซึ่งเป็น การวัดผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยตรง โดยขนาดของผลประโยชน์ที่ไหลกลับสู่ชุมชนจะเป็นตัวชี้วัดหลัก ในการประเมินความสำเร็จของมาตรการ Benefit Sharing โดยมีเป้าหมายของกองทุน จำนวน 1 แสน บาทต่อปี

1.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

1.3.2.1 ระดับการยอมรับและขีดความสามารถในการปฏิบัติตาม ระเบียบการแบ่งปันผลประโยชน์ มุ่งเน้นการประเมินความเข้าใจและประสิทธิภาพในการนำระเบียบ ไปใช้จริงเพื่อลดข้อขัดแย้ง โดยใช้บันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ที่ระบุเงื่อนไขชัดเจนระหว่าง ภาคส่วน รายงานการประชุมรับฟังความคิดเห็น (Public Hearing Reports) ที่แสดงเอกฉันท์ก่อน บังคับใช้ และ คู่มือแนวทางปฏิบัติ (SOP) ที่ผู้ประกอบการนำไปใช้จริงในองค์กร

1.3.2.2 ระดับความไว้วางใจต่อระบบธรรมาภิบาลและความโปร่งใส ในการจัดสรรรายได้ โดยเป็นการประเมินความเชื่อมั่นของชุมชนต่อความยุติธรรมของระบบบริหาร จัดการผลประโยชน์ที่เป็นปัจจัยหลักของความร่วมมือระยะยาว ผ่านบัญชีแสดงรายการรายรับ-รายจ่าย กองทุนชุมชนที่เปิดเผยต่อสาธารณะ บันทึกการตรวจสอบโดยคณะกรรมการร่วมจากภาคประชาชน และสถิติการจัดการข้อร้องเรียน (Complaint) ที่โปร่งใส

1.3.2.3 ระดับความภาคภูมิใจเชิงประจักษ์และการขยายผลสู่การ อนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างสมัครใจ โดยเป็นการประเมินการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการรักษารากเหง้า “เมืองสามธรรม” จากการได้รับผลประโยชน์ที่ชอบธรรม ผ่านโครงการอนุรักษ์โดยทุนชุมชนที่เกิดขึ้น จากรายได้แบ่งปัน กิจกรรมถ่ายทอดภูมิปัญญาที่เพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม และการได้รับตราสัญลักษณ์ มาตรฐาน (Cultural Endorsement Awards) ที่ชุมชนร่วมกันรักษาไว้เพื่อแสดงความสำเร็จในการ อนุรักษ์ที่ยั่งยืน

กลไกที่ 1.4 : การสร้างตราสัญลักษณ์ “Cultural Endorsement Mark”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขด้านความเปราะบางทางกฎหมายและการขาดการคุ้มครองความแท้จริงทางวัฒนธรรม ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐมถูกมองว่าเป็นสินค้าทั่วไปและขาดอำนาจการต่อรอง โดยมีหลักการทำงานของกลไกคือการสร้าง “ตราสัญลักษณ์รับรองคุณภาพและความแท้จริง” โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์และกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่ผ่านการตรวจสอบอย่างเข้มงวดจากคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรมตามกลไกที่ 1.1 ซึ่งตราสัญลักษณ์นี้จะทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดเชิงอนุรักษ์ที่บ่งชี้ถึง 1) ความถูกต้องตามภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น สูตรอาหารดั้งเดิม ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรหรือศิลปหัตถกรรมชุมชน 2) คุณภาพและมาตรฐานการผลิต และ 3) การเชื่อมโยงผลประโยชน์กลับคืนสู่ชุมชน โดยการดำเนินการตามกลไกนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความแตกต่างเชิงการแข่งขัน (Competitive Differentiation) ให้แก่สินค้าท้องถิ่นในตลาดท่องเที่ยว โดยเป็นการสื่อสารโดยตรงกับนักท่องเที่ยวว่าสินค้าที่ซื้อนั้นมีเรื่องราว (Story) และมูลค่าเชิงอนุรักษ์ (Conservation Value) ที่สูงกว่าสินค้าทั่วไป ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจและสร้างแรงจูงใจให้ชุมชนรักษาความแท้จริงทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.4

1.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.4.1.1 จำนวนผลิตภัณฑ์/กิจกรรมที่ได้รับตราสัญลักษณ์รับรอง โดยนับจำนวนสินค้าและบริการที่สามารถยกระดับมาตรฐานและได้รับการรับรองความแท้จริง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการใช้งานกลไก โดยมีเป้าหมายของจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง จำนวน 20 ผลิตภัณฑ์/กิจกรรม ภายใน 1 ปี

1.4.1.2 ร้อยละของการรับรู้ตราสัญลักษณ์ในกลุ่มนักท่องเที่ยว จากการสำรวจว่านักท่องเที่ยวมีการรับรู้และเข้าใจความหมายของตราสัญลักษณ์นี้มากน้อยเพียงใด ซึ่งจำเป็นต่อการสร้างอำนาจทางการตลาด โดยมีเป้าหมายของการรับรู้ร้อยละ 30 ภายใน 1 ปี

1.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

1.4.2.1 ระดับการรับรู้คุณค่าเชิงลึกและความเต็มใจสนับสนุนผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมที่ได้รับการรับรอง โดยมุ่งประเมินการสร้างมูลค่าเพิ่มทางจิตใจที่จูงใจให้ผู้บริโภคยินดีจ่ายเพิ่มเพื่อสนับสนุนความแท้จริง ผ่านข้อมูลการทำธุรกรรมของผลิตภัณฑ์ที่ติดตราสัญลักษณ์ บันทึกการสัมภาษณ์หรือการติดตามแบรนด์ของนักท่องเที่ยว และผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เกี่ยวกับเหตุการณ์ตัดสินใจเลือกซื้อเพื่อสนับสนุนชุมชน

1.4.2.2 ระดับความเชื่อมั่นต่ออัตลักษณ์และความแท้จริงของมรดกทางวัฒนธรรมเมืองสามชธรรม โดยเป็นการประเมินความสำเร็จในการใช้ตราสัญลักษณ์ (Cultural

Endorsement Mark) เพื่อยืนยันความถูกต้องของแหล่งกำเนิดและป้องกันการถูกกลืนกินทางวัฒนธรรม โดยการใช้สถิติการตรวจสอบผ่านระบบ QR Code บนผลิตภัณฑ์ รายงานการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญอิสระต่อความถูกต้องของข้อมูลที่น่าสนใจ และรางวัลรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวที่ได้รับจากการรักษาความแท้จริง

กลไกที่ 1.5 : การฝึกอบรมการสร้างมูลค่าและ Storytelling เชิงลึก

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการขาดทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่มและการนำเสนอที่ผิวเผินในผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมของจังหวัดนครปฐม โดยกลไกของการทำงานคือการใช้การพัฒนาศักยภาพเชิงเนื้อหา โดยมุ่งเน้นการฝึกอบรมผู้ประกอบการชุมชนและช่างฝีมือให้สามารถผสานภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น สูตรอาหารหรือขนมดั้งเดิม การทอผ้าพื้นเมืองให้เข้ากับเทคนิคการเล่าเรื่องเชิงลึก เพื่อเปลี่ยนสินค้าพื้นบ้านให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีเรื่องราวและมูลค่าเชิงอนุรักษ์ เช่น การฝึกอบรมให้กลุ่มผู้ผลิตข้าวหลามในชุมชน ให้สามารถเล่าเรื่องราวความเชื่อมโยงระหว่างพิธีกรรมการทำข้าวหลามกับวิถีชีวิตชาวสวนในอดีต หรือการเชื่อมโยงลวดลายหัตถกรรมกับความเชื่อทางธรรมะ ซึ่งการดำเนินการนี้จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างอำนาจการต่อรองทางการตลาด และความแตกต่างเชิงการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาเชิงเศรษฐกิจที่ทำให้ชุมชนต้องพึ่งพาการค้าที่ขาดความแท้จริง และเป็นการตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.5

1.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.5.1.1 จำนวนผู้ประกอบการชุมชนหรือช่างฝีมือที่เข้าร่วมโครงการฝึกอบรม ซึ่งเป็นการประเมินด้านการพัฒนาทุนมนุษย์ (Human Capital) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการขยายฐานผู้ประกอบการที่มีทักษะการสร้างมูลค่าเพิ่มและ Storytelling โดยมีเป้าหมายของผู้เข้าร่วมจำนวน 40 ราย/ปี

1.5.1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่หรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการปรับปรุงและได้รับการรับรองความแท้จริง (Authenticity Certification) จากคณะกรรมการฯ โดยเป็นการวัดผลผลิตเชิงคุณภาพที่เชื่อมโยงการฝึกอบรมให้เข้ากับการสร้างมาตรฐาน โดยการนับจำนวนผลิตภัณฑ์ที่ยกระดับคุณภาพและผ่านการรับรอง ซึ่งเป็นหลักฐานเชิงประจักษ์ของการสร้างมูลค่าที่ได้รับการยอมรับ โดยมีเป้าหมายของจำนวนผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 20 ผลิตภัณฑ์/ปี

1.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

1.5.2.1 ระดับความไว้วางใจต่ออัตลักษณ์และคุณค่าเชิงลึกของเรื่องราวผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม โดยประเมินความสำเร็จในการถ่ายทอดเรื่องราว (Storytelling) ที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึง “ความแท้จริง” ของแหล่งกำเนิดและวิธีการผลิต

ผ่านหลักฐานเชิงประจักษ์ ได้แก่ บันทึกการสืบค้นข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านระบบ QR Code ที่แสดงประวัติปราชญ์ท้องถิ่นและกรรมวิธีดั้งเดิม ผลการประเมินความพึงพอใจต่อการสื่อความหมายจากนักท่องเที่ยวที่ระบุถึงความเข้าใจในคุณค่าจิตวิญญาณของผลิตภัณฑ์ และการสะท้อนข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวร่วมสื่อสารความประทับใจต่อเรื่องราวความแท้จริงของเมืองสามธรรม

กลไกที่ 1.6 : การจัดตั้งศูนย์ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขด้านความไม่เป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์และความเปราะบางทางกฎหมายของชุมชน ซึ่งนำไปสู่การขาดความเชื่อมั่นและลงเลที่จะถ่ายทอดภูมิปัญญา โดยหลักการทำงานของกลไกนี้คือการสร้างกลไกยุติข้อพิพาททางเลือกที่มีความรวดเร็ว เข้าถึงง่าย และมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน โดยเฉพาะด้านทรัพย์สินทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยศูนย์ดังกล่าวจะประกอบด้วยนักกฎหมายด้านทรัพย์สินทางปัญญา นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านชาติพันธุ์วิทยาและวัฒนธรรม และปราชญ์ชาวบ้าน เพื่อทำหน้าที่ไกล่เกลี่ยข้อพิพาทที่เกิดขึ้นระหว่างชุมชน ได้แก่ เจ้าของมรดกทางวัฒนธรรม กับผู้ประกอบการหรือผู้ใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรม ก่อนนำไปสู่กระบวนการยุติธรรมในศาลที่มีค่าใช้จ่ายสูง ยกตัวอย่างเช่น เมื่อบริษัทอาหารรายใหญ่จากภายนอกใช้สูตรอาหารมรดกดั้งเดิมของชุมชน อ.บางเลนในเชิงพาณิชย์โดยไม่แบ่งปันผลประโยชน์ ทางศูนย์ฯ จะเข้ามาเป็นคนกลางในการเจรจาเพื่อให้เกิดสัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม (Fair Benefit Sharing) และกำหนดเงื่อนไขการใช้ชื่อเสียงทางวัฒนธรรม ซึ่งการดำเนินการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัดนครปฐม ในการสร้างความเชื่อมั่นทางสังคม (Social Trust) และความมั่นคงทางกฎหมาย (Legal Security) ให้แก่ชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานที่จำเป็นในการกระตุ้นให้ชุมชนเต็มใจที่จะเข้าร่วมและเปิดเผยภูมิปัญญาเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในอนาคต

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 1.6

1.6.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.6.1.1 จำนวนข้อพิพาททางวัฒนธรรมที่ถูกส่งเข้าสู่กระบวนการไกล่เกลี่ยของศูนย์ฯ ต่อปี โดยการนับปริมาณการใช้งานศูนย์ฯ เพื่อแสดงให้เห็นว่าชุมชนและผู้ประกอบการรับรู้ถึงการมีอยู่และเชื่อมั่นในบทบาทของศูนย์ฯ ในการแก้ไขปัญหา โดยมีการกำหนดเป้าหมายของข้อพิพาททางวัฒนธรรมที่ได้รับการไกล่เกลี่ยจำนวน 10 กรณี/ปี

1.6.1.2 อัตราความสำเร็จในการยุติข้อพิพาทผ่านการไกล่เกลี่ย โดยการโดยประเมินว่าศูนย์ฯ สามารถช่วยให้คู่กรณีบรรลุข้อตกลงร่วมกันโดยไม่ต้องพึ่งพาการฟ้องร้องในศาลได้มากน้อยเพียงใด ซึ่งเป็นการวัดผลการดำเนินงานของกลไกของศูนย์ฯ ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายอัตราความสำเร็จของข้อพิพาททางวัฒนธรรมร้อยละ 80 ของข้อพิพาททั้งหมด

1.6.1.3 ระยะเวลาเฉลี่ยที่ใช้ในการยุติข้อพิพาทต่อกรณี ด้วยวิธีการเปรียบเทียบระยะเวลาในการยุติข้อพิพาทผ่านศูนย์กับกระบวนการทางศาล ซึ่งแสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของศูนย์ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรมในการแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็ว โดยมีเป้าหมายของระยะเวลาที่ใช้ในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรมไม่เกิน 60 วันต่อกรณีพิพาท

1.6.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

1.6.2.1 ระดับความไว้วางใจต่อระบบธรรมาภิบาลและกระบวนการยุติธรรมทางวัฒนธรรมที่เป็นกลาง โดยเป็นการประเมินความเชื่อมั่นของชุมชนต่อศูนย์ไกล่เกลี่ยข้อพิพาททางวัฒนธรรมในด้านความโปร่งใสและปราศจากอคติ ตามกลไกที่ 1.6 โดยใช้บันทึกรายงานผลการไกล่เกลี่ยที่แสดงการยอมรับผลการตัดสินของทุกฝ่าย องค์ประกอบของคณะกรรมการไกล่เกลี่ยที่มาจากหลายภาคส่วนเพื่อแสดงถึงความเป็นกลาง และผลการสำรวจทัศนคติเชิงลึกหลังสิ้นสุดกระบวนการที่ระบุถึงความยุติธรรมของขั้นตอนการดำเนินงาน

1.6.2.2 ระดับความเต็มใจในการแบ่งปันและขยายผลคลังปัญญาเพื่อการท่องเที่ยวสร้างสรรค์ โดยเป็นการประเมินผลลัพธ์จากการมีกลไกคุ้มครองที่เข้มแข็ง ซึ่งส่งผลให้ชุมชนลดความกังวลต่อการถูกกลืนกินและพร้อมถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม ผ่านจำนวนการขึ้นทะเบียนภูมิปัญญาใหม่ในระบบฐานข้อมูลกลาง แผนภูมิการถ่ายทอดองค์ความรู้ในระดับท้องถิ่นที่เพิ่มขึ้น และบันทึกความร่วมมือในการนำภูมิปัญญาไปสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยว

1.6.2.3 ระดับความสำเร็จในการนำข้อตกลงไกล่เกลี่ยไปบูรณาการสู่การดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน โดยประเมินขีดความสามารถในการนำผลการไกล่เกลี่ยไปปฏิบัติจริงเพื่อลดความขัดแย้งซ้ำซ้อนระหว่างผู้ประกอบการและชุมชน ผ่านสัญญาทางธุรกิจที่ปรับปรุงตามมติการไกล่เกลี่ย สถิติการลดลงของข้อร้องเรียนในประเด็นเดิม และรายงานการติดตามผลการปฏิบัติตามข้อตกลงที่แสดงให้เห็นว่าคู่พิพาทสามารถดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจร่วมกันได้ตามปกติ

ตัวอย่างโครงการบูรณาการข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1

โครงการศูนย์กลางธรรมาภิบาลและคุ้มครองภูมิปัญญาวัฒนธรรมนครปฐม

“Authenticity & Fair Trade Hub”

1. หลักการและเหตุผล

โครงการนี้กำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาการกีดกัน การกลืนกินของพาณิชย์นิยมต่อความแท้จริงทางวัฒนธรรม และความเปราะบางทางกฎหมาย ของชุมชน ซึ่งนำไปสู่การขาดความมั่นคงทางเศรษฐกิจและกฎหมายแก่ผู้ถือครองภูมิปัญญา การดำเนินการจึงมุ่งเน้นการสร้าง “กรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรม” ที่เข้มแข็ง โดยผสานเครื่องมือเชิงกฎหมาย (IP Protection) และเครื่องมือเชิงเศรษฐกิจ (Benefit Sharing) เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ โครงการจะเริ่มต้นจากการจัดตั้งกลไกการ

รับรองความแท้จริงและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อสร้าง อำนาจการต่อรองทางการตลาด ให้แก่สินค้าวัฒนธรรมท้องถิ่น พร้อมทั้งสร้าง กลไกการแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม และ ระบบยุติข้อพิพาททางเลือก เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นทางสังคมและเศรษฐกิจให้แก่ชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการเปลี่ยนผ่านจากการใช้ประโยชน์ทางวัฒนธรรมเชิงพาณิชย์นิยมไปสู่การสร้างคามยั่งยืนทางเศรษฐกิจที่ตั้งอยู่บนรากฐานของการอนุรักษ์ตามหลักการของเมืองสามธรรม

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 หน่วยงานรับผิดชอบหลัก

2.1.1 สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครปฐม

2.1.2 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัด (และศูนย์ใกล้เคียง)

2.2 หน่วยงานร่วมปฏิบัติการ

2.2.1 คณะกรรมการรับรองความแท้จริงฯ (ปราชญ์ชาวบ้าน, นักวิชาการ)

2.2.2 กรมทรัพย์สินทางปัญญา

2.2.3 มหาวิทยาลัยในพื้นที่

2.2.4 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา

2.2.5 สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3. ลักษณะของโครงการหรือกิจกรรม และขั้นตอนการทำงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรม (กลไกที่ 1.1) เพื่อกำหนดมาตรฐานทางเทคนิคและเรื่องเล่าของผลิตภัณฑ์ (กลไกที่ 1.2) และจัดตั้งศูนย์ใกล้เคียงข้อพิพาททางวัฒนธรรม (กลไกที่ 1.6) เพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับข้อพิพาททางทรัพย์สินทางปัญญาและการแบ่งปันผลประโยชน์

2. ดำเนินโครงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญาโดยจัดตั้งกองทุนและผู้เชี่ยวชาญด้านกฎหมายเพื่อช่วยเหลือชุมชนจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

3. จัดการฝึกอบรมการสร้างมูลค่าและ Storytelling เชิงลึก (กลไกที่ 1.5) เพื่อพัฒนาทักษะผู้ประกอบการให้สามารถผสมผสานภูมิปัญญาเข้ากับเทคนิคการเล่าเรื่องเพื่อเพิ่มมูลค่า

3. นำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการฝึกอบรมและผ่านเกณฑ์การรับรองมามอบตราสัญลักษณ์ “Cultural Endorsement Mark” (กลไกที่ 1.4) เพื่อสร้างความแตกต่างเชิงการแข่งขัน

4. นำมาตรการบังคับใช้สัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์ (กลไกที่ 1.3) ไปใช้ โดยให้ผู้ประกอบการที่ใช้ตราสัญลักษณ์รับรองทำข้อตกลงจัดสรรรายได้กลับคืนสู่กองทุนชุมชน

5. เมื่อเกิดข้อพิพาททางทรัพย์สินทางปัญญาหรือการแบ่งปันผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม ศูนย์ใกล้เคียงฯ จะเข้าทำหน้าที่เป็นคนกลางในการเจรจาเพื่อให้เกิดข้อตกลงที่ยุติธรรมและรวดเร็วกว่าการ

ดำเนินคดีในศาล โดยมีการเก็บบันทึกข้อมูลไว้ทั้งในรูปแบบเอกสารและดิจิทัลเพื่อการประเมินผลการดำเนินงาน

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลผลิตทางวัฒนธรรมของชุมชนจะเปลี่ยนสถานะจากสินค้าทั่วไปเป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มเชิงอนุรักษ์สูง (Value-Added Product) และมีอำนาจการต่อรองทางการตลาดเพิ่มขึ้น
2. ชุมชนจะมีเกราะป้องกันทางกฎหมายที่ชัดเจนจากการขึ้นทะเบียน IP และมีเครื่องมือทางการตลาดเพื่อแยกแยะสินค้าแท้จริงออกจากสินค้าลอกเลียนแบบ
3. ชุมชนได้รับผลประโยชน์ที่เป็นธรรมจากมาตรการแบ่งปันผลประโยชน์และมีกลไกทางกฎหมายในการเรียกร้องสิทธิของตนเองอย่างรวดเร็ว
4. ชุมชนผู้ถือครองภูมิปัญญาจะมีความเชื่อมั่นและความเต็มใจในการถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมากขึ้น

5. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม (KPIs)

1. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

- 1.1 จำนวนรายการภูมิปัญญา ผลผลิต บริการ หรือกิจกรรมทางวัฒนธรรม เช่น สูตรอาหาร หัตถกรรมพื้นถิ่น ที่ได้รับการจดทะเบียนคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นทางการ มากกว่าหรือเท่ากับ 15 รายการต่อปี
- 1.2 จำนวนผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่ผ่านการประเมินจากคณะกรรมการรับรองฯ และได้รับตราสัญลักษณ์รับรองความแท้จริง มากกว่าหรือเท่ากับ 8 รายการต่อปี
- 1.3 มูลค่ารวมของเงินที่ผู้ประกอบการจัดสรรกลับคืนสู่กองทุนชุมชนตามมาตรการแบ่งปันผลประโยชน์ในแต่ละปี มากกว่าหรือเท่ากับ 100,000 บาท
- 1.4 ร้อยละของข้อพิพาททางวัฒนธรรมที่ถูกไกล่เกลี่ยและบรรลุข้อตกลงร่วมกันโดยไม่ต้องดำเนินคดีในศาล ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต่อข้อพิพาท/ปี

2. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

- 2.1 บันทึกคำบอกเล่าจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฯ ซึ่งแสดงการรับรู้ถึงสินค้าหรือกิจกรรมทางวัฒนธรรมนั้นมีความถูกต้องตามภูมิปัญญาดั้งเดิม และมีความหมายเชิงวัฒนธรรมสูง
- 2.2 รายงานผลการทำงานของคณะกรรมการฯ เพื่อยืนยันว่าการตัดสินใจในกรณีต่าง ๆ เป็นไปตามเกณฑ์ที่ประกาศไว้ล่วงหน้า และผู้แทนชุมชนหรือประชาชนชาวบ้านสามารถนำเสนอความคิดเห็นได้อย่างอิสระและเท่าเทียมกันในทุกประเด็น

2.3 การสังเกตและบันทึกพฤติกรรมของสมาชิกชุมชนต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองฯ แสดงให้เห็นความเต็มใจที่จะประชาสัมพันธ์สินค้าของตนเอง และการแสดงความรู้สึกรับเป็นเจ้าของมรดกทางวัฒนธรรมที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 : การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา (Content & Spiritual Guide: Developing Curricula and Personnel for Philosophical Interpretation and Guidance)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างเกี่ยวกับการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ ซึ่งได้สะท้อนมาจากผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยระบุว่านักท่องเที่ยวไม่รู้สึกรับคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อมาเยือนศาสนสถาน และสอดคล้องกับปัญหาขาดระบบไกด์หรือนำชมเชิงธรรมะที่เข้าใจง่ายและลึกซึ้ง โดยหลักการสำคัญคือการใช้ การปฏิบัติการเชิงคุณภาพ (Qualitative Operation) เพื่อเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอจากการ “ชมวัตถุสถาน” (Object-Centric) ไปสู่ “การเข้าถึงความหมาย” (Meaning-Centric) ตามหลักการของ Narrative Tourism ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ได้ชี้ว่ามีการขาดบุคลากรที่มีทักษะในการเล่าเรื่องและความรู้เชิงปรัชญาอย่างลึกซึ้ง ถือเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่ทำให้การนำเสนอขาดอัตลักษณ์และมีเนื้อหาที่ตื้นเขิน โดยการพัฒนาคู่มือเป็นจุดเริ่มต้นของการถ่ายทอด (Interpreter) ความรู้เชิงลึกที่มีเป้าหมายเพื่อสร้างบุคลากรที่สามารถผสมผสานประวัติศาสตร์เข้ากับแก่นธรรมะและปรัชญาของพื้นที่ได้อย่างลงตัว ทำให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุดคือการกระตุ้นให้เกิดการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) และยกระดับจิตใจของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริงเมื่อมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะในจังหวัดนครปฐม

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2

1. เพื่อยกระดับคุณภาพการนำเสนอเนื้อหาเพื่อสร้างบุคลากรที่มีทักษะในการถ่ายทอดแก่นธรรมะ ประวัติศาสตร์ และปรัชญาของศาสนสถานอย่างลึกซึ้งและเข้าถึงง่าย สำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มอายุและภูมิหลัง
2. เพื่อส่งเสริมประสบการณ์เชิงจิตวิญญาณให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์สูงสุด คือการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) การทำสมาธิ (Mindfulness) และความเข้าใจในคุณค่าทางจิตวิญญาณอย่างแท้จริง

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 จำนวน 6 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 2.1 : การร่วมมือจัดทำหลักสูตร “มัคคุเทศก์ธรรมะ-วัฒนธรรม”

กลไกนี้เป็นรากฐานสำคัญของการปฏิบัติการเชิงคุณภาพ (Qualitative Operation) เพื่อแก้ไขปัญหาการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ โดยบูรณาการความเชี่ยวชาญจากทุกภาคส่วนเข้า

ด้วยกัน การดำเนินการเริ่มต้นจากการจัดทำหลักสูตรระยะสั้นที่เข้มข้น โดยมอบหมายบทบาทการกำกับดูแลเนื้อหาและความถูกต้องทางธรรมะแก่คณะสงฆ์ท้องถิ่น ขณะที่มหาวิทยาลัยในพื้นที่จะรับผิดชอบการออกแบบโครงสร้างหลักสูตรที่เน้นผลลัพธ์ (Result-Based Curriculum Structure) การวัดผลเชิงวิชาการและการผนวกเนื้อหาด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเข้าด้วยกันเพื่อให้เนื้อหา (Content) มีความน่าเชื่อถือและเป็นระบบ ส่วนสำนักงานการท่องเที่ยว สมาคมมัคคุเทศก์รวมถึงผู้ประกอบการ จะเน้นการฝึกอบรมทักษะการเล่าเรื่องเชิงปรัชญาหรือการสื่อความหมาย (Storytelling / Interpreter) การใช้ภาษาที่กระตุ้นให้เกิดการทบทวนตัวเอง (Self-Reflection) และการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม โดยมีเป้าหมายหลักคือการยกระดับความสามารถของคนท้องถิ่นและคนรุ่นใหม่ ในการเป็นนักสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมะจากประสบการณ์จริง ซึ่งหลักสูตรนี้จะต้องมีการประเมินความรู้เชิงลึกเพื่อให้ผู้ที่ผ่านการอบรมได้รับใบรับรองอันเป็นเงื่อนไขบังคับในการให้บริการนำชมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะ ซึ่งจะสร้างความมั่นใจในคุณภาพและมาตรฐานการถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างยั่งยืนและเป็นไปตามเป้าหมายของนโยบาย ประกอบด้วยหลักสูตร จำนวน 3 หลักสูตร (โมดูล) ดังนี้

โมดูลที่ 1 : ธรรมะเชิงสากล โดยเป็นการตีความหลักธรรม เช่น ไตรลักษณ์ อริยมรรค ให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับคุณค่าสากล (Universal Values) เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่พุทธศาสนิกชน

โมดูลที่ 2 : ประวัติศาสตร์และโบราณคดี โดยเน้นการเชื่อมโยงเรื่องราวของศาสนสถานให้เข้ากับประวัติศาสตร์ของจังหวัดนครปฐม เช่น ตำนานพระปฐมเจดีย์ ตำนานการสร้างพระประโทนเจดีย์ ตำนานยายหอม ชมพื้นที่ถิ่นในนครปฐม เช่น มอญ ไททรงดำ รวมไปถึงประวัติศาสตร์และโบราณคดีสมัยอาณาจักรอโยธยา

โมดูลที่ 3 : ทักษะการนำชมเชิงทบทวน โดยการใช้เทคนิคการใช้ภาษาที่กระตุ้นให้เกิดการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) การฝึกนำปฏิบัติสมาธิแบบสั้น (Mediation) และการจัดการอารมณ์ของกลุ่ม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.1

2.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPI)

2.1.1.1 จำนวนหลักสูตรที่ได้รับการรับรองและเปิดอบรม ซึ่งตัวชี้วัดนี้เป็นการวัดความสำเร็จในการสร้างความร่วมมือเชิงสถาบัน (Institutional Collaboration) ระหว่างคณะสงฆ์ มหาวิทยาลัย และหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวในจังหวัด เพื่อให้ได้มาซึ่งโครงสร้างหลักสูตรและเนื้อหาที่ผ่านการตรวจสอบความถูกต้องทางธรรมะและวิชาการก่อนที่จะเข้าสู่ขั้นตอนการผลิตบุคลากร โดยมีเป้าหมายจากการที่หลักสูตรผ่านการอนุมัติภายใน 6 เดือนจากหน่วยงานที่มี

ความน่าเชื่อถือ เช่น กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในกรณีที่มีการผลิตหลักสูตรที่เกี่ยวกับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น มัคคุเทศก์เฉพาะภูมิภาค (ภาคกลาง) เป็นต้น

2.1.1.2 จำนวนผู้เข้าร่วมอบรมที่ผ่านการประเมินและวัดผลจนได้รับใบรับรอง ซึ่งตัวชี้วัดนี้วัดใช้ประสิทธิภาพในการผลิตบุคลากร (Human Capital Production Efficiency) โดยเน้นความถี่และจำนวนของบุคลากรที่ผ่านกระบวนการฝึกอบรมและประเมินผลตามกรอบมาตรฐานที่หลักสูตรกำหนด ซึ่งการบรรลุเป้าหมายนี้แสดงให้เห็นถึงความสามารถของศูนย์อบรม (Institution) ในการสร้างกำลังคนที่มีศักยภาพและทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้มีจำนวนบุคลากรที่ได้รับการรับรองเพียงพอต่อการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวหลัก โดยมีเป้าหมายความสำเร็จ จำนวน 50 คนต่อปี

2.1.1.3 ร้อยละของนักสื่อสารที่เป็นคนในท้องถิ่นหรือคนรุ่นใหม่ โดยตัวชี้วัดนี้วัดความยั่งยืนทางวัฒนธรรมและสังคม (Cultural and Social Sustainability) โดยเน้นการสร้าง ความมั่นคงในวิชาชีพให้แก่คนในพื้นที่ ซึ่งเป็นผู้ถือครองภูมิปัญญาโดยตรง การมีส่วนร่วมคนในท้องถิ่น/คนรุ่นใหม่สูงแสดงว่านโยบายประสบความสำเร็จในการสร้างความภาคภูมิใจและแรงจูงใจในการสืบทอดภูมิปัญญา (Local Empowerment) ซึ่งสอดคล้องกับหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายร้อยละ 60 ของบุคลากรทั้งหมด

2.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPI)

2.1.2.1 การประเมินความสามารถของมัคคุเทศก์ในการเปลี่ยนข้อมูลประวัติศาสตร์และหลักฐานให้เป็นประสบการณ์ทางปัญญาที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้จริง โดยพิจารณาจากผลการประเมินสมรรถนะผ่านสถานการณ์จำลองในโมดูลที่ 3 ที่ผู้รับการอบรมสามารถใช้ภาษาและเทคนิคการนำเสนอที่กระตุ้นให้ผู้ฟังเกิดการหยุดคิดและทบทวนตัวเอง (Self-Reflection) ได้อย่างเป็นธรรมชาติ และบทวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพจากบันทึกประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Visitor Testimonials) ที่ระบุว่ามัคคุเทศก์สามารถเชื่อมโยงหลักฐานสากลเข้ากับชีวิตประจำวันของผู้ฟังได้อย่างลึกซึ้งและน่าเลื่อมใส

2.1.2.2 การประเมินคุณภาพและความเป็นเอกภาพของเนื้อหาที่ถูกถ่ายทอดออกมาตามมาตรฐานของหลักสูตรทั้ง 3 โมดูล โดยพิจารณาจากหลักฐานเชิงประจักษ์คือรายงานการตรวจประเมินคุณภาพการนำเสนอโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Audit) ที่คณะสงฆ์และนักวิชาการประเมินว่าการถ่ายทอดเนื้อหาด้านโบราณคดีสมัยทวารวดีและตำนานพื้นถิ่นนครปฐมมีความถูกต้องตามหลักเกณฑ์วิชาการควบคู่กับความถูกต้องทางธรรมะ และความอยู่ของชุดคำศัพท์มาตรฐานที่มัคคุเทศก์ใช้ในการสื่อสารเพื่อลดปัญหาการบิดเบือนข้อมูลมรดกวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการสร้างมาตรฐานการนำเสนอที่มีคุณภาพสูงและยั่งยืน

กลไกที่ 2.2 : การพัฒนาคู่มือและสคริปต์การนำชมเชิงปรัชญา

กลไกนี้เป็นกลไกเชิงปฏิบัติการที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างด้านการขาดเครื่องมือและเนื้อหามาตรฐานสำหรับการถ่ายทอดความรู้เชิงลึกอันเป็นสาเหตุของความไม่ประสบความสำเร็จในการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ ซึ่งการพัฒนาคู่มือและสคริปต์การนำชมในที่นี้จึงไม่ใช่เพียงการรวบรวมข้อมูลประวัติศาสตร์ แต่เป็นการสร้าง “เครื่องมือการเล่าเรื่องเชิงปรัชญา” (Spiritual Narrative Tool) ที่มีมาตรฐาน โดยเนื้อหาหลักสูตรที่พัฒนาในกลไกที่ 2.1 จะถูกนำมาสังเคราะห์เป็น “สคริปต์หลัก (Core Narrative)” ที่กำหนดจุดเน้น (Keywords) และมุมมองในการนำเสนอในแต่ละพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดนครปฐม โดยหัวใจสำคัญคือการเปลี่ยนจากการบรรยายเชิงพิธีกรรมหรือความยิ่งใหญ่ทางกายภาพ ไปสู่การกระตุ้นการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) ยกตัวอย่างเช่น การนำเสนอเรื่องราวขององค์พระปฐมเจดีย์ที่เชื่อมโยงกับหลักการความไม่เที่ยง หรือ การให้ความหมายเชิงการหลุดพ้น เพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้มาเยือนจาก “การชม” ไปสู่ “การเรียนรู้เชิงปรัชญา” นอกจากนี้ คู่มือนี้จะต้องมีการบูรณาการและการแปลเป็นภาษาอังกฤษและภาษาสำคัญอื่น ๆ เช่น ภาษาจีน เพื่อแก้ไขปัญหาการเข้าถึงชาวต่างชาติ และต้องจัดทำในรูปแบบดิจิทัล (E-book) เพื่อให้บุคลากรสามารถเข้าถึงและอัปเดตเนื้อหามาตรฐานได้อย่างสม่ำเสมอ ซึ่งเป็นการสร้างการควบคุมคุณภาพเนื้อหาของการนำชมอย่างเป็นระบบในภาคปฏิบัติ

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.2

2.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.2.1.1 ความสำเร็จในการผลิตเครื่องมือมาตรฐานที่ใช้ในการควบคุมคุณภาพเนื้อหาของการนำชม การบรรลุเป้าหมายนี้หมายถึงการที่นโยบายมีต้นฉบับของการนำเสนอเนื้อหาเชิงปรัชญาที่สามารถใช้ได้จริงในภาคสนาม และพร้อมสำหรับการใช้งานในตลาดต่างประเทศ โดยเป้าหมายชี้วัดคือจำนวนคู่มือหลักหรือสคริปต์นำชมที่ได้รับการพัฒนาและแปลเป็นภาษาต่างประเทศ อย่างน้อย 2 ภาษา

2.2.1.2 คุณภาพเชิงวิชาการและความถูกต้องของสคริปต์ (Academic Quality) โดยการให้คณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญ เช่น นักวิชาการด้านศาสนา คณะสงฆ์ผู้เชี่ยวชาญด้าน Narrative Tourism และตัวแทนจากสถาบันการศึกษาทำการประเมินความสอดคล้องของเนื้อหากับหลักธรรมและหลักการเล่าเรื่อง โดยเป้าหมายความสำเร็จคือคะแนนเฉลี่ยจากการประเมินคุณภาพสคริปต์โดยคณะกรรมการวิชาการ มากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5

2.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPI)

2.2.2.1 การประเมินความสำเร็จของคู่มือในการปรับเปลี่ยนเนื้อหาการนำชมให้เข้าถึงแก่นแท้ของธรรมะมากกว่าเพียงการบรรยายลักษณะทางวัตถุ โดยพิจารณา

จากผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบชุดคำศัพท์ในคู่มือและสคริปต์ที่พัฒนาขึ้น ซึ่งพบการใช้จุดเน้น (Keywords) ที่เชื่อมโยงกับหลักปรัชญา เช่น “ความไม่เที่ยง” หรือ “การทบทวนตนเอง” แทนการเน้นเพียงขนาดหรือประวัติการก่อสร้าง และบันทึกสะท้อนความคิดเห็นจากมัคคุเทศก์ที่ยืนยันว่าสคริปต์มาตรฐานช่วยให้สามารถนำพานักท่องเที่ยวเข้าสู่บทสนทนาเชิงปัญญาและกระตุ้นการเรียนรู้ภายในใจได้ลึกซึ้งกว่าเดิม

2.2.2.2 การประเมินคุณภาพของคู่มือในการลดกำแพงทางภาษา และวัฒนธรรมผ่านการแปลและการใช้ภาษาสากล โดยพิจารณาจากผลประเมินความถูกต้องทางภาษาและบริบทโดยผู้เชี่ยวชาญ (Expert Audit) ที่ยืนยันว่าสคริปต์ภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษและจีนสามารถสื่อสารแนวคิดพุทธปรัชญาที่เป็นนามธรรมให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับคุณค่าสากล และรายงานการเข้าถึงผ่านระบบดิจิทัลที่แสดงให้เห็นว่าบุคลากรมีการใช้งานและอ้างอิงเนื้อหาจาก E-book อย่างต่อเนื่องเพื่อควบคุมคุณภาพเนื้อหาการนำชมให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทั่วทั้งจังหวัด

กลไกที่ 2.3 : การจัดตั้ง “ศูนย์บ่มเพาะและพัฒนานักสื่อสารชุมชน”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านบุคลากรและเนื้อหา โดยมีเป้าหมายคือการสร้าง “ทุนมนุษย์” (Local Human Capital) ที่มีคุณภาพในการถ่ายทอดเรื่องราว ซึ่งการส่งเสริมให้มีการจัดตั้งศูนย์บ่มเพาะและพัฒนานักสื่อสารชุมชนนั้นจะเน้นการคัดเลือกและฝึกฝนคนท้องถิ่นและคนรุ่นใหม่ ให้เป็นนักสื่อสารมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมะ โดยแตกต่างจากการฝึกอบรมมัคคุเทศก์ทั่วไปตรงที่เน้นการถ่ายทอดจากประสบการณ์ชีวิตและภูมิปัญญาดั้งเดิม เพื่อสร้างความจริงแท้ (Authenticity) ในการนำชม ซึ่งเป็นการตอบโจทย์ปัญหาการส่งมอบวิถีชีวิตจริงที่ถูกบั่นทอนจากพาณิชย์นิยม กระบวนการบ่มเพาะและพัฒนาจะเน้นการเสริมทักษะใน 3 มิติ ได้แก่ 1) ทักษะเนื้อหาเชิงปรัชญาตามหลักสูตรของกลไกที่ 2.1 2) ทักษะการเล่าเรื่องและการสื่อสารดิจิทัลเพื่อแก้ไขปัญหาการสื่อสารที่ล้าสมัย และ 3) ทักษะการเป็นเจ้าบ้านที่ดีและการจัดการกลุ่ม โดยศูนย์บ่มเพาะและพัฒนานักสื่อสารชุมชน จะทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการประสานงานที่เชื่อมโยงนักสื่อสารชุมชนเข้ากับหน่วยงานการศึกษาและผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างโอกาสทางอาชีพที่ยั่งยืนให้แก่คนในพื้นที่และเป็นหลักประกันว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจะอยู่บนฐานของการมีส่วนร่วมและความภาคภูมิใจของชุมชนนครปฐม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.3

2.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.3.1.1 จำนวนนักสื่อสารชุมชนที่ผ่านการบ่มเพาะและได้รับใบรับรอง โดยวัดผลผลิตโดยตรง (Direct Output) ของศูนย์บ่มเพาะและพัฒนานักสื่อสารชุมชน ซึ่ง

เป็นตัวเลขที่แสดงถึงความสามารถในการผลิตบุคลากรที่มีคุณภาพตามมาตรฐานและทักษะที่กำหนด ซึ่งการบรรลุเป้าหมายนี้คือการสร้างฐานกำลังคนที่มีทักษะอย่างต่อเนื่องจำนวน 30 คน/ปี

2.3.1.2 ร้อยละของนักสื่อสารที่เป็นคนในท้องถิ่น/คนรุ่นใหม่ โดยวัดความยั่งยืนทางสังคม (Social Sustainability) และการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ (Local Empowerment) โดยการมีสัดส่วนคนในท้องถิ่นสูงจะช่วยรับประกันว่าการถ่ายทอดเรื่องราวจะมีความแท้จริงทางวัฒนธรรม (Cultural Authenticity) และสร้างแรงจูงใจในการสืบทอดภูมิปัญญาได้ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 60 ของบุคลากรทั้งหมด

2.3.1.3 อัตราการคงอยู่ของอาชีพ (Retention Rate) โดยวัดความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของอาชีพว่าบุคลากรที่ได้รับการบ่มเพาะและพัฒนา ยังคงประกอบอาชีพนี้หรือไม่ ซึ่งจะเป็นตัวเลขที่บ่งชี้ว่ากลไกนี้สามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่แท้จริงและความมั่นคงในอาชีพได้สำเร็จ มิใช่เพียงการอบรมแบบครั้งคราวของนักสื่อสารชุมชน โดยมีเป้าหมายร้อยละ 75 ภายใน 2 ปี

2.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.3.2.1 ระดับการรับรู้ความแท้จริงและความลึกซึ้งของประสบการณ์นำชมของนักท่องเที่ยว โดยประเมินจากการสะท้อนความรู้สึก ทศนคติ และประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวต่อการนำชม โดยพิจารณาว่าการถ่ายทอดเรื่องราวสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ความสมจริง และนำไปสู่การใคร่ครวญทางจิตวิญญาณหรือการทบทวนตนเองได้หรือไม่ ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก ข้อเสนอแนะเชิงคุณภาพ และบันทึกประสบการณ์ของผู้มาเยือน

2.3.2.2 ระดับความสามารถในการประยุกต์ใช้ทักษะการสื่อสารดิจิทัลของนักสื่อสารชุมชน โดยประเมินจากลักษณะและคุณภาพของการนำทักษะการสื่อสารดิจิทัลไปใช้จริง เช่น รูปแบบการเล่าเรื่อง ความเหมาะสมของสื่อที่เลือกใช้ ความร่วมสมัย และความสามารถในการเชื่อมโยงเนื้อหาทางวัฒนธรรมและธรรมะกับผู้รับสาร โดยพิจารณาจากผลงานเชิงประจักษ์และการสะท้อนผลจากผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

2.3.2.3 ระดับความภาคภูมิใจและความผูกพันต่อท้องถิ่นของผู้เข้าร่วมกระบวนการบ่มเพาะ โดยประเมินผลกระทบเชิงสังคมและจิตวิทยาจากการเปลี่ยนแปลง ทศนคติ ความรู้สึกเป็นเจ้าของ และความมุ่งมั่นในการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้รับการอบรม โดยพิจารณาจากการสะท้อนตนเอง การแสดงออกเชิงพฤติกรรม และการมีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องในกิจกรรมทางวัฒนธรรมของชุมชน

กลไกที่ 2.4 : การพัฒนาพื้นที่ “มูมสงบ” และสื่อดิจิทัลนำชม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดพื้นที่ทางกายภาพและสื่อสนับสนุนที่เอื้อต่อการปฏิบัติธรรมะ โดยมีเป้าหมายคือการสร้าง “ประสบการณ์เชิงทบทวน” (Reflection

Experience) ภายในศาสนสถาน ซึ่งการดำเนินการจะประกอบด้วยสองส่วนที่บูรณาการเข้าด้วยกัน ได้แก่ ส่วนที่ 1 การพัฒนาพื้นที่ทางกายภาพ (Reflection Zones) คือการกำหนดพื้นที่ภายในวัดที่มีความสงบเงียบ ปลอดภัยจากกิจกรรมเชิงพาณิชย์และเสียงรบกวน โดยปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เป็น “มุมสงบ” ที่ออกแบบมาสำหรับการนั่งสมาธิแบบสั้น การย่นพิจารณาธรรม หรือการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) เพื่อตอบโจทยความต้องการทางจิตวิญญาณอย่างแท้จริง และส่วนที่ 2 การบูรณาการสื่อดิจิทัล (Digital Guides) คือการติดตั้ง QR Code หรือป้ายอัจฉริยะ ณ มุมสงบและจุดสำคัญทางธรรมะ โดยโค้ดเหล่านี้จะเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวไปยังเนื้อหาเสียงบรรยายธรรมะสั้น ๆ เช่น Podcast หรือการนำชมเชิงปรัชญาที่พัฒนาขึ้นในโลกที่ 2.2 ที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยตนเอง (Self-Guided Tour) ซึ่งการผสมผสานพื้นที่กายภาพที่สงบเข้ากับเนื้อหาดิจิทัลที่เข้าถึงง่ายนี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเปลี่ยนผ่านจากการ “ชม” ไปสู่การ “ปฏิบัติและเรียนรู้” ได้อย่างราบรื่น ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาเชิงประสบการณ์ที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในพื้นที่ ศาสนสถานต่าง ๆ ภายในจังหวัดนครปฐม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.4

