

การพัฒนาารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี

The Model Development of Religious Tourism Management of Ratchaburi Province

ศิวินิต อรรถวุฒิกุล (Siwanit Autthawuttikul)^{*}

นรินทร์ สังข์รักษา (Narin Sungrugsra)^{**}

สมชาย ลักขณานุรักษ์ (Somchai Lakananulak)^{***}

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาสภาพการและความต้องการในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี 2) ศึกษาารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี 3) ทดลองใช้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี และ 4) ประเมินและปรับปรุงรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี ดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ขั้นตอนที่ 2 ออกแบบและพัฒนาเครื่องมือ ขั้นตอนที่ 3 การทดลองใช้ และขั้นตอนที่ 4 การประเมินและปรับปรุง เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก การจัดเวทีเสวนา และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษาความพร้อมในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แนวโน้มมีนักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้รูปแบบมีชื่อเรียกว่า “MADANA Model” มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) M=Managing to Tourism (การจัดการการท่องเที่ยว) 2) A=Attraction for Tourism (สิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยว) 3) D=Diversity of Tourism (ความหลากหลายของการท่องเที่ยว) 4) A=Activity of Tourism (กิจกรรมทางการท่องเที่ยว) 5) N=Networking of Tourism (เครือข่ายการท่องเที่ยว) และ 6) A= Amenity of Tourism (ความประทับใจใน

^{*} ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: : autthawuttikul_s@silpakorn.edu

Assistance Professor Dr, Faculty of Education, Silpakorn University

^{**} รองศาสตราจารย์ ดร.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร E-mail: narin@ms.su.ac.th

Associate Professor Dr Faculty of Management Science, Silpakorn University

^{***} อาจารย์ ดร.สมชาย ลักขณานุรักษ์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

E-mail: somchai_lakana@hotmail.com

Lecture Dr, Faculty of Humanity and Social Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

การท่องเที่ยว) 3) การประเมินความรู้ของกลุ่มเป้าหมายจากการอบรม พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีคะแนนการอบรม ก่อนทดสอบอยู่ในระดับกลาง และหลังการอบรมอยู่ในระดับมาก จากการเปรียบเทียบผลการอบรมคะแนนก่อน และหลังการอบรมเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 4) ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี อยู่ใน ระดับมาก

คำสำคัญ : การพัฒนารูปแบบ/การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา

Abstract

This project was implemented and based on research and development methods. It was aimed to :1) study situations for management of religious tourism in Ratchaburi province ;2) generate a model of religious tourism management of Ratchaburi province ;3) trying out the draft model for management of religious tourism of Ratchaburi province. ;4) evaluating, improving and proposing the final model for management of religious tourism in Ratchaburi province. The research procedures were divided into 4 stages: Stage 1: studying basic data: Stage 2: designing and developing research instruments: Stage 3: trying out the draft model for and Stage 4: evaluating, improving and proposing the final model. The research instruments were guidelines in-depth interviews, seminar forum, and non-participatory observation. The collected data was quantitatively and qualitatively analyzed and presented to frequency, percentage, mean, standard deviation t-test and its content analysis. The results could be demonstrated as follows: 1) The situations had its readiness for supporting to the development of religious tourism. The tourists had their chances to visit the tourist sites more increasingly and their motive of this tourism was overall evaluated at much level. 2) The one model was generated and named “MADANA Model”. This acronym stands for managing to tourism, Attraction for tourism , Diversity of tourism ,Activity of tourism, Networking of tourism and Amenity of tourism. 3) To evaluate the more knowledge of target group gained from the training, it could be said to that before the training the target group had their mean score of pre-test at moderate level. After that the training was terminated and the post-test was measured and presented to be at high level. From these comparativeness, the post-test had its significant higher score than the pre-test at $p = .05$. 4) The satisfaction of target group had the model development of religious tourism management of Ratchaburi province at much level.

Keywords: Model Development / Religious Tourism Management

บทนำ

การพัฒนาประเทศโดยมุ่งเน้นวัฒนธรรม เป็นตัวตั้งทำให้คนทั้งหลายห่างเหินจากวัด ซึ่งในอดีตวัดเป็นแหล่งเรียนรู้ แหล่งการศึกษาของคนในยุคอดีต ขณะที่ปัจจุบันคนรุ่นใหม่ โดยเฉพาะนักเรียน นิสิต นักศึกษามักละเลยไม่ใส่ใจกับการเข้าวัด ทำบุญ ไหว้พระ ฟังธรรม แม้แต่ในวันสำคัญทางศาสนา เช่น วันเข้าพรรษา วันมาฆบูชา เป็นต้น แต่กลับมุ่งเน้นเพียงการบริโภคนิยมเป็นประการหลัก และใช้ห้างสรรพสินค้าเป็นแหล่งบันเทิง ทำให้ผู้คนห่างไกลจากแหล่งธรรมะ คือ “วัด” อันเป็นผลมาจากกระบวนการศึกษาที่ใช้รูปแบบการพัฒนาตามแบบประเทศตะวันตก ได้สร้างความแปลกแยกกับแหล่งเรียนรู้ที่เป็นวัด ทั้งที่วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ทางการศึกษาทั้งทางโลกและทางธรรม การปลูกฝัง หล่อหลอมและขัดเกลาให้คนเป็นคนดีในสังคม เมื่อผู้คนละเลยห่างไกลจากวัด ยุทธศาสตร์หนึ่งในการดึงผู้คนให้หันกลับเข้ามาใช้วัดเป็นแหล่งเรียนรู้ คือการใช้การท่องเที่ยว นั่นคือ การท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religion Tourism หรือ Meditation Tourism) ผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น นับเป็นการท่องเที่ยวชุมชนรูปแบบหนึ่ง