2.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.4.1.1 จำนวนครั้งของการสแกน QR Code/การเข้าถึงสื่อดิจิทัล นำชมเชิงปรัชญา โดยการวัดอัตราการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล (Digital Adoption Rate) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดโดยตรงว่านักท่องเที่ยวมีการใช้สื่อที่เอื้อต่อการเรียนรู้และปฏิบัติธรรมจริงหรือไม่ หากมีการบรรลุเป้าหมายสูงแสดงว่ากลไกนี้ประสบความสำเร็จในการเข้าถึงและตอบสนองความต้องการด้านความรู้เชิงลึกของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายชี้วัดความสำเร็จเฉลี่ยต่อวัดที่มีการติดตั้งสื่อดิจิทัล จำนวน 100 ครั้ง/เดือน

2.4.1.2 จำนวนมุมสงบ (Reflection Zones) ที่ถูกกำหนดและติดตั้งสื่อดิจิทัลนำชม โดยวัดว่ามีการจัดเตรียมพื้นที่ทางกายภาพและเครื่องมือดิจิทัลในพื้นที่เป้าหมายอย่างครบถ้วนตามแผนที่แบ่งเขตการใช้งานหรือไม่ ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการส่งมอบประสบการณ์ใหม่ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 100 ของศาสนสถานพื้นที่เป้าหมาย

2.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.4.2.1 ระดับคุณภาพของประสบการณ์ความสงบและการทบทวนตนเองของนักท่องเที่ยว โดยประเมินจากคำบอกเล่า ความรู้สึกสะท้อนกลับ (Reflective Feedback) และการสังเกตพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังใช้พื้นที่ “มุมสงบ” ว่าพื้นที่และสื่อดิจิทัลสามารถเอื้อให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย การหยุดคิด และการใคร่ครวญทางจิตวิญญาณได้จริงหรือไม่ โดยพิจารณาความลึกซึ้งของประสบการณ์ มากกว่าความพึงพอใจเชิงผิวเผิน

2.4.2.2 ระดับการรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวต่อบทบาทของศาสนสถานในฐานะพื้นที่แห่งการใคร่ครวญ โดยประเมินจากการรับรู้เชิงความหมาย (Meaning Recognition) ของนักท่องเที่ยวว่าเข้าใจว่าศาสนสถานไม่ได้เป็นเพียงสถานที่ท่องเที่ยวหรือสถานที่ประกอบพิธีกรรมเท่านั้น แต่เป็นพื้นที่สำหรับการปฏิบัติธรรมและการทบทวนตนเอง โดยพิจารณาจากการให้เหตุผล การตีความ และการสะท้อนความเข้าใจผ่านการสนทนา แบบสอบถามปลายเปิด หรือบันทึกประสบการณ์

กลไกที่ 2.5 : มาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาคือการขาดมาตรฐานการบริการและเนื้อหา ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากการขาดการควบคุมคุณภาพบุคลากรนำชม โดยกำหนดให้บุคลากรนำชมทุกคนที่ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะต้องผ่านการอบรมและได้รับใบรับรองมัคคุเทศก์ธรรมะ-วัฒนธรรม ถือเป็นมาตรการกำกับดูแลที่จำเป็น โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรับประกันคุณภาพและความถูกต้องของเนื้อหาที่ถ่ายทอดไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งกลไกนี้จะช่วยป้องกันการบิดเบือนข้อมูลไปในทางไสยศาสตร์หรือการเน้นการค้าเกินควร ซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้เชี่ยวชาญได้กล่าวถึงมาแล้ว อย่างไรก็ตาม มาตรการนี้ต้องการการบูรณาการกับการทำงานของคณะกรรมการกำกับดูแลร่วมตามกลไกที่ 1.4 โดยให้ใบรับรองที่ออกโดยศูนย์บ่มเพาะและพัฒนาคนสื่อสารมีสถานะเป็นใบอนุญาตปฏิบัติงานเฉพาะพื้นที่ หากผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือบุคคลใดให้บริการนำชมในเขตศาสนสถานหลักโดยไม่มีใบรับรองดังกล่าว จะถือว่าเป็นการฝ่าฝืนข้อบังคับ ซึ่งจะนำไปสู่มาตรการลงโทษ เช่น การตักเตือน การปรับ หรือการสั่งห้ามเข้าพื้นที่

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.5

2.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.5.1.1 ร้อยละของการให้บริการนำชมในแหล่งท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยบุคลากรที่ผ่านการรับรอง โดยเป็นการวัดประสิทธิภาพในการบังคับใช้มาตรฐาน ซึ่งเป็นตัวชี้วัดโดยตรงของความสำเร็จในนโยบายนี้ หากมีการบรรลุเป้าหมายที่สูงแสดงว่ามาตรการกำกับดูแลถูกยอมรับและนำไปปฏิบัติอย่างแพร่หลายและสามารถควบคุมคุณภาพการบริการได้อย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 80 ภายในระยะเวลา 2 ปี

2.5.1.2 จำนวนครั้งของการตรวจจับการให้บริการนำชมโดยไม่ได้รับใบรับรอง โดยเป็นการวัดความเข้มแข็งในการเฝ้าระวังและการป้องปราม ซึ่งการลดลงของจำนวนครั้งที่ตรวจจับได้แสดงถึงการยอมรับและปรับตัวของผู้ประกอบการต่อมาตรการกำกับดูแลใหม่ โดยมีเป้าหมายของการลดลงร้อยละ 50 ต่อปี

2.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.5.2.1 ระดับความสอดคล้องและความถูกต้องของการถ่ายทอดเนื้อหาเชิงปรัชญาในการนำชมภาคสนาม โดยประเมินจากการสังเกตและพิจารณาเชิงผู้เชี่ยวชาญของคณะกรรมการกำกับดูแล โดยพิจารณาว่าบุคลากรนำชมสามารถถ่ายทอดเนื้อหาได้อย่างถูกต้อง สอดคล้องกับกรอบสคริปต์เชิงปรัชญา และเจตนารมณ์ของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะหรือไม่ ทั้งในมิติของสาระ ความหมาย และจริยธรรมของการสื่อสาร โดยให้ความสำคัญกับการหลีกเลี่ยงการบิดเบือนข้อมูล การเน้นเชิงไสยศาสตร์ หรือการนำเสนอที่มุ่งผลประโยชน์ทางพาณิชย์มากกว่าคุณค่าทางจิตวิญญาณ ตัวชี้วัดนี้สะท้อนถึงความน่าเชื่อถือและความเป็นมืออาชีพของระบบการนำชมในภาพรวม และเป็นกลไกหลักในการคุ้มครองคุณภาพเนื้อหาของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะอย่างยั่งยืน

กลไกที่ 2.6 : การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อสร้างพื้นที่สำหรับการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง (Continuous Learning Platform) และการพัฒนาทักษะของนักสื่อสารชุมชนให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงและความต้องการของตลาด โดยอาศัยหลักการการเรียนรู้ระหว่างเพื่อนร่วมงาน (Peer-to-Peer Learning) ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัดนครปฐม เนื่องจากมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านระบุว่าปัญหาแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมขาดความลึกซึ้งและขาดการอัปเดตข้อมูล ดังนั้นเครือข่ายนี้จะทำหน้าที่เป็นกลไกการถ่ายทอดความรู้ระหว่างนักสื่อสารชุมชนที่ได้รับการรับรอง นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญจากภายนอก โดยมุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนเทคนิคการนำชมเชิงปรัชญา การประเมินผลตอบรับจากนักท่องเที่ยว (Feedback) และการพัฒนาเนื้อหาใหม่ ๆ ที่เชื่อมโยงกับมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมะที่กำลังจะสูญหาย การดำเนินการนี้จะช่วยให้บุคลากรสามารถปรับปรุงคุณภาพการบริการได้อย่างทันทั่วทั้งที่ รักษาความสดใหม่ของเนื้อหาและเสริมสร้างความรู้สึกรักของการเป็นเจ้าของและความภาคภูมิใจร่วมกันในการสืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมะของจังหวัดนครปฐมได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 2.6

2.6.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

2.6.1.1 จำนวนครั้งของการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้/เวทีเสวนา และจำนวนผู้เข้าร่วม โดยเป็นการวัดความต่อเนื่องและความเข้มแข็งของเครือข่าย ทั้งนี้การบรรลุเป้าหมายแสดงถึงความสนใจและการมีส่วนร่วมที่สูงของบุคลากรต่อการพัฒนาตนเอง ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่อความยั่งยืนของโครงการ โดยเป้าหมายของการจัดกิจกรรมคือ 4 ครั้ง/ปี และมีผู้เข้าร่วมเฉลี่ยร้อยละ 80

2.6.1.2 ดัชนีความร่วมมือในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วม โดยการวัดการประยุกต์ใช้ความรู้สู่ผลลัพธ์เชิงเศรษฐกิจ โดยการวัดจำนวนโครงการหรือผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว

ใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นจากการทำงานร่วมกันของสมาชิกเครือข่าย ซึ่งอาจรวมถึงการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวแบบใหม่ หรือการพัฒนารูปแบบการนำชมที่ไม่เหมือนใคร โดยมีเป้าหมายของโครงการความร่วมมือจำนวน 5 โครงการ/ปี

2.6.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.6.2.1 ระดับความสดใหม่และสร้างสรรค์ของเนื้อหาการนำชมประเมินจากการสังเกตและการวิเคราะห์เชิงคุณภาพโดยผู้ทรงคุณวุฒิหรือคณะกรรมการวิชาการว่าเนื้อหาการนำชมมีการพัฒนา เปลี่ยนแปลง หรือแตกยอดจากองค์ความรู้เดิมอันเป็นผลมาจากการกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในเครือข่ายหรือไม่ โดยพิจารณาจากการปรากฏของประเด็นใหม่ มุมมองใหม่ หรือการเชื่อมโยงความหมายเชิงลึกที่แตกต่างจากแนวปฏิบัติเดิม

ตัวอย่างโครงการบูรณาการข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2

โครงการ “นวัตน์สื่อสารธรรมะ : พัฒนาผู้นำชมและพื้นที่สร้างสรรค์ประสบการณ์จิตวิญญาณแห่งเมืองสามธรรม”

1. หลักการและเหตุผล

จากการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงพุทธในจังหวัดนครปฐม พบปัญหาที่สำคัญคือ “ภาวะสูญญากาศทางจิตวิญญาณ” ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ระบุว่าไม่สามารถสัมผัสถึงคุณค่าหรือแก่นธรรมะเมื่อเยือนศาสนสถานได้ ปัญหานี้สืบเนื่องมาจากการนำชมในปัจจุบันมักเน้นรูปแบบ “Object-Centric” หรือการบรรยายที่ติดอยู่กับความยิ่งใหญ่ทางกายภาพและพิธีกรรมเชิงพาณิชย์มากเกินไป จนละเลยการสื่อความหมายเชิงคุณค่า (Meaning-Centric) ที่จะนำไปสู่การทบทวนตนเอง (Self-Reflection) ได้ โครงการนี้จึงถูกออกแบบมาเพื่อปฏิรูปกระบวนการสื่อความหมายมรดกทางวัฒนธรรมใหม่ โดยบูรณาการกลไกการสร้างหลักสูตรมาตรฐาน การผลิตคู่มือเชิงจิตวิญญาณ และการสร้างพื้นที่ทางกายภาพที่เอื้อต่อความสงบ เพื่อเปลี่ยนบทบาทผู้นำชมให้เป็น “ผู้สื่อความหมาย หรือ Interpreter” ที่ทำหน้าที่เชื่อมโยงประวัติศาสตร์เข้ากับแก่นธรรมะอย่างเป็นสากล เพื่อยกระดับจิตใจนักท่องเที่ยวและสร้างความยั่งยืนให้กับวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวนครปฐมอย่างแท้จริง

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 หน่วยงานรับผิดชอบหลัก

- 2.1.1 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม
- 2.1.2 คณะสงฆ์จังหวัดนครปฐม
- 2.1.3 สถาบันอุดมศึกษา

2.2 หน่วยงานร่วมปฏิบัติการ

- 2.2.1 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม
- 2.2.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว

3. ลักษณะของโครงการหรือกิจกรรม และขั้นตอนการทำงาน

1. พัฒนาด้านแบบเนื้อหาโดยการจัดตั้งคณะกรรมการวิชาการร่วมกันเพื่อจัดทำสคริปต์หลักเชิงปรัชญาและผลิตคู่มือ นำชมรูปแบบ E-book อย่างน้อย 2 ภาษา เพื่อเป็นมาตรฐานเดียวกันในการนำชม

2. ดำเนินการอบรมตามหลักสูตร 3 โมดูล ได้แก่ ธรรมะสากล ประวัติศาสตร์นครปฐม และจิตวิทยาการนำชมเชิงทบทวน เพื่อสร้างกำลังคนท้องถิ่นที่มีคุณภาพ ตัวอย่างเช่น

โมดูลที่ 1: ธรรมะเชิงสากลและการตีความคุณค่า โดยมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนหลักธรรมทางพุทธศาสนาที่เป็นนามธรรมให้เป็นภาษาที่เข้าใจง่ายและสอดคล้องกับคุณค่าสากลสำหรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

1.1 การสรุปแก่นธรรม เช่น ไตรลักษณ์ อริยมรรค ให้เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตปัจจุบันและปัญหาร่วมสมัย

1.2 เทคนิคการเปลี่ยนการเล่าเรื่องจากการเน้นวัตถุ (Object-Centric) ไปสู่การสร้าง ความหมายเชิงปรัชญา

1.3 พื้นฐานจิตวิทยาเพื่อการสร้างความสงบและการนำปฏิบัติสมาธิแบบสั้นสำหรับนักท่องเที่ยว

โมดูลที่ 2: ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และอัตลักษณ์เมืองสามธรรม โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความรอบรู้ในข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์และตำนานท้องถิ่นจังหวัดนครปฐมอย่างถูกต้องและมีสีสัน ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

2.1 เจาะลึกประวัติศาสตร์สมัยทวารวดี ตำนานพระปฐมเจดีย์ และความเชื่อมโยงของศาสนสถานสำคัญในจังหวัด

2.2 การตีความความสัมพันธ์ระหว่าง “ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม” ผ่านโบราณคดีและวิถีชีวิตชุมชน เช่น ไทยทรงดำ มอญ

2.3 การรวบรวมตำนานท้องถิ่น เช่น ตำนานยายหอม ตำนานพญากงพญาพาน มาสร้างเป็นเรื่องราวที่กระตุ้นความสนใจ

โมดูลที่ 3: ทักษะการนำชมเชิงทบทวนและการสื่อสารดิจิทัล โดยมีเป้าหมายเพื่อฝึกฝนทักษะการสื่อสารที่เน้นการมีส่วนร่วมและใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ ประกอบด้วยหัวข้อ ดังนี้

3.1 ศิลปะการใช้คำถามเพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) ระหว่างการเดินชม

3.2 การฝึกฝนการเล่าเรื่องผ่านน้ำเสียง ท่าทาง และการจัดการอารมณ์ของกลุ่มให้เข้าสู่สภาวะสงบ

3.3 การผลิตสื่อดิจิทัลเบื้องต้น เช่น Podcast สั้น การสร้าง Content บน Social Media เพื่อขยายผลการนำชมสู่โลกออนไลน์

3. พัฒนา “มุมสงบ” (Reflection Zones) ในศาสนสถานเป้าหมาย พร้อมติดตั้งสื่อ QR Code Podcast การนำชมเชิงปรัชญา

4. เริ่มมาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชมโดยบุคลากรที่ได้รับใบรับรอง พร้อมจัดเวทีเสวนาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเครือข่ายนักสื่อสารทุกไตรมาส

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. จังหวัดนครปฐมมีบุคลากรนำชมที่มีทักษะการเล่าเรื่องเชิงปรัชญาที่ถูกต้องตามหลักการ Narrative Tourism หรือการจัดการท่องเที่ยวเชิงเรื่องเล่า

2. เกิดพื้นที่นำร่องมุมสงบที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงประสบการณ์จิตวิญญาณได้ด้วยตนเองผ่านสื่อดิจิทัล

3. คนท้องถิ่นและคนรุ่นใหม่มีอาชีพที่มั่นคงและภาคภูมิใจในการเป็นผู้ถือครองและถ่ายทอดมรดกทางวัฒนธรรม

4. การท่องเที่ยวเชิงธรรมะของจังหวัดได้รับการยกระดับมาตรฐาน ลดการบิดเบือนข้อมูลเชิงไสยศาสตร์และพาณิชย์นิยม

5. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม (KPIs)

1. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.1 จำนวนบุคลากรและนักสื่อสารชุมชนที่ผ่านการประเมินและได้รับใบรับรองไม่น้อยกว่า 50 คนต่อปี

1.2 มีการติดตั้งสื่อดิจิทัลและกำหนดมุมสงบครบถ้วนร้อยละ 100 ในพื้นที่ศาสนสถานเป้าหมาย

1.3 จำนวนครั้งการเข้าถึงสื่อดิจิทัล เช่น Podcast หรือ QR Code ที่เกี่ยวกับคอนเทนต์ด้านธรรมะ เฉลี่ยไม่น้อยกว่า 50 ครั้งต่อเดือนต่อแห่ง

2. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.1 การวัดระดับการเปลี่ยนแปลงภายใน โดยการประเมินจากการสะท้อนความรู้สึก (Self-Reflection) ของนักท่องเที่ยวที่ระบุถึงความผ่อนคลายและการได้ทบทวนเป้าหมายชีวิตหลังจากการนำชมเชิงปรัชญา

2.2 การวัดความมีชีวิตของเรื่องราว โดยการประเมินจากความสามารถของมัคคุเทศก์ในการถ่ายทอดเรื่องราวที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตจริงและสร้างความซาบซึ้งใจให้กับผู้ฟัง แทนการบรรยายตามตำราเพียงอย่างเดียว

2.3 การประเมินจิตสำนึกรักษ์ถิ่นจากการแสดงออกถึงความภาคภูมิใจของผู้เข้ารับ การอบรมที่มีต่อมรดกทางวัฒนธรรมของตนเอง และความมุ่งมั่นในการสืบทอดองค์ความรู้ให้คงความ แท้จริงอย่างสมครใจ

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 : การปฏิรูปการสื่อสารข้อมูลเมืองสามธรรมด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลเชิง ปฏิสัมพันธ์ (Transport & Digital Connectivity : Reforming Information Communication with Interactive Digital Platforms)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการขาดการบูรณาการและการ สื่อสารข้อมูลในยุคดิจิทัล ซึ่งได้รับการยืนยันจากผลการสำรวจว่านักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างมากต่อ ปัญหา ข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสารหรือดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัย และปัญหาขาดระบบนำ เทียวหรือแอปพลิเคชันที่ช่วยวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัด โดยหลักการสำคัญของนโยบาย นี้คือการเปลี่ยนจากการใช้สื่อเอกสารไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Platform) โดยมีเป้าหมายเพื่อ เชื่อมโยงข้อมูลสามธรรม ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ที่กระจัด กระจายเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ทำให้จังหวัดนครปฐมสามารถส่งมอบประสบการณ์การวาง แผนการเดินทางที่ราบรื่น ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเปลี่ยนสถานะจากเมืองทางผ่านไปสู่การเป็น จุดหมายปลายทางของการพักผ่อนที่ทันสมัย ซึ่งการลงทุนในแพลตฟอร์มเดียวนี้นี้จะช่วยแก้ไขปัญหา ข้อมูลที่ไม่ตรงกันและยกระดับภาพลักษณ์ของจังหวัดให้ทันสมัย สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคน รุ่นใหม่ได้ตามที่ผู้เชี่ยวชาญต้องการและสอดคล้องกับการเป็น Smart City ตามนโยบายพัฒนาจังหวัด นครปฐมอีกประการหนึ่งด้วย

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3

1. เพื่อสร้างศูนย์กลางข้อมูลดิจิทัลที่บูรณาการโดยการรวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และเส้นทางคมนาคมของมิติเมืองสามธรรมไว้ในแพลตฟอร์มเดียว เพื่อแก้ไขปัญหา ข้อมูลกระจัดกระจายและไม่ทันสมัย
2. เพื่อยกระดับประสบการณ์การวางแผน โดยให้นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบ เส้นทางท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมะ-ธรรมชาติ- วัฒนธรรมได้เองอย่างง่ายดายและมีประสิทธิภาพทั้งแบบไปเข้าเย็นกลับและแบบค้างคืน
3. เพื่อส่งเสริมการนำเสนอเนื้อหาเชิงปฏิสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น AR หรือVR เข้ามาช่วยในการถ่ายทอดเนื้อหาทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์ ทำให้ ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มคนรุ่นใหม่ ๆ ได้

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 จำนวน 6 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 3.1 : การพัฒนาแพลตฟอร์ม “Nakhon Pathom Trip Planner”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านการสื่อสารและการจัดการข้อมูล คือ การขาดเครื่องมือดิจิทัลที่บูรณาการข้อมูลสาธารณะ ซึ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่มารับรู้ปัญหาว่าข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัยและขาดระบบนำเที่ยวหรือแอปพลิเคชันช่วยวางแผนเส้นทาง โดยหลักปฏิบัติการของแพลตฟอร์มนี้คือการสร้างศูนย์กลางข้อมูลอัจฉริยะ หรือ Smart Data Hub โดยการรวบรวมฐานข้อมูลกลางของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และบริการที่ได้รับการรับรองคุณภาพจากทุกมิติของเมืองสามธรรม ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมเข้าไว้ในแอปพลิเคชันมือถือเพียงแห่งเดียว โดยแพลตฟอร์มดังกล่าวจะต้องมีฟังก์ชันแผนที่เชิงบูรณาการที่ไม่เพียงแต่นำทาง แต่ยังแสดงเส้นทางท่องเที่ยวตามธีม (Thematic Routes) ที่ผู้ใช้สามารถออกแบบและปรับแต่งเองได้ (Self-Adjustable Trip Planner) ซึ่งถือเป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาแก้ไขปัญหาการขาดการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่ผู้เชี่ยวชาญได้กล่าวถึง ซึ่งการดำเนินการนี้จะช่วยยกระดับประสิทธิภาพการวางแผนการเดินทางให้ราบรื่นและเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเปลี่ยนสถานะของจังหวัดนครปฐมจากเมืองทางผ่านให้เป็นจุดหมายปลายทางของการพักค้างคืน โดยการส่งเสริมให้มีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่ครอบคลุมหลายวัน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.1

3.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.1.1.1 จำนวนผู้ใช้งานหรือดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่อเดือน โดยเป็นการวัดการเข้าถึงและการยอมรับในตลาด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างช่องทางดิจิทัล ซึ่งการบรรลุเป้าหมายที่สูงแสดงว่าแพลตฟอร์มนี้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีการกำหนดเป้าหมายการใช้งาน จำนวน 200 ครั้ง/เดือน

3.1.1.2 จำนวน/ร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวที่ถูกบรรจุข้อมูลครบถ้วนในฐานข้อมูลกลาง โดยเป็นการวัดความสมบูรณ์ของข้อมูลซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแก้ไขปัญหาข้อมูลกระจัดกระจายและไม่ทันสมัย ซึ่งการบรรลุเป้าหมายนี้จะสามารถยืนยันความสำเร็จในการสร้างฐานข้อมูลกลางที่ได้มาตรฐาน โดยมีการกำหนดเป้าหมายความสำเร็จร้อยละ 95 ของแหล่งท่องเที่ยวหลัก

3.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.1.2.1 การวัดระดับความไว้วางใจในเสถียรภาพและความถูกต้องของข้อมูลดิจิทัลจากนักท่องเที่ยวต่อความสอดคล้องระหว่างข้อมูลบนแพลตฟอร์มกับประสบการณ์ในพื้นที่จริงเพื่อแก้ไขปัญหาข้อมูลไม่ตรงกัน โดยพิจารณาผ่านบันทึกอัตราการใช้งานซ้ำที่แสดงถึงการ

กลับมาใช้แพลตฟอร์มเพื่อวางแผนในจุดหมายถัดไป การสะท้อนความเชื่อมั่นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่ชื่นชมความแม่นยำของข้อมูล และสถิติการร้องเรียนข้อมูลผิดพลาดที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง

3.1.2.2 การวัดระดับการรับรู้จาก “เมืองทางผ่าน” สู่ “เมืองแห่งจุดหมายปลายทางเชิงประสบการณ์” โดยเป็นการประเมินความตั้งใจในการใช้เวลาสัมผัสคุณค่าเมืองสามธรรมแบบพักค้างคืนเพื่อแก้ปัญหาการท่องเที่ยวระยะสั้นที่ทำให้เข้าไม่ถึงคุณค่าเชิงจิตวิญญาณ โดยพิจารณาผ่านแผนการเดินทางส่วนบุคคลในระบบที่มีการบรรยายการที่พักหรือกิจกรรมภาคค่ำ บันทึกการจูงล่องหน้าผ่านระบบเชื่อมโยงของแพลตฟอร์ม และรีวิวประสบการณ์พักค้างคืนที่เน้นย้ำถึงความซาบซึ้งในอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งหลักฐานเหล่านี้สะท้อนถึงขีดความสามารถของเส้นทางท่องเที่ยวที่ออกแบบไว้ในการเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

3.1.2.3 การวัดระดับภาพลักษณ์และการเข้าถึงคุณค่าทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ผ่านการประเมินภาพลักษณ์ความทันสมัยและความน่าสนใจของจังหวัดนครปฐมในมุมมองของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ โดยพิจารณาผ่านระดับการปฏิสัมพันธ์กับฟังก์ชันที่ล้ำสมัย เช่น AR หรือ Digital Ambassador เนื้อหาที่สร้างโดยนักท่องเที่ยวที่นำเสนอภาพลักษณ์ความทันสมัยของแหล่งท่องเที่ยว และการได้รับการยอมรับเชิงนวัตกรรมจากกลุ่มนักสร้างสรรค์ดิจิทัลภายนอก ซึ่งเป็นเครื่องยืนยันว่าการลงทุนในแพลตฟอร์มสามารถยกระดับภาพลักษณ์จังหวัดให้สอดคล้องกับยุคสมัยได้สำเร็จ

กลไกที่ 3.2 : การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง “นครปฐม : เมืองสามธรรม”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านการสื่อสารและการจัดการข้อมูล คือความกระจัดกระจายและความไม่น่าเชื่อถือของข้อมูล ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ปัญหาว่า ข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัยและได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกันจากแหล่งต่าง ๆ โดยมีหลักการทำงานของกลไกนี้คือการสร้างโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลอัจฉริยะ โดยจัดตั้งคลังข้อมูลเพียงแห่งเดียวที่เป็นมาตรฐานสำหรับการรวบรวม ตรวจสอบ และอัปเดตข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร และเส้นทางคมนาคมทั้งหมดในจังหวัดนครปฐม โดยข้อมูลจะต้องถูกจัดหมวดหมู่ตามมิติของเมืองสามธรรม ได้แก่ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างชัดเจนและมีพิภพภูมิศาสตร์ที่แม่นยำ ซึ่งการมีฐานข้อมูลกลางที่ผ่านการรับรองจากทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น วัด ชุมชน มหาวิทยาลัยและหน่วยงานทางการท่องเที่ยวจะช่วยแก้ไขปัญหาความน่าเชื่อถือของข้อมูลและสามารถส่งต่อข้อมูลที่ถูกต้อ่งนี้ไปยังแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Nakhon Pathom Trip Planner, Google Maps, หรือเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างอัตโนมัติ ซึ่งเป็นการสร้าง มาตรการควบคุมคุณภาพข้อมูล (Data Quality Control) และเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดในการพัฒนาเครื่องมือดิจิทัลเพื่อการวางแผนการเดินทางที่ราบรื่นและมีความถูกต้องแม่นยำตามหลักวิชาการ

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.2

3.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.2.1.1 จำนวนหรือร้อยละของแหล่งท่องเที่ยวหลักที่ถูกบรรจุข้อมูลครบถ้วนในฐานข้อมูลกลาง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างระบบฐานข้อมูล การบรรลุเป้าหมายสูงแสดงถึงการบูรณาการข้อมูลจากทุกมิติของเมืองสามธรรมได้อย่างครอบคลุม โดยมีเป้าหมายร้อยละ 95 ของแหล่งท่องเที่ยวหลัก

3.2.1.2 ความถี่ในการอัปเดตข้อมูลบนฐานข้อมูลกลาง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการแก้ไขปัญหาข้อมูลล้าสมัย โดยการวัดความถี่ในการอัปเดตข้อมูลที่สูงและสม่ำเสมอ จะเป็นการยืนยันว่ามีการจัดการฐานข้อมูลอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยกำหนดเป้าหมายของความถี่ในการอัปเดตข้อมูลทุก ๆ 7 วัน

3.2.1.3 จำนวนการเชื่อมต่อข้อมูลกับแพลตฟอร์มภายนอกโดยวัดจำนวนแพลตฟอร์มภายนอก เช่น Trip Planner หรือ Google Maps ที่เชื่อมต่อและดึงข้อมูลจากฐานข้อมูลกลางนี้ไปใช้งาน ซึ่งแสดงถึงประโยชน์ของการสร้างฐานข้อมูลร่วมกัน โดยมีเป้าหมายการเชื่อมต่อ จำนวน 3 แพลตฟอร์มหลัก

3.2.1.4 ค่าเฉลี่ยคะแนนความพึงพอใจของผู้ใช้ข้อมูล โดยสำรวจความพึงพอใจของหน่วยงานต่าง ๆ เช่น โรงแรม ชุมชน สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด หอการค้าจังหวัดที่ใช้ข้อมูลจากฐานข้อมูลกลางในการดำเนินงาน เป็นต้น ซึ่งบ่งชี้ถึงการยอมรับในเครื่องมือและกระบวนการทำงานร่วมกัน โดยมีการกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

3.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.2.2.1 ระดับความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรงของข้อมูลดิจิทัลเพื่อการตัดสินใจเพื่อขจัดปัญหาความคลาดเคลื่อนของข้อมูล โดยพิจารณาผ่านการสะท้อนความเชื่อมั่นของผู้ใช้ (Feedback) ที่ชื่นชมความแม่นยำของพิกัดและเนื้อหา การลดลงของข้อร้องเรียนด้านข้อมูลผิดพลาดและ บันทึกการเข้าใช้งานซ้ำเพื่อวางแผนการเดินทาง ซึ่งสะท้อนถึงเสถียรภาพและความน่าเชื่อถือของระบบสารสนเทศดิจิทัล

3.2.2.2 ระดับความราบรื่นในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวและประสบการณ์เมืองสามธรรม ผ่านแผนการเดินทางที่นักท่องเที่ยวออกแบบเองที่มีความหลากหลายและเชื่อมโยงหลายจุดหมาย รายงานการใช้งานฟังก์ชันนำทางที่แสดงถึงความสะดวกในการเข้าถึงพิกัดภูมิศาสตร์ และรีวิวการเดินทางที่ระบุถึงความต่อเนื่องของเส้นทางซึ่งยืนยันความสำเร็จของการจัดหมวดหมู่ข้อมูลเชิงบูรณาการ

3.2.2.3 การยอมรับและการบูรณาการใช้ฐานข้อมูลกลางระหว่างภาคีเครือข่ายภาคส่วนต่าง ๆ เพื่อสร้างมาตรฐานธรรมาภิบาลข้อมูลร่วมกัน โดยพิจารณาผ่านการนำข้อมูลไปอ้างอิงในแผนดำเนินงานของหน่วยงานภาคี เช่น โรงแรมหรือสมาคมท่องเที่ยวที่ใช้ชุดข้อมูลเดียวกันจากฐานข้อมูลกลาง

กลไกที่ 3.3 : การพัฒนาฟังก์ชันการนำชมเชิงปฏิสัมพันธ์

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาความสามารถในการส่งมอบประสบการณ์เชิงลึก และการขาดนวัตกรรมการสื่อสาร ซึ่งทำให้ข้อมูลท่องเที่ยวล้าสมัยและไม่สามารถดึงดูดคนรุ่นใหม่ได้ โดยหลักการทำงานคือการบูรณาการเนื้อหาเชิงปรัชญาและวัฒนธรรมที่พัฒนาขึ้นในกลไกที่ 2.2 (สคริปต์นำชม) เข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์ (Interactive Digital Technology) โดยมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนการรับรู้ของนักท่องเที่ยวจากการรับข้อมูลแบบทางเดียวไปสู่การมีส่วนร่วมและค้นพบ โดยที่ฟังก์ชันสำคัญที่สามารถนำมาใช้ในบริบทของจังหวัดนครปฐม ได้แก่ Audio Guides พอดคาสต์นำชมตามธีมเมืองสามธรรม Augmented Reality (AR) เช่น การจำลองสภาพองค์พระปฐมเจดีย์ในอดีต หรือวิถีชีวิตชาวสวนในพื้นที่เกษตรกรรม และ Gamification เช่น ระบบสะสมคะแนนหรือรางวัลที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวค้นพบเรื่องราวเชิงลึกด้วยตนเอง การดำเนินการนี้จะช่วยยกระดับประสบการณ์เชิงลึก ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในการเปลี่ยนสถานะของนครปฐมจากเมืองทางผ่านให้เป็นจุดหมายปลายทางที่น่าจดจำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนรุ่นใหม่และผู้เชี่ยวชาญต้องการดึงดูด

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.3

3.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.3.1.1 จำนวนครั้งของการเข้าถึงหรือการใช้งานฟังก์ชัน Interactive Storytelling ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างความดึงดูดใจด้วยเทคโนโลยี หากตัวเลขนี้สูง แสดงว่านักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะมีส่วนร่วมเกี่ยวกับเนื้อหาเชิงลึกมากขึ้น เช่น AR หรือ Audio Guide โดยมีเป้าหมายการใช้งานหรือการเข้าถึงจำนวนไม่น้อยกว่า 200 ครั้ง/เดือน

3.3.1.2 ร้อยละของผู้ใช้ที่ใช้ฟังก์ชัน Interactive Storytelling ครบถ้วนตลอดเส้นทาง โดยเป็นการวัดว่าเนื้อหาที่มีความน่าสนใจมากพอที่จะรั้งให้นักท่องเที่ยวอยู่กับเรื่องราวตั้งแต่ต้นจนจบหรือไม่ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความสำเร็จในการนำชมเชิงปรัชญา โดยมีเป้าหมายร้อยละ 40 ของผู้ใช้ฟังก์ชัน Interactive Storytelling

3.3.1.3 จำนวนเนื้อหาเชิงปฏิสัมพันธ์ที่ได้รับการพัฒนาและบรรจุในแพลตฟอร์ม โดยนับจำนวนเนื้อหาเชิงปฏิสัมพันธ์ที่ได้รับการพัฒนา ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้มีข้อมูลรองรับการใช้งานในทุกแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยมีเป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า 20 เนื้อหา

3.3.1.4 ค่าคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความน่าสนใจและรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา โดยเป็นการประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการนำเสนอ เช่น AR หรือ Gamification มีความน่าสนใจและช่วยให้เข้าใจเรื่องราวทางธรรมะหรือวัฒนธรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ โดยมีการกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

3.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.3.2.1 ระดับการซึมซับคุณค่าเชิงลึกผ่านสภาวะจดจ่อในการใช้เทคโนโลยีปฏิสัมพันธ์ โดยประเมินจากความสามารถของนวัตกรรม เช่น AR หรือ Gamification ในการเปลี่ยนนักท่องเที่ยวจากผู้รับข้อมูลสู่ผู้ค้นพบคุณค่าด้วยตนเองจนเกิดสภาวะจดจ่อ โดยพิจารณาจากภาพถ่ายพฤติกรรมการใช้งานจริงที่แสดงปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่องในพื้นที่ บันทึกสะท้อนความคิดในระบบดิจิทัล ที่ระบุถึงความเข้าใจในแก่นธรรมะ และการแชร์เรื่องราวเชิงลึกโดยผู้ใช้บนโซเชียลมีเดีย ซึ่งเป็นร่องรอยยืนยันการเข้าถึงความหมายตามที่นโยบายกำหนด

3.3.2.2 ระดับการยอมรับในภาพลักษณ์จุดหมายปลายทางสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ โดยการประเมินความสำเร็จในการเปลี่ยนภาพจำจังหวัดจากความล้าสมัยสู่ความร่วมมือด้วยเทคโนโลยีเพื่อก้าวข้ามการเป็นเพียงเมืองทางผ่าน โดยพิจารณาจากบทวิจารณ์เชิงคุณภาพที่เน้นย้ำถึงความทันสมัยของแหล่งท่องเที่ยว การได้รับความสนใจจากกลุ่มนักสร้างสรรค์ดิจิทัล (Creative Influencers) ที่เข้ามาผลิตเนื้อหาต่อยอดจากแพลตฟอร์ม และรางวัลหรือการยกย่องด้านนวัตกรรมจากองค์กรภายนอกซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความน่าจดจำของแบรนด์การท่องเที่ยวเมืองสามธรรม

กลไกที่ 3.4 : การเชื่อมโยงระบบขนส่งและบริการจองล่วงหน้า

กลไกนี้เป็นมาตรการที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาด้านการจัดการ คือ การขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้าน ซึ่งเป็นอุปสรรคทางกายภาพที่ทำให้จังหวัดนครปฐมยังคงสถานะเป็นเมืองทางผ่าน โดยหลักการทำงานของกลไกนี้ คือการสร้างโครงข่ายการเชื่อมโยงการเดินทางที่มุ่งเน้นการให้บริการ “Last-Mile Connectivity” หรือการเชื่อมโยงการเดินทางจากจุดขนส่งหลัก (Hub) ไปยังจุดหมายปลายทางสุดท้าย โดยเฉพาะกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวตามริมเมืองสามธรรมที่กระจัดกระจาย เช่น การเชื่อมโยงวัดสำคัญในเมืองอย่างวัดพระปฐมเจดีย์หรือวัดพระประโทนเจดีย์เข้ากับสวนเกษตรอินทรีย์ในบางเลน หรือตลาดวัฒนธรรมในนครชัยศรี หรือนักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางจากสถานีรถไฟนครปฐมไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น เช่น ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง อ.ดอนตูม ได้ ดังนั้นกลไกนี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะขนาดเล็ก เช่น รถตู้สาธารณะ รถโดยสารประจำทางหรือรถสองแถวที่กำหนดเส้นทางใหม่และการบูรณาการข้อมูลตารางเวลาเดินทางเข้ากับแพลตฟอร์ม Nakhon Pathom Trip Planner อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งหัวใจ

ของกลไกนี้คือการผนวกรวมฟังก์ชันการจองล่วงหน้าสำหรับทั้งบริการขนส่ง ที่พักโฮมสเตย์ที่ได้รับการรับรองและกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมเข้าไว้ในแพลตฟอร์มเดียว เพื่อลดความยุ่งยากในการวางแผนและจองบริการที่กระจัดกระจาย ทำให้การเดินทางสะดวก รวดเร็ว และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจที่จะวางแผนการเดินทางที่ครอบคลุมหลายจุด (Multi-Point Program) และนำไปสู่การเพิ่มอัตราการพักค้างคืน นอกจากนี้การเชื่อมต่อบริการขนส่งสาธารณะที่ดีจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยที่อยู่ลึกเข้าไปจากถนนใหญ่ทำให้รายได้กระจายตัวอย่างทั่วถึง ซึ่งเป็นการแก้ไขปัญหาเชิงกลยุทธ์ของจังหวัดนครปฐมได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.4

3.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.4.1.1 จำนวนผู้โดยสารที่ใช้บริการขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงในแต่ละเดือน ซึ่งเป็นตัวชี้วัดโดยตรงว่าระบบสามารถทดแทนการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวได้มากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายชี้วัดความสำเร็จจากผู้ให้บริการจำนวน 1,000 คน/เดือน

3.4.1.2 อัตราการจองบริการขนส่งและกิจกรรมผ่านแพลตฟอร์ม โดยติดตามว่าผู้ใช้ที่วางแผนเส้นทางผ่านแพลตฟอร์ม มีการจองตั๋วขนส่ง ที่พัก หรือกิจกรรมผ่านระบบที่เชื่อมโยงไว้จริงหรือไม่ ซึ่งบ่งชี้ถึงความสำเร็จของการบูรณาการ โดยมีเป้าหมายชี้วัดความสำเร็จร้อยละ 30 ของผู้ใช้แพลตฟอร์มทั้งหมด

3.4.1.3 จำนวนแหล่งท่องเที่ยว/ผู้ประกอบการท้องถิ่นที่เข้าร่วมระบบจองล่วงหน้า โดยนับจำนวนหน่วยงานหรือผู้ประกอบการ เช่น โฮมสเตย์ สวนเกษตร บริษัทขนส่ง ที่เชื่อมต่อบริการเข้ากับแพลตฟอร์มกลาง ซึ่งแสดงถึงความครอบคลุมของบริการ โดยมีเป้าหมายชี้วัดความสำเร็จร้อยละ 90 ของแหล่งท่องเที่ยวหลัก

3.4.1.4 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความรวดเร็วของการเชื่อมต่อบริการขนส่งและการจอง โดยสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อความสะดวก รวดเร็ว และความน่าเชื่อถือของการเดินทางและการจอง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่บ่งบอกถึงประสิทธิภาพในการแก้ไขปัญหาการขาดการเชื่อมโยงระบบ โดยกำหนดเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

3.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.4.2.1 ระดับความราบรื่นในการเข้าถึงมรดกวัฒนธรรมและชุมชน โดยการประเมินจากความสะดวกทางกายภาพและความมั่นใจในการเดินทางเชื่อมโยงจากจุดขนส่งหลักไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่กระจัดกระจาย ผ่านบันทึกแผนการเดินทางที่ถูกสร้างจริงในระบบที่มีการเชื่อมต่อหลายจุดหมาย (Multi-point) รีวิวเชิงลึกจากนักท่องเที่ยวที่ระบุถึงความสะดวกในการ

เข้าถึงชุมชนที่อยู่ห่างไกล และการสะท้อนถึงความปลอดภัยและความสะดวกในการเดินทางโดยไม่ใช้รถส่วนบุคคล

3.4.2.2 ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อระบบการจองล่วงหน้าที่รวมทุกบริการ เช่น ขนส่ง ที่พัก กิจกรรม ร้านอาหารไว้ในจุดเดียว ผ่านอัตราการจองบริการจากผู้ประกอบการชุมชนที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน การกระจายตัวของจุดเช็คอินที่ลึกเข้าไปในพื้นที่ชุมชน และ รายงานการยอมรับจากภาคีเครือข่ายผู้ให้บริการท้องถิ่น (Stakeholder) ที่ระบุว่าระบบช่วยส่งเสริมโอกาสทางการแข่งขันและการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ

กลไกที่ 3.5 : การจัดทำโปรแกรม “Digital Ambassador”

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความล้าสมัยของข้อมูลและการขาดผู้สื่อสารที่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัย โดยหลักการทำงานของกลไกนี้คือการใช้การตลาดเชิงความน่าเชื่อถือโดยการดึงเอาทุนมนุษย์ที่เป็นคนรุ่นใหม่ นักศึกษา หรือนักสื่อสารชุมชนมาทำหน้าที่เป็น “Digital Ambassador” โดยพวกเขาจะถูกฝึกฝนตามหลักสูตรกลไกที่ 3.2 ให้สร้างสรรค์เนื้อหาดิจิทัลที่มีความน่าเชื่อถือ ทันสมัย และเป็นไปตาม “อัตลักษณ์สามธรรม” ที่กำหนดโดยตรงจากประสบการณ์จริงในพื้นที่ การดำเนินการนี้จะช่วยแก้ไขปัญหาข้อมูลล้าสมัยและการขาดการเข้าถึงคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งส่งเสริมให้คนท้องถิ่นเกิดความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมและช่วยตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนเผยแพร่บนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียหลัก เช่น TikTok Instagram หรือ Facebook ซึ่งเป็นการสร้างมาตรการควบคุมคุณภาพข้อมูลเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นไปตามหลักการของ Digital Storytelling

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.5

3.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.5.1.1 จำนวนนักสื่อสารชุมชน/คนรุ่นใหม่ที่เข้าร่วมและได้รับการรับรองเป็น Digital Ambassador โดยจะพิจารณาจากการสร้างกำลังคนและความสามารถในการดึงดูดคนท้องถิ่นให้เข้าร่วมโครงการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างฐานบุคลากรผู้ผลิตเนื้อหาโดยมีเป้าหมายการผลิตจำนวน 25 คน/ปี

3.5.1.2 จำนวนชิ้นของเนื้อหาดิจิทัลที่ผลิตและเผยแพร่ต่อเดือน โดยการวัดผลผลิตเนื้อหาและความสม่ำเสมอในการผลิต การบรรลุเป้าหมายที่สูงแสดงว่ากลไกนี้สามารถแก้ไขปัญหาข้อมูลล้าสมัยและสร้างความเคลื่อนไหวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างต่อเนื่อง โดยมีเป้าหมายของเนื้อหาที่ผลิตจำนวน 20 ชิ้น/เดือน

3.5.1.3 อัตราการมีส่วนร่วมของเนื้อหา (Engagement) เช่น ยอดไลค์ แชร์ คอมเมนต์ ต่อโพสต์เฉลี่ย โดยประเมินว่าเนื้อหาที่ผลิตขึ้นสามารถสร้างความสนใจและ

กระตุ้นการมีส่วนร่วมของกลุ่มเป้าหมายได้ไม่น้อยเพียงใด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญในการตลาดดิจิทัล โดยมีเป้าหมายของการมีส่วนร่วมของเนื้อหาร้อยละ 10 ของจำนวนผู้เข้าถึง

3.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.5.2.1 การประเมินความไว้วางใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเนื้อหาดิจิทัลซึ่งถูกถ่ายทอดจากประสบการณ์จริงของ Digital Ambassador เพื่อทลายภาพจำข้อมูลล้าสมัย โดยพิจารณาจากการมีส่วนร่วมเชิงคุณภาพ เช่น การสอบถามข้อมูลเชิงลึกในคอมเมนต์ การส่งต่อเนื้อหาด้วยความชื่นชม และคำนิยมจากนักท่องเที่ยว (Testimonials) ที่ระบุว่าได้รับแรงบันดาลใจในการเดินทางจากเรื่องราวที่จริงใจและเชื่อถือได้มากกว่าโฆษณาชวนเชื่อทั่วไป

3.5.2.2 การประเมินความภาคภูมิใจและความรับผิดชอบของคนรุ่นใหม่ในการตรวจสอบและนำเสนอข้อมูลที่ถูกต้องเพื่อป้องกันการบิดเบือนทางวัฒนธรรม พิจารณาจากความถูกต้องของเนื้อหาที่ถูกสร้างขึ้น (Content Accuracy) ที่ผ่านการคัดกรองตามหลักสูตรอัตลักษณ์สามธรรม ความสม่ำเสมอในการนำเสนอเรื่องราวท้องถิ่นและการแสดงออกถึงความเป็นเจ้าของผ่านการชี้แจงเพื่อแก้ไขความเข้าใจผิดเกี่ยวกับวัฒนธรรมนครปฐมบนสื่อสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์