การท่องเที่ยวเชิงศาสนา เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ชุมชนสามารถจัดการได้ด้วยตนเอง (Self-determination) ทั้งยังเป็นการทำให้คุณค่าของศิลปวัฒนธรรมนำมาสู่มูลค่าในเชิงเศรษฐกิจแบบสร้างสรรค์ (Creative Economy) รั้งสรรค์ธรรมชาติ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่และวัฒนธรรมชุมชน ทำให้เกิด “การเรียนรู้ ความอับบุญ รู้แจ้งเห็นธรรม” อันนำมาซึ่งความอยู่เย็นเป็นสุข ไม่เน้นการยึดวัตถุเป็นตัวตั้งเพียงประการเดียว แต่ยึดหลักธรรมนำความพอเพียง จึงเป็นการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมในรูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่และเชื่อมโยงเส้นทางธรรมเพื่อการทำบุญไหว้พระ

จังหวัดราชบุรีมีวัดถึง 415 วัด แต่ปัญหาของการท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี กลับมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในจังหวัดราชบุรีเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.61 จำนวนห้องพักในจังหวัดกลับมีอัตราการลดลง ร้อยละ 0.33 ในขณะที่อัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ยมีเพียง ร้อยละ 22.57 และมีการเข้าพักลดลงร้อยละ 0.34 (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี, 2548) ขณะที่การดำเนินการท่องเที่ยวที่ผ่านมามีปัญหาในเรื่องการจัดการ ได้แก่ การจัดการในแหล่งท่องเที่ยว ป้ายบอกทางการประชาสัมพันธ์ มัคคุเทศก์หรือผู้นำชม การไม่ได้มีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นวัดและชุมชนรอบวัดยังขาดการจัดการการท่องเที่ยว ทั้งในเรื่องของภูมิทัศน์ การนำชม และสิ่งอำนวยความสะดวก ที่จอดรถ การตลาดและการประชาสัมพันธ์ให้กับผู้มาเยือน และนักท่องเที่ยวได้ทราบ และเดินทางมาศึกษา ท่องเที่ยวและเรียนรู้ เป็นต้น ทั้งนี้นักท่องเที่ยวได้เดินทางผ่านไปมา จึงจำเป็นต้องสร้างต้นแบบด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนา โดยกระบวนการมีส่วนร่วมแบบภาคีเครือข่ายอย่างยั่งยืน อันเป็นการท่องเที่ยวที่จัดโดยคนในชุมชน ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงศาสนาเป็นการต่อยอดการเรียนรู้ทางจิตใจ เพื่อพัฒนาและสร้างคุณธรรม ความอยู่เย็นเป็นสุขมากกว่าการอยู่ร้อนนอนทุกข์ รวมถึงการทำบุญไหว้พระ เรียนรู้ประวัติศาสตร์ สิ่งดีในวัด และกิจกรรมต่างๆ ทางศาสนา และการพักผ่อนนันทนาการ และการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์และความต้องการในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี
2. เพื่อศึกษารูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี
3. เพื่อทดลองใช้รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี
4. เพื่อประเมินและปรับปรุงรูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

คณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานและความต้องการ ประชากร เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรี ปี 2558 จำนวน 509,780 คน (กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2558) กลุ่มตัวอย่าง โดยการสุ่มตัวอย่าง จากตาราง Krejcie & Morgan (1970 : 608) ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 384 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม จำนวน 384 ชุด มีค่า IOC ระหว่าง .80-1.00 และค่าความเชื่อมั่นด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว =.8420 ด้านการให้บริการ =.7051 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว =.8439 ด้านการประชาสัมพันธ์ =.8549 รวมทั้งฉบับ = .9194 และแนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 10 คนหรือจนข้อมูลอิ่มตัว สถิติที่ใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าถามปลายเปิดด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา แนวทางการสัมภาษณ์ระดับลึก รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การบันทึกเสียงด้วยเทป/MP3 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา รวมถึงการวิเคราะห์ SWOT