กลไกที่ 3.6 : การสร้างกลไกป้อนกลับข้อมูลและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความกระจัดกระจายของข้อมูลและความไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกันจากแหล่งต่าง ๆ และข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบดิจิทัลไม่ทันสมัย โดยกลไกนี้จะมุ่งเน้นการสร้างวงจรคุณภาพข้อมูลแบบปิด โดยการผนวกกระบวนการร้องเรียน และช่องทางให้นักท่องเที่ยวสามารถรายงานความไม่ถูกต้องของข้อมูล เข้ากับแพลตฟอร์ม Nakhon Pathom Trip Planner โดยตรง เพื่อให้ข้อมูลที่ป้อนกลับจากภาคสนามถูกส่งไปยังทีมงานอัปเดตข้อมูล และถูกแก้ไขอย่างรวดเร็วและเป็นระบบ ซึ่งการดำเนินการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อจังหวัดนครปฐม เนื่องจากสามารถใช้ข้อมูลเชิงลบ (Negative Feedback) ที่รายงานโดยนักท่องเที่ยวมาใช้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการ ณ แหล่งท่องเที่ยวจริง เช่น ปัญหาความสะอาด ปัญหาขยะมูลฝอย อาชญากรรม หรือความไม่เป็นมิตรของเจ้าหน้าที่ ซึ่งเป็นการเปลี่ยนคำตำหนิ ให้เป็น ข้อมูลเชิงกลยุทธ์ในการควบคุมคุณภาพการบริการได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 3.6

3.6.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

3.6.1.1 จำนวนข้อร้องเรียนหรือรายงานความไม่ถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับผ่านแพลตฟอร์มต่อเดือน โดยวัดจากการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการใช้งานกลไกป้อนกลับข้อมูล หากมีตัวเลขที่สูงแสดงว่าระบบมีความเข้าถึงง่ายและนักท่องเที่ยวเต็มใจที่จะรายงานปัญหา โดยมีเป้าหมายของการรายงานจำนวน 30 ครั้ง/เดือน

3.6.1.2 อัตราการแก้ไขข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง โดยการวัดจากประสิทธิภาพในการตอบสนองและแก้ไขข้อมูล ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญของการจัดการคุณภาพข้อมูล โดยมีเป้าหมายของข้อร้องเรียนร้อยละ 95 ต้องถูกแก้ไขภายใน 48 ชั่วโมง

3.6.1.3 ความถี่ในการอัปเดตเนื้อหาหลักบนฐานข้อมูลกลาง โดยวัดจากความสม่ำเสมอเชิงปฏิบัติการในการดูแลความทันสมัยของข้อมูล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการแก้ไขปัญหาข้อมูลล้าสมัย โดยมีเป้าหมายของความถี่ในการอัปเดตข้อมูลหลักทุก ๆ 7 วัน

3.6.1.4 คะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความรวดเร็วในการแก้ไขปัญหาที่รายงานโดยประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจต่อความเร็วและความชัดเจนในการดำเนินการแก้ไขปัญหาที่พวกเขาได้รายงานหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของระดับคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

3.6.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

3.6.2.1 การประเมินความฉับไวและความใส่ใจในการปรับปรุงข้อมูลให้ทันต่อสถานการณ์จริงเพื่อสร้างข้อมูลที่น่าเชื่อถือ โดยพิจารณาจากบันทึกประวัติการปรับปรุงข้อมูลที่แสดงการตอบสนองต่อการแจ้งเตือนจากภาคสนาม การสะท้อนความพึงพอใจต่อการแก้ไขเมื่อข้อมูลที่ผิดพลาดถูกปรับปรุงให้ถูกต้อง

3.6.2.2 การประเมินความสามารถในการเปลี่ยนคำตำหนิ (Negative Feedback) ให้กลายเป็นนโยบายปรับปรุงคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวจริง โดยพิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่หลังได้รับรายงานข้อร้องเรียน หรือรายงานผลการดำเนินการแก้ไขเชิงพื้นที่ เช่น ปัญหาขยะหรือความปลอดภัย และความรู้สึกปลอดภัยและได้รับการดูแลของนักท่องเที่ยวที่สัมผัสได้ถึงการเปลี่ยนแปลงที่เป็นรูปธรรมจากการป้อนกลับข้อมูล

ตัวอย่างโครงการบูรณาการข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3

โครงการ “Smart Nakhon Pathom Connect : ปฏิรูปแพลตฟอร์มท่องเที่ยวอัจฉริยะและระบบข้อมูลเมืองสามธรรม”

1. หลักการและเหตุผล

ในปัจจุบันจังหวัดนครปฐมเผชิญกับกับดักเมืองทางผ่านอย่างรุนแรง แม้จะมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่นทั้งในมิติธรรมชาติ และวัฒนธรรม แต่ผลจากการสำรวจความพึงพอใจและการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญชี้ให้เห็นถึงอุปสรรคเชิงโครงสร้าง 3 ประการหลักที่บั่นทอนศักยภาพของจังหวัดได้แก่ 1) ความน่าเชื่อถือของข้อมูล โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ประสบปัญหาข้อมูลกระจัดกระจาย ข้อมูลในรูปแบบดิจิทัลมีน้อยหรือเมื่อสืบค้นได้กลับพบว่าเป็นข้อมูลที่ล้าสมัยไม่ตรงกับสถานการณ์จริงในพื้นที่ ทำให้ความเชื่อมั่นในการวางแผนเดินทางลดลง และส่งผลให้

นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเดินทางไปเพียงจุดหลัก เช่น องค์พระปฐมเจดีย์ แล้วเดินทางกลับทันที โดยไม่ขยายผลไปยังแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่อยู่ลึกเข้าไป 2) ข้อจำกัดทางกายภาพและการเชื่อมต่อ โดยโครงสร้างระบบขนส่งสาธารณะที่ขาดการเชื่อมโยงแบบ “Last-Mile Connectivity” เป็นกำแพงสำคัญที่ปิดกั้นการเข้าถึงชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อย นักท่องเที่ยวที่ไม่มีรถส่วนบุคคลไม่สามารถเข้าถึงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงบูรณาการได้โดยสะดวก ทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวไม่กระจายตัวสู่ฐานรากอย่างทั่วถึง และ 3) ความตื่นเงินของประสบการณ์ดิจิทัล จากการสื่อสารในรูปแบบเดิม ขาดนวัตกรรมที่จะดึงดูดใจคนรุ่นใหม่ ทำให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นเพียงการชมแต่ไม่เกิดการซึมซับคุณค่าเชิงจิตวิญญาณและอัตลักษณ์ของเมืองสามธรรม

โครงการ “Smart Nakhon Pathom Connect” จึงถูกออกแบบขึ้นภายใต้หลักการ “Digital Transformation for Spiritual Tourism” โดยมุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเป็นฟันเฟืองหลักในการบูรณาการ 6 กลไกสำคัญ ตั้งแต่การปฏิรูปฐานข้อมูลอัจฉริยะ (Smart Data Hub) การพัฒนา Trip Planner ที่รวมระบบจองขนส่งและบริการไว้ในจุดเดียว ไปจนถึงการสร้าง Digital Ambassador และระบบ Feedback Loop ที่มีชีวิต โครงการนี้จึงไม่ใช่เพียงการสร้างแอปพลิเคชันใหม่ แต่เป็นการวางโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลเพื่อเปลี่ยนสถานะนครปฐมสู่การเป็น “Smart Digital Destination” ที่สามารถสื่อสารคุณค่าความแท้จริงและส่งมอบความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวทุกกลุ่มได้อย่างยั่งยืน

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 หน่วยงานรับผิดชอบหลัก

2.1.1 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม

2.1.2 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐม

2.2 หน่วยงานร่วมปฏิบัติการ

2.2.1 มหาวิทยาลัยในพื้นที่

2.2.2 ผู้ประกอบการ

2.2.3 Young (Digital) Ambassador

3. ลักษณะของโครงการหรือกิจกรรม และขั้นตอนการทำงาน

1. การปฏิรูปฐานข้อมูลอัจฉริยะ (ช่วงเดือนที่ 1-3) โดยมุ่งเน้นการขจัดปัญหาความกระจัดกระจายของข้อมูลผ่านการจัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลาง (Smart Data Hub) ตามกลไกที่ 3.2 โดยดำเนินการสำรวจและป้อนข้อมูลสารสนเทศ (GIS) ของแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร และที่พักทั่วจังหวัด พร้อมจัดหมวดหมู่ตามอัตลักษณ์สามธรรมให้เป็นมาตรฐานเดียวกันควบคู่ไปกับการออกแบบโครงสร้างแอปพลิเคชัน Nakhon Pathom Trip Planner ตามกลไกที่ 3.1 เพื่อให้ระบบมีความเสถียรและพร้อมเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มระดับสากลในอนาคต

2. การพัฒนาฟังก์ชันประสบการณ์และโครงข่ายเชื่อมโยง (ช่วงเดือนที่ 4-7) โดยเป็นการเปลี่ยนผ่านจากข้อมูลภาพนิ่งสู่ประสบการณ์เชิงปฏิสัมพันธ์ตามกลไกที่ 3.3 มีการนำสคริปต์นำชมเชิงปรัชญามาพัฒนาเป็นเนื้อหา AR, Gamification และ Audio Guides เพื่อสร้างความน่าสนใจในการเรียนรู้ควบคู่กับการแก้ไขปัญหาเมืองทางผ่าน ด้วยกลไกที่ 3.4 โดยการผนวกรวมข้อมูลตารางเวลาเดินรถสาธารณะเข้าสู่ระบบและพัฒนาฟังก์ชันการจองล่วงหน้าแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จทั้งบริการขนส่งและที่พักโฮมสเตย์ชุมชน เพื่อสร้างความมั่นใจในการวางแผนท่องเที่ยวแบบพักค้างคืนที่ราบรื่น

3. การสร้างเครือข่ายสื่อสารและขับเคลื่อนการตลาดดิจิทัล (ช่วงเดือนที่ 8-10) โดยการสร้างการรับรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มรุ่นใหม่ผ่านการดำเนินโครงการ Digital Ambassador ตามกลไกที่ 3.5 โดยคัดเลือกเยาวชนในพื้นที่มาฝึกทักษะการเล่าเรื่องดิจิทัลเพื่อผลิตเนื้อหาที่สร้างสรรค์และมีความน่าเชื่อถือบนสื่อสังคมออนไลน์ พร้อมเปิดตัวแพลตฟอร์มอย่างเป็นทางการผ่านกิจกรรมกระตุ้นการเข้าถึงเพื่อสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตเนื้อหาท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยยกระดับภาพลักษณ์จังหวัดนครปฐมให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ทันสมัยมากยิ่งขึ้น

4. การบริหารวงจรคุณภาพและการยกระดับธรรมาภิบาลข้อมูล (ช่วงเดือนที่ 11-12) เป็นการสร้างความยั่งยืนด้วยกลไกที่ 3.6 ผ่านการเปิดระบบ Feedback ให้นักท่องเที่ยวป้อนกลับข้อมูลความถูกต้องจากภาคสนามและร้องเรียนปัญหาการบริการได้โดยตรง โดยข้อมูลเหล่านี้จะถูกนำมาวิเคราะห์เป็นข้อมูลเชิงกลยุทธ์เพื่อให้ทีมงานอัปเดตฐานข้อมูลให้ทันสมัยทุก 7 วัน และใช้เป็นแนวทางให้จังหวัดเข้าปรับปรุงกายภาพแหล่งท่องเที่ยวจริงอย่างตรงจุด ซึ่งกระบวนการนี้จะเปลี่ยนคำตำหนิให้เป็นพลังในการควบคุมคุณภาพการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมาภิบาลให้มีความเที่ยงตรงและน่าเชื่อถือได้ในระดับสากล

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. นักท่องเที่ยวมีเครื่องมือช่วยวางแผนเดินทางที่ราบรื่นตั้งแต่เริ่มจองจนจบการเดินทาง
2. ภาพลักษณ์ของนครปฐมจะถูกยกระดับสู่การเป็น Smart City ที่น่าจดจำสำหรับคนรุ่นใหม่
3. รายได้กระจายตัวสู่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนผ่านระบบจองและขนส่งที่เข้าถึง
4. มีฐานข้อมูลดิจิทัลที่เที่ยงตรงและตรวจสอบได้จริงสำหรับใช้บริหารจัดการจังหวัดในระยะยาว

5. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม (KPIs)

1. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

- 1.1 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหลักและรองในมิติเมืองสามธรรมาภิบาลครบถ้วนร้อยละ 95 พร้อมพิกัด GPS ที่แม่นยำ

1.2 ร้อยละ 95 ของข้อมูลที่ได้รับแจ้งแก้ไขผ่าน Feedback Loop จะต้องถูกตรวจสอบและอัปเดตใหม่ภายใน 48 ชั่วโมง

1.3 ยอดผู้ใช้งานแอปพลิเคชันไม่น้อยกว่า 100 ครั้งต่อเดือน และมีสัดส่วนการจองบริการขนส่งหรือที่พักผ่านระบบอย่างน้อยร้อยละ 30 ของผู้ใช้งานทั้งหมด

2. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.1 การประเมินจากความมั่นใจของนักท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงชุมชนห่างไกลได้โดยไม่ใช้รถส่วนตัวผ่านแผนการเดินทางจริงในระบบที่เชื่อมโยงหลายจุดหมาย (Multi-point Itinerary)

2.2 การประเมินการยอมรับในความเที่ยงตรงของข้อมูลและการกลับมาใช้งานแพลตฟอร์มซ้ำ รวมถึงบทวิจารณ์เชิงบวกในโซเชียลมีเดียที่ระบุว่าข้อมูลดิจิทัลช่วยให้การเดินทางง่ายมากกว่าที่เคย

2.3 การประเมินจากภาพลักษณ์ที่เปลี่ยนไปของนครปฐมในมุมมองคนรุ่นใหม่ ผ่านการมีส่วนร่วมกับ Digital Ambassador และการยอมรับว่านครปฐมเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ทันสมัยและเข้าถึงง่ายด้วยนวัตกรรม

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 : การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ประสบการณ์เมืองสามธรรมอย่างมีส่วนร่วม (Immersion & Experience Routes : Transforming Activity Formats towards Active Participation Experiences)

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 ได้นำเสนอขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความผิวนในการส่งมอบประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมที่ลึกซึ้ง ซึ่งได้รับการยืนยันจากผู้เชี่ยวชาญและนักท่องเที่ยวว่าไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง โดยมีรากเหง้ามาจากการที่กิจกรรมส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบการแสดงเพื่อชมมากกว่ากิจกรรมเพื่อทำ (Active Participation) ซึ่งหลักการของข้อเสนอเชิงนโยบายนี้คือการนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ หรือ Experiential Tourism มาใช้เพื่อเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้สังเกตการณ์เป็นผู้มีส่วนร่วมและผู้สร้างประสบการณ์ (Co-Creator) โดยมุ่งเน้นการออกแบบกิจกรรมที่ฝังตัวอยู่กับวิถีชีวิตจริงของชุมชน ยกตัวอย่างเช่น การที่นักท่องเที่ยวเลือกซื้อข้าวหลาม ซึ่งเป็นสินค้าชุมชนที่มีชื่อเสียงและหาซื้อได้ตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด ควรเปลี่ยนเป็นการจัดเวิร์กช็อปการเรียนรู้การทำข้าวหลามจากกระบอกไม้ไผ่จริง หรือการจัดโปรแกรมโฮมสเตย์เพื่อเรียนรู้วิถีชาวสวนผลไม้ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติการเกษตรอินทรีย์ร่วมกับเกษตรกร ซึ่งการดำเนินการนี้จะเป็นการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และคุณค่าที่ลึกซึ้ง ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มความพึงพอใจและจูงใจให้นักท่องเที่ยววางแผนการพักค้างคืน ซึ่งตอบโจทย์ปัญหาเชิงกลยุทธ์ของจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4

1. เพื่อยกระดับคุณภาพประสบการณ์วัฒนธรรม โดยเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยวจากผู้สังเกตการณ์ธรรมดาไปสู่การเป็น Active Participation Tourist โดยเน้นการมีส่วนร่วม ลงมือปฏิบัติ และการถ่ายทอดวิถีชีวิตจริง
2. เพื่อเพิ่มอัตราการพักค้างคืนโดยออกแบบกิจกรรมที่ต้องใช้เวลามากกว่า 1 วัน เช่น เวิร์กช็อปแบบเต็มวัน การเข้าพักที่โฮมสเตย์ที่ได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นการสร้างแรงจูงใจเชิงกลยุทธ์ให้จังหวัดนครปฐมเปลี่ยนจากสถานะ “เมืองทางผ่าน” เป็น “เมืองน่าเที่ยวที่สามารถค้างคืนได้”
3. เพื่อส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน โดยสร้างช่องทางรายได้โดยตรงให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อยและชุมชนผ่านการขายประสบการณ์ที่มีมูลค่าสูงแทนการขายสินค้าทั่วไป

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 จำนวน 6 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 4.1 : การพัฒนา “Cultural Workshop Packages” หรือชุดกิจกรรมเวิร์กช็อปทางวัฒนธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาการนำเสนอวัฒนธรรมแบบตั้งรับ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง โดยกลไกนี้จะเน้นการเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวจากการชมเป็นการปฏิบัติ โดยการพัฒนาชุดกิจกรรมเวิร์กช็อปที่เข้มข้น มีความหมาย และต้องใช้เวลาในการเข้าร่วม ตัวอย่างเช่น การยกระดับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy) ที่นักท่องเที่ยวสนใจสูงสุดซึ่งได้ข้อมูลมาจากการเก็บแบบสอบถาม โดยมีค่าเฉลี่ยของความสนใจถึงร้อยละ 46.80 ซึ่งกลไกนี้จะเปลี่ยนจากการเพียงแค่ซื้อและรับประทานอาหารของดีเมืองนครปฐมไปสู่การทำเวิร์กช็อปอาหารพื้นบ้านเชิงลึก เช่น การเรียนรู้การทำขนมเปี๊ยะสูตรดั้งเดิมที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวของชาวตลาด หรือโปรแกรมสืบสานภูมิปัญญาช่างฝีมือที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือทำหัตถกรรมที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชาวสวนหรือชนชาติพันธุ์ต่าง ๆ ของนครปฐม หรือการเรียนรู้การทำขนมหม้อไชยโบราณ ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่ตกทอดมาอย่างยาวนานของชุมชนไททรงดำ อ.สามพราน ซึ่งการพัฒนาชุดกิจกรรมนี้ต้องอาศัยการบูรณาการกับหลักสูตร Storytelling เพื่อให้การลงมือทำควบคู่ไปกับการรับรู้เรื่องราวเชิงลึก ซึ่งไม่เพียงแต่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำเท่านั้น แต่ยังสร้างความแตกต่างเชิงการแข่งขัน และเพิ่มโอกาสในการพักค้างคืนในชุมชนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาหลายวันได้อีกด้วย

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.1

4.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.1.1.1 จำนวน “Cultural Workshop Packages” ที่ได้รับการพัฒนาและนำเสนอขายจริง โดยจะเป็นการวัดผลผลิตของผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) และความ

หลากหลายของกิจกรรมที่สร้างขึ้น ซึ่งจะเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความสำเร็จในการสร้างทางเลือกเชิงประสบการณ์ โดยมีเป้าหมายของจำนวนชุดกิจกรรมใหม่ จำนวน 10 ชุดกิจกรรม/ปี

4.1.1.2 ร้อยละที่เพิ่มขึ้นของการจองกิจกรรมเชิงปฏิบัติการต่อผู้เยี่ยมชมแพลตฟอร์ม โดยประเมินว่ากิจกรรมที่พัฒนาขึ้นสามารถเปลี่ยนความสนใจของนักท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์มดิจิทัลให้เป็นการจองจริงได้มากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของอัตราการจองที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 5/ปี

4.1.1.3 ร้อยละการเพิ่มขึ้นของรายได้รวมจากการขายประสบการณ์ในกลุ่มผู้ประกอบการชุมชน โดยการประเมินว่าการเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ Active Participation สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชนได้จริงหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของรายได้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 30

4.1.1.4 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความแท้จริงของการมีส่วนร่วม โดยเป็นการประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการลงมือปฏิบัติ (Hand-on Activity) มีความหมายลึกซึ้งและสะท้อนวิถีชีวิตจริงของชุมชน ซึ่งเป็นการวัดผลลัพธ์ที่ตอบโจทย์ปัญหาบางอย่างในการเรียนรู้วิถีชีวิตระหว่างการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.1.2.1 ระดับการเปลี่ยนผ่านจากผู้สังเกตการณ์สู่การเป็นส่วนหนึ่งของระบบนิเวศทางวัฒนธรรม โดยเป็นการประเมินคุณค่าในภูมิปัญญาผ่านการลงมือปฏิบัติ (Learning-by-doing) แทนการรับข้อมูลทางเดียว ผ่านบันทึกสะท้อนประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่บรรยายถึงความเข้าใจในความละเอียดละไมของกระบวนการผลิต ชิ้นงานที่สร้างสรรค์ร่วมกันที่สะท้อนถึงการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างปราชญ์ชุมชนและนักท่องเที่ยว และการกลับมาอุดหนุนหรือสื่อสารกับชุมชนอย่างต่อเนื่อง

4.1.2.2 การประเมินทัศนคติจากการท่องเที่ยวแบบเร่งรีบสู่ความเต็มใจในการใช้เวลาเพื่อซึมซับคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญในการพักค้างคืน โดยพิจารณาจากบทวิจารณ์เชิงลึกที่เน้นย้ำถึงความสุขและการค้นพบตนเองจากการใช้เวลาทำกิจกรรมเชิงลึกในชุมชน สื่อบอกเล่าเรื่องราวที่นักท่องเที่ยวผลิตขึ้นโดยให้ความสำคัญกับบรรยากาศและกระบวนการมากกว่าเพียงผลลัพธ์ของสินค้า และการเลือกใช้บริการพักค้างคืนเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาต่อเนื่องหลายวัน ซึ่งแสดงถึงความสำเร็จในการสร้างความแตกต่างเชิงการแข่งขันและเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

กลไกที่ 4.2 : การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศด้วย การรับรองมาตรฐาน Homestay หรือ Farm Stay

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการขาดความน่าเชื่อถือและมาตรฐานของคุณภาพที่พักเชิงประสบการณ์ในชุมชนของจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวไม่อาจการส่งเสริมวิถีชีวิตจริงและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พักค้างคืนได้ โดยหลักการทำงานของกลไกนี้คือการส่งเสริมให้ชุมชนท่องเที่ยวมีมาตรฐานและได้รับการรับรองคุณภาพเชิงประสบการณ์ โดยเฉพาะที่พักแบบโฮมสเตย์และฟาร์มสเตย์ในพื้นที่เกษตรกรรม เช่น อ.บางเลน หรือ อ.นครชัยศรี โดยชุมชนต่าง ๆ สามารถยื่นขอได้เลยโดยตรงจากกรมการท่องเที่ยว หรือสามารถสมัครได้ที่สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม เพื่อเข้ารับการตรวจประเมินและรับใบรับรองที่จะนำไปสู่การสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวโดยมาตรฐานนี้มีอายุของการรับรอง 3 ปี โดยองค์ประกอบที่น่าสนใจประการหนึ่งคือการนำเสนอวิถีชีวิตที่แท้จริง ซึ่งหมายความว่าที่พักจะต้องมีการจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ลงมือปฏิบัติร่วมกับเจ้าของบ้าน เช่น การเรียนรู้การทำเกษตรอินทรีย์ การเก็บผลไม้ตามฤดูกาล การเรียนรู้หัตถกรรมพื้นบ้านจริง ๆ การถ่ายทอดภูมิปัญญาการปลูกกล้วยไม้ หรือผลไม้ท้องถิ่น พร้อมทั้งต้องมีกิจกรรมภาคเช้าที่เชื่อมโยงกับวิถีชาวสวน เช่น การออกไปเก็บผักในสวนเพื่อนำมาทำอาหารเข้าด้วยกัน ซึ่งการรับรองมาตรฐานนี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวในการจองที่พักในชุมชนและเปลี่ยนที่พักให้เป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับมูลค่าและกระตุ้นการพักค้างคืนในนครปฐม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.2

4.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.2.1.1 จำนวนโฮมสเตย์/ฟาร์มสเตย์ในพื้นที่ชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน โดยจะเป็นการวัดความสำเร็จในการดึงดูดผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้เข้าสู่ระบบการยกระดับคุณภาพของที่พักในแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของการขยายฐานที่พักเชิงประสบการณ์โดยมีเป้าหมายของที่พักที่ได้รับการรับรองจำนวน 10 แห่ง ภายใน 1 ปี

4.2.1.2 อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate) ของที่พักที่ได้รับการรับรอง โดยเป็นการประเมินว่าการมีใบรับรองมาตรฐานสามารถเพิ่มความเชื่อมั่นและกระตุ้นความต้องการของตลาดในการจองที่พักในชุมชนได้มากน้อยเพียงใดเป้าหมาย โดยมีของอัตราการเข้าพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากค่าเฉลี่ยเดิม

4.2.1.3 ร้อยละของโฮมสเตย์/ฟาร์มสเตย์ที่บูรณาการกิจกรรม Cultural Workshop เข้าไปในแพ็คเกจการเข้าพัก โดยประเมินว่าที่พักที่ได้รับการรับรองมีการผนวกกิจกรรมเชิงปฏิบัติการเข้ากับบริการที่พักจริงหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของที่พักที่มีการบูรณาการกิจกรรมร้อยละ 70 ของที่พักทั้งหมด

4.2.1.4 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการถ่ายทอดวิถีชีวิตและความปลอดภัย โดยเป็นการประเมินว่านักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจต่อความแท้จริงที่ได้รับและความปลอดภัยของที่พัก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจพักค้างคืนในชุมชน โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.2.2.1 การประเมินความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณภาพการบริการและความจริงแท้ของวิถีชีวิตชาวสวนหรือเกษตรกรที่ได้รับจากการพักค้างคืนจากการสะท้อนความรู้สึกประทับใจที่เน้นย้ำถึงความอบอุ่นและการได้รับประสบการณ์ตรงที่แตกต่างจากการพักในโรงแรมทั่วไป การลดลงของความกังวลด้านมาตรฐานในระหว่างการตัดสินใจจอง และคำนิยมจากนักท่องเที่ยว (Testimonials) ที่ระบุถึงความซาบซึ้งในภูมิปัญญาและการต้อนรับที่จริงใจซึ่งเป็นผลจากการได้รับการรับรองมาตรฐานที่น่าเชื่อถือผ่านสมุดเยี่ยมชมหรือสื่อออนไลน์

4.2.2.2 การประเมินผลสัมฤทธิ์ของการเปลี่ยนที่พักให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติผ่านการลงมือปฏิบัติร่วมกับเจ้าของบ้าน ผ่านบันทึกเรื่องราวการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการทำเกษตรอินทรีย์หรือหัตถกรรมที่ได้ลงมือทำจริง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมวิถีชาวสวนที่สะท้อนถึงความกระตือรือร้นในการซึมซับวิถีชีวิต และการสร้างภาพจำใหม่ของโฮมสเตย์ในฐานะจุดหมายปลายทางของการยกระดับจิตใจและการเรียนรู้ที่ต้องใช้เวลาพักค้างคืนเพื่อสัมผัสคุณค่าอย่างลึกซึ้ง

กลไกที่ 4.3 : การสร้างเส้นทางประสบการณ์แท้ “Authentic Routes” ของเมืองสาม ธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาคือการขาดเส้นทางท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์เชิงลึก ซึ่งทำให้การเดินทางยังคงอยู่ในรูปแบบเมืองทางผ่านตามข้อสังเกตของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีหลักการทำงานของกลไกนี้คือการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวตามธีมที่มีความยาวหลายวัน หรือ Multi-Day Thematic Routes ที่บังคับให้นักท่องเที่ยวต้องมีการพักค้างคืน เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมที่ออกแบบมา โดยเส้นทางนี้จะต้องไม่เป็นเพียงการเชื่อมจุดท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน แต่เน้นการฝังตัวในวิถีชีวิตแท้ (Authentic Immersion) โดยบูรณาการมิติสามธรรมอย่างต่อเนื่องและราบรื่น เช่น การออกแบบเส้นทางวิถีชาวสวน 2 วัน 1 คืน ซึ่งเริ่มต้นจากการเรียนรู้ธรรมชาติและการทำสมาธิแบบสั้นในวัดริมคลอง (มิติธรรมะ) ในวันแรก ตามด้วยการพักฟาร์มสเตย์ที่ได้รับการรับรอง (มิติธรรมชาติ/วัฒนธรรม) และปิดท้ายด้วยเวิร์กช็อปอาหารพื้นบ้าน (มิติวัฒนธรรม) ในวันที่สอง ซึ่งการดำเนินการนี้ต้องอาศัยการบูรณาการกับระบบขนส่ง Last-Mile ตามข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 และที่พักที่ได้รับการรับรองมาตรฐานตามกลไกที่ 4.2 เพื่อรับประกันความสะดวกและคุณภาพของ

ประสบการณ์ที่ได้รับซึ่งเป็นการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และมูลค่าเชิงลึกที่สูงพอจะจูงใจให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางที่ต้องใช้เวลาพักค้างคืนได้สำเร็จ

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.3

4.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.3.1.1 มีเส้นทางประสบการณ์แท้ที่ได้รับการออกแบบและนำเสนอขายจริง โดยการนับจำนวนเส้นทางท่องเที่ยวตามธีมที่มีความยาวหลายวันที่ถูกสร้างและพร้อมจำหน่าย ซึ่งเป็นตัวชี้วัดพื้นฐานของความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ โดยมีเป้าหมายจำนวน 5 เส้นทางหลัก ภายใน 1 ปี

4.3.1.2 ร้อยละการเพิ่มขึ้นของอัตราการพักค้างคืน ในพื้นที่ชุมชนที่อยู่ในเส้นทาง โดยการประเมินว่าการมีเส้นทางเชิงลึกสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางที่ต้องพักค้างคืนได้สำเร็จหรือไม่ โดยมีเป้าหมายเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ภายใน 1 ปี

4.3.1.3 มีอัตราการจองเส้นทางเส้นทางประสบการณ์แท้ผ่านแพลตฟอร์ม โดยประเมินว่าเส้นทางที่สร้างขึ้นมีความน่าสนใจและง่ายต่อการจองมากพอที่จะเปลี่ยนความสนใจให้เป็นการซื้อจริงได้หรือไม่ โดยมีเป้าหมายของอัตราการจองร้อยละ 10 ของผู้เข้าชมผ่านแพลตฟอร์ม

4.3.1.4 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความลึกซึ้งของการเรียนรู้และประสบการณ์ โดยประเมินว่าการเดินทางตามเส้นทางนี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจในมิติเมืองสามธรรมและได้รับประสบการณ์ที่ลึกซึ้งกว่าการเที่ยวชมทั่วไปหรือไม่ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.3.2.1 การประเมินความสามารถของเส้นทางในการหลอมรวมมิติธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เข้าเป็นเนื้อเดียวกันจนนักท่องเที่ยวเกิดความผูกพันทางอารมณ์กับพื้นที่ โดยพิจารณาจากบันทึกสะท้อนความคิดเชิงลึกที่บรรยายถึงความสงบใจและการค้นพบคุณค่าใหม่ในวิถีชีวิตที่เรียบง่าย หรือภาพถ่ายสื่ออารมณ์และคำบรรยายภาพที่สะท้อนถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมอย่างมีความหมาย เช่น การทำสมาธิริมคลองร่วมกับคนในพื้นที่ และการแสดงออกถึงความประทับใจต่อความต่อเนื่องของประสบการณ์ที่ระบุว่าเส้นทางช่วยให้เข้าใจอัตลักษณ์นครปฐมได้อย่างลึกซึ้ง

4.3.2.2 การประเมินการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมจากนักท่องเที่ยวแบบฉาบฉวยสู่การเป็นผู้มาเยือนที่ฝังตัว (Immersed Visitor) ที่มองเห็นความคุ้มค่าของการพักค้างคืนเพื่อทำกิจกรรมตามธีมที่ออกแบบไว้ ผ่านการเลือกใช้แผนการเดินทางแบบ Multi-day ที่แสดงถึงความตั้งใจใช้เวลาเพื่อร่วมกิจกรรมที่ต้องค้างคืน บทวิจารณ์เชิงคุณภาพที่ระบุถึงความคุ้มค่าของการใช้เวลา

ในการทำเวิร์กช็อปหรือพักในฟาร์มสเตย์ และการสื่อสารบอกต่อในฐานะจุดหมายปลายทางที่ต้องมาสัมผัสด้วยใจซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จในการยกระดับนครปฐมจากการเป็นเมืองทางผ่านสู่การเป็นพื้นที่สร้างแรงบันดาลใจ

กลไกที่ 4.4 : การจัดทำกลไกการตลาดแบบร่วมสร้างประสบการณ์เมืองสาม

ธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านการสร้างการรับรู้และเนื้อหาที่น่าสนใจในยุคดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้นครปฐมขาดความโดดเด่นในตลาด โดยการใช้การตลาดแบบร่วมสร้าง (Co-Creation Marketing) ที่เปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้รับสาร (Receiver) เป็นผู้ร่วมผลิตเนื้อหา (Content Co-Creator) และผู้โปรโมต (Promoter) ซึ่งการดำเนินการนี้ต้องอาศัยการบูรณาการกับกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop Packages) ที่พัฒนาขึ้นในกลไกที่ 4.1 โดยเริ่มจากการระบุดัชนีชี้วัดและทรัพยากรเชิงพื้นที่ เช่น ภูมิปัญญาช่างศิลป์ วิถีชีวิตตลาดน้ำ และงานวัด เช่น ชุมชนช่างศิลป์โพรงมะเดื่อ หรือตลาดน้ำดอนหวาย ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อสร้างแพ็คเกจประสบการณ์ร่วมที่ผสมผสานกิจกรรมเชิงปฏิบัติ (hands-on) เช่น ทำขนมท้องถิ่น อาหารท้องถิ่น (Local Gastronomy) เย็บปักถักร้อย หรือเวิร์กช็อปสานตะกร้าผักตบชวา กับกิจกรรมเชิงเรื่องเล่า (storytelling) และพิธีกรรมที่เชื่อมโยงกับสถานที่สำคัญ เช่น ช่วงงานนมัสการพระปฐมเจดีย์ ที่ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอยากบันทึกและแบ่งปันประสบการณ์นั้น ๆ ในช่องทางโซเชียลมีเดียของตนเอง หรือการจัดแคมเปญ “ปั้นข้าวหลามสไตร์คุณ” ที่ชุมชนวัดพระงาม พร้อมการจัดมูมถ่ายภาพที่สวยงามและมีป้ายเชิญชวนให้ติดแฮชแท็กเฉพาะของจังหวัด ซึ่งการตลาดแบบ Co-Creation นี้จะช่วยลดต้นทุนการประชาสัมพันธ์ของจังหวัด พร้อมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือเชิงความแท้จริง เนื่องจากเนื้อหาถูกผลิตและเผยแพร่โดยผู้ใช้งานจริง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ มากกว่าการโฆษณาแบบดั้งเดิม

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.4

4.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.4.1.1 จำนวนโพสต์หรือเนื้อหาที่ผู้ใช้สร้างขึ้นต่อเดือน ที่มีแฮชแท็กเฉพาะของจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นการวัดประสิทธิภาพการสร้างการมีส่วนร่วมทางการตลาด โดยตรงที่เป็นตัวชี้วัดปริมาณของเนื้อหาที่ถูกผลิตโดยนักท่องเที่ยวจริง โดยมีเป้าหมายของโพสต์หรือเนื้อหาจำนวน 300 โพสต์/เดือน

4.4.1.2 อัตราการเข้าถึงรวมของเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ โดยเป็นการประเมินว่าเนื้อหาที่นักท่องเที่ยวผลิตขึ้นสามารถขยายวงกว้างในการรับรู้ได้มากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของการรับรู้ (Total Reach) จำนวน 500 การเข้าถึง/เดือน

4.4.2.3 จำนวนเวิร์กช็อป/กิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่ถูกจองเต็มล่วงหน้า ซึ่งเป็นตัวชี้วัดว่ากลไกการตลาดและการสร้างผลิตภัณฑ์ประสบความสำเร็จในการดึงดูดความสนใจจนเกิดการตัดสินใจซื้ออย่างน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของอัตราการจองล่วงหน้าร้อยละ 80 ของกิจกรรมที่เปิดรับ

4.4.2.4 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเชิงประสบการณ์ โดยเป็นการวัดคุณภาพของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวรับรู้จากกิจกรรม Co-Created ผ่านแบบสอบถามหลังกิจกรรม โดยรวมคำถามทั้งด้านความสมจริง (Authenticity) การมีส่วนร่วม (Participation) ความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน (Host friendliness) และความคุ้มค่า (Value for money) โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.4.2.1 การประเมินความสำเร็จในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจและเต็มใจที่จะบอกเล่าเรื่องราวผ่านมุมมองของตนเอง (Co-creator) มากกว่าการเป็นเพียงผู้รับสาร โดยพิจารณาจากเนื้อหาที่สร้างสรรค์โดยนักท่องเที่ยวที่มีการบอกเล่าเรื่องราวเบื้องหลังของการทำกิจกรรมเวิร์กช็อป ความหลากหลายของมุมมองการนำเสนอที่สะท้อนตัวตนของผู้ท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์นครปฐม และการมีปฏิสัมพันธ์เชิงบวกในโซเชียลมีเดีย เช่น การตอบคำถามเพื่อนฝูงเกี่ยวกับการเดินทาง ซึ่งแสดงถึงความน่าเชื่อถือและความแท้จริงของประสบการณ์ที่ได้รับ

4.4.2.2 การประเมินเนื้อหาที่เกิดจากการร่วมสร้าง (Co-creation) ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ๆ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่มีความจริงแท้มากกว่าการโฆษณา โดยพิจารณาจากการเกิดกระแสการตามรอยประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวใหม่ระบุว่าเป็นเพราะเห็นภาพกิจกรรมจริงจากเพื่อนหรือครอบครัว ระดับการใช้แฮชแท็กเฉพาะที่สะท้อนถึงอารมณ์มากกว่าเพียงชื่อสถานที่ และบทวิจารณ์เชิงคุณภาพที่เน้นย้ำถึงความแตกต่างระหว่างการเที่ยวแบบชมทั่วไปกับการได้ลงมือทำในแบบของตัวเอง ซึ่งช่วยสร้างความโดดเด่นและน่าจดจำให้กับแบรนด์การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

กลไกที่ 4.5 : การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์กลางการจองกิจกรรมชุมชนเมืองสาม

ธรรม

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความยุ่งยากในการเข้าถึงและจองกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหยุดอยู่แค่การรับชม โดยหลักการทำงานของกลไกนี้คือการสร้างระบบ One-Stop Booking and Coordination โดยรวมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ เช่น Cultural Workshop Packages, Farm Stay Activities ที่พัฒนาโดยชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยทั้งหมดในจังหวัดนครปฐม เข้าไว้ในศูนย์กลางการจองเพียงแห่งเดียว

ซึ่งจะบูรณาการกับแพลตฟอร์ม Nakhon Pathom Trip Planner ตามข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 อย่างเต็มรูปแบบ เช่น การแก้ไขปัญหาที่นักท่องเที่ยวต้องติดต่อจองเวิร์กช็อปทำขนมเปียกปูนโดยตรง จากนั้นไปจอง โฮมสเตย์กับเจ้าของบ้านอีกราย และสุดท้ายต้องทำการจองรถรับ-ส่งกับหน่วยงานที่สาม ซึ่งเป็นความยุ่งยากที่ทำให้นักท่องเที่ยวล้มเลิกความตั้งใจ ดังนั้นการมีศูนย์กลางการจองจะช่วยอำนวยความสะดวกในการวางแผนและชำระเงิน รวมถึงการบริหารจัดการความสามารถในการรองรับของกิจกรรมและที่พักในชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานมีความเป็นมืออาชีพ มีมาตรฐาน และสามารถสร้างความมั่นใจในการจองกิจกรรมเชิงปฏิบัติการที่มีมูลค่าสูงได้สำเร็จ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการเปลี่ยนผ่านไปสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ที่ยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.5

4.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.5.1.1 จำนวนกิจกรรมหรือผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่เข้าร่วมระบบจองกลาง โดยเป็นการโดยนับจำนวนกิจกรรมที่ถูกนำเข้ามาอยู่ในระบบจองกลาง โดยมีเป้าหมายร้อยละ 70 ของกิจกรรมที่ได้รับการรับรอง

4.5.1.2 อัตราการเข้าถึงข้อมูลและจองผ่านแอปพลิเคชันผ่านศูนย์ โดยเป็นการนับจำนวนการจองกิจกรรมที่เข้ามาผ่านระบบศูนย์การจองกลาง และไม่รวมการจองที่ทำโดยตรงกับชุมชนต่อเดือน หากมีตัวเลขการจองที่สูงก็บ่งชี้ถึงความสำเร็จในการแก้ไขปัญหาความกระจัดกระจายของการจอง โดยมีเป้าหมายของกลไกนี้ จำนวน 50 การจอง/เดือน

4.5.1.3 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการศูนย์ โดยเป็นการวัดความพึงพอใจของผู้จองต่อกระบวนการใช้งานระบบ เช่น ใช้งานง่าย สะดวก รวดเร็ว ความเชื่อมั่นหรือความปลอดภัยในการชำระเงิน ผ่านแบบสอบถามหลังจองหรือหลังเข้าร่วมกิจกรรม โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.5.2.1 ประเมินความรู้สึกของนักท่องเที่ยวต่อความง่ายและการลดภาระทางความคิดในการวางแผนท่องเที่ยวชุมชนผ่านระบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) โดยใช้บทวิจารณ์เชิงคุณภาพที่ระบุถึงความสะดวกในการจัดการที่เน้นย้ำว่าระบบช่วยลดเวลาและความยุ่งยากในการประสานงาน สะท้อนถึงความมั่นใจในการวางแผนเดินทางเมื่อเห็นภาพรวมของกิจกรรม ที่พักและขนส่งที่เชื่อมโยงกันอย่างชัดเจน ซึ่งแสดงถึงการที่นักท่องเที่ยวกล้าทดลองกิจกรรมใหม่ ๆ เพราะระบบจองที่ใช้งานง่ายและน่าเชื่อถือ

4.5.2.2 การประเมินการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์และศักยภาพของชุมชนจากผู้ประกอบการท้องถิ่นสู่ผู้ให้บริการระดับมืออาชีพที่มีมาตรฐานสากล โดยใช้การยอมรับในมาตรฐานการบริการดิจิทัลของผู้ประกอบการรายย่อยที่รู้สึกว่าการช่วยจัดการคิวและความสามารถในการ

การรองรับ (Capacity) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การกระจายตัวของรายได้สู่กิจกรรมชุมชนที่อยู่ห่างไกลที่เข้าถึงได้ยากหากไม่มีระบบของส่วนกลาง และรายงานความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายชุมชนที่ระบุว่า ศูนย์กลางการจูงใจช่วยสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงตลาดและการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ

กลไกที่ 4.6 : มาตรการสนับสนุนด้านอุปกรณ์และพื้นที่สำหรับเวิร์กช็อป

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความไม่พร้อมของทุนทางกายภาพในการเปลี่ยนกิจกรรมทางวัฒนธรรมจากการแสดงเป็นการปฏิบัติ ซึ่งหลักการทำงานของกลไกนี้คือการ จัดสรร งบประมาณและทรัพยากรพื้นฐานให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนและผู้จัดกิจกรรมเวิร์กช็อปตาม กลไกที่ 4.1 โดยเฉพาะในบริบทของจังหวัดนครปฐมที่มีกิจกรรมเชิงอาหาร (Gastronomy) ที่มีความ ต้องการสูง ซึ่งการสนับสนุนอาจรวมถึง 1) การจัดหาอุปกรณ์มาตรฐาน เช่น ชุดเครื่องครัวที่ปลอดภัย สำหรับนักท่องเที่ยว เครื่องมือช่างฝีมือสำหรับหัตถกรรม และ 2) การปรับปรุงพื้นที่ในชุมชน เช่น ศาลาวัดบ้านเรือนเก่า โรงเรือนเกษตร ให้เป็นห้องเรียนเชิงประสบการณ์ขนาดเล็กที่ถูกละเลยและ มีความปลอดภัยในการรองรับนักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นการสร้างต้นแบบพื้นที่ร่วม (co-maker spaces / pop-up workshop corners) เช่น ความร่วมมือมหาวิทยาลัยกับห้างสรรพสินค้าเพื่อเปิดพื้นที่ศิลป์ สร้างสรรค์ หรือคาเฟ่/สตูดิโอในศาลาและบางเลนที่เปิดเป็นพื้นที่จัดเวิร์กช็อป ซึ่งสามารถทำได้จริง อันแสดงบทบาทของสถาบันการศึกษาและภาคธุรกิจท้องถิ่นในการเป็นพื้นที่สาธิตและสนับสนุน ตัวอย่างเช่นโครงการความร่วมมือ SU X Central Nakhon Pathom และคาเฟ่/สตูดิโอที่เปิดเวิร์กช็อป การดำเนินการนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากชุมชนขนาดเล็กมักขาดเงินทุนในการลงทุนด้าน อุปกรณ์และพื้นที่ตามมาตรฐานการท่องเที่ยว การสนับสนุนนี้จึงเป็นการลดความเสี่ยงด้านการลงทุน และเป็นการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างประสบการณ์เชิงลึก ซึ่งจะช่วยให้กิจกรรมเวิร์กช็อป ที่ออกแบบไว้สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 4.6

4.6.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

4.6.1.1 จำนวนชุมชนหรือผู้ประกอบการรายย่อยที่ได้รับเงิน สนับสนุนหรืออุปกรณ์เพื่อจัดทำพื้นที่เวิร์กช็อป โดยมีเป้าหมายจำนวน 10 ชุมชนภายใน 1 ปี

4.6.1.2 ร้อยละของการเพิ่มขึ้นของความถี่ในการจัดกิจกรรม เวิร์กช็อป โดยเป็นการประเมินว่าการสนับสนุนอุปกรณ์และพื้นที่ช่วยให้ชุมชนสามารถจัดกิจกรรมเชิง ปฏิบัติการได้บ่อยขึ้นหรือไม่ ซึ่งแสดงถึงความสำเร็จในการกระตุ้นการดำเนินงาน โดยมีเป้าหมายของ ความถี่ในการจัดกิจกรรมเวิร์กช็อปเพิ่มขึ้นร้อยละ 40 ภายใน 1 ปี