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนา (Development :D₁) เป็นการออกแบบและพัฒนา (Design and Development : D and D) เครื่องมือเพื่อการวิจัย การจัดการอบรม การจัดเวทีเสวนาเครือข่ายและการขับเคลื่อนจัดเวทีเครือข่าย การวิเคราะห์และสร้างรูปแบบ เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การบันทึกเสียงด้วยเทป/MP3 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และการตรวจสอบรูปแบบโดยการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบ โดยการจัดสัมมนาผู้ทรงคุณวุฒิ (Connoisseurship) สอบถามผู้ทรงคุณวุฒิ กำหนดเกณฑ์การเลือกเป็นผู้เกี่ยวข้องหรือนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 5 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจง การวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่แบบไม่อิสระจากกัน แล้วนำค่าเฉลี่ยมาแปลความหมายตามเกณฑ์

ขั้นตอนที่ 3 การวิจัย (Research :R₂) การทดลองใช้ หรือนำเครื่องมือที่ได้ไปใช้ (Implementation : I) ประกอบด้วย 1) การจัดอบรมเพื่อยกระดับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี เครื่องมือที่ใช้ แบบทดสอบก่อนและหลังการอบรม รวมทั้งอุปกรณ์เทปบันทึกเสียง ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชมรมมัคคุเทศก์ชุมชน ผู้นำชุมชน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าอาวาส พระ ไวยาวัจกร ผู้นำชม ผู้รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2 แห่งๆละ 12 คนรวม 24 คน การรวบรวมข้อมูลจากแบบทดสอบ วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ 2) การจัดเวทีเครือข่ายและการขับเคลื่อนของชุมชนนักปฏิบัติ เครื่องมือที่ใช้ การจัดเวทีสนทนากลุ่มย่อย และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมในสถานที่ท่องเที่ยวต้นแบบ 2 แห่ง กลุ่มเป้าหมาย ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชมรมมัคคุเทศก์ชุมชน ผู้นำชุมชน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าอาวาส พระ ไวยาวัจกร ผู้นำชม ผู้รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 2 แห่งๆละ 12 คน

รวม 24 คน รวบรวมข้อมูลที่ได้จากการจัดเวทีเครือข่าย และการขับเคลื่อน ใช้การบันทึกเสียงด้วยเทป/MP3 การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และขั้นตอนที่ 4 การพัฒนา (Development :D₂) เป็นการประเมินผลและปรับปรุง (Evaluation : E) ประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย คือผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ชมรมมัคคุเทศก์ชุมชน ผู้นำชุมชน นายกองค์การบริหารส่วนตำบล เจ้าอาวาส พระ ไวยาวัจกร ผู้นำชม ผู้รับผิดชอบสถานที่ท่องเที่ยว และประชาชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 24 คน การรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย สถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สรุปผลและเขียนรายงาน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาสภาพการณ์ในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดราชบุรีพบว่า

1.1 การวิเคราะห์ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวระดับชาติ และระดับจังหวัด ในด้านยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2555-2559 โดยกำหนดวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ มีขีดความสามารถ ในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับโลก สามารถสร้างรายได้และกระจายรายได้ โดยคำนึงถึงความเป็นธรรม สมดุล และยั่งยืน” ขณะที่แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2554 -2558 มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว การตลาดอาเซียน และการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ยุทธศาสตร์ที่ 1 การทำประชาสัมพันธ์เชิงรุก ยุทธศาสตร์ที่ 2 การใช้การตลาดดิจิทัลอย่างบูรณาการ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ยุทธศาสตร์ที่ 4 การทำการตลาดผ่านพันธมิตรบริษัทท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 5 การบูรณะแหล่งท่องเที่ยวหลักอย่างเร่งรัด ยุทธศาสตร์ที่ 6 การสร้างเครือข่ายอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ยุทธศาสตร์ที่ 7 การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี

1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ของจังหวัดราชบุรี พบว่า จุดแข็งของจังหวัดในภาคเกษตรกรรมมีส่วนแบ่งทางการตลาดสินค้าเกษตรสูง (ร้อยละ 28 ของผลิตภัณฑ์เกษตรในกลุ่มจังหวัด) เช่น การเลี้ยงสุกรมากที่สุดของประเทศ มีผลผลิตที่เป็นผักผลไม้เป็นอันดับแรกของภูมิภาค ตลาดกลางรวบรวมและกระจายสินค้าผักและผลไม้ใหญ่ที่สุดในภาคตะวันตก มีการผลิตกุ้งก้ามกราม และอุตสาหกรรมสินค้าเกษตรแปรรูปอาหาร สินค้าหัตถกรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้จังหวัดราชบุรีมีรายได้ที่เป็นผลโดยตรงต่อการเพิ่มรายได้ของประชาชนในจังหวัดราชบุรี

1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 54.83 และเป็นเพศชาย จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 45.17 มีอายุ 21-30 ปี จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 35.25 รองลงมาคือ อายุ 31-50 ปี จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.98 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 49.87 รองลงมาคือมีสถานภาพคู่ จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.81 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 45.43 รองลงมาคือมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 21.41 ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.98 รองลงมาคือค้าขาย

จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.97 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 25.85 รองลงมาคือรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 25,000 บาท จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.98

ระดับความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่สูงที่สุดลำดับที่หนึ่ง คือด้านสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก และด้านที่ต่ำที่สุดคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับมาก ตามลำดับ

2. รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี

จากการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา คณะผู้วิจัยได้รูปแบบจากการสังเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และการศึกษาเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ การจัดการอบรม การจัดเวทีเครือข่ายและการขับเคลื่อน จึงยกร่างรูปแบบที่คณะผู้วิจัยใช้ชื่อว่า “MADANA Model” มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) M=Managing to Tourism (การจัดการการท่องเที่ยว) 2) A=Attraction for Tourism(สิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยว) 3) D=Diversity of Tourism (ความหลากหลายของการท่องเที่ยว) 4) A=Activity of Tourism (กิจกรรมทางการท่องเที่ยว) 5) N=Networking of Tourism (เครือข่ายการท่องเที่ยว) และ 6) A= Amenity of Tourism (ความประทับใจในการท่องเที่ยว) ซึ่งมีองค์ประกอบรวม ดังนี้

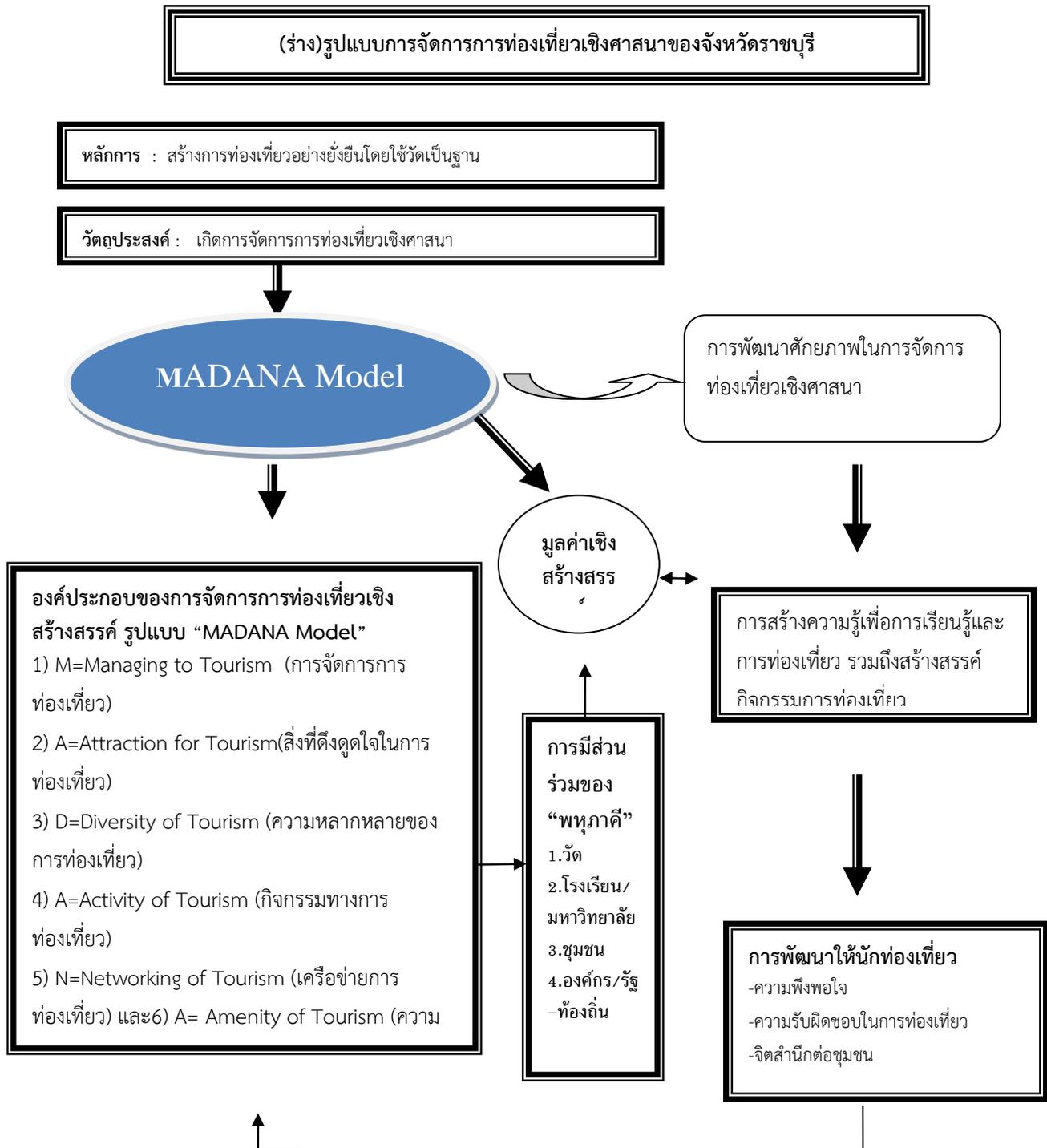
องค์ประกอบที่ 1 การพัฒนาศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนากับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม

องค์ประกอบที่ 2 การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมได้กระทำ / ปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ในลักษณะของสามประสาน ได้แก่ 1) ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้นำท้องถิ่น ประชาชน 2) นักท่องเที่ยว และ 3) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