4.6.1.3 จำนวนเงินที่ชุมชนหรือผู้ประกอบการรายย่อยสามารถ ประหยัดได้จากการลงทุนอุปกรณ์ โดยเป็นการประเมินว่ามาตรการนี้ช่วยลดภาระต้นทุนการลงทุน

เริ่มต้นให้แก่ผู้ประกอบการชุมชนได้มากนักน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของจำนวนเงินที่ลดลงจำนวน 100,000 บาท/ปี

4.6.1.4 ค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจของผู้จัดหรือผู้ใช้พื้นที่และอุปกรณ์ด้านความพร้อมใช้งาน ความสะอาด ความครบถ้วนของอุปกรณ์ รวมไปถึงกระบวนการยืม-คืน ผ่านแบบสำรวจต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

4.6.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

4.6.2.1 การประเมินความรู้สึกมั่นใจของผู้ให้บริการ (ชุมชน) และผู้รับบริการ (นักท่องเที่ยว) ต่อสภาพแวดล้อมและอุปกรณ์ที่ถูกยกระดับสู่มาตรฐานการท่องเที่ยวเชิงสากล โดยพิจารณาจากการสะท้อนความพึงพอใจต่อสุขอนามัยและมาตรฐานความปลอดภัยในพื้นที่เวิร์กช็อป ความสะดวกคล่องตัวในการปฏิบัติกิจกรรมของนักท่องเที่ยวขณะใช้อุปกรณ์ที่ได้รับสนับสนุน และระดับความกล้าในการนำเสนอของปราชญ์ชุมชนที่เพิ่มขึ้นเมื่อมีพื้นที่และเครื่องมือที่เอื้อต่อการถ่ายทอดภูมิปัญญาอย่างมีมืออาชีพ

4.6.2.2 การประเมินความเข้มแข็งของความร่วมมือระหว่างภาคการศึกษา ภาคธุรกิจ และชุมชนในการเปลี่ยนพื้นที่ปกติให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต โดยพิจารณาจากการเกิดกิจกรรมหมุนเวียนในพื้นที่ร่วม เช่น ความถี่ในการจัดกิจกรรม Pop-up Workshop ในห้างสรรพสินค้าหรือคาเฟ่ ความหลากหลายของเครือข่ายความร่วมมือที่สะท้อนถึงบทบาทของสถาบันการศึกษาและภาคเอกชนในการเป็นพี่เลี้ยง (Mentorship) และการเปลี่ยนสภาพแวดล้อมเดิมสู่พื้นที่สร้างแรงบันดาลใจ เช่น โรงเรือนเกษตรหรือเรือนเก่าที่กลายเป็นห้องเรียนที่มีชีวิตจนนักท่องเที่ยวระบุถึงบรรยากาศที่ส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึก

ตัวอย่างโครงการบูรณาการข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4

โครงการ “Nakhon Pathom Experience Unlocked : เปิดประสบการณ์วิถีสามธรรม ด้วยเวิร์กช็อปสร้างสรรค์และที่พักอารมณ์ชุมชน”

1. หลักการและเหตุผล

หนึ่งในปัญหาของการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม คือ “ภาวะการรับรู้แบบผิวเผิน” ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวสัมผัสได้เพียงเปลือกนอกของวัฒนธรรมผ่านการแวะชมและซื้อของฝากในลักษณะของการตั้งรับ (Passive Tourism) ซึ่งปรากฏการณ์นี้ส่งผลให้เกิดวงจรการท่องเที่ยวระยะสั้นที่ทำให้จังหวัดกลายเป็นเพียงเมืองทางผ่านที่นำไปสู่การบั่นทอนโอกาสในการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ลึกซึ้งระหว่างผู้มาเยือนกับวิถีชีวิตจริงของชุมชน และทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเข้าถึงแก่นแท้ของเมืองสามธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว โครงการนี้จึงมุ่งเน้นการเปลี่ยนกระบวนทัศน์ (Paradigm Shift) จากการท่องเที่ยวแบบตั้งรับสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เชิงรุก (Active Experiential Tourism) โดยใช้การลงมือปฏิบัติ (Hand-on Activity) เป็นเครื่องมือหลักในการสร้างความผูกพันทางอารมณ์และมูลค่าเพิ่มให้กับทรัพยากรท้องถิ่นภายใต้แนวคิด “Co-Creation & Immersion” โดยโครงการจะทำหน้าที่บูรณาการ 6 กลไกสำคัญ ตั้งแต่การยกระดับผลิตภัณฑ์เดิมให้กลายเป็นชุดกิจกรรมเวิร์กช็อป (กลไกที่ 4.1) ที่ต้องใช้เวลาซึมซับ การสร้างมาตรฐานที่พักแบบ Homestay/Farm Stay (กลไกที่ 4.2) เพื่อเป็นฐานที่มั่นในการฝังตัวในชุมชนและการร้อยเรียงเส้นทางประสบการณ์แท้ (กลไกที่ 4.3) ที่เชื่อมต่อดิจิทัล ธรรมชาติ และวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างไร้รอยต่อ นอกจากนี้โครงการยังมุ่งแก้ปัญหาข้อจำกัดทางกายภาพและงบประมาณของชุมชนด้วยมาตรการสนับสนุนพื้นที่และอุปกรณ์ (กลไกที่ 4.6) เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยและเป็นมืออาชีพ พร้อมใช้ระบบจองส่วนกลาง (กลไกที่ 4.5) เพื่อทลายกำแพงความยุ่งยากในการเข้าถึงและปิดท้ายด้วยการใช้พลังสื่อสารจากนักท่องเที่ยวเองผ่านการตลาดแบบร่วมสร้าง (กลไกที่ 4.4) ซึ่งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในระดับจริงใจและจริงแท้ ซึ่งการดำเนินการเหล่านี้ไม่เพียงแต่จะช่วยยกระดับรายได้ให้แก่ชุมชนฐานรากแต่ยังเป็นการรักษาและสืบสานภูมิปัญญาของนครปฐมให้มีลมหายใจในฐานะจุดหมายปลายทางของการพักผ่อนที่ทรงคุณค่าและทันสมัยในสายตานักท่องเที่ยวรุ่นใหม่

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 หน่วยงานรับผิดชอบหลัก

- 2.1.1 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม
- 2.1.2 สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม
- 2.1.3 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม

2.2 หน่วยงานร่วมปฏิบัติการ

- 2.2.1 สถาบันอุดมศึกษาในพื้นที่
- 2.2.2 สมาคมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัด
- 2.2.3 หอการค้าจังหวัด
- 2.2.4 ภาคเอกชนและศูนย์การค้า

3. ลักษณะของโครงการหรือกิจกรรม และขั้นตอนการทำงาน

1. ระยะที่ 1 : การเตรียมทุนทางกายภาพและมาตรฐาน (เดือนที่ 1-3) (กลไก 4.2, 4.6) โดยคัดเลือกที่พักและชุมชนเป้าหมายเพื่อเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐาน Homestay/Farm Stay พร้อมจัดสรรงบประมาณสนับสนุนอุปกรณ์มาตรฐาน เช่น ชุดเครื่องครัวปลอดภัย เครื่องมือช่าง และปรับปรุงพื้นที่ศาลาชุมชนหรือโรงเรือนเกษตรให้เป็นพื้นที่เรียนรู้ (Co-maker Space) ที่ถูกสุขอนามัย

2. ระยะที่ 2 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และเส้นทางเชิงประสบการณ์ (เดือนที่ 4-6) (กลไก 4.1, 4.3) โดยพัฒนาชุดกิจกรรมเวิร์กช็อป เช่น การทำขนมหมຽมໄທทรงดำ การปั่นข้าวหลามสໄຕ໋ล໋คຸນ การทอผ้าสໄບມອຸຮ່ວມກັບປຣາຊຸ໋ມຊນ โดยบูรณาการการเล่าเรื่อง (Storytelling) เข้ากับกิจกรรม แล้วจัดทำเป็นเส้นทาง “Authentic Routes” 2 วัน 1 คืน ที่เชื่อมโยงมิติสามธรรมอย่างไวຣອຍຕ່ອ

3. ระยะที่ 3 : การเชื่อมโยงระบบนิเวศดิจิทัลและการตลาดร่วมสร้าง (เดือนที่ 7-10) (กลไก 4.4, 4.5) โดยนำกิจกรรมและที่พักทั้งหมดเข้าสู่ศูนย์กลางการจอง (One-Stop Booking) บนแพลตฟอร์ม Trip Planner พร้อมจัดแคมเปญการตลาดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนำร่องร่วมผลิตเนื้อหา และติดแชนแนลเฉพาะของจังหวัดเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือผ่านประสบการณ์จริง

4. ระยะที่ 4 : การประเมินและขยายผล (เดือนที่ 11-12) โดยการประเมินผลสัมฤทธิ์ผ่านตัวชี้วัดเชิงปริมาณและคุณภาพ พร้อมมอบตราสัญลักษณ์ “Nakhon Pathom Authentic Experience” ให้แก่ชุมชนที่ผ่านเกณฑ์เพื่อสร้างมาตรฐานความยั่งยืน

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. จังหวัดนครปฐมมีอัตราการพักค้างคืนที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากการออกแบบกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาหลายวัน ส่งผลให้เกิดการหมุนเวียนของเงินตราในระบบเศรษฐกิจฐานรากมากขึ้น

2. อัตลักษณ์เมืองสามธรรมจะถูกถ่ายทอดผ่านการลงมือปฏิบัติจริง ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความซาบซึ้งและเห็นคุณค่าในมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Heritage) ของจังหวัดอย่างลึกซึ้ง

3. คนรุ่นใหม่และคนในชุมชนเกิดความภาคภูมิใจในรากเหง้าของตนเอง เมื่อเห็นว่าวิถีชีวิตดั้งเดิมสามารถสร้างมูลค่าและได้รับการยอมรับจากภายนอก นำไปสู่การอนุรักษ์อย่างยั่งยืนโดยสมัครใจ

4. ชุมชนมีพื้นที่สร้างสรรค์ (Co-maker Space) และอุปกรณ์มาตรฐานที่ถูกสุขอนามัย ซึ่งไม่เพียงแต่รองรับนักท่องเที่ยวแต่ยังเป็นพื้นที่เรียนรู้ของคนในชุมชนเองด้วย

5. จังหวัดนครปฐมจะได้รับการยอมรับในฐานะต้นแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ที่ทันสมัย เข้าถึงง่าย และมีความน่าเชื่อถือผ่านมาตรฐานที่ตรวจสอบได้

5. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม (KPIs)

1. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.1 มีชุดกิจกรรมเวิร์กช็อปใหม่ที่จำหน่ายจริงไม่น้อยกว่า 10 ชุด และเส้นทาง
ประสบการณ์ตัวอย่างน้อย 5 เส้นทางต่อปี

1.2 ที่พิทักษ์ชุมชนได้รับการรับรองมาตรฐานไม่น้อยกว่า 10 แห่ง และมีรายได้รวมของ
ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นร้อยละ 30

1.3 ยอดการจองผ่านระบบ One-Stop Booking ไม่น้อยกว่า 30 รายการต่อเดือน และมีการสร้างโพสต์ในโซเชียลมีเดียไม่น้อยกว่า 200 โพสต์ต่อเดือน

2. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.1 การประเมินสภาวะการหลอมรวมเป็นเนื้อเดียวกับวิถีชีวิตที่นักท่องเที่ยวเปลี่ยนจากผู้ชมเป็นผู้ลงมือปฏิบัติจนเกิดความซาบซึ้งในภูมิปัญญา โดยพิจารณาจากบันทึกสะท้อนความคิดเห็นเชิงลึกที่บรรยายถึงการค้นพบคุณค่าในกระบวนการผลิตชิ้นงานแฮนด์เมดที่เกิดจากการเรียนรู้ร่วมกับปราชญ์ชุมชน และการติดต่อสื่อสารต่อเนื่องหลังจบกิจกรรม ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวเข้ากับจิตวิญญาณของเมืองสามธรรมอย่างแท้จริง

2.2 การประเมินการเปลี่ยนทัศนคติจากนักท่องเที่ยวฉาบฉวยสู่ผู้มาเยือนที่ตั้งใจใช้เวลาพักค้างคืนเพื่อซึมซับความสงบและวิถีธรรมชาติ โดยพิจารณาจากบทวิจารณ์เชิงคุณภาพที่เน้นย้ำความสุขจากการใช้ชีวิตช้าลงและความเชื่อมั่นในมาตรฐานที่พักชุมชน การเลือกแผนเดินทางแบบหลายวันเพื่อร่วมกิจกรรมวิถีชาวสวนอย่างสมัครใจ และการโพสต์บอกต่อในฐานะพื้นที่แห่งการสร้างแรงบันดาลใจ ซึ่งยืนยันความสำเร็จในการเปลี่ยนสถานะจากเมืองทางผ่านสู่จุดหมายปลายทางเชิงประสบการณ์

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 : การกำหนดเขตคุ้มครองและควบคุมกิจกรรมพาณิชย์เชิงศาสนสถาน (Vetting & Sanctity Control: Establishing Strict Sanctuary Zoning and Commercial Activity Control in Religious Sites)

นโยบายนี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อตอบโจทยวิกฤตที่เกิดจากการรุกล้ำของกิจกรรมเชิงพาณิชย์ในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งได้รับการยืนยันว่าเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงในระดับสูงจากทั้งมุมมองของผู้เชี่ยวชาญ โดยยึดหลักการ “ฟื้นฟูความสงบและคุณค่าทางจิตวิญญาณเป็นอันดับแรก” โดยการเปลี่ยนแนวคิดจากการจัดการที่เน้น “การรองรับการค้า” ไปสู่ “การคุ้มครองสถานที่ศักดิ์สิทธิ์” ซึ่งข้อเสนอเชิงนโยบายนี้เป็นข้อเสนอที่เกี่ยวกับการกำหนดเขตคุ้มครองโดยมิได้มีเจตนายกเลิกกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่เพื่อเป็นการจัดระเบียบ (Zoning) และควบคุมคุณภาพ (Quality Control) ให้กิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นในศาสนสถานเหล่านั้นยังคงสามารถดำเนินไปในพื้นที่และรูปแบบที่เหมาะสมโดยไม่สร้างความขัดแย้งเชิงคุณค่า (Value Conflict) ระหว่างศรัทธากับกิจกรรมเชิงพาณิชย์

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5

1. เพื่อฟื้นฟูความศักดิ์สิทธิ์และบรรยากาศการปฏิบัติธรรมของศาสนสถาน โดยการจำกัดและควบคุมกิจกรรมที่ไม่สอดคล้องกับคุณค่าทางจิตวิญญาณ

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 จำนวน 5 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 5.1 : การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน (Sanctuary Zoning Map)

การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน เป็นมาตรการเชิงพื้นที่ (Spatial Policy) ที่จำเป็นต่อการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างของวิกฤตความศักดิ์สิทธิ์ โดยอาศัยหลักการการวางแผนผังการใช้ประโยชน์ที่ดินเฉพาะกิจ (Land Use Planning) ในพื้นที่ศาสนสถานเพื่อแยกการใช้ประโยชน์ทางจิตวิญญาณออกจากการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างชัดเจน โดยการดำเนินการจะแบ่งพื้นที่ออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ 1) เขตพุทธาวาสชั้นใน (Core Sanctuary Zone) ซึ่งเป็นพื้นที่ที่ต้องคุ้มครองความสงบและห้ามกิจกรรมเชิงพาณิชย์ทุกชนิด และ 2) เขตกันชนเชิงพาณิชย์ (Commercial Buffer Zone) ซึ่งเป็นพื้นที่รอบนอกที่อนุญาตให้มีกิจกรรมทางเศรษฐกิจได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้มาตรฐานการควบคุมภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมที่เคร่งครัด (Aesthetic Controls) เพื่อให้เกิดความกลมกลืนกับศาสนสถาน โดยผู้วิจัยเห็นว่ากลไกนี้ต้องได้รับความเห็นชอบร่วมกันระหว่างคณะสงฆ์เพื่อรับรองคุณค่าทางศาสนา และหน่วยงานท้องถิ่นเพื่อออกข้อบัญญัติและผังเมืองหรือการใช้ประโยชน์ในพื้นที่ศาสนสถานเชิงพาณิชย์ก่อนประกาศใช้ เพื่อให้การจำกัดกิจกรรมมีผลบังคับใช้ทางกฎหมายที่ชัดเจนและเป็นธรรม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการฟื้นฟูความศักดิ์สิทธิ์และการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมะในระยะยาว

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.1

5.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPI)

5.1.1.1 ร้อยละของศาสนสถานเป้าหมายที่ประกาศใช้แผนที่แบ่งเขตและข้อบัญญัติเชิงพื้นที่ โดยพิจารณาจากเอกสารประกาศเขตพื้นที่ (Zoning) ที่ผ่านการลงนามร่วมกันระหว่างคณะสงฆ์และหน่วยงานท้องถิ่น และแผนผังแบ่งเขต (Sanctuary Map) ที่ติดตั้งในพื้นที่จริง โดยมีเป้าหมายคือร้อยละ 100 ของศาสนสถานนำร่องต้องดำเนินการแล้วเสร็จ

5.1.1.2 จำนวนจุดกิจกรรมเชิงพาณิชย์ที่ได้รับการจัดระเบียบตามมาตรฐานภูมิทัศน์ในเขตกันชน โดยพิจารณาจากทะเบียนรายชื่อผู้ค้าในเขตกันชน (Vendor Registered) ที่ปฏิบัติตามข้อกำหนด และรายงานการตรวจมาตรฐานภูมิทัศน์ที่ยืนยันว่าไม่มีร้านค้าหรือป้ายโฆษณาติดตั้งรุกล้ำเข้าไปในเขตพุทธาวาสชั้นใน โดยมีเป้าหมายร้อยละ 80 ของจุดกิจกรรมเชิงพาณิชย์ในศาสนสถานนำร่อง

5.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPI)

5.1.2.1 การประเมินการเปลี่ยนแปลงของบรรยากาศสู่การลดมลภาวะทางทัศนียภาพ โดยพิจารณาจากบทวิจารณ์ (Feedback) ของผู้มาเยือนที่ระบุถึงการสัมผัสได้ถึงความสงบใจที่เพิ่มขึ้น และบันทึกการสังเกตพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีกิริยาสำรวมและจดจ่อกับการปฏิบัติธรรมได้นานขึ้นเมื่อพื้นที่ถูกแยกออกจากเสียงรบกวนเชิงพาณิชย์

5.1.2.2 การประเมินความสมดุลและการยอมรับข้อตกลงการใช้พื้นที่ร่วมกันของทุกฝ่าย โดยพิจารณาจากภาพถ่ายเปรียบเทียบภูมิทัศน์ (Before-After) ที่แสดงถึง

ความกลมกลืนของร้านค้ากับสิ่งก่อสร้างทางศาสนา และรายงานความพึงพอใจของภาคีเครือข่ายที่สะท้อนว่าชุมชนร้านค้าเห็นความสำคัญของการรักษาความศักดิ์สิทธิ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพในระยะยาว

กลไกที่ 5.2 : มาตรการจำกัดและย้ายจุดขาย

กลไกนี้คือการนำมาตรการเชิงพื้นที่ที่กำหนดในกลไกที่ 5.1 มาสู่การปฏิบัติการจริง (Operationalization) โดยมีเป้าหมายคือการจำกัดความขัดแย้งเชิงพื้นที่ระหว่างกิจกรรมเชิงพาณิชย์กับคุณค่าทางจิตวิญญาณ โดยมีการออกมาตรการหรือคำสั่งให้ย้ายแผงลอยหรือร้านค้าที่ไม่เหมาะสมออกจากเขตพุทธาวาสชั้นใน (Core Sanctuary Zone) ไปยังเขตกันชนเชิงพาณิชย์ (Commercial Buffer Zone) ถือเป็นการดำเนินการเชิงนโยบายที่จำเป็นต่อการฟื้นฟูความสงบและลดการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการรบกวนความศักดิ์สิทธิ์ ซึ่งกลไกนี้ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการร่วมเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมและลดความขัดแย้งกับผู้ประกอบการในพื้นที่

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.2

5.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPI)

5.2.1.1 จำนวน / ร้อยละของร้านค้าหรือแผงลอยที่ถูกย้ายออกจากเขตพุทธาวาสชั้นใน โดยมีเป้าหมายการลดลงร้อยละ 80 ภายในระยะเวลา 6 เดือน ซึ่งเป็นตัวชี้วัดโดยตรงของการลดการรบกวนของกิจกรรมพาณิชย์

5.2.1.2 การประเมินเชิงกระบวนการ (Process) จากประสิทธิภาพการจัดการของภาครัฐหรือผู้ที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ในการเปลี่ยนผ่านอย่างเป็นธรรม โดยกำหนดเป้าหมายความสำเร็จของผู้ประกอบการที่ได้รับการจัดสรรพื้นที่ใหม่ในเขตกันชนอย่างเป็นธรรมร้อยละ 100 โดยสนับสนุนให้ผู้ประกอบการยังคงมีพื้นที่ทำกินภายใต้กฎระเบียบใหม่

5.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPI)

5.2.2.1 การประเมินการเปลี่ยนแปลงของการรับรู้ที่ส่งผลต่อความสงบทางจิตใจหลังจากการย้ายจุดขายที่ไม่เหมาะสม โดยพิจารณาจากบทวิจารณ์ (Feedback) ที่เน้นย้ำถึงทัศนียภาพที่สะอาดตาและบรรยากาศที่เป็นระเบียบขึ้น และผลการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยว (In-depth Interviews) ที่ระบุว่าไม่มีเสียงรบกวนจากการเสนอขายของช่วยส่งเสริมสมาธิและความเพลิดเพลินในศาสนสถาน

5.2.2.2 การประเมินคุณภาพของกระบวนการเคลื่อนย้ายที่ต้องอาศัยการประนีประนอมและธรรมาภิบาล โดยพิจารณาจากรายงานสรุปกระบวนการประชาพิจารณ์ที่แสดงถึงการตกลงร่วมกันโดยไม่มีความขัดแย้งรุนแรง และการสะท้อนความเชื่อมั่นของผู้ค้าในเขตกันชนที่รู้สึกว่าการทำเลใหม่มีความเป็นสัดส่วนและได้รับการส่งเสริมการตลาดอย่างเท่าเทียม

กลไกที่ 5.3 : การกำหนดมาตรฐานภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรม

กลไกนี้มุ่งแก้ไขปัญหาค่าทางสุนทรียภาพและภาพลักษณ์ (Aesthetic Integrity) ของศาสนสถานโดยใช้มาตรการควบคุมภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมในเขตกันชนเชิงพาณิชย์ การออกระเบียบควบคุมขนาดป้ายโฆษณา รูปแบบอาคาร วัสดุ และโทนสี ถือเป็นมาตรการสำคัญในการสร้างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ที่กลมกลืน (Harmonious Spatial Identity) โดยมีเป้าหมายเพื่อป้องกันมิให้การพัฒนาเชิงพาณิชย์บดบังหรือทำลายทัศนียภาพอันศักดิ์สิทธิ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมะ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังสอดคล้องจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.3

5.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitatively KPI)

5.3.1.1 ค่าร้อยละของสิ่งปลูกสร้างหรือป้ายโฆษณาในเขตกันชนที่ปรับปรุงแก้ไขให้เป็นไปตามมาตรฐานภูมิทัศน์ที่กำหนด โดยวัดระดับการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพ (Physical Transformation) ของพื้นที่จากการตรวจสอบภาคสนาม (Field Audit) และการถ่ายภาพเปรียบเทียบ (Before-After Photography) โดยมีเป้าหมายร้อยละ 90 ภายใน ระยะเวลา 1 ปี

5.3.1.2 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ การรับรู้เชิงอารมณ์และสุนทรียศาสตร์ของนักท่องเที่ยวต่อความกลมกลืนทางภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมในเขตกันชนซึ่งวัดผลได้จากการสำรวจความรู้สึก โดยมีเป้าหมายค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน เพื่อสะท้อนความสำเร็จในการฟื้นฟูภาพลักษณ์ของพื้นที่

5.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPI)

5.3.2.1 การประเมินการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์ในมุมมองความสวยงามและความสง่างามที่ส่งเสริมคุณค่าศาสนสถาน โดยพิจารณาจากภาพถ่ายเปรียบเทียบมุมมองทัศนียภาพ (Before-After) ที่แสดงความกลมกลืนระหว่างสิ่งปลูกสร้างเชิงพาณิชย์กับโบราณสถาน และ บทวิจารณ์ (Feedback) ที่นักท่องเที่ยวระบุถึงความประทับใจในความสวยงามที่เป็นระเบียบและความเป็นเอกภาพของพื้นที่

5.3.2.2 การประเมินผลกระทบเชิงจิตวิทยาจากการจัดการภูมิทัศน์ที่ส่งเสริมสภาวะธรรม โดยพิจารณาจากผลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ที่นักท่องเที่ยวระบุว่าทัศนียภาพที่สะอาดตาช่วยให้เข้าถึงสภาวะสงบได้ง่ายขึ้น และการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ที่นำเสนอภาพลักษณ์ความสง่างามและความน่าเลื่อมใสของศาสนสถานโดยไม่มีสิ่งรบกวนในเฟรมภาพ

กลไกที่ 5.4 : การจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วม

ปัญหาที่พบคือการขาดความเป็นเอกภาพและการบังคับใช้กฎหมายที่เข้มแข็ง ดังนั้นการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วมจึงเป็นกลไกสำคัญในการสร้างธรรมาภิบาลเชิงพื้นที่ (Spatial

Governance) ซึ่งคณะกรรมการนี้ควรประกอบด้วยตัวแทนที่มีอำนาจตัดสินใจจากวัด ในฐานะของผู้รักษาความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ หน่วยงานท้องถิ่นหรือผู้มีอำนาจในการบังคับใช้กฎหมาย และอาสาสมัครชุมชน ตลอดจนตำรวจท้องที่ในในฐานะของการเป็นผู้เฝ้าระวังภาคสนาม โดยบทบาทหลักคือการเป็น กลไกการประสานงานข้ามหน่วยงาน (Cross-Sectoral Coordination) เพื่อเฝ้าระวังความเสี่ยงและแก้ไขปัญหาการละเมิดกฎระเบียบที่เกิดขึ้นในพื้นที่อย่างรวดเร็วและเด็ดขาด

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.4

5.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitatively KPI)

5.4.1.1 ร้อยละของการละเมิดกฎระเบียบในเขตพุทธาวาสชั้นในที่ได้รับการแก้ไขภายใน 24 ชั่วโมง โดยเป็นการวัดความเร็วและประสิทธิภาพของกลไกกำกับดูแลในการตอบสนองต่อเหตุการณ์ (Response Time and Effectiveness) ที่เกิดขึ้น ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความเข้มแข็งในการบังคับใช้กฎหมาย โดยมีเป้าหมายของการแก้ไขปัญหาร้อยละ 90 ของเหตุการณ์ทั้งหมด

5.4.1.2 ความถี่ในการประชุมคณะกรรมการร่วมและร้อยละของมติที่นำไปปฏิบัติได้จริง ซึ่งเป็นการวัดความต่อเนื่องและพลังขับเคลื่อนของกลไกธรรมาภิบาล (Governance) ในการกำกับดูแลเชิงนโยบายและการปฏิบัติการ โดยมีเป้าหมายจากการประชุมรายเดือนและมติถูกนำไปปฏิบัติไม่น้อยกว่าร้อยละ 60

5.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPI)

5.4.2.1 การประเมินความเป็นเอกภาพและความเที่ยงตรงของกฎระเบียบที่เกิดจากการยอมรับของทุกฝ่าย โดยพิจารณาจากรายงานประเมินความพึงพอใจของคณะกรรมการร่วมที่สะท้อนถึงการตัดสินใจที่รวดเร็วและเป็นธรรม และบันทึกการสะท้อนความคิดเห็นของชุมชน (Community Feedback) ที่รู้สึกถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อยที่เกิดจากการจัดการอย่างจริงจัง

5.4.2.2 การประเมินผลสัมฤทธิ์จากการเฝ้าระวังภาคสนามที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ความศักดิ์สิทธิ์ โดยพิจารณาจากบทวิจารณ์ (Feedback) ที่นักท่องเที่ยวระบุถึงความรู้สึกปลอดภัยและได้รับการดูแลจากเจ้าหน้าที่ และรายงานสถานการณ์ความเสี่ยง (Risk Assessment Reports) ที่แสดงให้เห็นว่าจุดเสี่ยงต่อการถูกรบกวนความสงบถูกกำจัดออกไปอย่างเป็นระบบ

กลไกที่ 5.5 การสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยวและชุมชน

กลไกนี้ถือเป็นการประเมินผลลัพธ์เชิงผลกระทบ (Impact Evaluation) ที่วัดความสำเร็จของนโยบายจากการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายโดยตรง การติดตามดัชนีความรู้สึก (Sentiment Index) ของนักท่องเที่ยวต่อปัญหาการลดทอนความศักดิ์สิทธิ์ และกิจกรรมพาณิชย์

อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่ามาตรการควบคุมพื้นที่และภูมิทัศน์ที่ใช้ไปนั้นบรรลุผลในการฟื้นฟูคุณค่าทางจิตวิญญาณตามที่ตั้งเป้าหมายไว้หรือไม่ การวัดผลควรใช้เทคนิคการสำรวจแบบต่อเนื่อง (Continuous Monitoring) ทั้งแบบออนไลน์ (Social Listening) และแบบออนไลน์โดยการสำรวจ ณ จุดสถานที่จริง

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 5.5

5.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitatively KPI)

5.5.1.1 ค่าร้อยละของการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและคุณค่า (Value Perception Change) ของนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการฟื้นฟูคุณค่าทางธรรมชาติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อประเด็น “นักท่องเที่ยวไม่รู้สึกลังคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อมาเยือนศาสนสถาน” จะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4.50 โดยเปรียบเทียบจากค่าเฉลี่ยที่ผู้วิจัยได้สำรวจมาแล้วที่ค่าเฉลี่ย 4.62 จึงจะถือว่าบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้

5.5.1.2 ร้อยละของการรับรู้ถึงความเข้มแข็งของการควบคุมเชิงพื้นที่ โดยค่าที่ลดลงอย่างมีนัยสำคัญจะยืนยันว่ากลไกที่ 5.2, 5.3 และ 5.4 ได้ทำงานร่วมกันเพื่อลดความขัดแย้งเชิงพื้นที่ได้สำเร็จ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อประเด็น “บางวัดขาดการควบคุมกิจกรรมทางพาณิชย์” จะต้องน้อยกว่าหรือเท่ากับ 4.00 โดยเปรียบเทียบจากค่าเฉลี่ยที่ผู้วิจัยได้สำรวจมาแล้วที่ค่าเฉลี่ย 4.40 จึงจะถือว่าบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้

5.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPI)

5.5.2.1 การประเมินความสำเร็จในการสร้างบรรยากาศจากพฤติกรรมจริงของผู้มาเยือนที่เปลี่ยนจากความเร่งรีบสู่ความสำรวม โดยพิจารณาจากพฤติกรรมที่แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวใช้เวลาหยุดนิ่งเพื่อทำสมาธิหรือซึมซับความสงบในเขตพุทธาวาสน่านขึ้นควบคู่กับการลดลงของพฤติกรรมรบกวนความศักดิ์สิทธิ์ เช่น การใช้เสียงดังหรือการถ่ายภาพในลักษณะที่ไม่เหมาะสม

5.5.2.2 การประเมินความลึกซึ้งของประสบการณ์และการเปลี่ยนแปลงภาพจำที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวผ่านมุมมองของนักท่องเที่ยวเอง โดยพิจารณาจากการวิเคราะห์การสื่อสารเชิงอารมณ์ในสื่อโซเชียลมีเดียและสมุดเยี่ยมชมที่พบการเปลี่ยนแปลงของชุดคำศัพท์จากเรื่อง “ความสะกดหรือการคำ” ไปสู่เรื่อง “ความสงบ พลังใจ และความงดงามทางจิตวิญญาณ” รวมถึงการบอกเล่าเรื่องราวเชิงลึกที่เน้นย้ำถึงความประทับใจต่อทัศนียภาพที่สะอาดตาและการได้รับประสบการณ์ที่จริงแท้ ซึ่งยืนยันถึงความสำเร็จในการฟื้นฟูคุณค่าเชิงสุนทรียภาพและจิตวิญญาณตามเป้าหมายของนโยบาย

ตัวอย่างโครงการบูรณาการข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 โครงการฟื้นฟูคุณค่าและจัดระเบียบพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ “Sanctuary First”

1. หลักการและเหตุผล

โครงการ “Sanctuary First” ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขวิกฤตความศักดิ์สิทธิ์ของศาสนสถาน อันเกิดจากการรุกรานที่ขาดการควบคุมของกิจกรรมเชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นปัญหารากเหง้าที่บั่นทอนคุณค่าทางจิตวิญญาณของการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ โดยมีหลักการสำคัญคือการเปลี่ยนแนวคิดจากการจัดการที่เน้น “การรองรับการค้า” ไปสู่ “การคุ้มครองสถานที่ศักดิ์สิทธิ์” โดยโครงการนี้จะบูรณาการมาตรการเชิงพื้นที่เข้ากับธรรมาภิบาลอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้งาน (4.1) เพื่อแยกเขตพุทธาวาสชั้นในออกจากเขตกันชนเชิงพาณิชย์อย่างชัดเจน จากนั้นจึงดำเนินการมาตรการจำกัดและย้ายจุดขาย (4.2) และบังคับใช้มาตรฐานภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรม (4.3) เพื่อฟื้นฟูสุนทรียภาพ พร้อมกันนี้ ยังจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วม (4.4) ที่มีอำนาจในการเฝ้าระวังและแก้ไขการละเมิดอย่างเด็ดขาดและเป็นธรรม และในขั้นตอนสุดท้ายโครงการจะยืนยันความสำเร็จด้วยการสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยวและชุมชน (4.5) เพื่อวัดผลกระทบเชิงประจักษ์ของการฟื้นฟูคุณค่าทางจิตวิญญาณและบรรยากาศการปฏิบัติธรรม ซึ่งเป็นการสร้างกลไกการกำกับดูแลเชิงพื้นที่ที่เข้มแข็งและยั่งยืน

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 หน่วยงานรับผิดชอบหลัก

2.1.1 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม (อบจ.)

2.1.2 สำนักงานพระพุทธศาสนาจังหวัดนครปฐม

2.2 หน่วยงานร่วมปฏิบัติการ

2.2.1 คณะสงฆ์ท้องถิ่น

2.2.2 เทศบาลนครนครปฐม/หน่วยงานท้องถิ่น ได้แก่ งานผังเมืองหรือเทศกิจ)

2.2.3 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม

2.2.4 สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว, ตำรวจท่องเที่ยว

3. ลักษณะของโครงการหรือกิจกรรม และขั้นตอนการทำงาน

1. การจัดตั้งและวางแผน โดยการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วมที่ประกอบด้วยทุกภาคส่วนเพื่อรับรองความชอบธรรมของนโยบาย จากนั้นคณะกรรมการฯ อนุมัติและประกาศใช้แผนที่แบ่งเขตการใช้งานโดยกำหนดขอบเขตของเขตพุทธาวาสชั้นในและเขตกันชนเชิงพาณิชย์ให้มีความชัดเจนและเป็นทางการ

2. การปฏิบัติการเชิงพื้นที่ โดยเริ่มจากการบังคับใช้มาตรการจำกัดและย้ายจุดขาย โดยการออกคำสั่งอย่างเป็นทางการให้ย้ายแผงลอยออกจากเขตพุทธาวาสชั้นในไปยังเขตกันชนเชิงพาณิชย์

และบังคับใช้การกำหนดมาตรฐานภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรมในเขตกันชน โดยควบคุมขนาดป้ายโฆษณา วัสดุ และโทนสีเพื่อให้เกิดความกลมกลืนทางสุนทรียภาพ

3. การกำกับดูแลและการวัดผล โดยคณะกรรมการกำกับดูแลร่วมทำหน้าที่เฝ้าระวังและแก้ไขการละเมิดกฎระเบียบในเขตพุทธาวาสชั้นในอย่างรวดเร็ว (ภายใน 24 ชม.) จากนั้นจะดำเนินการสำรวจความรู้สึกของนักท่องเที่ยวและชุมชนหลังการนำมาตรการไปปฏิบัติ เพื่อวัดการเปลี่ยนแปลงทางจิตใจและคุณค่าและการรับรู้ถึงความเข้มแข็งของการควบคุมเชิงพื้นที่

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. การฟื้นฟูคุณค่าทางจิตวิญญาณ บรรยากาศการปฏิบัติธรรมและความสงบในเขตพุทธาวาสชั้นในจะได้รับการฟื้นฟูอย่างชัดเจน ทำให้คุณค่าทางจิตวิญญาณของศาสนสถานไม่ถูกลดทอนลง

2. การจัดระเบียบพื้นที่สามารถกำจัดความขัดแย้งเชิงพื้นที่ระหว่างศรัทธากับกิจกรรมเชิงพาณิชย์ได้อย่างเป็นรูปธรรมและสามารถสร้างอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ที่กลมกลืนในเขตกันชนได้

3. การบังคับใช้กฎหมายที่เป็นเอกภาพ ทำให้เกิดกลไกธรรมาภิบาลเชิงพื้นที่ที่เข้มแข็งผ่านการทำงานร่วมกันของคณะกรรมการกำกับดูแลร่วม ทำให้การบังคับใช้กฎหมายมีความรวดเร็วและเป็นธรรม

5. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม (KPIs)

1. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

1.1 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ประกาศใช้ผังแบ่งเขต จำนวนร้อยละ 100 ของแหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาหลักในโครงการนำร่อง ภายใน 6 เดือน

1.2 ร้อยละของการลดลงของแผงลอยในเขตพุทธาวาสชั้นใน ลดลงไม่น้อยกว่า 80% ภายใน 6 เดือน

1.3 ร้อยละของการละเมิดที่ได้รับการแก้ไขภายใน 24 ชั่วโมง ลดลงร้อยละ 90 ของเหตุการณ์ทั้งหมด

1.4 ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อประเด็นไม่รู้สึกรบกวนคุณค่าทางจิตวิญญาณ ลดลง ≤ 4.50

1.5 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อความกลมกลืนทางภูมิทัศน์ในเขตกันชน ≥ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5.00

1.6 ระดับการรับรู้ถึงความเข้มแข็งของการควบคุมเชิงพื้นที่ ลดลง ≤ 4.00

2. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.1 การเปลี่ยนแปลงทางภูมิทัศน์และสุนทรียภาพ จากการเปรียบเทียบภาพถ่าย (Before-After) แสดงให้เห็นถึงความกลมกลืนทางสถาปัตยกรรมที่เพิ่มขึ้นในเขตกันชนเชิงพาณิชย์ โดยไม่มีป้ายโฆษณาขนาดใหญ่บดบังทัศนียภาพของศาสนสถาน

2.2 สถานะการฟื้นฟูความสงบในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ จากการสังเกตภาคสนามเพื่อยืนยันว่าเขตพุทธาวาสชั้นในมีความเงียบสงบ ปราศจากเสียงรบกวนจากการค้าขายหรือกิจกรรมเชิงพาณิชย์ และมีการใช้งานพื้นที่เพื่อการปฏิบัติธรรมหรือการใคร่ครวญทางจิตวิญญาณเป็นหลัก

2.3 การยอมรับและความเป็นธรรมต่อผู้ประกอบการ จากผลการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ประกอบการที่ถูกย้ายจุดขาย สะท้อนความรู้สึกว่ากระบวนการย้ายที่ตั้งและจัดสรรพื้นที่ใหม่มีความโปร่งใส ได้รับการปฏิบัติอย่างเป็นธรรม และยังคงมีพื้นที่ทำกินภายใต้กฎระเบียบใหม่

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 : การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและการควบคุมมลพิษแบบจำกัดพื้นที่ (Environmental & Green Infrastructure : Investing in Green Infrastructure and Site-Specific Pollution Control)

ข้อเสนอเชิงนโยบายนี้ถูกกำหนดขึ้นเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ คือการจัดการสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่ปัญหาขยะและมลพิษที่สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและนักท่องเที่ยวในระดับสูงสุด โดยปัญหาดังกล่าวมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับสภาพของแม่น้ำท่าจีนและลำคลองต่าง ๆ ของจังหวัดนครปฐมที่ผู้เชี่ยวชาญระบุว่าขาดการจัดการน้ำเสียอย่างจริงจัง การแก้ไขจึงต้องอาศัยการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเพื่อควบคุมมลพิษที่ต้นกำเนิดและฟื้นฟูระบบนิเวศ โดยหลักการของนโยบายคือการใช้มาตรการควบคุมแบบจำกัดพื้นที่ (Site-Specific Control) ที่มุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากแหล่งกำเนิดมลพิษเฉพาะ (Point Source Pollution) เช่น ชุมชนริมคลองแม่น้ำท่าจีน หรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีการสร้างขยะสูง พร้อมกับการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์เพื่อสร้างกลไกการสนับสนุนทางการเงินที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชนและเกษตรกรที่อนุรักษ์พื้นที่เกษตรกรรม ซึ่งเป็นรากฐานของมิติ “ธรรมชาติ” และ “วัฒนธรรม” ของเมืองสามธรรม การดำเนินงานนี้จะช่วยเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแหล่งน้ำและพื้นที่เกษตรกรรมให้กลับมามีความน่าเชื่อถือด้านความปลอดภัยและสุขอนามัย (Sanitation and Safety Perception) ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพในอนาคต

วัตถุประสงค์ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6

1. เพื่อการฟื้นฟูคุณภาพสิ่งแวดล้อมเฉพาะพื้นที่ในการลดปัญหาขยะและมลพิษทางน้ำในลำคลองและแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติหลักอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะบริเวณชุมชนริมน้ำและพื้นที่เกษตรกรรม เพื่อยกระดับสุขอนามัยและความน่าเชื่อถือของสินค้าเกษตร

2. เพื่อส่งเสริมกลไกการอนุรักษ์ที่ยั่งยืนและสร้างความมั่นคงให้แก่พื้นที่เกษตรกรรมและพื้นที่สีเขียว โดยการจัดตั้งกองทุนและมาตรการจูงใจทางการเงินเพื่อให้ชุมชนและเกษตรกรมีแรงจูงใจในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่อง

3. เพื่อควบคุมผลกระทบเชิงลบจากนักท่องเที่ยวโดยกำหนดมาตรการควบคุมและจำกัดการใช้พื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น การควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในจังหวัดนครปฐม เพื่อป้องกันมิให้กิจกรรมการท่องเที่ยวทำลายความสมบูรณ์ของระบบนิเวศที่อ่อนไหว

กลไกการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 จำนวน 5 กลไก ได้แก่

กลไกที่ 6.1 : การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ คือ ปัญหาขยะและมลพิษในแหล่งธรรมชาติ ซึ่งปัญหานี้มักมีที่มาจากแหล่งกำเนิดมลพิษเฉพาะ เช่น ชุมชนริมคลองแม่น้ำท่าจีน หรือแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร/โฮมสเตย์ที่ขาดระบบบำบัดน้ำเสียที่ได้มาตรฐาน การเลือกใช้ ระบบบำบัดน้ำเสียหรือระบบบำบัดทางธรรมชาติที่มีขนาดเล็กเหมาะสมกับบริบทชุมชน และพื้นที่เกษตรกรรมจึงเป็นแนวทางที่สามารถทำได้จริงและประหยัดค่าใช้จ่ายเมื่อเทียบกับการสร้างโรงบำบัดขนาดใหญ่ ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็กจะมุ่งเน้นการจัดการน้ำเสียจากกลุ่มครัวเรือนหรือกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กในพื้นที่ใกล้เคียงกัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือการยกระดับคุณภาพน้ำ (Water Quality Enhancement) ก่อนปล่อยสู่ลำคลองเพื่อฟื้นฟูระบบนิเวศทางน้ำที่ถูกทำลายและเสริมสร้าง ความน่าเชื่อถือด้านสุขอนามัย (Sanitation Credibility) ให้แก่แหล่งท่องเที่ยวริมน้ำและสินค้าเกษตรที่ปลูกในพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพในระยะยาว

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.1

6.1.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.1.1.1 จำนวนหรือร้อยละของชุมชนริมคลองเป้าหมายในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวริมคลองธรรมชาติที่มีระบบบำบัดน้ำเสียติดตั้งใช้งาน โดยจะเป็นการวัดความสำเร็จในการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย ซึ่งเป็นตัวชี้วัดเบื้องต้นที่แสดงว่านโยบายได้รับการนำไปปฏิบัติในภาคสนามตามแผนการจำกัดพื้นที่ (Site-Specific Control) โดยมีเป้าหมายร้อยละ 50 ภายในระยะเวลา 2 ปี

6.1.1.2 ร้อยละของตัวอย่างน้ำในคลองเป้าหมายที่มีคุณภาพดีขึ้นตามมาตรฐาน โดยเป็นการวัดผลลัพธ์เชิงสิ่งแวดล้อม (Environmental Outcome) โดยตรง เช่นค่า BOD หรือ Biochemical Oxygen Demand และ DO - Dissolved Oxygen ของแหล่งน้ำธรรมชาติ ซึ่งเป็นมาตรการทางวิทยาศาสตร์ที่ยืนยันว่าการลงทุนในระบบบำบัดน้ำเสียส่งผลให้คุณภาพน้ำในลำคลองของจังหวัดนครปฐมฟื้นฟูขึ้นจริง โดยมีเป้าหมายของคุณภาพน้ำที่ดีขึ้นร้อยละ 20 ภายใน 2 ปี

6.1.1.3 ระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่อสุขอนามัยของแหล่งน้ำและสินค้าเกษตร โดยเป็นการวัดผลกระทบต่อภาพลักษณ์และการรับรู้ (Perception and

Credibility Impact) ด้านความเชื่อมั่นต่อสินค้าเกษตรที่ปลูกในพื้นที่ริมคลอง การรับรู้ที่ดีขึ้นแสดงว่าการแก้ไขปัญหาทางกายภาพประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนทัศนคติของตลาด ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงอาหาร/เกษตรอินทรีย์ โดยมีเป้าหมายของค่าเฉลี่ยมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากค่าคะแนนเต็ม 5 คะแนนจึงจะถือว่าบรรลุผลลัพธ์ที่ตั้งไว้

6.1.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.1.2.1 การประเมินความสำเร็จของการบำบัดน้ำเสียผ่านการเปลี่ยนแปลงทางกายภาพและชีวภาพที่นักท่องเที่ยวสัมผัสได้จริง โดยพิจารณาจากผลการบันทึกดัชนีชี้วัดทางธรรมชาติ (Bio-indicator Observation) เช่น การกลับมาของสัตว์น้ำท้องถิ่น ได้แก่ ปลา กุ้ง หรือแมลงปอ และพืชน้ำที่บ่งบอกความสะอาดของน้ำ เช่น สาหร่ายสีเขียว ควบคู่กับการประเมินร่องรอยประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสที่นักท่องเที่ยวระบุถึงการลดลงของกลิ่นไม่พึงประสงค์และความใสของน้ำที่เพิ่มขึ้น เพื่อยืนยันประสิทธิภาพของระบบบำบัดในการคืนความสวยงามตามธรรมชาติให้กับชุมชนริมน้ำ

6.1.2.2 การประเมินความมั่นใจของนักท่องเที่ยวต่อความปลอดภัยในการทำกิจกรรมริมน้ำและการบริโภคสินค้าเกษตรในพื้นที่ โดยพิจารณาจากคำนิยมของผู้เยี่ยมชม (Testimonials) ที่ระบุถึงความสบายใจในการทำกิจกรรมทางน้ำหรือการเข้าพักในโฮมสเตย์ที่มีระบบจัดการน้ำเสียที่ชัดเจน และการสื่อสารเรื่องเล่า “เกษตรน้ำสะอาด” ที่ผู้ประกอบการใช้ระบบบำบัดน้ำเป็นจุดขายในการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งสะท้อนถึงภาพลักษณ์ความเป็นเมืองท่องเที่ยวสีเขียวที่มีมาตรฐานสุขอนามัยระดับสากล

กลไกที่ 6.2 : ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์และให้รางวัลเกษตรกรมยั่งยืน

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านแรงจูงใจในการอนุรักษ์โดยมุ่งเน้นการสร้าง กลไกการสนับสนุนทางการเงินที่ยั่งยืนให้แก่เกษตรกรในพื้นที่ซึ่งเป็นผู้ถือครองพื้นที่สีเขียวอันเป็นรากฐานของมิตินิคมและวัฒนธรรมของเมืองสามชธรรม โดยหลักการสำคัญคือการจัดตั้ง “กองทุนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว” โดยนํารายได้ส่วนหนึ่งที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น ค่าเข้าชมสถานที่หรือภาษีท้องถิ่นมามอบเป็นรางวัลหรือเงินสนับสนุนให้แก่เกษตรกรที่ตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้เกษตรอินทรีย์หรือ รักษาพื้นที่เกษตรกรรมไว้เพื่อประโยชน์เชิงนิเวศแทนการขายที่ดินให้โรงงานอุตสาหกรรม การดำเนินการนี้เป็นการสร้างวงจรเศรษฐกิจสีเขียว (Green Economic Cycle) ที่เชื่อมโยงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวเข้ากับการอนุรักษ์โดยตรง ซึ่งนอกจากจะช่วยลดปัญหาการใช้สารเคมีและมลพิษในลำคลองแล้ว ยังช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือของสินค้าเกษตรอินทรีย์ของนครปฐม และนำไปสู่การเปลี่ยนภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้เป็นพื้นที่ที่ปลอดภัยและยั่งยืนตามที่นักท่องเที่ยวคาดหวังได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.2

6.2.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.2.1.1 จำนวนเกษตรกรของพื้นที่เกษตรกรรมที่เข้าร่วมโครงการ และได้รับเงินสนับสนุน ซึ่งมีเป้าหมายจำนวนของเกษตรกรที่เข้าร่วมโครงการไม่น้อยกว่า 50 ราย ภายใน 1 ปี โดยหากตัวเลขมีการเพิ่มขึ้นจากเป้าหมายที่ตั้งไว้ แสดงว่านโยบายประสบความสำเร็จในการสร้างแรงจูงใจให้เกษตรกรหันมาร่วมมือในการอนุรักษ์และเปลี่ยนวิธีการผลิตสู่เกษตรยั่งยืน

6.2.1.2 ร้อยละของรายได้จากการท่องเที่ยวที่ถูกนำเข้ากองทุนอนุรักษ์ ซึ่งเป็นการวัดความยั่งยืนทางการเงิน (Financial Sustainability) ของกลไก โดยแสดงให้เห็นว่ากองทุนมีแหล่งเงินทุนที่ชัดเจนและต่อเนื่องจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความต่อเนื่องของโครงการ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 3 ของรายได้การท่องเที่ยวท้องถิ่นรวม

6.2.1.3 ค่าเฉลี่ยของระดับความเชื่อมั่นหรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อความปลอดภัยของสินค้าเกษตร ซึ่งเป็นการวัดผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นในตลาด โดยการสำรวจว่านักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นใจในสินค้าเกษตรอินทรีย์ของจังหวัดนครปฐมในระดับใด ซึ่งเป็นการยืนยันความสำเร็จของการเปลี่ยนภาพลักษณ์สิ่งแวดล้อมที่สะอาดให้กลายเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมีการตั้งเป้าหมายของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.2.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.2.2.1 การประเมินผลสำเร็จของกองทุนในการสร้างจิตสำนึกรักถิ่นฐานและความเต็มใจในการเป็นผู้พิทักษ์พื้นที่สีเขียว โดยพิจารณาจากบันทึกสะท้อนความคิดเห็นของเกษตรกรที่ระบุถึงความมั่นใจและแรงจูงใจในการทำเกษตรอินทรีย์แทนการขายที่ดินให้ภาคอุตสาหกรรม หรือรายงานความเชื่อมั่นในเสถียรภาพทางอาชีพจากเกษตรกรที่ได้รับรางวัล ซึ่งแสดงถึงการมองเห็นความเชื่อมโยงระหว่างการรักษาสภาพธรรมชาติกับการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

6.2.2.2 การประเมินความสำเร็จในการเปลี่ยนภาพลักษณ์จังหวัดสู่อัตลักษณ์พื้นที่ปลอดภัยที่นักท่องเที่ยวพร้อมจ่ายในมูลค่าที่สูงกว่าเพื่อสนับสนุนชุมชน โดยการพิจารณาจากการตอบรับเชิงคุณค่าจากนักท่องเที่ยวแสดงความเต็มใจในการจ่ายค่าธรรมเนียมเข้าชมหรือสนับสนุนสินค้าเพราะรับรู้ถึงการมีส่วนร่วมในกองทุนอนุรักษ์ และการนำเสนอเรื่องราววงจรเศรษฐกิจสีเขียว (Green Storytelling Content) ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่เน้นย้ำถึงความสะอาดและ

ความบริสุทธิ์ของผลิตภัณฑ์เกษตรอินทรีย์นครปฐม ซึ่งสะท้อนถึงการเป็นจุดหมายปลายทางที่ยั่งยืนในระดับสากล

กลไกที่ 6.3 : การจำกัดการใช้พลาสติกและจัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาในด้านธรรมชาติ คือ ปัญหาขยะและมลพิษที่ไม่ได้รับการจัดการหรือกำจัดไม่ถูกวิธี ซึ่งมีที่มาจากการขาดมาตรการควบคุมและจัดการขยะ ณ จุดกำเนิด โดยเน้นการสร้างการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและการจำกัดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-Use Plastic Limitation) ในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เช่น ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง ตลาดน้ำดอนหวาย หรือสวนเกษตรที่เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม การดำเนินการเริ่มต้นด้วยการออกข้อบังคับท้องถิ่นเพื่อห้ามหรือจำกัดการใช้ภาชนะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวและส่งเสริมการใช้ภาชนะทางเลือกที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ใบตอง หรือภาชนะที่ย่อยสลายได้ ควบคู่ไปกับการลงทุนจัดตั้งจุดคัดแยกขยะและระบบรีไซเคิลที่มีประสิทธิภาพ ณ แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนริมคลองอย่างเป็นระบบเพื่อลดปริมาณขยะที่จะไหลลงสู่ลำคลองและแม่น้ำท่าจีน ซึ่งนอกจากจะเป็นการฟื้นฟูระบบนิเวศทางน้ำแล้วยังเป็นการเสริมสร้าง ภาพลักษณ์ด้านความยั่งยืนและสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพในระยะยาวได้

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.3

6.3.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.3.1.1 ร้อยละของการลดลงของปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยเป็นการปริมาณขยะพลาสติกตามน้ำหนักหรือจำนวนชิ้น ก่อนและหลังการบังคับใช้มาตรการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ชัดเจนที่สุดของการลดปัญหาขยะ โดยมีเป้าหมายของการจัดการให้มีแนวโน้มที่ลดลงร้อยละ 50 ภายในระยะเวลา 1 ปี

6.3.1.2 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวหลักที่มีระบบคัดแยกขยะตามมาตรฐาน แบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ ขยะอินทรีย์ (ถังสีเขียว) ขยะรีไซเคิล (ถังสีเหลือง) ขยะทั่วไป (ถังสีน้ำเงิน) และขยะอันตราย (ถังสีแดง) เพื่อให้แต่ละประเภทสามารถนำไปกำจัดหรือใช้ประโยชน์ได้อย่างถูกต้อง โดยนับจำนวนสถานที่ที่มีการติดตั้งถังขยะคัดแยกและระบบจัดการที่เหมาะสม ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานในการจัดการขยะอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีเป้าหมายร้อยละ 100 ของแหล่งท่องเที่ยวหลักภายใน 1 ปี

6.3.1.3 ค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการขยะและความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว โดยเป็นการวัดการรับรู้ด้านสุขอนามัยของกลุ่มเป้าหมาย โดยคะแนนที่สูงขึ้นแสดงว่ามาตรการที่ใช้นั้นประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนภาพลักษณ์ในด้านของความสะอาด ซึ่งส่งผลด้านบวกต่อประสบการณ์โดยรวมของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายของ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.3.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.3.2.1 การประเมินความสำเร็จในการเปลี่ยนวัฒนธรรมการบริโภคจากการใช้พลาสติกสู่การเลือกวัสดุทดแทน โดยพิจารณาจากบันทึกการสังเกตการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ให้ความร่วมมือในการคัดแยกขยะ ณ จุดทิ้งอย่างถูกต้อง และการสะท้อนความภาคภูมิใจของผู้ประกอบการในการใช้ภาชนะจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบตองหรือภาชนะย่อยสลายได้ ซึ่งแสดงถึงการยอมรับและร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ระบบนิเวศทางน้ำอย่างยั่งยืน

6.3.2.2 การประเมินผลกระทบจากการจัดการขยะที่มีต่อทัศนียภาพและความรู้สึกไว้วางใจของนักท่องเที่ยวต่อสุขอนามัยของพื้นที่ โดยการพิจารณาจากบทวิจารณ์ (Feedback) ที่นักท่องเที่ยวระบุถึงความประทับใจในความสะดวกที่ไม่มีขยะตกค้างในลำคลองหรือพื้นที่ตลาดน้ำ และการนำเสนอภาพลักษณ์ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่นักท่องเที่ยวถ่ายภาพและชื่นชมความสวยงามของบรรยากาศธรรมชาติ

กลไกที่ 6.4 : การกำหนดมาตรการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาการไม่คำนึงถึง “ขีดความสามารถในการรองรับ” (Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น สวนเกษตรเชิงนิเวศ ตลาดน้ำริมคลองธรรมชาติ เช่น ตลาดน้ำลำพญา ตลาดน้ำดอนหวาย ตลาดน้ำทุ่งบัวแดง โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดยาว ซึ่งเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรและลดคุณภาพประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว หลักการสำคัญคือการนำหลักการการจัดการจำนวนนักท่องเที่ยว (Visitor Management) มาใช้โดยกำหนดหรือควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุดที่อนุญาตให้เข้าชมแหล่งธรรมชาติต่อวัน/ต่อช่วงเวลา ซึ่งต้องอ้างอิงจากการศึกษาทางวิทยาศาสตร์และสิ่งแวดล้อมเพื่อหาขีดความสามารถที่แท้จริงของพื้นที่ และเพื่อให้มาตรการนี้สามารถดำเนินการได้จริงในบริบทของจังหวัดนครปฐม ควรมีการใช้ ระบบการจองล่วงหน้า (Reservation System) โดยเฉพาะสำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร/นิเวศที่ได้รับความนิยมสูง เพื่อควบคุมการไหลของนักท่องเที่ยวและเพื่อป้องกันมิให้การท่องเที่ยวทำลายรากฐานของมิติ “ธรรมชาติ” ของเมืองสามธรรมอย่างถาวร

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.4

6.4.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.4.1.1 จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่นำมาตรการจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวมาใช้จริง โดยนับจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวหลักที่ดำเนินการศึกษาและประกาศใช้ขีด

ความสามารถในการรองรับอย่างเป็นทางการ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดเบื้องต้นของการยอมรับในมาตรการโดยมีเป้าหมายของสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 3 แห่งหลักภายใน 1 ปี

6.4.1.2 ร้อยละของวันหยุดยาว/เทศกาลที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับที่กำหนด โดยติดตามข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าชมจริงและเปรียบเทียบกับขีดความสามารถสูงสุดที่กำหนด หากตัวเลขนี้ลดลงอย่างมีนัยสำคัญแสดงว่าระบบการจองล่วงหน้าและการจำกัดจำนวนประสบความสำเร็จในการป้องกันความแออัด ซึ่งเป้าหมายของกลไกนี้คืออัตราการควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไม่เกินขีดความสามารถการรองรับร้อยละ 80 ของแหล่งท่องเที่ยวที่มีการนำหลักการนี้ไปประยุกต์ใช้

6.4.1.3 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพประสบการณ์และความสงบในแหล่งธรรมชาติ ซึ่งเป็นการวัดคุณภาพเชิงประสบการณ์โดยรวม โดยเน้นการวัดผลที่เกิดจากการเข้าชมในช่วงที่ไม่มีความแออัด และเป็นตัวชี้วัดว่ามาตรการนี้ประสบความสำเร็จในการรักษาบรรยากาศการท่องเที่ยวและยกระดับความพึงพอใจในระดับสูงได้หรือไม่ โดยเป้าหมายของตัวชี้วัดนี้จะต้องมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.4.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.4.2.1 การประเมินระดับความสมบูรณ์ของระบบนิเวศและความสงบของพื้นที่ธรรมชาติ จากการควบคุมจำนวนคนที่มีต่อสถานะพื้นผิวของธรรมชาติและความสุนทรีย์ของแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากบันทึกการสังเกตการณ์ความสมบูรณ์ของชีวภาพ เช่น การกลับมาของสัตว์พื้นถิ่นในพื้นที่ที่เคยหนาแน่น และการสะท้อนอารมณ์ความรู้สึกต่อบรรยากาศจากนักท่องเที่ยวที่ระบุถึงความประทับใจในความสงบ ความไม่แออัด และการได้สัมผัสธรรมชาติอย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นดัชนีชี้วัดว่ามาตรการ Carrying Capacity สามารถรักษาจิตวิญญาณของพื้นที่ธรรมชาติไว้ได้อย่างยั่งยืน

6.4.2.2 การประเมินคุณภาพของประสบการณ์และการยอมรับระบบบริหารจัดการผู้มาเยือน โดยประเมินความพึงพอใจต่อระบบการจองล่วงหน้าและการหมุนเวียนของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อคุณค่าของทริปผ่านบทวิจารณ์ (Feedback) ที่เน้นความคุ้มค่าของการรอคอยซึ่งนักท่องเที่ยวระบุว่าจะระบบจองช่วยให้ได้รับบริการที่เป็นส่วนตัวมากขึ้นและเข้าถึงกิจกรรมได้โดยไม่ต้องร่ำรับ และรายงานความพึงพอใจของเจ้าของพื้นที่ที่แสดงถึงความสามารถในการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพและความภาคภูมิใจในการดูแลทรัพยากรที่ไม่ถูกทำลายจากการท่องเที่ยวล้นเกิน (Overtourism)

กลไกที่ 6.5 : การส่งเสริมการท่องเที่ยวสีเขียวและจิตสำนึก

กลไกนี้ถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาด้านความยั่งยืนเชิงพฤติกรรมโดยมุ่งเน้นการสร้าง จิตสำนึกร่วม (Shared Consciousness) ในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในพื้นที่อ่อนไหวของจังหวัด นครปฐม ซึ่งการดำเนินการคือการพัฒนากิจกรรมเชิงปฏิบัติการด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental Workshop) ที่ผสมผสานเข้ากับหลักสูตรมัธยมศึกษา-วัฒนธรรม ในกลไกที่ 2.1 โดยมีเป้าหมายเพื่อ เปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้บริโภคเป็นผู้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ สามารถทำได้จริงในบริบทของนครปฐม เช่น การจัดโปรแกรมการบำบัดน้ำเสียเบื้องต้นในชุมชน หรือ การทำความสะอาดคลองและแม่น้ำท่าจีน ซึ่งการดำเนินการนี้จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ด้านความ ยั่งยืนให้แก่จังหวัดและสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มีคุณภาพ อีกทั้งการ ส่งเสริมจิตสำนึกจะถูกบูรณาการเข้ากับกลไกอื่น ๆ โดยใช้สื่อดิจิทัลเพื่อเน้นย้ำความสำคัญของการ อนุรักษ์และให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับระบบนิเวศในพื้นที่ท่องเที่ยวริมน้ำหรือสวนเกษตร ซึ่งเป็นการ สร้างความผูกพันทางอารมณ์และแรงจูงใจทางจริยธรรมให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ รับผิดชอบ (Responsible Tourism Behavior)

ตัวชี้วัดความสำเร็จสำหรับกลไกที่ 6.5

6.5.1 ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

6.5.1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการด้าน สิ่งแวดล้อม โดยเป็นการวัดอัตราการมีส่วนร่วมในกิจกรรม (Participation) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดโดยตรงว่า นโยบายประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าร่วมกิจกรรมที่เน้นการปฏิบัติเพื่อส่งเสริม ความยั่งยืนมากน้อยเพียงใด โดยมีเป้าหมายของจำนวนผู้เข้าร่วมมากกว่าหรือเท่ากับ 2,000 คน/ปี

6.5.1.2 จำนวนกิจกรรมหรือหลักสูตรด้านสิ่งแวดล้อมที่ได้รับการ พัฒนาและนำไปใช้ในแหล่งท่องเที่ยวหลัก โดยพิจารณาจากความสามารถในการบูรณาการเนื้อหา ด้านสิ่งแวดล้อมเข้ากับการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายของกิจกรรมจำนวน 5 กิจกรรม/ ปี

6.5.1.3 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อคุณภาพการมี ส่วนร่วมในกิจกรรมอนุรักษ์ เป็นการวัดคุณภาพเชิงประสบการณ์ของกิจกรรม โดยประเมินว่า นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการที่เข้าร่วมมีความหมาย สร้างแรงบันดาลใจและส่งเสริมความเข้าใจในการ อนุรักษ์อย่างแท้จริง ซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการเปลี่ยนพฤติกรรมในระยะยาว โดยมีเป้าหมายของ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากกว่าหรือเท่ากับ 4.50 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

6.5.2 ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

6.5.2.1 การประเมินความสำเร็จในการเปลี่ยนบทบาท นักท่องเที่ยวให้มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมลงมือทำ โดยพิจารณาจากบันทึกสะท้อน จิตสำนึกหลังกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวบรรยายถึงความเข้าใจในความเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมตนเอง

กับระบบนิเวศริมน้ำ และการแสดงออกถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบ เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมบำบัดน้ำหรือเก็บขยะในลำคลองด้วยความสมัครใจ ซึ่งร่องรอยประสบการณ์เหล่านี้เป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จในการสร้าง “จิตสำนึกร่วม” ที่เหนือกว่าการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินเพียงอย่างเดียว

6.5.2.2 การประเมินความภูมิใจของนักท่องเที่ยวในการเป็นส่วนหนึ่งของการอนุรักษ์ที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์แบรนด์จังหวัด โดยพิจารณาจากการสื่อสารเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์ผ่านสื่อดิจิทัล (Digital Green Storytelling) ที่นักท่องเที่ยวผลิตขึ้นเพื่อส่งต่อความรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศและจริยธรรมในการท่องเที่ยวริมน้ำ และบทวิจารณ์ (Feedback) ที่เน้นย้ำคุณค่าของการเป็น “นักท่องเที่ยวสีเขียว” (Green Visitor) ซึ่งสะท้อนความประทับใจต่อจังหวัดนครปฐมในฐานะจุดหมายปลายทางที่ให้ความสำคัญกับการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติอย่างยั่งยืน

ตัวอย่างโครงการบูรณาการข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6

โครงการ “Nakhon Pathom Blue & Green Heritage : การฟื้นฟูระบบนิเวศริมน้ำ และวิถีเกษตรอินทรีย์สู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน”

1. หลักการและเหตุผล

วิกฤตการณ์ด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะมลพิษในแม่น้ำท่าจีนและระบบลำคลองสาขา ถือเป็นเรื่องสำคัญที่ขัดขวางการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดนครปฐม จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวและผู้เชี่ยวชาญระบุถึงปัญหาขยะตกค้างและคุณภาพน้ำที่เสื่อมโทรมว่าเป็นอุปสรรคอันดับต้น ๆ ที่ทำลายภาพลักษณ์เมืองสามธรรมในมิติของธรรมชาติ ซึ่งปัญหานี้ไม่ได้ส่งผลเพียงแค่อันตรายทางสายตา แต่ยังส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นด้านสุขอนามัยของสินค้าเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นจุดขายหลักของจังหวัด หากปราศจากแหล่งน้ำที่สะอาดพื้นที่เกษตรกรรมที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมก็ไม่อาจยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจให้สูงขึ้นได้

โครงการ “Nakhon Pathom Blue & Green Heritage” จึงถูกออกแบบขึ้นภายใต้แนวคิด “Site-Specific Pollution Control” หรือการควบคุมมลพิษเฉพาะจุด โดยมุ่งเน้นการจัดการที่แหล่งกำเนิดผ่านการบูรณาการโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเข้ากับวิถีชีวิตชุมชน โครงการนี้ไม่ใช่เพียงการติดตั้งอุปกรณ์ทางวิศวกรรม แต่เป็นการสร้างระบบนิเวศแห่งความรับผิดชอบต่อเชื่อมโยงมิติกายภาพ มิติเศรษฐกิจ และมิติจิตสำนึกเข้าด้วยกัน โดยหัวใจสำคัญของโครงการคือการเปลี่ยนบทบาทของคนในพื้นที่จากผู้ได้รับผลกระทบ ให้เป็นผู้พิทักษ์ ผ่านกลไกที่ 6.2 เรื่องการจัดตั้งกองทุนอนุรักษ์ที่เปลี่ยนรายได้จากการท่องเที่ยวมาเป็นรางวัลให้แก่เกษตรกรผู้รักษาพื้นที่สีเขียว และการใช้เทคโนโลยีระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็ก (กลไกที่ 6.1) ที่เหมาะสมกับบริบทชุมชนริมน้ำควบคู่ไปกับการบริหารจัดการจำนวนนักท่องเที่ยวด้วยหลัก Carrying Capacity (กลไกที่ 6.4) เพื่อไม่ให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว

รุกรานธรรมชาติเกินขีดจำกัด ซึ่งการดำเนินการในลักษณะบูรณาการนี้จะส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวของนครปฐมก้าวข้ามจากการเป็นเพียง “สถานที่เยี่ยมชม” สู่การเป็น “พื้นที่ต้นแบบด้านความยั่งยืน” ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพที่มีกำลังซื้อสูงและให้ความสำคัญกับจริยธรรมสิ่งแวดล้อมในระดับสากล

2. หน่วยงานที่รับผิดชอบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 หน่วยงานรับผิดชอบหลัก

- 2.1.1 สำนักงานทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมจังหวัดนครปฐม
- 2.1.2 องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม (อบจ.)
- 2.1.3 สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม

2.2 หน่วยงานร่วมปฏิบัติการ

- 2.2.1 สถาบันอุดมศึกษา
- 2.2.2 สมาคม/ชมรมท่องเที่ยวและวิสาหกิจชุมชน
- 2.2.3 ภาครัฐกิจและหอการค้าจังหวัด

3. ลักษณะของโครงการหรือกิจกรรม และขั้นตอนการทำงาน

1. ระยะที่ 1 : การสำรวจต้นทุนและวางโครงสร้างพื้นฐานเพื่อกำจัดมลพิษเฉพาะจุด เริ่มต้นด้วยการลงพื้นที่เชิงรุกเพื่อสำรวจแหล่งกำเนิดมลพิษในชุมชนริมน้ำและโฮมสเตย์เป้าหมายเพื่อออกแบบและติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็กที่สอดคล้องกับบริบทชุมชนและพื้นที่เกษตรกรรม ควบคู่ไปกับการประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อคำนวณขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อ่อนไหว เช่น ตลาดน้ำและสวนเกษตร เพื่อนำมาใช้เป็นฐานในการวางระบบจองล่วงหน้า พร้อมทั้งเริ่มกระบวนการจัดตั้งคณะกรรมการบริหาร “กองทุนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว” เพื่อกำหนดหลักเกณฑ์การระดมทุนและการมอบรางวัลสนับสนุนเกษตรกรในอนาคต

2. ระยะที่ 2 : การปฏิรูปพื้นที่และบังคับใช้มาตรฐานการจัดการสิ่งแวดล้อมเข้มงวด มุ่งเน้นการเปลี่ยนพฤติกรรมผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวผ่านการประกาศใช้ข้อบัญญัติท้องถิ่นว่าด้วยการจำกัดพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว (Single-use Plastic) และส่งเสริมการใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น ใบตอง หรือภาชนะที่ย่อยสลายได้ ภายใต้การสนับสนุนของท้องถิ่นในการจัดตั้งจุดคัดแยกขยะมาตรฐาน 4 ประเภทที่มีประสิทธิภาพสูง ณ แหล่งท่องเที่ยวหลัก พร้อมกับการเปิดใช้งานระบบจองล่วงหน้าเพื่อควบคุมการเข้ามาของนักท่องเที่ยวไม่ให้เกินขีดจำกัดที่ทรัพยากรจะรองรับได้ ซึ่งจะช่วยยกระดับสุนทรียภาพและความสะอาดของพื้นที่ให้กลับมาน่าเชื่อถืออีกครั้ง

3. ระยะที่ 3 : การขับเคลื่อนจิตสำนึกร่วมผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อ เป็นการบูรณาการมิติสิ่งแวดล้อมเข้ากับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว โดยการพัฒนากิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

(Green Workshop) เช่น การบำบัดน้ำเสียเบื้องต้นในชุมชน หรือกิจกรรมอาสาดูแลคลองแม่น้ำท่าจีน ให้นักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนบทบาทจากผู้ชมเป็นผู้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ซึ่งจะถูกรับรู้ไว้ในเส้นทางท่องเที่ยวหลักผ่านการนำชมของมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่มีองค์ความรู้ด้านนิเวศวิทยา นอกจากนี้ยังเริ่มเปิดรับสมัครเกษตรกรเข้าสู่โครงการ “พิทักษ์พื้นที่สีเขียว” เพื่อเตรียมความพร้อมในการปรับเปลี่ยนวิธีการผลิตจากเกษตรเคมีสู่เกษตรอินทรีย์ที่ปลอดภัยต่อระบบนิเวศทางน้ำ

4. ระยะที่ 4 : การประเมินผลสัมฤทธิ์และสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านความเชื่อมั่นด้านสุขอนามัย โดยดำเนินการตรวจสอบคุณภาพน้ำทางวิทยาศาสตร์เพื่อพิสูจน์ประสิทธิภาพของระบบบำบัดน้ำเสีย และมาตรการจัดการขยะที่ผ่านมา เพื่อให้ผลลัพธ์ดังกล่าวเป็นเครื่องยืนยันความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวริมน้ำของจังหวัดนครปฐม พร้อมทั้งจัดพิธีมอบรางวัลและเงินสนับสนุนจากกองทุนให้แก่เกษตรกรต้นแบบที่รักษาพื้นที่สีเขียวไว้ได้สำเร็จ ซึ่งนอกจากจะเป็นการเชิดชูเกียรติแล้ว ยังเป็นการสื่อสารภาพลักษณ์ “แบรนด์จังหวัดสีเขียว” สู่สายตานักท่องเที่ยวคุณภาพทั่วโลก เพื่อสร้างแรงจูงใจให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

4. ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. คุณภาพน้ำในแหล่งท่องเที่ยวริมน้ำพื้นตัวสู่เกณฑ์มาตรฐาน สัตว์น้ำท้องถิ่นกลับมามีความหลากหลายทางชีวภาพ และปริมาณขยะในลำน้ำลดลงอย่างยั่งยืน
2. นครปฐมก้าวขึ้นเป็นจังหวัดต้นแบบการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Destination) ที่ได้รับความน่าเชื่อถือในระดับประเทศและนานาชาติ
3. เกษตรกรมีรายได้เสริมจากกองทุนอนุรักษ์และสามารถจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้ในราคา Premium เนื่องด้วยผ่านเกณฑ์มาตรฐานสิ่งแวดล้อมของโครงการ
4. เกิดจิตสำนึกร่วม (Shared Consciousness) ในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติระหว่างคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว ลดปัญหาความขัดแย้งในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ

5. ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ/กิจกรรม (KPIs)

1. ตัวชี้วัดเชิงปริมาณ (Quantitative KPIs)

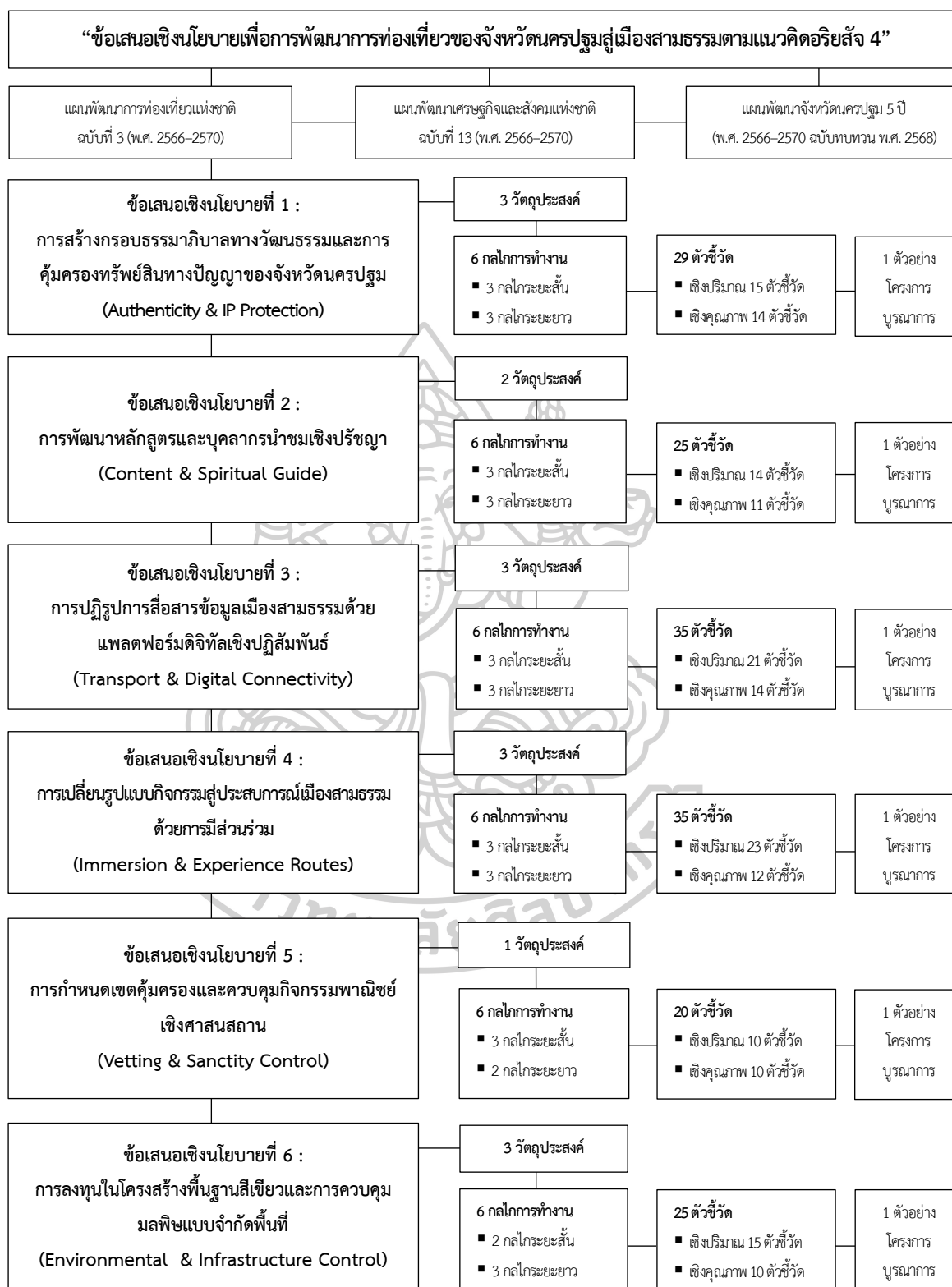
- 1.1 คุณภาพน้ำในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายดีขึ้น (ค่า DO และ BOD) ไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ภายใน 2 ปี
- 1.2 ปริมาณขยะพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียวลดลงร้อยละ 50 ในแหล่งท่องเที่ยวหลักภายใน 1 ปี
- 1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ผ่านระบบจองและเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ (Green Workshop) ไม่น้อยกว่า 1,000 คนต่อปี

2. ตัวชี้วัดเชิงคุณภาพ (Qualitative KPIs)

2.1 การประเมินระดับการฟื้นคืนสุนทรียภาพทางธรรมชาติ โดยประเมินจากระยะเวลาคุณภาพที่นักท่องเที่ยวใช้จดจ่อกับธรรมชาติที่สะอาดใส ไร้กลิ่น และปราศจากขยะรบกวนสายตา โดยมีการสะท้อนความประทับใจผ่านบทวิจารณ์ (Feedback) ที่ระบุถึงความใสสะอาดและความรื่นรมย์ในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือธรรมชาติ

2.2 การประเมินระดับการยอมรับในวงจรเศรษฐกิจสีเขียว โดยประเมินจากทัศนคติของเกษตรกรที่เปลี่ยนจากการมุ่งกำไรระยะสั้นมาเป็นความภาคภูมิใจในการรักษาพื้นที่สีเขียว และการที่นักท่องเที่ยวพร้อมสนับสนุนสินค้าเกษตรอินทรีย์เพราะเชื่อมั่นในเรื่องเล่าเกษตรกรน้ำสะอาด และมาตรฐานสุขอนามัยของพื้นที่





ภาพที่ 17 ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

6 ข้อเสนอเชิงนโยบาย: พลิกโฉมนครปฐมสู่ "เมืองสามธรรม" ที่ยั่งยืน



ภาพที่ 18 แสดงแผนภาพสรุปข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การศึกษางานวิจัยเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Develop) เพื่อศึกษา วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย ศักยภาพทางการท่องเที่ยว และสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) และเพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 โดยการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) ระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยข้อมูลที่รับผู้ศึกษาหรือหน่วยงานทางด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปเป็นแนวทางในการกำหนดข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการจัดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเองได้ โดยเฉพาะในเขตจังหวัดนครปฐม โดยผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาตามลำดับขั้นตอนของแนวคิดอริยสัจ 4 ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย

ในการสรุปผลการวิจัย ผู้วิจัยขอเสนอข้อสรุปเพื่อตอบวัตถุประสงค์ในการวิจัยออกเป็น 4 ส่วน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ทุกข์ : สภาพการณ์ ศักยภาพ และปัญหาของการท่องเที่ยวในพื้นที่

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์สำคัญในการทำความเข้าใจสภาพการณ์ ศักยภาพ และปัญหาของการท่องเที่ยวในพื้นที่ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีความเหมาะสม สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) และสามารถตรวจสอบและนำไปใช้ได้จริงในเชิงปฏิบัติ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ผลการวิจัยจากบทที่ 4 สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าจังหวัดนครปฐมมีทุนทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายและมีคุณค่าทั้งในมิติของทรัพยากรทางศาสนา (ธรรมะ) ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งล้วนเป็นฐานสำคัญของแนวคิด “เมืองสามธรรม” อย่างไรก็ตาม ทุนดังกล่าวยังไม่ได้รับการพัฒนาและจัดการอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ศักยภาพที่มีอยู่ไม่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนได้อย่างเต็มที่

จากผลการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นและสถานการณ์ทางการท่องเที่ยวในปี 2567-2568 ชี้ให้เห็นว่าจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพในการดึงดูดผู้เยี่ยมชมเยือนสูง โดยในปี 2567 มีผู้มาเยือนถึง 4,832,480

คน และสร้างรายได้กว่า 7,779 ล้านบาท แต่เมื่อพิจารณาในเชิงลึกพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 80 เป็นชาวไทยและมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบเข้าไปเยือนกลับ (Excursionist) เนื่องจากมีพื้นที่ตั้งอยู่ใกล้กับกรุงเทพมหานครและการคมนาคมที่สะดวก ส่งผลให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ย (Occupancy Rate) อยู่ที่ประมาณร้อยละ 55 ซึ่งถือว่าไม่สูงนักเมื่อเทียบกับปริมาณนักท่องเที่ยวทั้งหมด สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่านครปฐมยังไม่สามารถแปรเปลี่ยนปริมาณนักท่องเที่ยวให้กลายเป็นการพำนักระยะยาวเพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องได้ และเมื่อพิจารณาควบคู่กับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ รวมไปถึงการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากนักท่องเที่ยว พบว่าการเติบโตดังกล่าวเป็นการเติบโตเชิงปริมาณที่ยังขาดการยกระดับคุณค่าเชิงประสบการณ์ คุณค่าเชิงจิตใจ และคุณค่าเชิงอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ และวัฒนธรรม ปัญหานี้สะท้อนให้เห็นสภาพ “ทุกซ์” ของระบบการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม กล่าวคือ แม้จะมีทรัพยากรและความพร้อมในเชิงพื้นที่ แต่กลับยังไม่สามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านั้นได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

เมื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในพบว่าจังหวัดนครปฐมมีจุดแข็ง (Strengths) ที่โดดเด่นในด้านต้นทุนทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายและเข้มข้นทั้ง 3 มิติ ได้แก่ มิติธรรมชาติ โดยมีวัดทั้งสิ้น 220 วันรวมถึงศาสนสถานที่สำคัญระดับชาติและระดับนานาชาติ เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ ต่อมาคือ มิติธรรมชาติ ที่มีลุ่มน้ำท่าจีนและพื้นที่เกษตรกรรมอุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับการจัดการท่องเที่ยวชมวิถีธรรมชาติและวิถีชีวิตริมคลอง และมีวัฒนธรรมที่มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์และวิถีชุมชนที่ยังมีลมหายใจ เช่น มอญและไททรงดำ นอกจากนี้จังหวัดนครปฐมยังมีทำเลที่ตั้งเชิงยุทธศาสตร์ที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานครและมีระบบคมนาคมที่สะดวกสบาย ทำให้เข้าถึงฐานนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้สะดวก และที่สำคัญจังหวัดนครปฐมยังมีความเข้มแข็งด้านทุนทางอาหารและเกษตรปลอดภัย ซึ่งเป็นแม่เหล็กสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ใส่ใจสุขภาพและนิยมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) ได้

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษายังสะท้อนให้เห็นถึงจุดอ่อน (Weaknesses) เชิงโครงสร้างที่สำคัญ คือ “ภาพลักษณ์การเป็นเมืองทางผ่าน” (Transit City) ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ ส่งผลให้อัตราการเข้าพักค้างคืนอยู่ในระดับต่ำและกระจุกตัวเพียงบางพื้นที่ และยังมีปัญหาการขาดประสิทธิภาพในการจัดการสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะมลพิษในลำคลองและปัญหาขยะที่บั่นทอนความน่าเชื่อถือของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ รวมถึงช่องว่างด้านทักษะของบุคลากรท้องถิ่นที่ยังขาดความเชี่ยวชาญในการสื่อความหมาย (Interpretation) และการเล่าเรื่องเชิงปรัชญา ทำให้คุณค่าของทรัพยากรที่มีอยู่ถูกนำเสนอเพียงมิติกายภาพ ไม่สามารถสร้างประสบการณ์ซาบซึ้งทางปัญญาให้แก่นักท่องเที่ยวได้เท่าที่ควร

ในมิติของสภาพแวดล้อมภายนอก จังหวัดนครปฐมมีโอกาสดังกล่าว (Opportunities) จากกระแสการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ที่นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่แสวงหาความแท้จริง (Authenticity) และการมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับวิถีเมืองสามธรรมอย่างลงตัว ประกอบกับการสนับสนุนจากนโยบายรัฐที่เน้นการท่องเที่ยวเมืองรองและซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ตลอดจนความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะเข้ามาช่วยปิดจุดอ่อนด้านการสื่อสารประวัติศาสตร์และธรรมชาติให้เข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่และชาวต่างชาติได้ดียิ่งขึ้น ซึ่งหากจังหวัดสามารถคว้าโอกาสเหล่านี้ไว้ได้ จะเป็นกุญแจสำคัญในการเปลี่ยนโฉมหน้าการท่องเที่ยวจากปริมาณสู่คุณภาพ

สำหรับ อุปสรรค (Threats) ที่ต้องเผชิญ คือการรุกคืบของพาณิชย์นิยม (Over-commercialization) ที่รุนแรงจนอาจทำลายความศักดิ์สิทธิ์และความแท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมหากไม่มีการควบคุมพื้นที่อย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ยังมีอุปสรรคจากภาวะเศรษฐกิจผันผวนที่ส่งผลต่อกำลังซื้อและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เน้นความประหยัดมากขึ้น รวมถึงการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อต้นทุนทางธรรมชาติ เช่น ระดับน้ำในลำคลองและผลผลิตทางการเกษตร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ถือเป็นความเสี่ยงที่จังหวัดนครปฐมต้องเตรียมมาตรการรองรับเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่เมืองสามธรรมอย่างยั่งยืน

ผลจากการสังเคราะห์ที่ได้ทำการคัดเลือกและจับคู่ปัญหาสำคัญที่สุดจำนวน 6 ประเด็น โดยแบ่งเป็นด้านการท่องเที่ยวเชิงธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม โดยพิจารณาจากความสอดคล้องระหว่างปัญหาเชิงโครงสร้าง (Structural Problems) ที่ผู้เชี่ยวชาญชี้ และปัญหาเชิงประสบการณ์ (Experiential Problems) ที่นักท่องเที่ยวเผชิญหน้าและเห็นด้วยในระดับมากที่สุด ซึ่งการสังเคราะห์นี้ไม่เพียงแต่ยืนยันความมีนัยสำคัญของปัญหาเท่านั้น แต่ยังเป็นการกำหนดขอบเขตของการแก้ไขปัญหาผ่านข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนผ่านจากการจัดการที่มุ่งเน้นปริมาณไปสู่การพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมอย่างยั่งยืนและมีคุณค่าเชิงลึก โดยผลจากการสังเคราะห์ปัญหาทั้ง 6 ด้าน เป็นดังนี้

ปัญหาที่ 1 : การลดทอนความศักดิ์สิทธิ์และการรุกคืบของพาณิชย์นิยม

ปัญหานี้มีรากเหง้ามาจากการขาดการควบคุมเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะการกำหนดขอบเขตและระเบียบการใช้พื้นที่ศักดิ์สิทธิ์อย่างชัดเจนจากหน่วยงานที่รับผิดชอบและศาสนสถานเอง (ตามข้อสังเกตของผู้เชี่ยวชาญ) การละเลยดังกล่าวส่งผลให้นักท่องเที่ยวรับรู้ปัญหาว่าบางวัดขาดการควบคุมกิจกรรมทางพาณิชย์จนกระทบภาพลักษณ์ของความศักดิ์สิทธิ์ การรุกคืบของกิจกรรมเชิงพาณิชย์นิยมที่ไม่มีการควบคุมนี้ ถือเป็นภัยคุกคามโดยตรงต่อความแท้จริงทางจิตวิญญาณ (Spiritual Authenticity) และบั่นทอนวัตถุประสงค์หลักของการแสวงบุญหรือการเยือนศาสนสถานทั้งของนักท่องเที่ยวและคนพื้นถิ่น

ปัญหาที่ 2 : ความล้มเหลวในการส่งมอบคุณค่าทางจิตวิญญาณ

ปัญหานี้เป็นผลผลิตโดยตรงจากการขาดอัตลักษณ์และความลึกซึ้งในการนำเสนอเนื้อหาการนำชมหรือการให้ข้อมูลที่เน้นเพียงการสักการะหรือสิ่งปลูกสร้างในเชิงวัตถุ ทำให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของการเรียนรู้เชิงปรัชญาและการปฏิบัติ อันส่งผลให้ผู้มาเยือนจำนวนมากไม่รู้สึกถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อมาเยือนศาสนสถาน ซึ่งพบว่าเป็นค่าเฉลี่ยที่สูงที่สุดในการสำรวจทั้งหมด และเป็นหลักฐานที่ชัดเจนว่าการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติของจังหวัดนครปฐมกำลังประสบกับปัญหาความตื่นตัวของประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวหรือคนพื้นถิ่นจะได้รับเมื่อมาเยือน

ปัญหาที่ 3 : การบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมที่นำไปสู่มลพิษ

ปัญหานี้ถูกตอกย้ำด้วยข้อค้นพบเชิงประจักษ์ว่าแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีปัญหาขยะและมลพิษที่ไม่ได้รับการจัดการซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดในด้านธรรมชาติ การรับรู้ที่รุนแรงนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจาก ความหละหลวมในการจัดการความยั่งยืนและการขาดการควบคุมขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ (Carrying Capacity) ตามที่ผู้เชี่ยวชาญชี้แจง การขาดกลไกการบังคับใช้และการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขาภิบาลที่เหมาะสมจึงเป็นรากเหง้าของปัญหาที่คุกคามความสมบูรณ์ของระบบนิเวศโดยตรงได้

ปัญหาที่ 4 : การขาดนวัตกรรมการสื่อสารเพื่อการอนุรักษ์

แม้ว่าจังหวัดนครปฐมจะมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม แต่ความล้มเหลวในการสื่อสารข้อมูลกลับเป็นปัญหาเชิงประสบการณ์ที่สำคัญ โดยนักท่องเที่ยวเห็นด้วยอย่างยิ่งว่าข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมักอยู่ในรูปแบบโบรชัวร์เก่า ไม่ดึงดูดคนรุ่นใหม่ ปัญหานี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้จัดการพื้นที่ยังไม่ได้ปรับใช้นวัตกรรมดิจิทัล (Digital Adoption) เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและส่งมอบองค์ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อม ทำให้โอกาสในการดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่และการถ่ายทอดจิตสำนึกด้านการอนุรักษ์อาจทำได้ไม่เต็มที่