องค์ประกอบที่ 3 การสร้างความรู้เพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเชิงสร้างสรรค์ (Value Creation)

องค์ประกอบที่ 4 การพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ มีความรับผิดชอบในการท่องเที่ยว และจิตสำนึกต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม

จากองค์ประกอบดังกล่าว แสดงเป็นแผนภูมิรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาได้ดังแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี

เงื่อนไขของการใช้โมเดล “MADANA Model” ที่ได้นี้เป็นเพียงแบบจำลอง ซึ่งต้องนำไปจัดทำเป็นแผนกลยุทธ์ (Strategic Plan) และแผนปฏิบัติการ (Action Plan) เพื่อพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ให้เกิดเป็นรูปธรรม รวมถึงกำหนดประเด็นรายละเอียดของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงศาสนาในพื้นที่ต่อไป

การตรวจสอบโดยการรับรอง ร่างรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรีในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาทางด้าน ด้านที่สูงที่สุด คือ การกำหนดองค์ประกอบของรูปแบบ รองลงมาเป็น องค์ประกอบของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว ในประเด็นย่อยองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว ลำดับสูงสุดคือ ด้านองค์ประกอบเชิงหลักการและวัตถุประสงค์ รองลงมาเป็น ด้านองค์ประกอบเชิงกระบวนการ และลำดับต่ำสุด คือ ด้านองค์ประกอบเชิงเงื่อนไขการนำรูปแบบไปใช้

3. ผลการทดลองใช้ เป็นการวิจัย (Research : R₂) การนำไปใช้ (Implementation : I)

3.1 การจัดอบรมความรู้ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา คະแนก่อนการอบรม (Pre-test) มีคะแนนเฉลี่ย = 9.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.041 (65.67 %) อยู่ในระดับปานกลาง และหลังการอบรมได้ทดสอบหลังการอบรม (Post-test) มีคะแนนเฉลี่ย = 12.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.852 (84.53 %) อยู่ในระดับมาก จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน ส่วนผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนการอบรมและหลังการอบรมด้วย t-test แบบ dependent ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า เมื่อทดสอบ พบว่า $t = 11.742$, Sig = 0.00 แสดงให้เห็นว่าคะแนนก่อนและหลังการอบรมเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความรู้การอบรมก่อนและหลังการอบรมเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี

การทดสอบ	n	คะแนนเต็ม	\bar{X}	S.D.	ร้อยละ	การแปรผล	df	t	Sig
ก่อนการอบรม	24	15	9.85	1.041	65.67	ปานกลาง	23	11.742*	.000
หลังการอบรม	24	15	12.68	0.852	84.53	มาก			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2 การจัดเวทีเครือข่ายและการขับเคลื่อน การท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี ที่เป็นแหล่งที่ศึกษาในข้อ 2 ผู้เกี่ยวข้องที่สนใจและสมัครใจเข้าร่วมเวทีในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ได้แก่ ชุมชนวัดม่วง ชุมชนวัดขนอนหน้าใหญ่ และเครือข่ายที่สนใจ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ จัดเวที 2 รอบตามที่ประชุมตกลงกัน เพื่อจัดเวทีเครือข่าย และขับเคลื่อนการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนา เครื่องมือที่ใช้ในการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ของชุมชนนักปฏิบัติ ทำให้เกิดการพัฒนาระบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาสองแห่งและเครือข่ายในจังหวัดราชบุรี