ปัญหาที่ 5 : การกลืนกินของพาณิชย์นิยมต่อความแท้จริงทางวัฒนธรรม

ปัญหานี้เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่ซับซ้อน โดยมีผู้เชี่ยวชาญหลายท่านชี้ตรงกันถึงการขาดการวางแผนการอนุรักษ์เชิงยุทธศาสตร์ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวรับรู้ว่าการพัฒนาท้องถิ่นบางส่วนเริ่มถูกกลืนไปกับความทันสมัยและพาณิชย์นิยม ซึ่งเป็นค่าเฉลี่ยสูงสุดในด้านวัฒนธรรม ความจำเป็นทางเศรษฐกิจที่ต้องตอบสนองตลาดระยะสั้นโดยไม่มีกรอบการกำกับดูแลที่เข้มแข็ง ทำให้ความแท้จริง (Authenticity) ของประเพณี วัฒนธรรมและวิถีชีวิตถูกลดทอนหรือบิดเบือนไปเพื่อผลประโยชน์ทางการค้ามากเกินไป ทำให้อัตลักษณ์ของวัฒนธรรมที่แท้จริงนั้นเสี่ยงต่อการสูญหายในอนาคตได้

ปัญหาที่ 6 : การนำเสนอที่ขาดมิติการมีส่วนร่วมและวิถีชีวิตจริง

ปัญหาเชิงโครงสร้างด้านการขาดการสร้างอัตลักษณ์ที่ลึกซึ้ง (ผู้เชี่ยวชาญ) สอดคล้องกับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง โดยการนำเสนอวัฒนธรรมส่วนใหญ่มักอยู่ในรูปแบบของการแสดงให้ชมที่จำกัด ไม่มีการออกแบบกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม (Active Participation) เช่น เวิร์กช็อป หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง ทำให้การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมหยุดอยู่เพียงผิวเผินและไม่สามารถสร้างความประทับใจที่นำไปสู่การพักค้างคืนได้ จนกลายเป็นอุปสรรคทางกายภาพที่ทำให้จังหวัดนครปฐมยังคงเป็น “เมืองทางผ่าน”

1.2 สมุทัย : จากสาเหตุแห่งทุกขสู่การยกร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย

ผู้วิจัยใช้หลัก “สมุทัย” (การหาเหตุแห่งทุกข์) วิเคราะห์ปัญหาเชิงกลยุทธ์ 6 ด้าน เพื่อแก้ปัญหา นครปฐมที่เป็นเพียง “เมืองทางผ่าน” ให้กลายเป็น “จุดหมายปลายทางพักค้างคืน” โดยเปลี่ยนผลวิจัยสู่ ร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย (Policy Guideline) (วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2) ที่เน้นการแก้ปัญหาที่ต้นเหตุผ่าน 3 ประเด็นดังนี้

1.2.1 การฟื้นฟูคุณค่า (Authenticity) โดยรักษาความแท้จริงและจิตวิญญาณของพื้นที่ ไม่ให้พาณิชย์นิยมเข้ามากลืนกิน

1.2.2 ความยั่งยืน (Sustainability) โดยเน้นการจัดการมลพิษและควบคุมขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว (Carrying Capacity)

1.2.3 การเชื่อมโยงระบบ (Integration) โดยบูรณาการการขนส่งและดิจิทัล เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมมิติธรรมะ ธรรมชาติและวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน

โดยขับเคลื่อนผ่านร่าง 6 ข้อเสนอเชิงนโยบาย 34 กลไกการดำเนินงาน และ 144 ตัวชี้วัด เพื่อสร้างการท่องเที่ยว “เมืองสามธรรม” ที่ยั่งยืนและวัดผลได้จริง ดังนี้

1. ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 : การกำหนดเขตคุ้มครองและควบคุมกิจกรรมพาณิชย์เชิงศาสนสถาน (Vetting & Sanctity Control: Establishing Strict Sanctuary Zoning and Commercial Activity Control in Religious Sites) โดยการเปลี่ยนแนวคิดจากการรองรับการค้าสู่การคุ้มครองสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ โดยใช้การจัดระเบียบพื้นที่ (Zoning) แทนการสั่งห้าม เพื่อฟื้นฟูคุณค่าทางจิตวิญญาณและลดความขัดแย้งระหว่างศรัทธากับพาณิชย์ โดยมี 5 กลไกขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติ ได้แก่

กลไกที่ 1.1 การทำแผนที่แบ่งเขต (Zoning) โดยแยกพื้นที่เป็น 2 ส่วน คือ ห้ามขายของเด็ดขาดในเขตพุทธาวาสชั้นในและอนุญาตให้ค้าขายภายใต้การควบคุมในเขตกันชนเชิงพาณิชย์

กลไกที่ 1.2 มาตรการย้ายจุดขาย โดยการย้ายแผงลอยออกจากเขตชั้นในไปยังเขตกันชนอย่างเป็นธรรม

กลไกที่ 1.3 ควบคุมภูมิทัศน์และสถาปัตยกรรม โดยกำหนดรูปแบบอาคาร ป้ายโฆษณา และโทนสีให้กลมกลืนกับศาสนสถาน

กลไกที่ 1.4 จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วมโดยบูรณาการ วัด ท้องถิ่น ตำรวจ ชุมชน เพื่อบังคับใช้กฎหมาย

กลไกที่ 1.5 ประเมินความรู้สึกโดยการติดตามดัชนีความพึงพอใจและการรับรู้คุณค่าทางจิตวิญญาณของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2. ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 : การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา (Content & Spiritual Guide: Developing Curricula and Personnel for Philosophical Interpretation and Guidance) โดยมุ่งแก้ปัญหาการท่องเที่ยวที่ไร้แก่นสารและบุคลากรขาดความรู้เชิงลึก โดยใช้แนวคิด Narrative Tourism เพื่อเปลี่ยนผู้นำชมให้เป็นนักตีความมรดกทางธรรม ที่สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการทบทวนตนเอง (Self-Reflection) และเข้าถึงความหมายเชิงปรัชญา โดยมี 6 กลไกขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติ ได้แก่

กลไกที่ 2.1 จัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ธรรมะ-วัฒนธรรม โดยบูรณาการ 3 โมดูล ได้แก่ ธรรมะสากล ประวัติศาสตร์/โบราณคดี และทักษะนำชมเชิงทบทวน โดยหลักสูตรทั้งหมดจะต้องผ่านการรับรองเพื่อสร้างมาตรฐานของหลักสูตรให้เป็นที่ยอมรับ

กลไกที่ 2.2 จัดทำสคริปต์นำชมเชิงปรัชญาโดยการสร้างบทนำชมมาตรฐานที่เน้นการตั้งคำถามและให้ความหมาย ไม่ใช่แค่เล่าประวัติ และมีการจัดทำเป็นภาษาต่างประเทศหลายภาษาเพื่อรองรับการตลาดสากลในรูปแบบของ E-book หรือ Digital Podcast

กลไกที่ 2.3 จัดตั้งศูนย์บ่มเพาะนักสื่อสารชุมชนโดยเน้นปั้นคนท้องถิ่นและคนรุ่นใหม่ ให้เล่าเรื่องด้วยความจริงแท้และใช้สื่อดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กลไกที่ 2.4 การพัฒนามุมสับโดยจัดพื้นที่ในวัดให้สงบเงียบ ปลอดภัย พร้อมติดตั้ง QR Code เสียงบรรยายธรรมะ (Podcast) เพื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

กลไกที่ 2.5 สร้างมาตรการบังคับใช้มาตรฐานโดยกำหนดให้ผู้นำชมในพื้นที่หลักต้องมีใบรับรองเท่านั้น เพื่อป้องกันข้อมูลบิดเบือนหรือใส่เนื้อหาเชิงไสยศาสตร์เข้าไประหว่างการนำชม

กลไกที่ 2.6 จัดทำเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้โดยการสร้างพื้นที่ให้มัคคุเทศก์และนักวิชาการได้แชร์ข้อมูลใหม่ ๆ เพื่อลดความซ้ำซากของเนื้อหา

3. ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 : การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและการควบคุมมลพิษแบบจำกัดพื้นที่ (Environmental & Green Infrastructure : Investing in Green Infrastructure and Site-Specific Pollution Control) โดยเป็นการมุ่งจัดการวิกฤตสิ่งแวดล้อม เช่น ขยะและน้ำเสียในแม่น้ำท่าจีนและแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร โดยใช้มาตรการเจาะจงพื้นที่ (Site-

Specific) และสร้างแรงจูงใจทางการเงิน เพื่อเปลี่ยนภาพลักษณ์จากพื้นที่มลพิษสู่จุดหมายปลายทางสีเขียวที่ปลอดภัยและยั่งยืน โดยมี 5 กลไกขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติ ได้แก่

กลไกที่ 3.1 ส่งเสริมการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสียชุมชนโดยเน้นระบบขนาดเล็กที่ดูแลรักษาง่ายสำหรับชุมชนริมน้ำและโฮมสเตย์ เพื่อยกระดับคุณภาพน้ำก่อนปล่อยสู่ธรรมชาติ

กลไกที่ 3.2 จัดตั้งกองทุนอนุรักษ์และรางวัลเกษตรยั่งยืนโดยนำรายได้จากการท่องเที่ยว มาสนับสนุนเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์หรือรักษาพื้นที่สีเขียวแทนการขายที่ดินให้โรงงาน

กลไกที่ 3.3 สร้างมาตรการจำกัดพลาสติกและคัดแยกขยะโดยจัดทำและประกาศออกมาเป็นข้อบังคับท้องถิ่น มีการจำกัด Single-use plastic ในตลาดน้ำหรือสวนเกษตร และติดตั้งจุดคัดแยกขยะมาตรฐาน 4 ประเภท

กลไกที่ 3.4 ควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) โดยการศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อวัน และใช้ระบบจองล่วงหน้าในแหล่งท่องเที่ยวที่อ่อนไหวหรือเปราะบางเพื่อลดความแออัดของนักท่องเที่ยวและลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับแหล่งท่องเที่ยว

กลไกที่ 3.5 จัดกิจกรรมสร้างจิตสำนึก (Green Workshop) โดยการเปลี่ยนบทบาทของนักท่องเที่ยวจากผู้บริโภคสู่การเป็นผู้อนุรักษ์ ผ่านกิจกรรมเช่น การทำความสะอาดคลองหรือ Workshop ที่เกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม

4. ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 : การปฏิรูปการสื่อสารข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์ (Transport & Digital Connectivity : Reforming Information Communication with Interactive Digital Platforms) โดยมุ่งเน้นการแก้ไขปัญหาช่องว่างทางการสื่อสารที่ทำให้นักท่องเที่ยวขาดข้อมูลที่ทันสมัยและขาดเครื่องมือในการวางแผนการเดินทาง นโยบายนี้มุ่งปรับเปลี่ยนจากการใช้สื่อสิ่งพิมพ์แบบเดิมสู่การสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์ที่บูรณาการข้อมูลมิติเมืองสามธรรมเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบเพื่อยกระดับนครปฐมให้เป็น Smart City ที่ตอบโจทย์คนรุ่นใหม่และเปลี่ยนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากการเดินทางแบบไป-กลับ ให้กลายเป็นการพักค้างคืนที่ราบรื่นและน่าประทับใจ โดยมี 6 กลไกขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติ ได้แก่

กลไกที่ 4.1 พัฒนาแพลตฟอร์ม “Nakhon Pathom Trip Planner” โดยเป็นการสร้างแอปพลิเคชันมือถือที่เป็น Smart Data Hub ที่รวบรวมข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก และร้านอาหารที่ได้รับรองคุณภาพไว้ในทีเดียว ซึ่งจุดเด่นคือฟังก์ชันนี้คือ Self-Adjustable Trip Planner ที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถออกแบบและปรับแต่งเส้นทางท่องเที่ยวตามธีม (Thematic Routes) ได้ด้วยตนเอง เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดระบบนำเที่ยวอัจฉริยะและช่วยให้การวางแผนเที่ยวหลายวันทำได้ง่ายขึ้น

กลไกที่ 4.2 การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง “นครปฐม : เมืองสามธรรม” ซึ่งเปรียบเสมือนหลังบ้านของระบบดิจิทัลทั้งหมด โดยการจัดทำคลังข้อมูลที่เป็นมาตรฐานหนึ่งเดียว มีการจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามมิติ ธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม พร้อมพิกัดภูมิศาสตร์ (GIS) ที่แม่นยำ ข้อมูลนี้จะถูกเชื่อมต่อไปยังแพลตฟอร์มสากลอย่าง Google Maps หรือ Trip Planner เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับจะถูกต้อง ตรงกัน และทันสมัยอยู่เสมอ

กลไกที่ 4.3 การพัฒนาฟังก์ชันการนำชมเชิงปฏิสัมพันธ์ โดยมุ่งเน้นการยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น AR (Augmented Reality) เพื่อจำลองภาพโบราณสถานในอดีต Audio Guides พอดคาสต์เล่าเรื่องเชิงลึก และระบบ Gamification หรือการสะสมแต้มและภารกิจต่าง ๆ เพื่อเปลี่ยนการรับข้อมูลแบบทางเดียว เป็นการสร้างความร่วมมือและการค้นพบด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยให้ผู้เยี่ยมชมกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้เป็นอย่างดี

กลไกที่ 4.4 การเชื่อมโยงระบบขนส่งและบริการจองล่วงหน้า เพื่อมุ่งแก้ปัญหาด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่กระจัดกระจาย โดยการนำข้อมูลตารางเดินรถสาธารณะ รถตู้ หรือรถสองแถว เข้าสู่ระบบดิจิทัลและเพิ่มฟังก์ชันการจองล่วงหน้าสำหรับที่พัก กิจกรรม และพาหนะไว้ในแอปเดียว เพื่อสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวว่าจะมีรถรับส่งและที่พักแน่นอน กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจพักค้างคืนมากขึ้น

กลไกที่ 4.5 การจัดทำโปรแกรม “Digital Ambassador” ซึ่งเป็นการดึงศักยภาพของคนท้องถิ่นและคนรุ่นใหม่มาเป็นนักสื่อสารชุมชน โดยฝึกฝนให้มีความสามารถในการผลิตเนื้อหาดิจิทัล (Digital Storytelling) ผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น TikTok Facebook หรือ Instagram เพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ที่ทันสมัยและน่าเชื่อถือของเมืองสามธรรมจากมุมมองคนในพื้นที่จริง ช่วยแก้ปัญหาข้อมูลล้าสมัยและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง

กลไกที่ 4.6 การสร้างกลไกป้อนกลับข้อมูลและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ โดยเป็นการสร้างระบบวงจรคุณภาพข้อมูลแบบปิดที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวรายงานความผิดพลาดของข้อมูล หรือร้องเรียนปัญหาหน้างาน เช่น ขยะ ความไม่ปลอดภัย ผ่านแพลตฟอร์มได้ทันที โดยกำหนดมาตรการแก้ไขข้อมูลภายใน 48 ชั่วโมง เพื่อให้ระบบมีความน่าเชื่อถือสูงสุดและใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการปรับปรุงคุณภาพการบริการของจังหวัดอย่างต่อเนื่อง

5. ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 : การสร้างกรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของจังหวัดนครปฐม (Authenticity & Intellectual Property (IP) Protection: Establishing a Cultural Governance Framework and Intellectual Property Protection) โดยนโยบายนี้มีเป้าหมายหลักในการแก้ไขปัญหาการถูกกลืนกินทางวัฒนธรรม และการนำมรดกภูมิปัญญาไปใช้เชิงพาณิชย์โดยไม่เป็นธรรม โดยมุ่งสร้างระบบนิเวศที่ชุมชนเจ้าของวัฒนธรรม

เช่น ชาวมอญ ไททรงดำ ชาวสวน ให้ได้รับการคุ้มครองและแบ่งปันผลประโยชน์อย่างถูกต้องตามกฎหมายและหลักธรรมาภิบาล โดยมี 6 กลไกขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติ ได้แก่

กลไกที่ 5.1 การจัดตั้งคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิและปราชญ์ชาวบ้านเป็นคณะกรรมการรับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรมเพื่อกำหนดมาตรฐานและตรวจสอบความแท้จริงของผลิตภัณฑ์และบริการท่องเที่ยว หากผ่านเกณฑ์ที่เข้มงวดจะได้รับตราสัญลักษณ์รับรองเพื่อยกระดับจากสินค้าทั่วไปให้เป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีมูลค่าเพิ่มและน่าเชื่อถือ

กลไกที่ 5.2 จัดตั้งโครงการสนับสนุนการขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญาเพื่อสร้างเกราะป้องกันทางกฎหมายด้วยการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (IP Protection) ให้แก่ชุมชน ทั้งในรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม สูตรอาหารดั้งเดิม และภูมิปัญญาเกษตรกรรม เพื่อมอบอำนาจให้ชุมชนฟ้องร้องหรือเรียกผลประโยชน์จากผู้ที่นำไปลอกเลียนแบบได้

กลไกที่ 5.3: มาตรการบังคับใช้สัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์ (Benefit Sharing) เป็นการกำหนดบรรทัดฐานใหม่ในการทำธุรกิจ โดยผู้ประกอบการรายใหญ่หรือบริษัททัวร์ที่ใช้ทรัพยากรหรือชื่อเสียงของชุมชนในการสร้างรายได้ จะต้องจัดสรรรายได้กลับคืนสู่กองทุนชุมชน เช่น 5-10% เพื่อสร้างแรงจูงใจเชิงเศรษฐกิจให้ชุมชนอยากอนุรักษ์วัฒนธรรมสืบไป

กลไกที่ 5.4 ส่งเสริมการสร้างตราสัญลักษณ์ “Cultural Endorsement Mark” หรือพัฒนาเครื่องมือการตลาดเชิงอนุรักษ์ผ่านตราสัญลักษณ์คุณภาพที่สื่อสารกับนักท่องเที่ยวโดยตรงว่าสินค้านี้มีความถูกต้องตามภูมิปัญญาและการแบ่งปันรายได้กลับสู่ชุมชนจริง ช่วยสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันและเพิ่มความเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) ของนักท่องเที่ยวคุณภาพ

กลไกที่ 5.5 การฝึกอบรมการสร้างมูลค่าและ Storytelling เชิงลึกโดยการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ให้กับช่างฝีมือและผู้ประกอบการชุมชน โดยเปลี่ยนจากการขายสินค้าผิวเผินมาเป็นการผสมผสานเรื่องราวเชิงลึก เช่น ความเชื่อมโยงของขนมดั้งเดิมกับพิธีกรรมเข้ากับผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างพลังในการต่อรองและดึงดูดนักท่องเที่ยวที่แสวงหาคุณค่าทางจิตวิญญาณ

กลไกที่ 5.6 การจัดตั้งศูนย์ใกล้เคียงข้อพิพาททางวัฒนธรรมเพื่อสร้างกลไกยุติข้อพิพาททางเลือกที่รวดเร็วและประหยัดกว่าการฟ้องศาล และเพื่อใกล้เคียงกรณีที่มีการละเมิดภูมิปัญญาหรือความไม่เป็นธรรมในการแบ่งปันผลประโยชน์ ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ชุมชนเต็มใจเปิดเผยและถ่ายทอดภูมิปัญญาต่อไป

6. ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 : การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ประสบการณ์เชิงการมีส่วนร่วม (Immersion & Experience Routes : Transforming Activity Formats towards Active Participation Experiences) โดยนโยบายนี้ใช้แนวคิด Experiential Tourism มาเป็น

เครื่องมือหลักในการยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวจากการยืนชม เป็นการลงมือทำ (Active Participation) เพื่อสร้างความผูกพันทางอารมณ์และคุณค่าที่ลึกซึ้ง ซึ่งจะช่วยสลายภาพจำของนครปฐมที่เป็นเพียงเมืองทางผ่าน ให้กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ต้องใช้เวลาพักค้างคืนเพื่อซึมซับวิถีชีวิตจริง โดยมี 6 กลไกขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติ ได้แก่

กลไกที่ 6.1 การพัฒนาชุดกิจกรรมเวิร์กช็อปทางวัฒนธรรม (Cultural Workshop Packages) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาโปรแกรมเชิงปฏิบัติการที่เข้มข้น โดยเฉพาะด้านอาหาร (Gastronomy) เช่น การเรียนรู้การทำข้าวหลามจากกระบอกไม้ไผ่จริง หรือการทำขนมหม้อโบราณของไททรงดำ เพื่อเปลี่ยนสินค้าทั่วไปให้เป็นประสบการณ์ที่น่าจดจำและต้องใช้เวลาในการเข้าร่วม

กลไกที่ 6.2 การส่งเสริมรับรองมาตรฐาน Homestay หรือ Farm Stay เพื่อยกระดับที่พักชุมชนในพื้นที่เกษตรกรรม เช่น อ.บางเลน หรือ อ.นครชัยศรี ให้เป็นศูนย์กลางการเรียนรู้วิถีชีวิต โดยที่พักต้องมีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวลงมือทำร่วมกับเจ้าของบ้าน เช่น การเก็บผลไม้ตามฤดูกาลหรือทำเกษตรอินทรีย์ เพื่อสร้างมาตรฐานความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือที่จูงใจให้เกิดการพักค้างคืน

กลไกที่ 6.3 การสร้างเส้นทางประสบการณ์แท้ (Authentic Routes) โดยการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวตามธีมแบบ Multi-Day เช่น 2 วัน 1 คืน ที่มีการพักค้างคืนเพื่อเชื่อมโยงมิติสามธรรมเข้าด้วยกันอย่างราบรื่น ตั้งแต่การทำสมาธิในวัดริมคลองไปจนถึงการพักฟาร์มสเตย์และทำเวิร์กช็อปอาหารพื้นบ้านในวันถัดไป

กลไกที่ 6.4: การจัดทำกลไกการตลาดแบบร่วมสร้างประสบการณ์ (Co-Creation Marketing) โดยการเปลี่ยนนักท่องเที่ยวให้เป็นผู้ผลิตเนื้อหา (Content Co-Creator) ผ่านกิจกรรมที่น่าบันทึกภาพและแบ่งปันบนโซเชียลมีเดีย เช่น แคมเปญปั้นข้าวหลามสไตล์คุณ ซึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือผ่านรีวิวจริงจากผู้ใช้งาน และลดต้นทุนการประชาสัมพันธ์ของจังหวัดได้มหาศาล

กลไกที่ 6.5 การจัดตั้งศูนย์กลางการจองกิจกรรมชุมชน (One-Stop Booking) เพื่อแก้ปัญหาความยุ่งยากในการติดต่อ โดยรวมกิจกรรมเวิร์กช็อป ที่พักโฮมสเตย์ และระบบขนส่งเข้าไว้ในศูนย์กลางการจองเดียว (One-Stop Service) ที่เชื่อมโยงกับแอปพลิเคชันหลักของจังหวัด ช่วยอำนวยความสะดวกในการชำระเงินและบริหารจัดการจำนวนคนในชุมชนอย่างมืออาชีพ

กลไกที่ 6.6 จัดทำมาตรการสนับสนุนด้านอุปกรณ์และพื้นที่สำหรับเวิร์กช็อปโดยการสนับสนุนทุนทางกายภาพให้แก่ชุมชนที่ขาดแคลน เช่น การจัดหาชุดเครื่องครัวมาตรฐาน หรือการปรับปรุงศาลาวัดและโรงเรือนเกษตรให้เป็นห้องเรียนเชิงประสบการณ์ (Co-Maker Spaces) ที่ถูกสุขอนามัยและปลอดภัย เพื่อลดความเสี่ยงในการลงทุนเบื้องต้นของชาวบ้าน

1.3 นิโรธ : การพัฒนาและการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย

สรุปภาพรวมผลการประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัด นครปฐมตามแนวคิดเมืองสามธรรม จากมุมมองของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 19 ท่าน พบว่าข้อเสนอใน ภาพรวมได้รับการยอมรับในระดับสูงมาก โดยมีกลไกที่เป็นหัวใจสำคัญและได้รับมติเห็นชอบเป็นเอกฉันท์ถึง ร้อยละ 100.00 (19 ท่าน) ได้แก่ กลไกที่ 5.2 การสนับสนุนขึ้นทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา และกลไกที่ 3.3 กับ 3.5 ในด้านการจัดการขยะพลาสติกและการส่งเสริมจิตสำนึกสีเขียว สะท้อนให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญสูงสุดกับการวางรากฐานด้านการคุ้มครองสิทธิชุมชนและการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้ข้อเสนอที่ 6 เกี่ยวกับการเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่การมีส่วนร่วมยังได้รับความเห็นชอบในระดับสูงถึง ร้อยละ 94.70 (18 ท่าน) ในส่วนของการพัฒนาชุดกิจกรรมเวิร์กช็อป (6.1) และเส้นทางประสบการณ์แท้ (6.3) เนื่องจากมองว่าเป็นการแก้ปัญหาความผิวนิเวศในการท่องเที่ยวและสร้างแรงจูงใจในการพักค้างคืนได้อย่างแท้จริง

ในมิติของการพัฒนาทุนมนุษย์และนวัตกรรมดิจิทัล ข้อเสนอที่ 2 และ 4 ได้รับการสนับสนุนอย่างสูงเช่นกัน โดยเฉพาะกลไกที่ 2.1 การจัดทำหลักสูตรมัคคุเทศก์ธรรมะ-วัฒนธรรม ที่ได้รับความเห็นชอบร้อยละ 94.70 (18 ท่าน) ขณะที่การพัฒนาแพลตฟอร์ม Nakhon Pathom Trip Planner (4.1) และการเชื่อมโยงระบบขนส่ง (4.4) ได้รับความเห็นชอบเท่ากันที่ ร้อยละ 89.50 (17 ท่าน) อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญบางส่วนยังคงแสดงความกังวลในด้านการบังคับใช้มาตรฐาน โดยกลไกที่ 2.5 (มาตรการบังคับใช้มาตรฐานการนำชม) มีผู้ไม่เห็นด้วยสูงถึง ร้อยละ 10.50 (2 ท่าน) และกลไกที่ 4.6 (การสร้างระบบป้อนกลับข้อมูลดิจิทัล) มีผู้แสดงความไม่แน่ใจสูงถึง ร้อยละ 26.30 (5 ท่าน) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าแม้เครื่องมือทางเทคโนโลยีจะเป็นสิ่งจำเป็น แต่ความยั่งยืนของการจัดการข้อมูลและการกำกับดูแลคุณภาพให้สม่ำเสมอเป็นความท้าทายที่ต้องได้รับการออกแบบใหม่ให้มีความยืดหยุ่นและปฏิบัติได้จริง

สำหรับประเด็นที่เปราะบางและมีข้อโต้แย้งสูงสุดในการประเมินครั้งนี้ คือกลไกที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพและการบริหารพื้นที่ โดยในข้อเสนอที่ 3 กลไกการติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย (3.1) ได้รับความเห็นชอบน้อยที่สุดเพียง ร้อยละ 52.60 (10 ท่าน) และมีผู้ไม่เห็นด้วยสูงที่สุดถึง ร้อยละ 26.30 (5 ท่าน) เนื่องจากความกังวลเรื่องความคุ้มค่าของการลงทุน (Cost-Effectiveness) และความซับซ้อนทางเทคนิค เช่นเดียวกับกลไกที่ 1.1 และ 1.3 ในเรื่องการแบ่งเขตคุ้มครองศาสนสถานและมาตรฐานสถาปัตยกรรม ที่แม้จะมีผู้เห็นชอบร้อยละ 84.20 แต่ก็มีผู้เชี่ยวชาญถึง ร้อยละ 15.80 (3 ท่าน) ที่ยังไม่แน่ใจในทางปฏิบัติ ตอกย้ำให้เห็นว่าการจัดการพื้นที่ที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์เชิงพาณิชย์และค่านิยมเดิมในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ ต้องอาศัยกลไกการมีส่วนร่วมและการสำรวจความรู้สึก (กลไกที่ 1.5) ซึ่งได้รับความเห็นชอบสูงถึง ร้อยละ 94.70 เป็นตัวขับเคลื่อนหลัก

สรุปโดยภาพรวม ข้อเสนอเชิงนโยบายทั้ง 6 ประการได้รับความเห็นชอบเฉลี่ยในระดับที่สูงเกินกว่าร้อยละ 80 ในเกือบทุกมิติ โดยข้อมูลเชิงสถิตินี้ทำหน้าที่เป็นแนวทางในการดับทุกข์ (นิโรธ) ตามหลักอริยสัจ 4 เพื่อปรับปรุงกลไกที่ยังมีความเปราะบาง เช่น การจัดตั้งศูนย์กลางการจูงใจกิจกรรมชุมชน (6.5) หรือการสนับสนุนอุปกรณ์เวิร์กช็อป (6.6) ที่มีความไม่แน่ใจอยู่ที่ ร้อยละ 21.10 ผลการตรวจสอบเชิงปริมาณทั้งหมดนี้จะถูกนำไปสังเคราะห์และปรับแต่งเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อให้ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายที่สมบูรณ์ที่สุด สามารถสร้างความเชื่อมั่นทางสังคม (Social Trust) และเปลี่ยนโฉมจังหวัดนครปฐมสู่เป้าหมายการเป็นเมืองสามธรรมที่ทันสมัยและยั่งยืนได้อย่างแท้จริง

จากนั้น ผู้วิจัยได้นำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ผ่านการปรับปรุงเบื้องต้นมาเข้าสู่การกลั่นกรองโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 15 ท่าน ผ่านเทคนิคการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) โดยใช้ประสบการณ์และดุลยพินิจของผู้ทรงคุณวุฒิในการยืนยันว่ากลไกและนโยบายที่เสนอนั้นมีความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และมีประสิทธิผลสูงสุดในการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างของการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม เพื่อเปลี่ยนสถานะจาก “เมืองทางผ่าน” ไปสู่ “เมืองแห่งจุดหมายปลายทางที่น่าจดจำ” ที่สมบูรณ์แบบ

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้เกณฑ์ของคณะกรรมการช่วยเหลือด้านการพัฒนา (OECD/DAC) มาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ครอบคลุม 5 มิติสำคัญ ได้แก่ 1) ความสอดคล้อง (Relevance) ที่เน้นการแก้รากเหง้าของปัญหา 2) ความเป็นไปได้ (Feasibility) ทั้งในแง่เทคนิค กฎหมาย และทรัพยากร 3) ประสิทธิภาพและประสิทธิภาพ (Effectiveness & Efficiency) ในการบรรลุเป้าหมาย KPIs 4) ความยั่งยืน (Sustainability) ทั้งในมิติการเงิน สังคม และสิ่งแวดล้อม และ 5) ความเป็นธรรม (Equity & Acceptability) ในการแบ่งปันผลประโยชน์และการยอมรับจากภาคส่วนต่างๆ โดยผู้เชี่ยวชาญได้ให้คะแนนประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งผลการศึกษาพบว่าผู้เชี่ยวชาญให้การยอมรับในระดับ “มากที่สุด” อย่างต่อเนื่องในทุกข้อเสนอ ดังนี้

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญให้ความสำคัญกับการรักษาความศักดิ์สิทธิ์ผ่านกลไกเชิงสถาปัตยกรรมและผังเมือง โดยกลไกที่ 1.3 (มาตรฐานภูมิทัศน์) และ 1.4 (คณะกรรมการกำกับดูแลร่วม) ได้รับคะแนนด้านประสิทธิผลสูงสุด ($\bar{X} = 4.93$, S.D. = .258) ขณะที่การจัดการเชิงพื้นที่อย่างกลไกที่ 1.1 (การแบ่งเขตการใช้งาน) และ 1.2 (มาตรการย้ายจุดขาย) ก็ได้รับคะแนนความสอดคล้องกับปัญหาสูง ($\bar{X} = 4.73 - 4.86$) สะท้อนว่าการจัดระเบียบพาณิชย์นิยมในวัดเป็นหนทาง “มรรค” ที่ตรงจุดที่สุดในการกอบกู้ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 นโยบายนี้ได้รับความเห็นชอบอย่างเป็นเอกฉันท์ในระดับสูงมาก โดย กลไกที่ 2.1 (หลักสูตรมัคคุเทศก์) 2.2 (คู่มือการนำชม) และ 2.6 (เครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้) ต่างได้รับคะแนนความสอดคล้องกับปัญหาและความเป็นไปได้ในการปฏิบัติที่ค่าเฉลี่ยสูง ($\bar{X} = 4.93$,

S.D. = .258) ข้อมูลสถิตินี้ยืนยันว่าผู้เชี่ยวชาญเชื่อมั่นในการพัฒนาคนว่าเป็นกุญแจสำคัญที่มีความยั่งยืนสูงกว่าการพัฒนาเพียงสิ่งก่อสร้าง

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 ประเด็นสิ่งแวดล้อมได้รับคะแนนประเมินที่โดดเด่นและคงเส้นคงวาที่สุด โดยเฉพาะ กลไกที่ 3.1 (ระบบบำบัดน้ำเสีย) ที่ได้รับคะแนนเต็มเฉลี่ย 4.93 (S.D. = .258) ในเกือบทุกมิติ ทั้งความสอดคล้อง ความเป็นไปได้ และความยั่งยืน เช่นเดียวกับ กลไกที่ 3.3 (การจัดการขยะ) และ 3.4 (การควบคุมขีดความสามารถการรองรับ) ที่ได้คะแนนความสอดคล้องสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.93) แสดงถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการเตรียมโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อระบบนิเวศอย่างถาวร

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 ผู้เชี่ยวชาญมองว่าเทคโนโลยีคือเครื่องมือสร้างความเท่าเทียม โดยกลไกที่ 4.4 (เชื่อมโยงขนส่ง) และ 4.5 (Digital Ambassador) ได้รับคะแนนประสิทธิภาพสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.93, S.D. = .258) นอกจากนี้ กลไกที่ 4.2 (ฐานข้อมูลกลาง) และ 4.6 (กลไกป้อนกลับข้อมูล) ยังได้รับคะแนนด้านความยั่งยืนสูง ($\bar{X}$ = 4.93) เช่นกัน ยืนยันว่าระบบดิจิทัลที่ออกแบบมาจะช่วยแก้ปัญหาเมืองทางผ่านได้ในระยะยาวหากมีการจัดการข้อมูลที่ไหลเวียนอย่างเป็นระบบ

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 นโยบายนี้เน้นเกราะป้องกันทางกฎหมาย โดยกลไกที่ 5.1 (คณะกรรมการรับรองความแท้จริง) มีความสอดคล้องและความเป็นไปได้สูงสุด ($\bar{X}$ = 4.93, S.D. = .258) และกลไกที่ 5.5 (การฝึกอบรม Storytelling) ได้คะแนนสูงสุดด้านความเป็นธรรมและการยอมรับ ($\bar{X}$ = 4.93) อย่างไรก็ตาม กลไกที่ 5.2 (การขึ้นทะเบียนทรัพย์สินปัญญา) และ 5.3 (การแบ่งปันผลประโยชน์) มีค่าเฉลี่ยรองลงมา ($\bar{X}$ = 4.66, S.D. = .617) แม้จะอยู่ระดับมากที่สุด แต่ค่า S.D. ที่สูงขึ้นบ่งชี้ว่าผู้เชี่ยวชาญบางส่วนยังกังวลเรื่องความซับซ้อนเชิงเทคนิคของกฎหมายที่ต้องใช้รองรับ

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 นโยบายสุดท้ายได้รับคะแนนความสอดคล้องสูงสุดใน กลไกที่ 6.3 (เส้นทางประสบการณ์แท้) และ 6.5 (ระบบจูงใจกิจกรรมชุมชน) ($\bar{X}$ = 4.93, S.D. = .258) โดยมองว่าเป็นผลิตภัณฑ์เชิงกลยุทธ์ที่ทรงพลัง อย่างไรก็ตามมิติด้านความยั่งยืนในกลไกเหล่านี้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.53 และมีค่า S.D. = .743 ซึ่งสูงกว่ากลไกอื่น สะท้อนว่าผู้เชี่ยวชาญยังมีความเห็นต่างกันเล็กน้อยเกี่ยวกับความต่อเนื่องระยะยาวของกิจกรรมเวิร์กช็อป ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้วิจัยต้องนำมาวางแผนบริหารความเสี่ยงเพิ่มเติม

จากข้อมูลข้างต้น ค่าเฉลี่ยรวมที่เข้าใกล้คะแนนเต็ม (5.00) และค่า S.D. ที่ส่วนใหญ่อยู่ในระดับต่ำ (.258 - .351) เป็นเครื่องยืนยันว่าข้อเสนอเชิงนโยบายทั้ง 6 ประการมีความสมเหตุสมผลและมีน้ำหนักความน่าเชื่อถือสูงมากในทัศนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะเชิงวิพากษ์และข้อมูลเชิงสถิติมาสังเคราะห์เป็นข้อเสนอเชิงนโยบายฉบับสมบูรณ์ภายใต้โครงสร้างแนวคิด “The ACTIVE Model” โดยมีการปรับในด้านของลำดับของข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อให้สอดคล้องกับ

แนวคิดใหม่นี้ และผู้ทรงคุณวุฒิยังได้เสนอแนะให้มีการปรับตัวชี้วัดความสำเร็จทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ จาก 144 ตัวชี้วัด เป็น 166 ตัวชี้วัดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการชี้วัดความสำเร็จของแต่ละกลไกการดำเนินงานได้จริง รวมไปถึงยังได้เสนอแนะให้มีตัวอย่างของโครงการที่เป็นการบูรณาการในแต่ละกลไกของแต่ละข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อให้ผู้ศึกษางานวิจัยนี้สามารถเห็นภาพและนำไปประยุกต์ใช้ในการทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวได้จริง โดยลำดับของแนวคิด The ACTIVE Model เป็นดังนี้

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 1 (A) : Authenticity & Intellectual Property (IP) Protection: Establishing a Cultural Governance Framework and Intellectual Property Protection (การสร้างกรอบธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาของจังหวัดนครปฐม) ประกอบไปด้วย 6 กลไกการดำเนินงาน และ 29 ตัวชี้วัดความสำเร็จ และ 1 ตัวอย่างโครงการ คือ โครงการศูนย์กลางธรรมาภิบาลและคุ้มครองภูมิปัญญาวัฒนธรรมนครปฐม “Authenticity & Fair Trade Hub”

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 2 (C) : Content & Spiritual Guide: Developing Curricula and Personnel for Philosophical Interpretation and Guidance (การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา) ประกอบไปด้วย 6 กลไกการดำเนินงาน และ 25 ตัวชี้วัดความสำเร็จ และ 1 ตัวอย่างโครงการ คือ โครงการ “นวัตน์กสื่อสารธรรมะ : พัฒนาผู้นำชมและพื้นที่สร้างสรรค์ประสบการณ์จิตวิญญาณแห่งเมืองสามธรรม”

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 3 (T) : Transport & Digital Connectivity : Reforming Information Communication with Interactive Digital Platforms (การปฏิรูปการสื่อสารข้อมูลด้วยแพลตฟอร์มดิจิทัลเชิงปฏิสัมพันธ์) ประกอบไปด้วย 6 กลไกการดำเนินงาน และ 35 ตัวชี้วัดความสำเร็จ และ 1 ตัวอย่างโครงการ คือ โครงการ “Smart Nakhon Pathom Connect : ปฏิรูปแพลตฟอร์มท่องเที่ยวอัจฉริยะและระบบข้อมูลเมืองสามธรรม”

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 4 (I) : Immersion & Experience Routes : Transforming Activity Formats towards Active Participation Experiences (การเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรมสู่ประสบการณ์เชิงการมีส่วนร่วม) ประกอบไปด้วย 6 กลไกการดำเนินงาน และ 35 ตัวชี้วัดความสำเร็จ และ 1 ตัวอย่างโครงการ คือ โครงการ “Nakhon Pathom Experience Unlocked : เปิดประสบการณ์วิถีสามธรรมด้วยเวิร์กช็อปสร้างสรรค์และที่พักอารมณ์ชุมชน”

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 5 (V) : Vetting & Sanctity Control: Establishing Strict Sanctuary Zoning and Commercial Activity Control in Religious Sites (การกำหนดเขตคุ้มครองและควบคุมกิจกรรมพาณิชย์เชิงศาสนสถาน) ประกอบไปด้วย 5 กลไกการดำเนินงาน และ

20 ตัวชี้วัดความสำเร็จ และ 1 ตัวอย่างโครงการ คือ โครงการฟื้นฟูคุณค่าและจัดระเบียบพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ “Sanctuary First”

ข้อเสนอเชิงนโยบายที่ 6 (E) : Environmental & Green Infrastructure : Investing in Green Infrastructure and Site-Specific Pollution Control (การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและการควบคุมมลพิษแบบจำกัดพื้นที่) ประกอบไปด้วย 5 กลไกการดำเนินงาน และ 25 ตัวชี้วัดความสำเร็จ และ 1 ตัวอย่างโครงการ คือ โครงการ “Nakhon Pathom Blue & Green Heritage : การฟื้นฟูระบบนิเวศริมน้ำและวิถีเกษตรอินทรีย์สู่การท่องเที่ยวสีเขียวอย่างยั่งยืน”

1.4 มรรค : การนำข้อเสนอเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจริง

ผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 4 ซึ่งสอดคล้องกับหลัก “มรรค” ตามกรอบวิธีวิจัย 4 เป็นกระบวนการแปลงข้อเสนอเชิงนโยบายที่ผ่านการประเมินและปรับปรุงจากการสัมมนาผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ไปสู่การกำหนดแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรมในระดับพื้นที่จริง โดยภายหลังจากได้รับข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในขั้นนี้แล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการปรับแก้ร่างข้อเสนอเชิงนโยบายในประเด็นสำคัญ ได้แก่ การกำหนดหน่วยงานหลักรับผิดชอบ (policy owner) ให้ชัดเจน การพัฒนาตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์ที่สามารถประเมินได้ในเชิงประจักษ์ และการออกแบบกลไกการมีส่วนร่วมของชุมชนให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น กระบวนการปรับปรุงดังกล่าวทำให้ข้อเสนอเชิงนโยบายมีความชัดเจนทั้งในเชิงเป้าประสงค์ (policy objectives) และกลไกการขับเคลื่อน (policy mechanisms)

ภายหลังการปรับปรุง ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อเสนอเชิงนโยบายให้เป็นแผนปฏิบัติการเชิงพื้นที่ (area-based implementation framework) ที่สอดคล้องกับบริบทของ 7 อำเภอในจังหวัดนครปฐม โดยเน้นการบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคศาสนา และภาคประชาชน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนเชิงระบบ มิใช่การดำเนินโครงการแบบแยกส่วน ผลการวิเคราะห์พบว่า การนำข้อเสนอเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติจำเป็นต้องอาศัยการจัดลำดับความสำคัญ (policy prioritization) และการทดลองนำร่อง (pilot initiatives) ในพื้นที่ที่มีความพร้อมสูง ก่อนขยายผลสู่พื้นที่อื่น ทั้งนี้ การดำเนินการในลักษณะค่อยเป็นค่อยไป (phased implementation) ช่วยลดความเสี่ยงเชิงโครงสร้างและเพิ่มโอกาสในการสร้างการยอมรับจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับพื้นที่

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นว่า การนำข้อเสนอเชิงนโยบายไปสู่การปฏิบัติอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องมีระบบติดตามและประเมินผล (monitoring and evaluation system) ที่ชัดเจน เพื่อสะท้อนผลกระทบทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม การกำหนดตัวชี้วัดที่ครอบคลุมมิติของเมืองสามธรรม ทำให้สามารถประเมินได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวมิได้มุ่งเน้นเพียงการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว หากแต่ให้ความสำคัญกับคุณภาพประสบการณ์ การคงอยู่ของอัตลักษณ์ท้องถิ่น และความสมดุลของทรัพยากรธรรมชาติ อันเป็นหัวใจของการพัฒนาเชิงคุณค่า

โดยสรุป ขั้นตอนที่ 4 ในฐานะ “มรรค” จึงสะท้อนถึงกระบวนการเปลี่ยนผ่านจากข้อเสนอเชิงนโยบายเชิงแนวคิดไปสู่การปฏิบัติที่มีโครงสร้างรองรับ มีความชัดเจนด้านบทบาทหน้าที่ และมีระบบกำกับติดตามที่ตรวจสอบได้ การดำเนินการดังกล่าวทำให้ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมมีใช้เพียงกรอบเชิงทฤษฎี หากแต่เป็นแนวทางเชิงปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริง และมีศักยภาพในการสร้างความยั่งยืนในระดับพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรมในระยะยาว

2. การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำผลสรุปจากการวิเคราะห์สถานการณ์ปัญหา (ทุกข์) สาเหตุของปัญหา (สมุทัย) และสภาวะเป้าหมาย (นิโรธ) มาทำการอภิปรายผลเชิงลึกโดยเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งในระดับประเทศและระดับสากลโดยมีประเด็นสำคัญที่น่าสนใจคือการนำเสนอแนวทางการดับทุกข์ (มรรค) ทางการท่องเที่ยวผ่านชุดข้อเสนอเชิงนโยบายที่ขับเคลื่อนด้วยกลไก The ACTIVE Model ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดยุทธศาสตร์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นเพื่อเป็นกุญแจสำคัญในการปรับเปลี่ยนโครงสร้างการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมจากเมืองทางผ่านไปสู่เมืองแห่งจุดหมายปลายทางที่น่าจดจำอย่างยั่งยืน โดยการอภิปรายผลแบ่งตามวัตถุประสงค์การศึกษาได้ ดังนี้

2.1 วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษา วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย ศักยภาพทางการท่องเที่ยว และสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

จังหวัดนครปฐมมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงในมิติของธรรมชาติ และวัฒนธรรม แต่ยังไม่สามารถพัฒนาให้เกิดคุณค่าเชิงประสบการณ์และความยั่งยืนได้อย่างเต็มศักยภาพ สอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ชี้ให้เห็นว่า การมีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอต่อการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน หากขาดการจัดการเชิงระบบ การกำหนดทิศทางเชิงนโยบายที่ชัดเจน และการบูรณาการระหว่างภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยในประเด็นนี้จึงช่วยตอกย้ำข้อค้นพบในบทที่ 2 ที่ระบุว่า ความล้มเหลวของการพัฒนาการท่องเที่ยวในหลายพื้นที่มักเกิดจากปัญหาเชิงโครงสร้างและการบริหารจัดการ มากกว่าการขาดแคลนทรัพยากรทางการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาผลการวิจัยผ่านกรอบแนวคิดอริยสัจ 4 จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์สภาพการณ์ และปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสะท้อน “ทุกข์” และ “สมุทัย” อย่างเป็นรูปธรรม กล่าวคือ การเติบโตของการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณควบคู่กับการขาดคุณภาพเชิงประสบการณ์ การขาดเอกลักษณ์ และการจัดการทรัพยากรอย่างไม่สมดุล เป็นสภาวะปัญหาที่ปรากฏชัดในหลายพื้นที่

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนา ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอในบทที่ 2 ที่ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยละเอียดทางจิตใจ วัฒนธรรม และความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ อาจนำไปสู่ความเสื่อมถอยของคุณค่าและความยั่งยืนในระยะยาว

2.2 วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม)

การสังเคราะห์ข้อเสนอเชิงนโยบายจากผลการวิจัยและการพัฒนาเป็นกรอบยุทธศาสตร์ The ACTIVE Model สามารถอธิบายได้ว่าเป็นการตอบสนองต่อข้อจำกัดของแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเดิมที่มุ่งเน้นกิจกรรมและรายได้เป็นหลัก โดย The ACTIVE Model ทำหน้าที่เป็นกรอบเชิงโครงสร้างที่บูรณาการมิติทางวัฒนธรรม จิตวิญญาณ สิ่งแวดล้อม เทคโนโลยี และการบริหารจัดการเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า (value-based tourism) อย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ การที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินว่าข้อเสนอเชิงนโยบายและ The ACTIVE Model มีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้จริงในระดับสูง สะท้อนให้เห็นว่ากรอบยุทธศาสตร์ดังกล่าวไม่ได้เป็นเพียงข้อเสนอเชิงนามธรรม แต่มีลักษณะเป็น “มรรค” หรือแนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปสู่การแก้ไขปัญหาและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม โดยที่ The ACTIVE Model นั้นมีความสอดคล้องกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยดังนี้

Authenticity & IP Protection ผลการวิจัยสามารถอธิบายได้ว่าความจำเป็นในการคุ้มครองความแท้จริงของทรัพยากรทางธรรมะและวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐมมีความสอดคล้องอย่างชัดเจนกับแนวคิดการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมและงานวิจัย โดยเฉพาะงานวิจัยของ กฤตสุขิน พลเสน และพระมหา มหวินทร์ ปุริสสุตโม (2567) ที่ศึกษาการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดนครปฐม และชี้ให้เห็นว่าปัญหาสำคัญมิได้อยู่ที่การขาดแคลนทรัพยากร แต่เป็นการขาดระบบกำกับดูแลและการจัดการที่คำนึงถึงคุณค่าทางจิตใจและอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา ดังนั้นธรรมาภิบาลทางวัฒนธรรมและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาจึงเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ความจำเป็นในการคุ้มครองอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและการกำกับดูแลการใช้ทรัพยากรทางศาสนาและวัฒนธรรม สอดคล้องโดยตรงกับแนวคิดเรื่อง Authenticity in Tourism ของ MacCannell (1976) และ Erik Cohen (1988) ซึ่งอธิบายว่า ความแท้จริงทางวัฒนธรรมเป็นแก่นสำคัญของประสบการณ์การท่องเที่ยว และหากถูกทำให้เป็นเพียงสินค้าเชิงพาณิชย์ จะนำไปสู่ภาวะความแปลกแยกและการเสื่อมคุณค่าในระยะยาว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดการคุ้มครองมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของ UNESCO (2006) ซึ่งเน้นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องดำเนินควบคู่กับการคุ้มครององค์ความรู้ ภูมิปัญญา และอัตลักษณ์ของชุมชน ซึ่งในเชิงอริยสัจ 4 สามารถอธิบายได้ว่าเป็นการแก้ไข “สมุทัย” ที่เกิดจากการพัฒนาเชิงพาณิชย์นิยมที่ไม่สมดุล

ในส่วนของ Content & Spiritual Guide ผลการวิจัยที่เน้นการพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงปรัชญามีความสอดคล้องกับแนวคิดและงานวิจัยที่ให้ความสำคัญกับคุณประโยชน์ด้านปรีชาปฏิบัติ และปฏิเวธในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยเฉพาะงานของ สุชาติ วรรณขาว สุนันท์ แก้วอาษา และยุพิน เรืองแจ้ง (2564) ซึ่งศึกษา “รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการสามธรรมนิเวศน์” และพบว่า การถ่ายทอดองค์ความรู้ ความหมาย และคุณค่าทางจิตใจผ่านผู้นำกิจกรรมและผู้นำทัวร์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงภายในของนักท่องเที่ยว ผลการวิจัยในจังหวัดนครปฐมที่พบการขาดบุคลากรนำชมเชิงลึก จึงสอดคล้องกับข้อค้นพบดังกล่าว และยืนยันแนวคิดว่าการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมไม่อาจพึ่งพาเพียงสถานที่ แต่ต้องอาศัยเนื้อหาและผู้ถ่ายทอดเป็นหัวใจสำคัญ ซึ่งเชื่อมโยงกับ “นิโรธ” ในกรอบอริยสัจ 4 ในฐานะภาพเป้าหมายของการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจอย่างแท้จริง

องค์ประกอบด้าน Transport & Digital Connectivity สามารถอธิบายถึงผลการวิจัยที่ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและการเชื่อมโยงข้อมูล สอดคล้องกับแนวคิดองค์ประกอบการท่องเที่ยวตามกรอบ Smart Tourism และ Tourism Accessibility ที่ปรากฏในงาน UNWTO Report on Tourism and Culture Synergies ของ UNWTO (2019) และเน้นว่าระบบขนส่งและข้อมูลเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นอกจากนี้การขาดระบบขนส่งและการสื่อสารข้อมูลที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบเป็นอุปสรรคต่อการยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Burkart (1981) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการเข้าถึง (accessibility) และข้อมูลเป็นปัจจัยพื้นฐานที่กำหนดคุณภาพประสบการณ์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ดังนั้นผลการวิจัยในบทที่ 4 ที่เสนอการปฏิรูประบบขนส่งและการเชื่อมโยงข้อมูลดิจิทัลจึงสอดคล้องกับแนวคิดดังกล่าว และสะท้อนความพยายามในการแก้ไข “ทุกซ์” เชิงโครงสร้างที่ขัดขวางการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมในระดับพื้นที่

สำหรับ Immersion & Experience Routes ผลการวิจัยที่เสนอการออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์และเส้นทางท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วม สอดคล้องอย่างมีนัยสำคัญกับงานวิจัยของสุชาติ วรรณขาว สุนันท์ แก้วอาษา และยุพิน เรืองแจ้ง (2564) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการสามธรรมจะเกิดคุณค่าได้ก็ต่อเมื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม เรียนรู้ และเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตและความเชื่อของชุมชน ผลการวิจัยในจังหวัดนครปฐมที่พบว่า เส้นทางท่องเที่ยวยังขาดการออกแบบเชิงประสบการณ์ จึงต่อยอดข้อค้นพบนี้และสนับสนุนการพัฒนา The ACTIVE Model ในฐานะเครื่องมือที่เปลี่ยนการท่องเที่ยวจากการเยี่ยมชมไปสู่การเรียนรู้และซึมซับ นอกจากนี้การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวยังสอดคล้องกับแนวคิด Experience Economy ของ Pine และ Gilmore (1999) ซึ่งเสนอว่ามูลค่าของการท่องเที่ยวในยุคใหม่เกิดจากประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและมีความหมาย มากกว่าการบริโภค

สถานที่หรือกิจกรรมเพียงผิวเผิน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด Experiential Tourism ของ Richards (2018) ที่เน้นการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และการปฏิสัมพันธ์กับชุมชนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดอริยสัจ 4 ในมิติของการพัฒนาเชิงปัญญา

ในมิติของ Vetting & Sanctity Control ผลการวิจัยที่เสนอการกำหนดเขตคุ้มครองและควบคุมกิจกรรมพาณิชย์ในพื้นที่ศาสนสถาน โดยมองว่าการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมจำเป็นต้องมีขอบเขตและกติกาที่ชัดเจนเพื่อรักษาความศักดิ์สิทธิ์และคุณค่าดั้งเดิมของพื้นที่ โดยในงานวิจัยของกฤตสุชิน พลเสน และพระมหามหาวินทร์ ปุริสุตโตโม (2567) สะท้อนว่าการขาดการควบคุมกิจกรรมเชิงพาณิชย์เป็นหนึ่งในปัจจัยที่บั่นทอนคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนา ดังนั้นผลการวิจัยในบทที่ 4 จึงสอดคล้องกับงานวิจัยดังกล่าวที่เน้นการรักษาคุณภาพพระหว่างการใช้ประโยชน์และการคุ้มครอง ซึ่งในเชิงอริยสัจ 4 สามารถมองได้ว่าเป็นการวาง “มรรค” เพื่อป้องกันการเกิดทุกข์ซ้ำซ้อนในอนาคต

และองค์ประกอบด้าน Environmental & Green Infrastructure สามารถอธิบายได้ว่า ผลการวิจัยที่เน้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามกรอบของ UNWTO ที่เน้นว่าการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเป็นเงื่อนไขพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวในระยะยาว นอกจากนี้ในงานวิจัยดังกล่าวยังชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของจังหวัดนครปฐมจะเติบโตได้อย่างยั่งยืนก็ต่อเมื่อมีการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิด Sustainable Development ของ UNWCED (1987) ซึ่งเน้นการพัฒนาที่ไม่ทำลายศักยภาพของทรัพยากรในอนาคต และยังชี้ให้เห็นว่าโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าผล ดังนั้นการวิจัยในบทที่ 4 จึงยืนยันแนวคิดดังกล่าวและสะท้อนการบูรณาการมิติธรรมชาติใน The ACTIVE Model ได้อย่างเป็นรูปธรรม

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยในบทที่ 4 ซึ่งสะท้อนทั้งมุมมองของผู้เชี่ยวชาญและนักท่องเที่ยวอย่างสอดคล้องกัน พบว่าปัญหาการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมมิได้เป็นเพียงปัญหาเชิงปฏิบัติการ หากแต่เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่เกี่ยวข้องกับกรอบนโยบาย กลไกธรรมาภิบาล และระบบการส่งมอบคุณค่า (Value Delivery System) ของการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม ดังนั้น การนำ The ACTIVE Model มาใช้เป็นกรอบนโยบายหลัก จำเป็นต้องมีการจัดลำดับแผนการดำเนินงานอย่างเป็นขั้นตอน โดยจำแนกออกเป็นแผนระยะสั้น (1–2 ปี) และแผนระยะยาว (มากกว่า 2 ปี) เพื่อให้สอดคล้องกับระดับความเร่งด่วนของปัญหา ความพร้อมของทรัพยากร และลักษณะของการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 30 ตารางสังเคราะห์กลไกและแผนระยะสั้น-ระยะยาว

มิติ ACTIVE	กลไกการทำงาน	แผน (ระยะ)		เหตุผลเชิงนโยบาย
		สั้น (1-2 ปี)	ยาว (> 2 ปี)	
A : Authenticity & Intellectual Property (IP) Protection	1.1 การจัดตั้งคณะกรรมการ รับรองความแท้จริงทางวัฒนธรรม	✓		เป็นกลไกกำกับเชิงสถาบันที่สามารถ จัดตั้งได้ทันที และเป็นฐานรองรับ กลไกอื่นทั้งหมด
	1.2 โครงการสนับสนุนการขึ้น ทะเบียนทรัพย์สินทางภูมิปัญญา	✓		ใช้เครื่องมือทางกฎหมายที่มีอยู่แล้ว ลดการถูกเอาเปรียบจาก ภายนอก
	1.3 มาตรการบังคับใช้สัดส่วนการ แบ่งปันผลประโยชน์		✓	ต้องอาศัยการปรับกติกาทาง เศรษฐกิจ ความร่วมมือหลายภาค ส่วน และการยอมรับจาก ผู้ประกอบการ
	1.4 การสร้างตราสัญลักษณ์ “Cultural Endorsement Mark”		✓	ต้องสร้างความน่าเชื่อถือในระยะยาว และการรับรู้ในตลาด
	1.5 การฝึกอบรมการสร้างมูลค่า และ Storytelling เชิงลึก	✓		เป็นการลงทุนด้านทุนมนุษย์ (Human Capital) ที่เห็นผลเร็ว
	1.6 การจัดตั้งศูนย์ใกล้เคียงข้อ พิพาททางวัฒนธรรม		✓	ต้องอาศัยโครงสร้างทางกฎหมายและ ความเชื่อมั่นของชุมชน
C : Content & Spiritual Guide	2.1 การร่วมมือจัดทำหลักสูตร “มรดกเทศกัธรรมะ-วัฒนธรรม”	✓		ตอบโจทย์ผลวิจัยบทที่ 4 เรื่อง “การ ขาดผู้ถ่ายทอดคุณค่า” โดยตรง
	2.2 การพัฒนาคู่มือและสคริปต์ การนำชมเชิงปรัชญา	✓		เป็นเครื่องมือมาตรฐานที่ต้นทุนต่ำ และขยายผลเร็ว
	2.3 การจัดตั้ง “ศูนย์บ่มเพาะและ พัฒนานักสื่อสารชุมชน”		✓	ต้องอาศัยเวลาในการสร้างบุคลากร และเครือข่าย
	2.4 การพัฒนาพื้นที่ “มุมสงบ” และสื่อดิจิทัลนำชม	✓		เป็น Quick Win ที่ยกระดับ ประสบการณ์ได้ทันที
	2.5 มาตรการบังคับใช้มาตรฐาน การนำชม		✓	ต้องใช้กระบวนการกำกับ ควบคุม และบังคับใช้
	2.6 การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยน เรียนรู้		✓	เป็น Social Infrastructure ที่เติบโต จากความไว้วางใจ

ตารางที่ 28 ตารางสังเคราะห์กลไกและแผนระยะสั้น-ระยะยาว (ต่อ)

มิติ ACTIVE	กลไกการทำงาน	แผน (ระยะ)		เหตุผลเชิงนโยบาย
		สั้น (1-2 ปี)	ยาว (> 2 ปี)	
T-Transport & Connectivity	3.1 การพัฒนาแพลตฟอร์ม “Nakhon Pathom Trip Planner”	✓		แก้ Pain Point ด้านข้อมูลทันที
	3.2 การสร้างระบบฐานข้อมูลกลาง “นครปฐม : เมืองสามธรรม”	✓		เป็น Digital Backbone ของทั้งโมเดล
	3.3 การพัฒนาฟังก์ชันการนำชมเชิงปฏิสัมพันธ์		✓	ต้องพัฒนาเนื้อหาและเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง
	3.4 การเชื่อมโยงระบบขนส่งและบริการจองล่วงหน้า		✓	ต้องอาศัยการบูรณาการเชิงโครงสร้าง
	3.5 การจัดทำโปรแกรม “Digital Ambassador”	✓		ใช้ทุนมนุษย์ชุมชน เสริมพลังทันที
	3.6 การสร้างกลไกป้อนกลับข้อมูลและอัปเดตอย่างสม่ำเสมอ		✓	เป็นระบบเรียนรู้เชิงนโยบาย (Policy Learning System)
I : Immersion & Experience Routes	4.1 การพัฒนา “Cultural Workshop Packages”	✓		สร้างรายได้ชุมชนและประสบการณ์เชิงลึกได้เร็ว
	4.2 การส่งเสริมรับรองมาตรฐาน Homestay หรือ Farm Stay		✓	ต้องยกระดับมาตรฐานและความพร้อมชุมชน
	4.3 การสร้างเส้นทางประสบการณ์แท้ “Authentic Routes”		✓	ต้องอาศัยการจัดการพื้นที่และการยอมรับร่วม
	4.4 การจัดทำกลไกการตลาดแบบร่วมสร้างประสบการณ์	✓		สอดคล้องแนวคิด Co-creation
	4.5 การส่งเสริมการจัดตั้ง ศูนย์กลางการจูงกิจกรรมชุมชน		✓	ต้องมีระบบและความเชื่อถือ
	4.6 มาตรการสนับสนุนด้าน อุปกรณ์และพื้นที่สำหรับเวิร์กช็อป	✓		เป็นมาตรการกระตุ้นเชิงปฏิบัติการ

ตารางที่ 28 ตารางสังเคราะห์กลไกและแผนระยะสั้น-ระยะยาว (ต่อ)

มิติ ACTIVE	กลไกการทำงาน	แผน (ระยะ)		เหตุผลเชิงนโยบาย
		สั้น (1-2 ปี)	ยาว (> 2 ปี)	
V : Vetting & Sanctity Control	5.1 การจัดทำแผนที่แบ่งเขตการใช้ งาน	✓		เป็นฐานข้อมูลเชิงพื้นที่สำหรับการ กำกับ
	5.2 มาตรการจำกัดและย้ายจุด ขาย		✓	มีความอ่อนไหวทางสังคม ต้องใช้ เวลา
	5.3 การกำหนดมาตรฐานภูมิทัศน์ และสถาปัตยกรรม		✓	ต้องบูรณาการหลายหน่วยงาน
	5.4 การจัดตั้งคณะกรรมการกำกับ ดูแลร่วม	✓		เสริมธรรมาภิบาลแบบมีส่วนร่วม
	5.5 การสำรวจความรู้สึกของ นักท่องเที่ยวและชุมชน	✓		เป็น Evidence-based Policy Tool
E : Environmental & Green Infrastructure	6.1 การติดตั้งระบบบำบัดน้ำเสีย		✓	ต้องใช้งบประมาณและเทคนิค
	6.2 ส่งเสริมการจัดตั้งกองทุน อนุรักษ์และให้รางวัลเกษตรกร ยั่งยืน	✓		เป็นกลไกการเงินที่เริ่มได้ทันที
	6.3 การจำกัดการใช้พลาสติกและ จัดการขยะในแหล่งท่องเที่ยว	✓		เห็นผลเชิงภาพลักษณ์เร็ว
	6.4 การกำหนดมาตรการควบคุม ขีดความสามารถในการรองรับ		✓	ต้องใช้ข้อมูลสะสมและการบังคับใช้
	6.5 การส่งเสริมการท่องเที่ยว เขียวและจิตสำนึก		✓	เป็นการเปลี่ยนพฤติกรรมเชิง โครงสร้าง

จากตารางสังเคราะห์ เมื่อพิจารณาในมิติ Authenticity & IP Protection (A) ผลการจัด
กลไกชี้ให้เห็นว่า การจัดตั้งคณะกรรมการรับรองความแท้จริงและการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา
ของชุมชนควรถูกผลักดันเป็นแผนระยะสั้น เนื่องจากเป็นกลไกเชิงกฎระเบียบที่ตอบโจทย์ปัญหาความ
เสื่อมถอยของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมซึ่งถูกระบุไว้ในบทที่ 4 ว่าเป็น “ทุกซ์” เชิงโครงสร้างระดับสูง
ในขณะที่การสร้างระบบเศรษฐกิจวัฒนธรรมที่ชุมชนเป็นเจ้าของอย่างแท้จริงจำเป็นต้องอาศัยเวลา
และการเปลี่ยนผ่านเชิงสถาบัน จึงเหมาะสมกับการวางแผนระยะยาว การตีความในประเด็นนี้
สะท้อนแนวคิดของ MacCannell (1976) และ UNESCO (2006) อย่างเป็นรูปธรรมในเชิงนโยบาย

ในมิติ Content & Spiritual Guide (C) กลไกการพัฒนาบุคลากรนำชมเชิงธรรมะและการ
ออกแบบเนื้อหาเชิงความหมายถูกจัดเป็นแผนระยะสั้น เนื่องจากเป็นการแก้ปัญหาการส่งมอบคุณค่า

ทางจิตวิญญาณที่นักท่องเที่ยวรับรู้โดยตรงตามผลการสำรวจในบทที่ 4 ขณะที่การยกระดับบทบาทมัคคุเทศก์สู่การเป็น “ผู้อำนวยการประสบการณ์เชิงจิตวิญญาณ” อย่างเต็มรูปแบบ เป็นกระบวนการเรียนรู้ระยะยาวที่ต้องพัฒนาองค์ความรู้ สถานะวิชาชีพ และการยอมรับทางสังคม จึงถูกจัดไว้ในแผนระยะยาว

สำหรับมิติ Transport & Digital Connectivity (T) ผลการจัดกลไกสะท้อนตรรกะเชิงนโยบายที่ชัดเจน กล่าวคือ การพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลดิจิทัลแบบบูรณาการสามารถดำเนินการได้ในระยะสั้นเพื่อแก้ปัญหาการเข้าถึงข้อมูลที่กระจุกกระจาย ขณะที่การปรับปรุงระบบขนส่งเชิงโครงสร้างและการเชื่อมโยงเส้นทางเชิงพื้นที่จำเป็นต้องอาศัยงบประมาณ การประสานงานข้ามหน่วยงาน และกรอบผังเมือง จึงเหมาะสมกับแผนระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Smart Tourism และ Tourism Accessibility

ในมิติ Immersion & Experience Routes (I) กลไกการออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ที่ชุมชนมีส่วนร่วมสามารถเริ่มต้นได้ในระยะสั้นผ่านโครงการนำร่อง ขณะที่การพัฒนาเส้นทางประสบการณ์เชิงลึกที่เชื่อมโยงธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ จำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานรัฐ จึงถูกจัดอยู่ในแผนระยะยาว การตีความนี้สะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากการท่องเที่ยวเชิงกิจกรรมสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณค่าอย่างแท้จริง

ในมิติ Vetting & Sanctity Control (V) กลไกการกำหนดเขตคุ้มครอง การย้ายจุดขาย และการจัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลร่วมถูกจัดเป็นแผนระยะสั้น เนื่องจากเป็นมาตรการเชิงอำนาจรัฐที่จำเป็นต่อการฟื้นฟูความศักดิ์สิทธิ์ซึ่งถูกระบุว่าเป็นปัญหารุนแรงในบทที่ 4 ขณะที่การสร้างวัฒนธรรมการเคารพพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการเชิงบรรทัดฐาน (normative change) ที่ต้องอาศัยเวลาและการเรียนรู้ต่อเนื่อง

สุดท้าย มิติ Environmental & Green Infrastructure (E) แสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างกลไกที่สามารถดำเนินการได้ทันที เช่น ระบบบำบัดน้ำเสียขนาดเล็กและการจัดการขยะ ณ แหล่งกำเนิด กับกลไกระยะยาว เช่น กองทุนอนุรักษ์ การควบคุม Carrying Capacity และการปลูกฝังจิตสำนึกการท่องเที่ยวสีเขียว ซึ่งต้องอาศัยความต่อเนื่องทางนโยบายและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

ดังนั้น การจัดกลไกตาม The ACTIVE Model ให้อยู่ในรูปแบบของแผนระยะสั้นและระยะยาวตามที่ปรากฏในตารางสังเคราะห์ มิได้เป็นเพียงการจัดลำดับเวลาเชิงเทคนิค แต่เป็นการสะท้อนตรรกะเชิงนโยบายที่สอดคล้องกับหลักอริยสัจ 4 กล่าวคือ เริ่มจากการดับ “ทุกข์” เชิงโครงสร้างที่เร่งด่วน ก่อนจะสร้าง “มรรค” เชิงสถาบันและเชิงวัฒนธรรมที่นำไปสู่ความยั่งยืนในระยะยาว ซึ่งทำให้ The ACTIVE Model สามารถทำหน้าที่เป็นกรอบยุทธศาสตร์เชิงพื้นที่ที่มีทั้งความเป็นวิชาการและความเป็นไปได้เชิงนโยบายอย่างแท้จริง

2.3 วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมภายใต้กรอบ The ACTIVE Model มิได้เป็นเพียงการสร้างนโยบายใหม่ในระดับพื้นที่ หากแต่เป็นการออกแบบ “กลไกเชิงนโยบายเชื่อมประสาน” ระหว่างกรอบยุทธศาสตร์ระดับชาติ ระดับจังหวัด และบริบทเชิงพื้นที่อย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์ความสอดคล้องเชิงนโยบายในส่วนนี้จึงสามารถอภิปรายได้อย่างเป็นระบบว่าข้อเสนอเชิงนโยบายและกลไกการดำเนินงานแต่ละรายการสามารถทำหน้าที่เป็นส่วนขยาย (Policy Extension) ของแผนพัฒนาที่มีอยู่เดิมได้ โดยไม่ก่อให้เกิดความซ้ำซ้อนหรือความขัดแย้งเชิงยุทธศาสตร์

ผลการวิเคราะห์พบว่า ข้อเสนอเชิงนโยบายทั้ง 6 ข้อมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566–2570) อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในมิติของการปรับทิศทางการพัฒนาจากการท่องเที่ยวเชิงปริมาณไปสู่การท่องเที่ยวเชิงคุณค่า (Value-based and Meaningful Tourism) ซึ่งเป็นแก่นสำคัญของแผนฉบับดังกล่าว ทั้งนี้ กลไกในหมวด Authenticity, Content, Immersion และ Sanctity Control ทำหน้าที่สนับสนุนยุทธศาสตร์การยกระดับคุณภาพประสบการณ์นักท่องเที่ยว (High-value Experience) และการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Destination Management) ในขณะที่กลไกด้าน Digital Connectivity และ Green Infrastructure สนับสนุนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบนิเวศการท่องเที่ยวสมัยใหม่ อันเป็นเงื่อนไขสำคัญในการแข่งขันของเมืองท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

ในระดับมหภาค ข้อเสนอเชิงนโยบายภายใต้ The ACTIVE Model มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) ในหลายหมวดหมู่สำคัญ โดยเฉพาะหมวดหมู่ด้านเศรษฐกิจสร้างคุณค่า (Value-based Economy) สังคมฐานวัฒนธรรมและคุณธรรม การพัฒนากำลังคนสมรรถนะสูง และการเติบโตอย่างยั่งยืนบนฐานสิ่งแวดล้อม กลไกด้านการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การพัฒนาบุคลากรนำชมเชิงปรัชญา และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ สามารถอภิปรายได้ว่าเป็นการนำหลักการเชิงนามธรรมของแผนพัฒนาฯ มาสู่การปฏิบัติในระดับพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม ขณะเดียวกัน กลไกด้านโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและการควบคุมมลพิษแบบจำกัดพื้นที่ยังสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจชีวภาพ-หมุนเวียน-สีเขียว (BCG Economy) ซึ่งเป็นกรอบพัฒนาหลักของประเทศในระยะกลางถึงระยะยาว

ในระดับพื้นที่ ข้อเสนอเชิงนโยบายทั้งหมดมีความสอดคล้องโดยตรงกับ แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570 ฉบับทบทวน พ.ศ. 2568) โดยเฉพาะประเด็นการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและศาสนา การเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจชุมชน การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและ การพัฒนาเมืองอัจฉริยะ ทั้งนี้ จุดเด่นของ The ACTIVE Model คือการทำหน้าที่แปลแผนจากระดับ

ยุทธศาสตร์จังหวัดไปสู่กลไกเชิงปฏิบัติที่ชัดเจน เช่น การกำหนดมาตรฐานกิจกรรม การพัฒนาบุคลากร การจัดการพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์ และการออกแบบแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งเป็นสิ่งที่แผนจังหวัดระบุเป็นเป้าประสงค์แต่ยังขาดเครื่องมือเชิงระบบรองรับอย่างชัดเจน

กล่าวโดยสรุป การวิเคราะห์ความสอดคล้องเชิงนโยบายชี้ให้เห็นว่า The ACTIVE Model ไม่ได้เป็นนโยบายที่แยกขาดจากกรอบแผนที่มียุทธศาสตร์ หากแต่ทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมประสานเชิงนโยบาย ที่ช่วยลดช่องว่างระหว่างยุทธศาสตร์ระดับชาติและการดำเนินงานในระดับพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ โมเดลดังกล่าวจึงมีศักยภาพในการนำไปใช้เป็นกรอบกำกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมของจังหวัดนครปฐมในเชิงนโยบายที่มีความสอดคล้อง เป็นระบบ และยั่งยืนในระยะยาว

ดังนั้น จากการอภิปรายผลการวิจัยทั้งหมดได้ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 นั้นมิได้เป็นเพียงการรวบรวมแนวคิดเชิงปฏิบัติจากบริบทพื้นที่ หากแต่เป็นการสังเคราะห์องค์ความรู้จากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเข้ากับผลการวิเคราะห์เชิงประจักษ์จากบทที่ 4 อย่างเป็นระบบ โดยใช้รูปแบบ The ACTIVE Model ทำหน้าที่เป็นกรอบบูรณาการที่เชื่อมโยงมิติธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม ให้เข้ากับกลไกการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมสมัยได้อย่างกลมกลืน

นอกจากนี้ ผลการอภิปรายยังสะท้อนว่าแต่ละองค์ประกอบของ The ACTIVE Model มีความสอดคล้องกับงานวิจัย แผนพัฒนาฯ และแนวคิดทางวิชาการต่าง ๆ อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นการคุ้มครองความแท้จริงและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม การพัฒนาหลักสูตรและบุคลากรนำชมเชิงจิตวิญญาณ การแก้ไขข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึง การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงมีส่วนร่วม การกำกับดูแลพื้นที่ศาสนสถานเพื่อรักษาความศักดิ์สิทธิ์ หรือการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียว ทั้งหมดล้วนสะท้อนข้อค้นพบซ้ำกับงานวิจัยเดิมในเชิงยืนยัน และในบางประเด็นยังต่อยอดองค์ความรู้ให้มีความเป็นรูปธรรมในระดับเชิงนโยบายมากยิ่งขึ้น

ในเชิงกรอบคิดทางพุทธปรัชญา การอภิปรายผลยังแสดงให้เห็นว่า The ACTIVE Model สามารถอธิบายและตีความได้ผ่านแนวคิดอริยสัจ 4 อย่างครบถ้วน โดยเริ่มจากการทำความเข้าใจ “ทุกข์” ของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดดุลยภาพ การวิเคราะห์ “สมุทัย” หรือสาเหตุเชิงโครงสร้าง และเชิงการจัดการ การกำหนด “นิโรธ” ในฐานะเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางจิตใจ สังคมและสิ่งแวดล้อม และการเสนอ “มรรค” ในรูปของข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริงในระดับพื้นที่ กรอบคิดดังกล่าวช่วยยกระดับการอภิปรายจากการอธิบายผลการวิจัยเชิงเทคนิค ไปสู่การตีความเชิงคุณค่าและความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม

กล่าวโดยสรุป การอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ยืนยันว่า The ACTIVE Model มิใช่เพียงโมเดลเชิงแนวคิด หากแต่เป็นกรอบยุทธศาสตร์ที่มีรากฐานทางทฤษฎีและหลักฐานเชิงประจักษ์รองรับอย่างชัดเจน สามารถทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างองค์ความรู้ทางวิชาการกับการกำหนดนโยบายสาธารณะด้านการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อขับเคลื่อนจังหวัดนครปฐมสู่การเป็นเมืองสามธรรมที่สมดุล ยั่งยืน และสอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และจิตวิญญาณของพื้นที่ในระยะยาวได้

3. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยและการอภิปรายผลที่ได้แสดงให้เห็นอย่างเป็นระบบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4 จำเป็นต้องอาศัยกรอบยุทธศาสตร์ที่สามารถบูรณาการมิติธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรม เข้ากับบริบทการบริหารจัดการร่วมสมัยได้อย่างสมดุล The ACTIVE Model ซึ่งเป็นสาระสำคัญของงานวิจัยนี้ จึงมิได้เป็นเพียงผลผลิตเชิงแนวคิด หากแต่เป็นกรอบเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการแก้ไขปัญหาเชิงโครงสร้างของการท่องเที่ยวในระดับพื้นที่ อย่างไรก็ตามผู้วิจัยยังต้องการนำเสนอข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติที่สังเคราะห์จากผลการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการนำไปใช้ประโยชน์เชิงนโยบายและเชิงวิชาการในอนาคต ดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรนำ The ACTIVE Model ไปใช้เป็นกรอบยุทธศาสตร์หลักในการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม โดยเฉพาะการกำหนดนโยบายด้านการคุ้มครองอัตลักษณ์และทรัพย์สินทางปัญญาด้านวัฒนธรรม ซึ่งควรดำเนินการควบคู่กับการจัดทำกติกาและกลไกกำกับดูแลการใช้พื้นที่ศาสนสถานและแหล่งวัฒนธรรมอย่างชัดเจน เพื่อลดความเสี่ยงของการพัฒนาเชิงพาณิชย์ที่บั่นทอนคุณค่าทางจิตใจและความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ ทั้งนี้ การดำเนินนโยบายดังกล่าวควรยึดหลักธรรมาภิบาลและการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญ

ในเชิงการพัฒนาศักยภาพบุคลากร หน่วยงานด้านการท่องเที่ยวควรนำผลการวิจัยไปใช้ในการออกแบบหลักสูตรและระบบการพัฒนาบุคลากรนำชมเชิงจิตวิญญาณและเชิงวัฒนธรรม โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอดคุณค่าทางธรรมะ ปรัชญา และวิถีชีวิต มากกว่าการให้ข้อมูลเชิงข้อเท็จจริงเพียงอย่างเดียว การพัฒนาบุคลากรลักษณะดังกล่าวจะช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวจากระดับการรับรู้ภายนอกไปสู่การเรียนรู้ภายใน อันสอดคล้องกับเป้าหมายของการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม และสามารถสร้างคุณค่าร่วมระหว่างนักท่องเที่ยว ชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน

ในด้านโครงสร้างพื้นฐานและการเข้าถึง ผลการวิจัยเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำกรอบ The ACTIVE Model ไปใช้ในการบูรณาการแผนพัฒนาระบบขนส่งและการเชื่อมโยงข้อมูลดิจิทัล

โดยมองการคมนาคมและข้อมูลไม่ใช่เพียงปัจจัยสนับสนุนการเดินทาง แต่เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยว การพัฒนาระบบขนส่งที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้งสามมิติอย่างเป็นระบบ รวมถึงการจัดทำฐานข้อมูลดิจิทัลที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการวางแผนการเดินทาง จะช่วยลดอุปสรรคเชิงโครงสร้างและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในระยะยาว

ในมิติของการออกแบบกิจกรรมและเส้นทางท่องเที่ยว หน่วยงานและผู้ประกอบการควรใช้ผลการวิจัยเป็นแนวทางในการพัฒนาเส้นทางประสบการณ์ที่เน้นการมีส่วนร่วม การเรียนรู้ และการเชื่อมโยงกับชุมชนอย่างแท้จริง โดยหลีกเลี่ยงการจัดกิจกรรมในลักษณะผิวเผินหรือเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นหลัก การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ตามกรอบ The ACTIVE Model จะช่วยสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับการท่องเที่ยว และสนับสนุนการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมในระดับชุมชน

ประการต่อมา ผลการวิจัยยังเสนอให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้ความสำคัญกับการกำหนดเขตคุ้มครองและการควบคุมกิจกรรมพาณิชย์ในพื้นที่ศาสนสถานและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเป็นระบบ การดำเนินการดังกล่าวไม่เพียงช่วยรักษาความศักดิ์สิทธิ์ของพื้นที่ แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์และการอนุรักษ์ ซึ่งเป็นเงื่อนไขพื้นฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขณะเดียวกัน การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานสีเขียวควรถูกผลักดันให้เป็นส่วนหนึ่งของนโยบายการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

นอกจากนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าควรมีการนำผลการศึกษาไปใช้ปฏิบัติในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้น (One Day Trip) ของจังหวัดนครปฐม โดยที่ทุกฝ่ายต้องยอมรับข้อเท็จจริงในเชิงบริบทว่า จังหวัดนครปฐมมีลักษณะเป็น “เมืองใกล้กรุงเทพมหานคร” และถูกใช้เป็นเมืองทางผ่านมากกว่าเมืองพักค้างคืน อย่างไรก็ตาม จุดแข็งเชิงภูมิศาสตร์ดังกล่าวมิได้เป็นข้อจำกัด หากแต่สามารถพลิกให้เป็นโอกาสเชิงยุทธศาสตร์ได้ หากมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวและกลไกการตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการเดินทางระยะสั้นของนักท่องเที่ยวในเขตเมืองใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มครอบครัว คนทำงาน และนักท่องเที่ยวเชิงศรัทธาที่ต้องการประสบการณ์เข้มข้นในระยะเวลาไม่เกินหนึ่งวัน

ในเชิงปฏิบัติ การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับควรมุ่งเน้นการพัฒนา “เส้นทางท่องเที่ยวเชิงธัม” ที่บูรณาการองค์ประกอบของเมืองสามธรรมอย่างชัดเจน เช่น เส้นทางธรรมะ – วัฒนธรรมรอบองค์พระปฐมเจดีย์และพระราชนิเวศน์มฤคทายวัน เส้นทางธรรมชาติ-วิถีเกษตรเลียบบคลองมหาสวัสดิ์ หรือเส้นทางวัฒนธรรมชุมชนที่เชื่อมตลาดน้ำกับศูนย์วัฒนธรรมไทดำ ทั้งนี้ การจัดกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวเป็นคลัสเตอร์เชิงพื้นที่จะช่วยลดระยะเวลาเดินทางภายในจังหวัด เพิ่มประสิทธิภาพใน

การบริหารจัดการเวลา และสร้างประสบการณ์ที่ต่อเนื่อง (seamless experience) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวระยะสั้น

ทั้งนี้ภาครัฐและภาคีเครือข่ายควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารการตลาดเชิงคุณค่า (value-based marketing) มากกว่าการแข่งขันด้านปริมาณ โดยเน้นภาพลักษณ์ของนครปฐมในฐานะ “เมืองแห่งประสบการณ์เข้มข้นในวัน” ที่สามารถตอบโจทย์ทั้งการทำบุญ การเรียนรู้ ประวัติศาสตร์ การสัมผัสวิถีชุมชน และการบริโภคอาหารท้องถิ่นคุณภาพ การพัฒนาแพลตฟอร์ม ดิจิทัลหรือสื่อประชาสัมพันธ์ที่รวบรวมโปรแกรมตัวอย่างแบบ One Day Trip พร้อมแผนที่ เวลาเดินทาง และงบประมาณโดยประมาณ จะช่วยลดต้นทุนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว และเพิ่มโอกาสในการเดินทางซ้ำ

ในมิติความยั่งยืน การส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้นควรควบคู่กับการบริหารจัดการจำนวนนักท่องเที่ยว (visitor flow management) เพื่อป้องกันความแออัดในพื้นที่ศักดิ์สิทธิ์หรือพื้นที่ชุมชนที่เปราะบาง การกำหนดช่วงเวลาส่งเสริมกิจกรรมที่หลากหลายตลอดสัปดาห์ การกระจายนักท่องเที่ยวไปยังอำเภออื่นนอกเขตเมืองหลัก และการสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่นให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง จะช่วยให้การท่องเที่ยวแบบไปเช้า-เย็นกลับสร้างรายได้หมุนเวียนในพื้นที่อย่างทั่วถึง แม้จะไม่มีการพักค้างคืนก็ตาม

โดยสรุป แม้นครปฐมจะยังไม่ใช่เมืองพักค้างคืนหลักในเชิงโครงสร้างตลาด แต่การส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้นอย่างเป็นระบบ สามารถเป็นกลไกสำคัญในการสร้างเศรษฐกิจฐานราก เสริมสร้างภาพลักษณ์เมืองสามธรรม และปูพื้นฐานไปสู่การพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวคุณภาพในระยะยาวได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน หากมีการออกแบบเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างแท้จริง

3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยในครั้งต่อไปเกี่ยวกับ “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” ควรมุ่งเน้นการต่อยอดจากการพัฒนากรอบเชิงนโยบายไปสู่การประเมินผลเชิงประจักษ์ (empirical evaluation) ของการนำนโยบายไปปฏิบัติจริงในระดับพื้นที่ โดยเฉพาะการศึกษาผลลัพธ์ (outcomes) และผลกระทบ (impacts) ที่เกิดขึ้นทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม การวิจัยระยะต่อไปอาจใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) เพื่อวิเคราะห์ว่าข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้รับการพัฒนาแล้วสามารถลด “ทุกข์” ทางการท่องเที่ยวตามที่ระบุไว้ในกระบวนการอริยสัจ 4 ได้มากน้อยเพียงใด และมีปัจจัยใดที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน

นอกจากนี้ ควรขยายขอบเขตการวิจัยเชิงพื้นที่ไปยังจังหวัดหรือพื้นที่ที่มีบริบทใกล้เคียงกับ จังหวัดนครปฐม หรือควรมีการศึกษาวิจัยเชิงลึกในระดับพื้นที่ย่อยของทั้ง 7 อำเภอ เพื่อเปรียบเทียบ ศักยภาพและข้อจำกัดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมในบริบทที่แตกต่างกัน การวิจัยเชิง เปรียบเทียบดังกล่าวจะช่วยยืนยันความเหมาะสมและความยืดหยุ่นของ The ACTIVE Model ใน ระดับพื้นที่ ภูมิภาคหรือระดับประเทศ โดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงพื้นที่ (area-based research) หรือ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research: PAR) เพื่อเปิดโอกาสให้ ชุมชน ผู้ประกอบการท้องถิ่น และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ร่วมกันออกแบบแนวทางการ พัฒนาการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละอำเภอ งานวิจัยลักษณะนี้จะช่วยสร้างความเป็น เจ้าของ (ownership) ของชุมชน และเพิ่มความยั่งยืนของนโยบายในระยะยาว โดยเฉพาะในมิติของ เมืองสามธรรมที่ต้องอาศัยฐานศรัทธา วิถีชีวิต และทุนวัฒนธรรมเป็นแกนกลาง

ในอีกมิติหนึ่ง การวิจัยครั้งต่อไปควรมุ่งศึกษาพฤติกรรมและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (tourist behavior and experience) อย่างเป็นระบบ เช่น การวิเคราะห์เส้นทางการเดินทาง (tourist journey mapping) ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการรับรู้ภาพลักษณ์ของนครปฐมใน ฐานะเมืองสามธรรม เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารการตลาดที่ แม่นยำมากขึ้น การใช้เครื่องมือดิจิทัล เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ (social media analytics) หรือข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) จะช่วยให้เข้าใจแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงพฤติกรรมได้ ลึกซึ้งและทันสมัยยิ่งขึ้น

ท้ายที่สุด ควรมีการพัฒนาเครื่องมือวัดความยั่งยืนของการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมในรูปแบบ ดัชนี (index) หรือชุดตัวชี้วัด (indicators) ที่สะท้อนทั้งมิติธรรมะ ธรรมชาติ และวัฒนธรรมอย่าง สมดุล โดยเชื่อมโยงกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) และยุทธศาสตร์จังหวัด การวิจัยใน ลักษณะนี้จะช่วยให้การกำหนดนโยบายในอนาคตมีฐานข้อมูลเชิงระบบ สามารถติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมที่มี ประสิทธิภาพ ยืดหยุ่น และยั่งยืนในระยะยาวอย่างแท้จริง

ท้ายที่สุด งานวิจัยในอนาคตควรพิจารณาการบูรณาการกรอบอริยสัจ 4 กับแนวคิดการ พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในมิติอื่น ๆ อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น เพื่อสร้างกรอบทฤษฎีที่สามารถอธิบาย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณค่าได้อย่างครอบคลุม ทั้งในเชิงโครงสร้างและเชิงจิตวิญญาณ การต่อ ยอดเชิงทฤษฎีดังกล่าวจะช่วยยกระดับงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวเมืองสามธรรมให้มีความโดดเด่น และมีคุณภาพการต่อองค์ความรู้ทางวิชาการในระดับสากล

รายการอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2560 - 2564. กรุงเทพฯ: พีดับบลิว บรินดิง.
- กรมศาสนา กระทรวงวัฒนธรรม. (2558). แนวทางการดำเนินงานโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว เส้นทางแสวงบุญในมิติทางศาสนา. กรุงเทพฯ : กรมศาสนา และกระทรวงวัฒนธรรม.
- กรมการศาสนา. (2566). พระพุทธศาสนาในจังหวัดนครปฐม. กรุงเทพมหานคร: กรมการศาสนา.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ.2566-2570. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม. (2567). แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 5 ปี (พ.ศ. 2566 – 2570) (ฉบับทบทวน) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัดนครปฐม.
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2565). Tourism Economic Review. รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. 3(2) : 28.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2540). นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพมหานคร: กองนโยบายและแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ. กรุงเทพฯ : กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). รายงานประจำปี 2546 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). ข้อมูลเชิงวิชาการ-การท่องเที่ยว. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568. เข้าถึงได้จาก <http://www.tat.or.th/knowledge.asp> (5 พฤษภาคม 2549).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). จังหวัดนครปฐม. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก <https://thai.tourismthailand.org/Destinations/Provinces/นครปฐม/225>
- เกศสุตา ไถงตระกูล. (2560). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทางพระพุทธศาสนา : กรณีศึกษาชุมชนชายแดน แม่น้ำโขงตอนบน จังหวัดเชียงราย. (วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, สาขาวิชาพระพุทธศาสนา.
- กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2560). เทคนิคการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในงานออกแบบ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม. 18(2): 254-266.
- กิจมานิชย์ โรจนทรัพย์. (2555). ปืซง. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก <http://www.thairath. co.th/content/235437>.

กวี วรกวิน, พิพัฒน์ นวลอนันต์ และพิเศษ เสนาวงศ์. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย.

กรุงเทพมหานคร : สำนักพัฒนาคุณภาพวิชาการ.

แก้ว ชิตตะขบ. (2553). 5 อานิสงส์ของการฟังธรรม. ธรรมลีลา, 117.

กฤตสุขชิน พลเสน และพระมหามหาวินทร์ ปุริสสุตโม. (2567). การพัฒนาการท่องเที่ยวทางพระพุทธศาสนาในจังหวัดนครปฐม. วารสารบัณฑิตแสงโคมคำ. 9(3), 596-615.

พระมหาธรรมา สิริมงคล, “การจัดการการท่องเที่ยวเชิงพุทธของวัดหนองแขวง (พระอารามหลวง) อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น”, วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, (บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2556), (หน้า 24.)