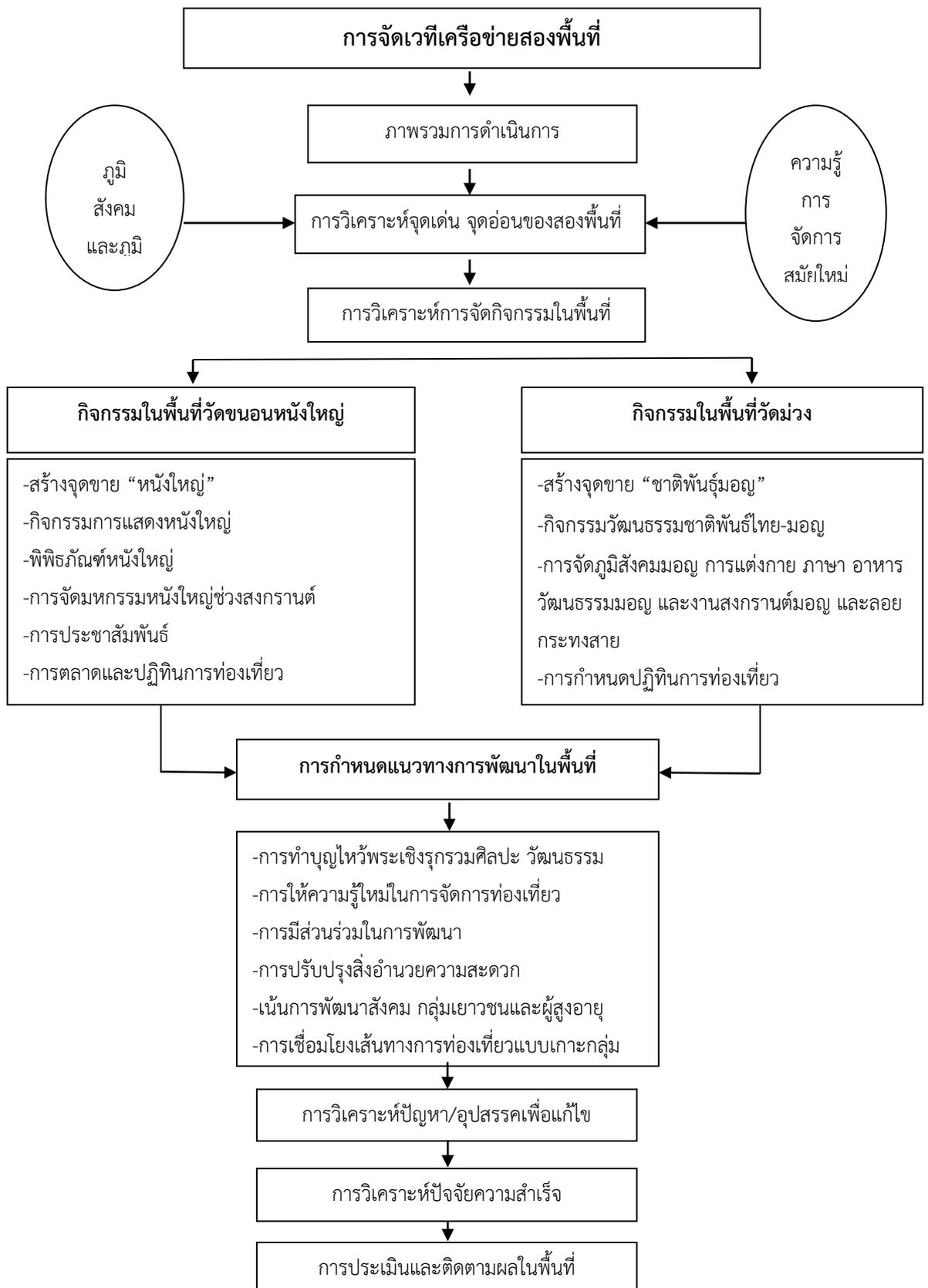
4. ผลการพัฒนา (Development : D₂) การประเมินผล (Evaluation : E) เป็นการประเมินผลและปรับปรุงระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน คือ ด้านแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา อยู่ในระดับมาก อยู่ในลำดับที่หนึ่ง รองลงมาคือ ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อป อยู่ในระดับมาก และด้านที่ต่ำที่สุด คือ ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ และเครื่องดื่ม อยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี ในภาพรวม

(n = 24)

ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว เชิงศาสนา	ระดับความพึงพอใจ			
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
1.ด้านบริการการเดินทาง	3.72	.815	มาก	3
2.ด้านบริการนำเที่ยว	3.64	.783	มาก	4
3.ด้านแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนา	4.38	.756	มาก	1
4.ด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านกาแฟ และเครื่องดื่ม	3.63	.741	มาก	5
5. ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อป	3.78	.789	ปานกลาง	2
รวม	3.83	.776	มาก	

ส่วนผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า การท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรี นับว่าเป็นการท่องเที่ยวที่มีบทบาทอย่างมาก เนื่องจากเป็น “จุดแวะ ทางผ่าน” มีสถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สวยงาม ที่สำคัญหลักๆ มากมายในแต่ละอำเภอ นักท่องเที่ยวจึงมุ่งเน้นมาท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ ทั้งการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน เป็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวตลาดน้ำ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เป็นต้น โดยที่การท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีนั้น มีศักยภาพหรือจุดเด่นรวมถึงผลการจัดเวทีเครือข่ายดังแผนภูมิที่ 1 ดังนี้



แผนภูมิที่ 1 แสดงการจัดเวทีเครือข่ายและขับเคลื่อนของวัดและชุมชนในพื้นที่เป้าหมายสองแห่ง

การอภิปรายผล

1. การศึกษาสภาพการณ์ในการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี พบว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ได้แก่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 52.48 รองลงมาคือ เคยมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว 2-3 ครั้ง จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 31.33 จำนวนคนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว 2-3 คน จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 46.21 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่า 5 คน จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 28.20 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนา จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.68 รองลงมาคือ มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 26.63 การเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวกับเพื่อน จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.61 รองลงมาคือ เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวกับครอบครัว/ญาติพี่น้อง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.29 ระยะเวลาใช้ท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว 1-2 ชั่วโมง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 46.48 รองลงมาคือ ใช้เวลาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว 3-4 ชั่วโมง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.81 ค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยว 200-400 บาท จำนวน 163 คน คิดเป็นร้อยละ 42.56 รองลงมาคือ ใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยว น้อยกว่า 200 บาท จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 25.33 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 45.95 รองลงมาคือ เดินทางโดยใช้รถบัสส่วนตัว จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 18.02 การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากเพื่อน จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 48.56 รองลงมาคือ ทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวจากครอบครัว/ญาติ จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 36.55