คชา ชินบัญชา. (2553). ทวีร์ธรรมะ ที่พึ่งทางใจคนไทยสุดเครียด. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก

<http://www.manager.co.th/Travel/ViewNews.aspx?NewsID=9530000068090>

คณิง สายแก้ว. (2549). ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาการศึกษาปฐมวัยในจังหวัดสุรินทร์. วิทยานิพนธ์ ศษ.ค. (การบริหารการศึกษา). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

จรัส สุวรรณมาลา. (2535). การปฏิรูประบบการคลังไทย การกระจายอำนาจสู่ภูมิภาคและท้องถิ่น. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ฉวีวรรณ ประจวบเหมาะ. (2547). การศึกษาชาติพันธุ์ข้ามยุคสมัยกับการศึกษาในสังคมไทย : แนวทางการ ศึกษาชาติพันธุ์. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).

ชญาณันท์ อัครธรรมานนท์ พระครูสมุห์ธนโชติ จิระมโฆ และ ประทีป พิษทองกลาง. (2564). รูปแบบการดำเนินธุรกิจและการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมของประเทศไทย-อินเดีย. วารสารปัญญา. 28(2), 111-136.

ชนัญ วงษ์วิภาค. (2545). ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.เอกสารการสอนชุดวิชา ประสบการณ์วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2547). ประโยชน์ ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชูเกียรติ นพเกตุ. (2542). การท่องเที่ยวโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน จุดเริ่มต้นของการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ชัยอนันต์ สมุทรวณิช. (2544). นโยบายสาธารณะ: แนวคิดและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มติชน.

ไชยยศ เหมะรัชตะ. (2551). หลักการบริหารและนโยบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดวงกมล อุณจิตติ. (2553). งานวัด งานบุญ. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก

www.uniserv.buu.ac.th/forum2/topic.asp?TOPIC_ID=4464

บุญทัน ดอกไธสง. (2554). การจัดการนโยบายสาธารณะเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.

ประชุม รอดประเสริฐ. (2545). นโยบายและการวางแผน : หลักการและทฤษฎี. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : เนติกุลการพิมพ์.

ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. (พิมพ์ครั้งที่ 1) กรุงเทพฯ: บริษัทไฟว์ แอนด์โฟร์พริ้นติ้ง จำกัด.

ปรียวรรณ สุวรรณสุนย์ (2568). การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism). เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก <https://library.parliament.go.th/th/radioscript/rr2568-feb6>

ณัฐพัชร มณีโรจน์. (2560). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน. วารสารการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 13(2), 25-46.

คำเกิง โถทองและคณะ. (2550). เส้นทางท่องเที่ยวอารยธรรมขอมในประเทศไทย กัมพูชา ลาว. (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ โอ.เอส.พริ้นติ้งเฮาส์.

นิคม จารุมณี. (2535). การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์การศาสนา.

นิโลบล ภู่อะยา และคณะ. (2560). การพัฒนารูปแบบและเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากหลากหลายทางชีวภาพและทุนทางวัฒนธรรมบนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนผ้าไหมครามจังหวัดสกลนคร. สกลนคร : มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ทวี มหาบุญโญป. (2557). ความเป็นมาของวัดมุงคล. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก <http://www.watkaokrailas.com/index.php?mo=3&art=41910709>

ทวีป ศิริรัศมี. (2544). การวางแผนพัฒนาและประเมินโครงการ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2567). “Future of tourism” รับมือการเปลี่ยนผ่านสู่การเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2024nov12.html>

ธนิต บุตรทิพย์สกุล. (2558). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธศาสนาของนักท่องเที่ยววัดในจังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ธนุ วงษ์จินดา. (2556). ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาระบบการประกันคุณภาพภายในของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา มหาสารคาม เขต 2. วิทยานิพนธ์ ค.ด. (การบริหารจัดการการศึกษา) มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม,
- ธารณี นวสันธิ์ และสุชุม คงดิษฐ์. (2561). แนวทางการบูรณาการรูปแบบการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยววิถีไทยอย่างสร้างสรรค์ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. พระนครศรีอยุธยา: คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- พงศธร เกษสำลี. (2543). คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism Handbook). กรุงเทพฯ: โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.
- พยอม ธรรมบุตร. (2549). เอกสารประกอบการเรียนการสอนเรื่องหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระธรรมปลูก (ประยุทธ์บุตุโต). (2538). เมืองไทยจะวิฤต ถ้าคนไทยมีศรัทธาวิปริต. พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ : มูลนิธิพุทธธรรม.
- พระมหาบุญไทย ปุณฺณมโน และคณะ. (2564). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคกลางปริมณฑล. วารสารพุทธมคค์ ศูนย์วิจัยธรรมศึกษา สำนักเรียนวัดอาวุธวิกสิตาราม. 6(2). 140-152.
- พระเจ้าภาพร อุ่นเรือน. (2557). “การใช้จริยสัจสี่ในการจัดการชีวิตของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนชาลสุวรรณอนุสรณ์ อำเภอเมืองเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการส่งเสริมสุขภาพ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พระสนั่น เจริญยิ่ง. (2565). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนาของวัดไร่ขิง. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน.
- พิมพ์ชนก มุลมิตร. (2562). การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ในจังหวัดนครปฐม จากฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวสู่รูปแบบ และกิจกรรมท่องเที่ยว. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. 6(1). 59-74.
- ภูริวัจน์ เดชอุ่ม. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์: กรอบแนวคิดสู่แนวทางปฏิบัติสำหรับประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย, 33 (2), 329-364.
- ภูษิต วันทา. (2544). ความหมายทัศนศิลป์. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก [https://sites/google.com/site/wbpthaidances/](https://sites.google.com/site/wbpthaidances/)
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2541). โครงการศึกษาแนวทางและการจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบล. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- มยุรี อนุมานราชชน.(2549). นโยบายสาธารณะ : เอกสารประกอบการเรียนการสอนหลักสูตรรัฐ

- ประศาสนศาสตร์บัณฑิต สาขาการปกครองท้องถิ่น. กรุงเทพมหานคร: ธรรมกมลการพิมพ์.
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. (2566). นครปฐม : เมืองลุ่มน้ำแห่งศรีทวารวดี (Nakhon Pathom: The Riverine City of Serene Tolopot). เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก <http://tolopot.npru.ac.th/page.php?id=1>
- ยุวลักษณ์ เสงหวาน และสุธาทิพย์ นิลมวง. (2550). ศิลปะโบราณ : โครงการพัฒนาบทเรียน E-Learning วิชาสุนทรียศาสตร์. เข้าถึงเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก www.ipesk.ac.th มานิตย์ ผิวขาว. (ม.ป.ป.). เอกสารประกอบการสอนวิชานโยบายสาธารณะ. หนองคาย: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ราชกิจจานุเบกษา. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580). 135(82), 1.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2556). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 เฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคล เฉลิมพระชนมพรรษา 7 รอบ 5 ธันวาคม 2554. กรุงเทพฯ : ราชบัณฑิตยสถาน.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์การพิมพ์.
- ราณีอิสิชัยกุล.(2546). การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเอกสารการสอนชุดวิชาประสบการณ์วิชาชีพการจัดการการท่องเที่ยว = Professional experience in tourism management. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- รุ่งนภา เฟ่งรุ่งเรืองวงศ์ และ สุรมงคล ลิ้มเจริญศิริกุล. (2566). การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมพุทธเกษตรอินทรีย์ของชุมชน วัดธรรมปัญญาารามบางม่วง ตำบลบางช้าง อำเภอสามปราชญ์ จังหวัดนครปฐม. การประชุมวิชาการระดับชาติครั้งที่ 15 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. (1447-1458)
- เรืองวิทย์ เกษสุวรรณ. (2550). นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพมหานคร: บพิธการพิมพ์.
- ลัดดาวรรณ มัณยานนท์. (2558). การท่องเที่ยวเชิงศาสนาสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์:กรณีศึกษาวัดในกรุงเทพมหานคร. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. สถาบันวิจัย : มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วรรณกร ชวนาไร่. (2556). การประเมินการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมกับการท่องเที่ยววัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร จังหวัดนครปฐม [วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วรรณดี สุทธิธารกร. (2556). การวิจัยเชิงคุณภาพ: ทฤษฎีและปฏิบัติ. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วสิน อินทสระ. (2548). พุทธวิธีในการสอน. พิมพ์ครั้งที่ 5, กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ธรรมดา.
- วายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์. (2563). ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่ง

- ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- วิโรจน์ สารรัตน์ และประยุทธ์ ชูสอน. (2548). นโยบายและการวิจัยเชิงนโยบาย. วารสารบริหาร
การศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 1 (2), 32-42.
- เศกสรรค์ ยงวณิช. (2541). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. (พิมพ์ครั้งที่ 2). ขอนแก่น: ภาควิชา
สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศุภชัย ยาวะประภา. (2553). การวิเคราะห์นโยบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน). (2561). ฐานข้อมูลกลุ่มชาติพันธุ์ในประเทศไทย. วันที่
17 มีนาคม พ.ศ.2568 เข้าถึงได้ที่
<http://www.sac.or.th/database/ethnic/frameemmm.html>.
- ศักดิ์ชัย สายสิงห์. (2562). ศิลปะทวารวดี : วัฒนธรรมทางศาสนายุคแรกเริ่มในดินแดนไทย. พิมพ์ครั้งที่
2. นนทบุรี.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบาย
การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. กรุงเทพฯ: ศูนย์บริการวิชาการ.
- สมคิด เลิศไพฑูรย์. (2549). การเมืองและการบริหารนโยบายสาธารณะ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมชาย ฐานวุฑโฒ. (2557). มงคลชีวิต ฉบับ “ทางก้าวหน้า”. บริษัท ฐานการพิมพ์ จำกัด:
คณะกรรมการการศึกษา ศาสนา ศิลปะวัฒนธรรมวุฒิสภา.
- สมชาย พิพัฒน์ประภา. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม. วารสารการวิจัย
การท่องเที่ยวไทย, 15, (2), 45-60.
- สมชัย เบญจชัย. (2549). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. เข้าถึง 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก
<http://www.dnp.go.th/fca16/file/96qfwxab5harkte.doc>
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สวัสดี สุวรรณศรี. ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการควมรวบรวมนักศึกษาขนาดเล็กของ
สถานศึกษาขั้นพื้นฐานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วิทยานิพนธ์ ค.ค. (การบริหารจัดการ
การศึกษา) มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 2556.
- สาโรช บัวศรี. (2542). จริยธรรมศึกษา. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สุชาติ วรรณขาว สุนันท แก้วอาษา และยุพิน เรืองแจง. (2564). รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ
สามธรรมนิเวศน์: กรณีศึกษาบ้านพอกใหญ่ อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร. วารสาร
มหาวิทยาลัยพายัพ. 31(2), 167-179.

- สุจิตตรา ภูมิพนา. (2562). แนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตอย่างยั่งยืนโดยใช้หลักการส่งเสริมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาชุมชนบ้านศาลาดิน อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติของนักศึกษาศึกษาด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 2. (1531-1544). เข้าถึงจาก <https://hs.ssru.ac.th/useruploads/files/20190306/.pdf>
- สุดแดน วิสุทธิลักษณ์ และคณะ. (2556). การท่องเที่ยว (Tourism) และนักท่องเที่ยว (Tourist): ความหมายและความสำคัญในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (หน้า 7-14)
- สุภางค์ จันทวานิช. (2552). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 17. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุรนาท ขมะณะรงค์. (2540). นโยบายสาธารณะและหลักการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง. ขอนแก่น : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สุรวุฒิ ปรีชานนท์. (2545). สนทนา-ธรรม. วิชียุทธจุลสาร, 21.
- สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม. (2566). รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม. สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2563). รายงานสรุปผลการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติประจำปี 2563. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานคณะกรรมการศึกษาแห่งชาติ. (2541). จริยธรรมในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ การการศาสนา : กรมการศาสนา.
- สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว. (2566). แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและเกษตรอินทรีย์ในนครปฐม. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). เณฑ์การจำแนกลักษณะ SMEs ของประเทศในอาเซียน. 17 มีนาคม 2568 เข้าถึงจาก : http://www.rd.go.th/publish/fileadmin/user_upload/kormor/smes1_111056.pdf.
- สำนักงานส่งเสริมและสนับสนุนวิชาการ 8 กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์. (2566). คู่มือแนวทางการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายจากข้อมูลเชิงพื้นที่. เข้าถึงที่: <https://anyflip.com/wuuwq/jvhe/basic>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2567). รายงานสถิติจังหวัดนครปฐม พ.ศ.2567. นครปฐม : สำนักงานสถิติจังหวัดนครปฐม.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2561). คู่มือกระบวนการพัฒนาและยกระดับกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: บริษัท บุ๊คพลัส พับลิชชิง จำกัด.

- องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม. (2565). สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม. เข้าถึง 5 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2568. เข้าถึงได้จาก <https://www.nkppao.go.th/content-18.html>
- อดิเทพพงศ์ วัชรารักษ์. (2561). ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการจัดการแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดเพื่อให้เป็นแหล่งเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ [วิทยานิพนธ์ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- อภิชาติ อินทร์พงษ์พันธ์. (2540). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: อุลลกิจ ออฟเซ็ท.
- อารี สุทธิพันธุ์. (2535). ศิลปนิยม. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินต์ติ้งเฮาส์.
- อารีย์วรรณ อ่วมตานี. (2554). การวิจัยเชิงคุณภาพแบบทฤษฎีพื้นฐาน Grounded Theory. เอกสารประกอบการบรรยายหัวข้อ การบรรยายและวิทยากร โครงการ Research Zone: Phase 51. ศูนย์การเรียนรู้ทางการวิจัย ส่วนส่งเสริมและพัฒนาการวิจัย การกิจบริหารจัดการผลงานวิจัย สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.).

ภาษาต่างประเทศ

- Anderson, J. E. (2011). Public Policymaking: An Introduction. Boston: Wadsworth Cengage Learning.
- Berg, B. L. (1989). Qualitative research methods for the social sciences. Allyn & Bacon.
- Best, J. W. (1981). Research in education (4th ed.). Prentice-Hall.
- Blapp, M., & Mitas, O. (2018). Creative tourism in Balinese rural communities. Current Issues in Tourism, 21(11). <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1358701>
- Boddy, C. R. (2016). Sample size for qualitative research. Qualitative Market Research: An International Journal, 19(4), 426-432.
- Buckley, R. (2012). Sustainable Tourism: Principles and Practice. New York : Routledge.
- Burkart, A. J. and S. Medrik. (1981). Tourism: Part Present and Future. Oxford: Butterworth-Hienemari Ltd.
- Chang, T. C., & Yeoh, B. S. (2022). Heritage Conservation and Religious Tourism: A Southeast Asian Perspective. New York : Routledge.
- Cohen, E. (1972). Towards a Sociology of International Tourism. Social Research, 39(1), 164-182.
- Cronbach, L. J. (1970). Essentials of psychological test (5th ed.). New York : Harper Collins.
- Denzin, N. K. (1970). The research act: A theoretical introduction to sociological methods. Aldine Publishing Company.

- Doyinsola Oladipo. (2024). Travel industry to contribute record \$11 trillion to global GDP in 2024 [online] <https://www.reuters.com/business/travel-industry-contribute-record-11-trillion-global-gdp-2024-09-03/>
- Dunn, W. N. (2018). *Public Policy Analysis: An Integrated Approach*. New York : Routledge.
- Duxbury, N., Bakas, F. E., de Castro, T. V., & Silva, S. (2021). Creative tourism development models towards sustainable and regenerative tourism. *Sustainability (Switzerland)*, 13(1), 1-17. Article 2. <https://doi.org/10.3390/su13010002>
- Dye, Thomas R. (2013). *Understanding Public Policy*. New York: Pearson.
- Dye, Thomas R. (2008). *Understanding Public Policy*. New York: Pearson.
- Dye, Thomas R. (1981). *Understanding Public Policy*. Englewood Cliffs. Prentice Hall.
- Easton, D. (1965). *A Framework for Political Analysis*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Friedrich, C. J. (1963). *Man and His Government: An Empirical Theory of Politics*. New York : McGraw-Hill.
- Gee, C, Makens, J; & Choy,D. (1989). *The travel industry*. 2nd ed., New York : Van Nostrand Reinhold.
- Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2008). *Global Sustainable Tourism Criteria*. Retrieved from www.gstcouncil.org
- Goodwin, H. (2016). *Responsible Tourism: Using Tourism for Sustainable Development*. Oxford : Goodfellow Publishers.
- Henderson, J. C. (2018). *Religious Tourism and Pilgrimage Management: An International Perspective*. CABI.
- Holbrook, M. B., & Hirschman, E. C. (1980). The Experiential Aspects of Consumption: Consumer Fantasy Feeling and Fun. *Journal of Consumer Research*.
- Holden, A. (2016). *Environment and Tourism (3rd ed.)*. New York : Routledge.
- Holloway, J. C. (1983). *The business of tourism*. Plymouth: Macdonald and Evans.
- Hughes, H. (2022). *Cultural Tourism and Sustainable Development*. New York : Routledge.
- International Livestock Research Institute : ILRI. (1995). *Livestock Policy Analysis*. ILRI Training Manual 2. ILRI, Nairobi, Kenya. pp. 264.

- Jenkins, W. I. (1978). *Policy Analysis: A Political and Organizational Perspective*. New York: St. Martin's Press.
- Keeves, J. P. (Ed.). (1988). *Educational research, methodology, and measurement: An international handbook*. Pergamon Press.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W., (1970). Determining Sample Size for Research Activities. *Educational and Psychological Measurement*. 30(3), 607–610.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.
- Lowi, T. J. (1972). Four Systems of Policy, Politics, and Choice. *Public Administration Review*, 32(4), 298-310.
- Mill, R. C. (1990). *Tourism: The international business*. New Jersey: Prentice-Hall
- Mill, R. & Morrison, A. M. (1992). *The Tourism System.: and Introductory Text*. New Jersey: Prince-Hall Intentional Inc.
- Nataliya Hulevskaya. (2007). *Economic, Social and Political Aspects of Sustainable Tourism*. Retrieved on February 2025. From <http://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/828>
- Novelli, M. (2005). *Niche Tourism: Contemporary Issues, Trends and Cases*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- OECD. (2020). *Tourism Trends and Policies*. Paris : OECD Publishing.
- Packer, J., & Ballantyne, R. (2016). The impact of interpretation on visitor experience. *Journal of Tourism Studies*, 25(1), 30-45.
- Perreault, W. D., Dorden, D. K., & Dorden, W. R. (1979). A psychological classification of vacation life-styles. *Journal of Leisure Research*, 9, 208-224.
- Plog, S. C. (1977). Why destination areas rise and fall in popularity? In E. Kelly (Ed.), *Domestic and international tourism*. Wellesley, MA: Institute of Certified Travel Agents.
- Ralf Buckley. (1995). *Director, International Centre for Ecotourism Research*. Gold Coast, Australia: Griffith University.
- Richards, G. (2018). *Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends*. *Journal of Tourism Research*, 25(3), 145-162.
- Richards, G. (2021). *Rethinking Cultural Tourism: Tourism and Creativity*. Northampton : Edward Elgar Publishing.

- Robinson, S., & Etherington, L. (2006). *Customer Loyalty: A Guide for Time Travelers*. New York: Palgrave Macmillan.
- Rose, R. (1976). *The Dynamics of Public Policy*. London: Macmillan.
- Rovinelli, R.J., & Hambleton, R.K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, (2), 49-60.
- Singh, R., & Nazki, A. (2019). Investigating the influencing factors of Tourist Behavior towards Creative Tourism and its Relationship with Revisit Intention. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(1).
- Smith, M. K. (2019). *Issues in Cultural Tourism Studies*. New York : Routledge.
- Smith, M. K. (2018). *Issues in Cultural Tourism Studies*. New York : Routledge.
- Suhartanto et al. (2019). Tourist loyalty in creative tourism: The role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(12):1-13
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. New York : Routledge.
- Threefold Community Farm. (2022). *Organic Farming and Sustainable Tourism Model*. Philmont, NY.
- UNESCO. (2006). *Toward Sustainable Strategies for creative tourism*. Discussion Report of the Planning Meeting for 2008 International Conference on Creative Tourism. Santa Fe, New Mexico. Retrieved from <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000159811>
- UNESCO. (2021). *Cultural Heritage and Sustainable Development*. Retrieved from www.unesco.org
- UNWTO. (2019). *UNWTO Report on Tourism and Culture Synergies*. Retrieved from www.e-unwto.org
- UNWTO. (2022). *UNWTO's objectives*. Retrieved on February 2025. From <https://www.unwto.org/search?keys=objectives+of+UNWTO>
- United Nations World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2005). *Making Tourism More Sustainable: A Guide for Policy Makers*. Madrid: UNWTO.

United Nations. (2015). International Year of Sustainable Tourism for Development.

Retrieved from www.un.org

United Nations Environment Programme (UNEP). (2011). Towards a Green Economy:

Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. United Nations.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2005). Making Tourism More

Sustainable: A Guide for Policy Makers. Madrid: UNWTO.

United Nations World Tourism Organization. (2023). Tourism Market Trends 2023

Report. Retrieved from www.unwto.org

Var, T. (1991). Sustainable tourism development. *Annals of Tourism Research*. Retrieved

from [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90017-6](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90017-6)

World Economic Forum. (2022). Travel & Tourism Development Index 2021:

Rebuilding for a sustainable and resilient future. Retrieved from <https://www.weforum.org/reports/travel-tourism-development-index-2021/>.





ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามปลายเปิดสำหรับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ หน้าที่ : 1



ผู้เชี่ยวชาญท่านที่

แบบสอบถาม

เรียน ท่านผู้เชี่ยวชาญ

ในฐานะที่ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและมีประสบการณ์สูงด้านการท่องเที่ยว ผู้วิจัยกำลังดำเนินการวิจัยเรื่อง “ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” ซึ่งงานวิจัยนี้นอกจากจะเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากรแล้ว ยังเป็นงานวิจัยที่คาดว่าจะนำไปสู่การวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต โดยวัตถุประสงค์ของงานวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่

1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์แนวคิด ทฤษฎีข้อเสนอเชิงนโยบาย ศักยภาพทางการท่องเที่ยว และสภาพการณ์ปัจจุบัน รวมไปถึงปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมให้สอดคล้องกับแนวคิดเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม)
3. เพื่อตรวจสอบความเป็นไปได้ของข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4

ผู้วิจัยตระหนักดีว่าข้อมูลเชิงลึกและความเห็นจากท่านผู้เชี่ยวชาญ จะเป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้การวิจัยสมบูรณ์และเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การตอบแบบสอบถามฉบับนี้จะใช้เวลาประมาณ 15-20 นาที และทุกความคิดเห็นของท่านจะได้รับการเก็บเป็นความลับอย่างเคร่งครัด พร้อมทั้งนำไปวิเคราะห์ในภาพรวมเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจและขับเคลื่อนความก้าวหน้าในด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม

การสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้ข้อมูลในครั้งนี้ จะไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับคุณภาพของงานวิจัยของท่าน แต่ยังเป็นการร่วมสร้างองค์ความรู้และทิศทางการพัฒนาใหม่ๆ ที่จะเป็นประโยชน์ต่อสหกรณ์การท่องเที่ยวในวงกว้าง

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความร่วมมือและคุณูปการที่ท่านจะมอบให้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

นายสงกรานต์ กลมสุข

นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

แบบสอบถามปลายเปิดสำหรับสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ หน้าที่ : 2

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเบื้องต้นของผู้เชี่ยวชาญ

1. หน่วยงานที่ท่านสังกัด
2. รูปแบบหน่วยงานของท่าน
☐ ภาครัฐ ☐ ภาคเอกชน ☐ รัฐวิสาหกิจ ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
3. ตำแหน่ง
☐ ผู้บริหาร ☐ พนักงาน
4. อายุการทำงาน ปี

ส่วนที่ 2 : คำถามปลายเปิด : เพื่อวิเคราะห์ “ทุกข์” หรือปัญหาในการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม

1. คำถามทั่วไป

1.1 จากประสบการณ์ของท่าน ท่านมองเห็น “ปัญหาหลัก” ที่เกิดขึ้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในปัจจุบันคืออะไร?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1.2 หากกล่าวถึง “นครปฐมในฐานะเมืองสามธรรม” ท่านคิดว่าขณะนี้ยังมีข้อจำกัดหรืออุปสรรคในด้านใดบ้าง?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. คำถามเฉพาะด้าน “ธรรมะ” (การท่องเที่ยวเชิงศาสนา / จิตวิญญาณ)

2.1 ท่านคิดว่าอะไรคือ “ข้อท้าทาย” ของการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาในจังหวัดนครปฐม?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.2 มีปัญหาใดบ้างที่ท่านพบว่าบั่นทอนคุณค่าทางจิตวิญญาณของแหล่งศาสนสถาน เช่น พระปฐมเจดีย์ หรือวัดสำคัญ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.3 นักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งศาสนาในนครปฐม ได้รับประสบการณ์ทางธรรมะเพียงพอหรือไม่? ถ้าไม่ ท่านคิดว่าเพราะอะไร?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. คำถามเฉพาะด้าน “ธรรมชาติ” (การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ / วิถีเกษตร)

3.1 ท่านมองเห็นปัญหาหรือข้อจำกัดอะไรในด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เช่น แม่น้ำท่าจีน คลองมหาสวัสดิ์ หรือสวนสามพราน?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.2 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหรือกิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติสอดคล้องกับแนวทางการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมหรือไม่? มีอะไรที่น่าเป็นห่วง?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3.3 ปัญหาทางสิ่งแวดล้อมหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีผลต่อความยั่งยืนของธรรมชาติอย่างไร?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. คำถามเฉพาะด้าน “วัฒนธรรม” (การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม / วิถีชุมชน)

4.1 ในมุมมองของท่าน มีปัญหาอะไรที่กระทบต่อการสืบสานและนำเสนอวัฒนธรรมของชุมชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐม?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.2 การจัดกิจกรรมท่องเที่ยววัฒนธรรมปัจจุบันยังสะท้อน “อัตลักษณ์ท้องถิ่น” ได้ชัดเจนอยู่หรือไม่? เพราะเหตุใด?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.3 มีปัญหาใดที่ส่งผลให้ชุมชนรู้สึกไม่ยอมมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยว หรือรู้สึกว่าได้ประโยชน์?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. คำถามเพื่อวิเคราะห์ปัญหาเชิงระบบและเชิงนโยบาย

5.1 ท่านคิดว่าอะไรคือ “ข้อจำกัด” หรือ “ช่องว่างของนโยบาย” ด้านการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5.2 หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในปัจจุบันมีบทบาทที่ชัดเจนพอหรือไม่ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองสามธรรม?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5.3 หากให้ท่านเสนอ “สิ่งที่ควรปรับปรุงเป็นอันดับต้น ๆ” เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวที่สมดุลและยั่งยืน ท่านจะเสนออะไร?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6. คำถามปิดท้ายเพื่อเปิดโอกาสให้สะท้อนอย่างอิสระ

6.1 จากมุมมองของท่าน ท่านคิดว่าอะไรคือ “ปัญหาที่ซ่อนอยู่” ซึ่งอาจไม่ได้ปรากฏในเชิงสถิติหรืองานเอกสาร แต่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาเมืองสามธรรม?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

6.2 หากเราต้องการให้ “เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4” เกิดขึ้นได้จริงในนครปฐม ท่านคิดว่าควรเริ่มจากการแก้ปัญหาอะไร?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมที่ท่านคิดว่ามีความสัมพันธ์เกี่ยวกับ “ปัญหา” ของการจัดการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญที่สละเวลาในการให้ข้อมูล

แบบสอบถามสำหรับบุคคลทั่วไป หน้าที่ : 1



แบบสอบถามชุดที่

แบบสอบถามงานวิจัย

เรื่อง "ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรมตามแนวคิดอริยสัจ 4"

คำชี้แจง

- แบบสอบถามฉบับนี้ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 3 ส่วน ได้แก่
 - ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
 - ส่วนที่ 2 คำถามเฉพาะด้าน แบบเลือกตอบ 5 ระดับ
 - ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
- โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ เกี่ยวกับตัวท่าน หรือตามความคิดเห็นของท่าน
- ข้อมูลทั้งหมดจากการตอบแบบสอบถาม จะถูกเก็บไว้เป็นความลับ และไม่มีผลกระทบต่อตัวท่านหรือองค์กรของท่าน
- การสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้ข้อมูลในครั้งนี้ จะไม่เพียงแต่ช่วยยกระดับคุณภาพของงานวิจัยของท่าน แต่ยังเป็นการร่วมสร้างองค์ความรู้และทิศทางใหม่ ๆ ที่จะประโยชน์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในวงกว้าง

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (General Information)

1. เพศของท่าน

- ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง ☐ 3. เพศทางเลือก ☐ 4. ไม่ต้องการระบุ

2. อายุ

- ☐ 1. ไม่เกิน 20 ปี ☐ 2. 21 – 30 ปี ☐ 3. 31 – 40 ปี ☐ 4. 41 – 50 ปี
☐ 5. 51 – 60 ปี ☐ 6. มากกว่า 60 ปี

3. ระดับการศึกษาสูงสุด

- ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- ☐ 1. ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 2. พนักงานบริษัทเอกชน
☐ 3. เจ้าของธุรกิจ / ผู้ประกอบการ ☐ 4. นักเรียน / นักศึกษา
☐ 5. เกษตรกร ☐ 6. อาชีพอิสระ ☐ 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- ☐ 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 2. 10,001 – 20,000 บาท ☐ 3. 20,001 – 30,000 บาท
☐ 4. 30,001 – 50,000 บาท ☐ 5. มากกว่า 50,000 บาท

6. ท่านเคยมาเที่ยวจังหวัดนครปฐมมาก่อนหรือไม่

- ☐ 1. ไม่เคย ☐ 2. 1 – 2 ครั้ง ☐ 3. 3 – 5 ครั้ง ☐ 4. มากกว่า 5 ครั้ง

7. วัตถุประสงค์หลักในการมาท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมของท่านคืออะไร (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ 1. เยี่ยมชมสถานที่ทางศาสนา ☐ 2. พักผ่อนธรรมชาติ ☐ 3. เรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น
☐ 4. ถ่ายภาพ / ทำคอนเทนต์ ☐ 5. เยี่ยมญาติ / ครอบครัว ☐ 6. ชิมอาหาร / ท่องเที่ยวเชิงอาหาร
☐ 7. อื่น ๆ (โปรดระบุ)

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
10. ไม่มีพื้นที่รองรับผู้ปฏิบัติธรรมหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ทางจิตวิญญาณ					
11. วัดและศาสนสถานขาดงบประมาณหรือบุคลากรด้านการจัดการท่องเที่ยว					
12. ไม่มีการส่งเสริมการเรียนรู้ธรรมะผ่านสื่อเทคโนโลยีหรือกิจกรรมสร้างสรรค์					
13. การโฆษณาทางการท่องเที่ยวเน้นศาสนสถานในเชิงวัดมากกว่าความหมาย					
14. นักท่องเที่ยวไม่รู้ลึกถึงคุณค่าทางจิตวิญญาณเมื่อมาเยือนศาสนสถาน					
ด้านที่ 2 : “ปัญหา” การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Eco/Nature-Based Tourism) จำนวน 12 ข้อ					
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีปัญหาขยะและมลพิษที่ไม่ได้รับการจัดการ					
2. เส้นทางเข้าถึงแหล่งธรรมชาติมีปัญหาด้านความสะดวกและความปลอดภัย					
3. ขาดป้ายแนะนำหรือข้อมูลธรรมชาติที่เข้าใจง่าย					
4. นักท่องเที่ยวไม่มีจิตสำนึกในการรักษาธรรมชาติ เช่น ทิ้งขยะ หรือรบกวนสัตว์					
5. ชุมชนขาดการมีส่วนร่วมในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติ					
6. มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่รบกวนระบบนิเวศ เช่น การใช้เรือเสียงดัง การให้อาหารสัตว์					
7. หน่วยงานรัฐหรือผู้ประกอบการไม่คำนึงถึง “ขีดความสามารถในการรองรับ” ของแหล่งท่องเที่ยว					
8. พื้นที่ธรรมชาติเหลืออยู่น้อยลงเพราะถูกพัฒนาเชิงพาณิชย์					
9. ขาดการจัดระบบท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การรีไซเคิล น้ำใช้ซ้ำ ฯลฯ					
10. กิจกรรมเชิงธรรมชาติไม่หลากหลายหรือไม่เหมาะกับกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยว					
11. ข้อมูลธรรมชาติมักอยู่ในรูปแบบโบรชัวร์เก่า ไม่ดึงดูดคนรุ่นใหม่					
12. การจัดกิจกรรมหรือแผนท่องเที่ยวไม่เชื่อมโยงธรรมชาติกับวัฒนธรรมท้องถิ่น					
ด้านที่ 3: “ปัญหา” การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) จำนวน 13 ข้อ					
1. การแสดงทางวัฒนธรรมมักจัดขึ้นเพื่อการค้า ไม่ใช่การถ่ายทอดจริง					
2. นักท่องเที่ยวไม่สามารถเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง					
3. ขาดกิจกรรมแบบมีส่วนร่วม เช่น เวิร์กช็อป งานฝีมือ อาหารพื้นบ้าน					
4. วัฒนธรรมท้องถิ่นบางส่วนเริ่มถูกกลืนไปกับความทันสมัยและพาณิชย์นิยม					
5. นักท่องเที่ยวขาดความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรมของชุมชน					
6. ขาดไกด์หรือตัวแทนท้องถิ่นที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเชิงวัฒนธรรม					
7. ข้อมูลวัฒนธรรมไม่ถูกจัดทำให้น่าสนใจ เช่น ไม่มี QR Code หรือสื่อมัลติมีเดีย					
9. นักท่องเที่ยวบางกลุ่มแต่งกายหรือปฏิบัติไม่เหมาะสมกับบริบทวัฒนธรรม					
10. สินค้า/ของฝากพื้นเมืองไม่ถูกส่งเสริมอย่างจริงจังให้เชื่อมกับอัตลักษณ์					
12. วัฒนธรรมบางส่วนถูกลดทอนคุณค่าจนขาดความหมายเชิงจิตใจ					
13. ขาดการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยววัฒนธรรมที่มีลำดับและประสบการณ์ต่อเนื่อง					
ด้านที่ 4: “ปัญหา” การจัดการและบริการโดยรวม (Tourism Management & Services) จำนวน 15 ข้อ					
1. ระบบจราจรและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมยังไม่มีประสิทธิภาพ เช่น รถติด ถนนไม่ดี เป็นต้น					
2. ขาดระบบขนส่งสาธารณะที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแต่ละด้าน (ธรรมะ-ธรรมชาติ-วัฒนธรรม)					
3. จุดบริการนักท่องเที่ยว (Tourist Information Center) มีจำนวนน้อยและเข้าถึงยาก					

แบบสอบถามสำหรับบุคคลทั่วไป หน้าที่ : 4

ข้อความ	ระดับความคิดเห็น				
	5	4	3	2	1
4. ป้ายบอกทางหรือสัญลักษณ์นำทางยังไม่เพียงพอ หรือไม่ชัดเจน					
5. ข้อมูลท่องเที่ยวในรูปแบบเอกสารหรือดิจิทัลมีน้อยหรือไม่ทันสมัย					
6. ขาดระบบนำเที่ยวหรือแอปพลิเคชันที่ช่วยวางแผนเส้นทางการท่องเที่ยวในจังหวัด					
7. เจ้าหน้าที่ในพื้นที่ขาดทักษะด้านภาษาอังกฤษหรือการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ					
9. นักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลที่ไม่ตรงกันจากแหล่งต่าง ๆ (เจ้าหน้าที่ / โซเชียล / เว็บไซต์)					
10. ที่พักและร้านอาหารในบางพื้นที่ไม่ได้มาตรฐานหรือไม่มีการควบคุมคุณภาพ					
11. ไม่มีระบบสำรวจความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวเพื่อปรับปรุงบริการ					
12. เจ้าหน้าที่หรือผู้ให้บริการบางรายขาดความเป็นมิตรหรือจิตบริการที่ดี					
14. นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้รับการดูแลหรือบำรุงรักษา					
15. การจัดกิจกรรมท่องเที่ยวไม่เชื่อมโยงกับบริบทของเมืองสามธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) ทำให้นักท่องเที่ยวสับสนหรือขาดอรรถรส					

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัญหาที่พบในการจัดการท่องเที่ยวและบริการของจังหวัดนครปฐม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความร่วมมือและคุณูปการที่ท่านจะมอบให้ในการวิจัยครั้งนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นายสงกรานต์ กลมสุข)

นักศึกษาลัทธิสุตรปรัชญาคุณุภินิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ภาคผนวก ข

จดหมายเชิญผู้ทรงเพื่อตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย (IOC)

ที่ อว 8612/2542



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

30 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ทรงชัย ทองปาน

ด้วย นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสประจำตัว 660630030 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม ตามแนวคิดทฤษฎี 4 "

ในการนี้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์พันธ์ ต้นวิมลรัตน์)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีคณะศึกษาศาสตร์

คณะศึกษาศาสตร์

โทร.0 3425 5095

ที่ อว 8612/2843



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

30 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.รชพร จันทรสว่าง

ด้วย นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสประจำตัว 660630030 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม ตามแนวคิดอริยสัจ 4 "

ในการนี้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

A handwritten signature in black ink, likely belonging to Dr. Kitti Pannit Tanwimart.

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์พันธ์ ต้นวิมลรัตน์)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีคณะศึกษาศาสตร์

คณะศึกษาศาสตร์

โทร.0 3425 5095

ที่ อว 8612/2844



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

30 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ พลธิราช

ด้วย นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสประจำตัว 660630030 นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม ตามแนวคิดอริยสัจ 4 "

ในการนี้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์พันธ์ ต้นวิมลรัตน์)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีคณะศึกษาศาสตร์

คณะศึกษาศาสตร์

โทร.0 3425 5095

ที่ อว 8612/ 2662



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง

ด้วย นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสประจำตัว 660630030 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม ตามแนวคิดอริยสัจ 4 "

ในการนี้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักติพันธ์ ตันวิมรัตน์)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีคณะศึกษาศาสตร์

คณะศึกษาศาสตร์
โทร.0 3425 5095



บันทึกข้อความ

ส่วนงาน คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

โทร.0 3425 5095

ที่ อว 8612/ 1386

วันที่ 30 พฤษภาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสสินี บุญมีศรีสง่า

ด้วย นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสประจำตัว 660630030 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม ตามแนวคิดอริยสัจ 4 "

ในการนี้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีความประสงค์ขอเรียนเชิญท่านในฐานะผู้เชี่ยวชาญ เป็นผู้ตรวจคุณภาพเครื่องมือวิจัยให้กับนักศึกษาดังกล่าว เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศักดิ์พันธ์ ต้นวิมลรัตน์)

รองคณบดีฝ่ายบริหาร

รักษาการแทนคณบดีคณะศึกษาศาสตร์





ที่ อว 8612/2056



คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร
พระราชวังสนามจันทร์
อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

๑๑ มิถุนายน 2568

เรื่อง ขอสัมภาษณ์

เรียน นายพีรวัฒน์ เวศย์วรุฒม์

ด้วย นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสประจำตัว 660630030 นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๓ สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม ตามแนวคิดอริยสัจ 4 " มีความประสงค์จะขอสัมภาษณ์ท่าน เกี่ยวกับปัญหาด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม เพื่อนำมาวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ในการจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดให้สัมภาษณ์แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมต่าง ๆ คณะศึกษาศาสตร์ ขออนุญาตให้ นายสงกรานต์ กลมสุข หมายเลขโทรศัพท์ 086-659-9747 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ วณิชพัฒนวรชัย)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติการแทนคณบดีคณะศึกษาศาสตร์

คณะศึกษาศาสตร์

โทร.0 3425 5095



ที่ อว 8612/ ๖๖๕๐



คณะศึกษาศาสตร์

มหาวิทยาลัยศิลปากร

พระราชวังสนามจันทร์

อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

15 ธันวาคม 2568

เรื่อง ขอเชิญเข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship)

เรียน คุณศศิน ศิควนนท์ ท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม

ด้วย นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสประจำตัว 660630030 นักศึกษาระดับปริญญาตรีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร กำลังดำเนินการวิทยานิพนธ์ เรื่อง " ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม ตามแนวคิดอริยสัจ 4 " มีความประสงค์ขอเชิญท่าน เข้าร่วมสัมมนาอ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) เพื่อประกอบการดำเนินการวิทยานิพนธ์

ในการนี้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดเข้าร่วมสัมมนา อ้างอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) แก่นักศึกษาดังกล่าวด้วย สำหรับรายละเอียดเพิ่มเติมต่างๆ คณะศึกษาศาสตร์ ขออนุญาตให้ นายสงกรานต์ กลมสุข หมายเลขโทรศัพท์ 086-659-9747 เป็นผู้ประสานงานโดยตรงต่อไป

จึงเรียนมาเพื่อโปรดให้ความอนุเคราะห์ จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศิริวรรณ วณิชพัฒนวรชัย)

รองคณบดีฝ่ายวิชาการ

ปฏิบัติการแทนคณบดีคณะศึกษาศาสตร์

คณะศึกษาศาสตร์

โทร.0 3425 5095



หลักสูตรปริญญาเอก
การจัดการนันทนาการ
การท่องเที่ยวและกีฬา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา

ข้าพเจ้า... ทศกิตติ์ อิศกรพันธ์ ...ตำแหน่ง... นักศึกษาระดับปริญญาเอก
หน่วยงาน... สพ. มศว (สพ. มศว) สถาบันที่ตั้ง ... สาขาวิชา ...
โทรศัพท์... 0653653990 ...โทรสาร... ..อีเมล...

ขอรับรองว่าผลงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา เรื่อง

“ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม

ตามแนวคิดทฤษฎี 4”

ซึ่งเป็นผลงานของ นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสนักศึกษา 660630030 หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
สามารถนำมาปรับใช้เพื่อประโยชน์ภายในองค์กร/หน่วยงานของข้าพเจ้าในอนาคตได้ ในด้านต่อไปนี้

- ☒ การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ ☒ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย
☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ☐ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุวิธี/รายละเอียดการใช้ประโยชน์)

ท่านคิดว่าการนำผลงานของนักศึกษามาใช้ประโยชน์ จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง/ผลดีที่เกิดขึ้น
อย่างเป็นรูปธรรมในองค์กร/หน่วยงานของท่านได้อย่างไร

นำทศกิตติ์ อิศกรพันธ์ / นักศึกษา ระดับปริญญาเอก
ในกรณีศึกษา มศว (สพ. มศว) จ. นครปฐม

ช่วงเวลาที่คุณคาดว่าจะมีการนำผลงานฯ ไปใช้ประโยชน์

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานของนักศึกษาเรื่องดังกล่าวข้างต้นของมหาวิทยาลัยศิลปากร จะสามารถ
นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้จริง

ลงชื่อผู้บริหารองค์กร/หน่วยงาน

ทศกิตติ์ อิศกรพันธ์
(ทศกิตติ์ อิศกรพันธ์)

ตำแหน่ง... นักศึกษาระดับปริญญาเอก

วันที่... 26 / 7 / 2568

(เอกสารฉบับนี้เป็นเพียงเอกสารยืนยันการใช้ประโยชน์จากผลงานของนักศึกษานั้น โดยมิได้มีวัตถุประสงค์เชิงการค้า หรืออื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับ
การจัดการศึกษา ทั้งนี้ข้อมูลทุกอย่างจะไม่มีการส่งต่อไปยังผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง)

หลักสูตรปริญญาเอก
การจัดการนันทนาการ
การท่องเที่ยวและกีฬา
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา

ข้าพเจ้า ณัฏฐพร เวระกุล ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวและกีฬา
หน่วยงาน สภากาชาดแห่งประเทศไทย สถานที่ตั้ง
โทรศัพท์ 081577377 โทรสาร 02277777 อีเมล aegean@bsnecg.com
ขอรับรองว่าผลงานวิทยานิพนธ์ของนักศึกษา เรื่อง

“ข้อเสนอเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมสู่เมืองสามธรรม

ตามแนวคิดอริยสัจ 4”

ซึ่งเป็นผลงานของ นายสงกรานต์ กลมสุข รหัสนักศึกษา 660630030 หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
สามารถนำมาปรับใช้เพื่อประโยชน์ภายในองค์กร/หน่วยงานของข้าพเจ้าในอนาคตได้ ในด้านต่อไปนี้

- ☒ การใช้ประโยชน์เชิงสาธารณะ ☒ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบาย
☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ☒ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ
☐ อื่น ๆ (โปรดระบุวิธี/รายละเอียดการใช้ประโยชน์)

ท่านคิดว่าการนำผลงานของนักศึกษามาใช้ประโยชน์ จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง/ผลดีที่เกิดขึ้น
อย่างเป็นรูปธรรมในองค์กร/หน่วยงานของท่านได้อย่างไร

กรมการขนส่งทางบก มีรถโดยสารในภาคปริมณฑล ปรับปรุง
ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่คุณคาดว่าจะมีการนำผลงานฯ ไปใช้ประโยชน์ ทุกปี

ข้าพเจ้าขอรับรองว่า ผลงานของนักศึกษาเรื่องดังกล่าวข้างต้นของมหาวิทยาลัยศิลปากร จะสามารถ
นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อองค์กรได้จริง

ลงชื่อผู้บริหารองค์กร/หน่วยงาน

ณัฏฐพร เวระกุล
(ณัฏฐพร เวระกุล)
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์พัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวและกีฬา
วันที่ 26 / 12 / 68

(เอกสารฉบับนี้เป็นเพียงเอกสารยืนยันการใช้ประโยชน์จากผลงานของนักศึกษาเท่านั้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการค้า หรืออื่น ๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องกับ
การจัดการศึกษา ทั้งนี้ข้อมูลทุกอย่างจะได้รับการส่งต่อไปยังผู้ที่ไม่เกี่ยวข้อง)



ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970)

<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>	<i>N</i>	<i>S</i>
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	1000000	384

Note.—*N* is population size. *S* is sample size.

Source: Krejcie & Morgan, 1970

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล

นายสงกรานต์ กลมสุข

วุฒิการศึกษา

พ.ศ.2546

สำเร็จการศึกษาหลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรม
(เกียรตินิยมอันดับ 2) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ.2552

สำเร็จการศึกษาหลักสูตร Master of Business
Administration in Hotel and Tourism Management
มหาวิทยาลัยศิลปากร
สำเร็จการศึกษาหลักสูตร Le Master Economie et
Management à finalité Professionnelle Mention
MANAGEMENT DU TOURISME, Université de
Perpignan Via Domitia ,France

พ.ศ.2566

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา
มหาวิทยาลัยศิลปากร