ระดับความต้องการในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.84$, S.D. = .545) สอดคล้องกับหลักการ 6A's ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยว ด้านความสามารถในการเข้าถึงได้ง่าย (Accessibility) ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้มาก หากมีความสะดวกในการเข้าชม หากนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและใกล้ชิดนักท่องเที่ยวจะเกิดอรรถรสได้มาก ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องจัดแหล่งท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้ง่าย ต้องจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อให้เข้า-ออกแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก เช่น ถนน สะพาน ที่จอดรถ เพื่ออำนวยความสะดวก รวมถึงความดึงดูดใจ (Attraction) คือ สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังสถานที่นั้นๆ โดยส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ที่แสดงถึงคุณค่าทางวัฒนธรรม ความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ความสวยงามทางธรรมชาติ หรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น หรือสถานที่ก่อให้เกิดความบันเทิงได้ หรือลักษณะชวนตา ชวนใจ มีเสน่ห์เฉพาะตัว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541); มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด, 2553 : 3-1; ราณี อธิชัยกุล, 2554 : 1-6-1-7) สอดคล้องกับนรินทร์ สังข์รักษา (2553) ที่พบว่า ปัญหา/อุปสรรคและข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางไม่สะดวก ภูมิทัศน์และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ขาดความรู้แหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การบริการของเจ้าหน้าที่ การขาดการมีส่วนร่วมต่างคนต่างทำ และขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ การสื่อสารให้ความรู้และภาษา การบริการอาหาร/เครื่องดื่ม และการบริการของที่ระลึก การติดตามและประเมินผล ข้อเสนอแนะควรมีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การบริการ และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสอดคล้อง

กับรสิกา อังกูร (2549) ที่พบว่า รูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น และการเที่ยวชมความงดงามของศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น สอดคล้องกับสุกัญญา กิมเปี่ยม (2551) ที่พบว่า พระราชวังสนามจันทร์ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก เครื่องบ่งชี้ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว คือ มีความเหมาะสมของปัจจัยจูงใจ ด้านปัจจัยจูงใจทางด้านธรรมชาติ โดยเฉพาะในเรื่องของความร่มรื่นของสถานที่ การจัดสวน และบรรยากาศโดยรอบของพระราชวัง ด้านประวัติศาสตร์และศาสนา สอดคล้องกับพจนานุกรมและพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2558) ที่พบว่าข้อเสนอเชิงนโยบายในการพัฒนาการสื่อสารการตลาดในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมกลุ่มจังหวัดภาคกลางตอนล่างที่สำคัญคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดควรสร้างความตระหนักรู้ถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทวัดวัง การสร้างความร่วมมือของชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นเช่นการสร้างเว็บเพจของวัดเพื่อให้ความรู้และประชาสัมพันธ์ มีมีคฤเทศก์ให้คำแนะนำ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและมีป้ายประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น มีการตั้งกลุ่มผู้รับผิดชอบการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในชุมชนที่ชัดเจน และสอดคล้องกับมัทธมา อุดมศิลป์และนรินทร์ สังข์รักษา (2559) ที่พบว่า การจัดการความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันตกเป็นสิ่งสำคัญในทุกด้าน ทั้งยังสอดคล้องกับธนายุ ตีบจันทร์ (2558) ที่พบว่า แนวทางการเชื่อมโยงสินค้าโอท็อปเพื่อการท่องเที่ยวด่านเกวียน จังหวัดนครราชสีมา ควรเน้นการพัฒนาสินค้าโอท็อป การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและที่พักในการท่องเที่ยวชุมชน

2. ศึกษาแบบการจัดการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี

จากการพัฒนารูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี คณะผู้วิจัยได้รูปแบบใช้ชื่อว่า “MADANA Model” มีองค์ประกอบย่อย ได้แก่ 1) M=Managing to Tourism(การจัดการการท่องเที่ยว) 2) A=Attraction for Tourism(สิ่งที่ดึงดูดใจในการท่องเที่ยว) 3) D=Diversity of Tourism (ความหลากหลายของการท่องเที่ยว) 4) A=Activity of Tourism (กิจกรรมทางการท่องเที่ยว) 5) N=Networking of Tourism (เครือข่ายการท่องเที่ยว) และ 6) A= Amenity of Tourism(ความประทับใจในการท่องเที่ยว) ซึ่งมีองค์ประกอบร่วม ดังนี้ องค์ประกอบที่ 1 การพัฒนาศักยภาพในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนากับผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้มีความรู้ ความเข้าใจ และสามารถปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม องค์ประกอบที่ 2 การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย คือ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมได้กระทำ / ปฏิบัติกิจกรรมต่าง ๆ ในลักษณะของสามประสาน ได้แก่ 1) ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ ผู้นำท้องถิ่น ประชาชน 2) นักท่องเที่ยว และ 3) หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน องค์ประกอบที่ 3 การสร้างความรู้เพื่อการเรียนรู้และการท่องเที่ยว สร้างมูลค่าเชิงสร้างสรรค์ (Value Creation) และองค์ประกอบที่ 4 การพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ มีความรับผิดชอบในการท่องเที่ยว และจิตสำนึกต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม สำหรับการพัฒนารูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Getzels-Guba (1957) ว่ารูปแบบจะต้องเป็นที่รวมของแนวคิด และแสดงถึงความสัมพันธ์ต่างๆ และการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว จากการประเมินรูปแบบความเหมาะสมถึงแม้ว่าจะอยู่ในระดับมากทุกด้าน ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยว

สร้างสรรค์ของจังหวัดราชบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก การพัฒนารูปแบบนี้ สอดคล้องกับการวิจัยของรสิกา อังกูร (2549) ที่พบว่า 1) รูปแบบการท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเที่ยวชมสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และโบราณสถาน การเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรมประเพณีของท้องถิ่น และการเที่ยวชมความงามของศิลปหัตถกรรมไทยที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างไรก็ตามแม้ว่าการท่องเที่ยวจะมีความสำคัญด้านบวกต่อเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม ชาวบ้านมีความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบยั่งยืน ชุมชนมีความเข้มแข็ง มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีมาตรฐานในการดำรงชีวิตมากขึ้น ชาวบ้านเห็นความสำคัญของการอนุรักษ์ธรรมชาติ ได้รับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในหมู่บ้าน มีผลงานของภูมิปัญญาชาวบ้าน มีแนวทางที่ถูกต้องในการจัดสรรรายได้ให้กับชุมชนและประชาชน หมู่บ้านได้รับการตกแต่งปรับปรุงให้สวยงาม ได้เส้นทาง การเดินป่า ในการปฏิบัติกิจกรรมต่างๆ เห็นศักยภาพของชุมชนในด้านการท่องเที่ยวและองค์ความรู้ของชุมชนในด้านต่างๆ และสอดคล้องกับการวิจัยของอำคา แสงงามและคณะ (2549) ที่พบว่า 1) บ้านกู่กาสิงห์มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากคือ กู่กาสิงห์ กู่โพนวิญญูโพนระฆัง ถนนคูขาดสระแก โพนซึ้งกุ่มทุ่งกุลาร้องไห้ 2) รูปแบบกิจกรรมและการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่เหมาะสมกับศักยภาพชุมชน มีรูปแบบ คือ (1) นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ต้องการมาศึกษาและเที่ยวตามอัยาศัยและไม่มีกิจกรรมรองรับ (2) การเข้ามาทัศนศึกษาดูงาน ได้แก่ กลุ่มนักเรียน นักศึกษาที่เข้ามาชมโบราณสถาน หรือกลุ่มแม่บ้านที่เข้ามาศึกษา ดูงานที่ศูนย์ผ้าไหมแล้วจึงไปชมโบราณสถาน และสอดคล้องกับการวิจัยของดุชนี ชวานาและคณะ (2550) ที่พบว่า 1) ชาวบ้านมีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อนการพัฒนา ซึ่งสถานการณ์การท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้เกิดปัญหาจากการจัดการเนื่องจากขาดความรู้และความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ตลอดจนขาดทักษะในการจัดการและมีเจตคติในเชิงลบต่อการท่องเที่ยวที่ทำให้ขาดการมีส่วนร่วมในการจัดการ 2) การท่องเที่ยวโดยชุมชนจะยั่งยืนได้ ต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนได้ร่วมมือกันจัดการทรัพยากรของตนเองที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด ต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดแก่ระบบนิเวศและความสัมพันธ์ทางสังคม วิถีชีวิตของคนในชุมชนทั้งประโยชน์การอนุรักษ์และฟื้นฟู ซึ่งควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการทุกขั้นตอน มีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างทั่วถึงและเป็นธรรม และสอดคล้องกับรินทร์ สังข์รักษา (2558) ที่ได้ศึกษาภาพและความต้องการในการพัฒนาจังหวัดราชบุรีให้เป็นเมืองแห่งศิลปะและการพักผ่อน ความต้องการในการพัฒนาจังหวัดราชบุรีให้เป็นเมืองแห่งศิลปะและการพักผ่อนโดยรวม ทั้ง 5 ด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและด้านที่ต่ำที่สุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการบริการของสถานที่ท่องเที่ยว

3. การทดลองใช้รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี 1) การจัดอบรมความรู้ รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี พบว่า คะแนนก่อนการอบรม (Pre-test) มีคะแนนเฉลี่ย = 9.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 1.041 (65.67 %) อยู่ในระดับปานกลาง และหลังการอบรมได้ทดสอบหลังการอบรม (Post-test) มีคะแนนเฉลี่ย = 12.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.852 (84.53 %) อยู่ในระดับมาก จากคะแนนเต็ม 15 คะแนน ส่วนผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรมด้วย t-test แบบ dependent ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 พบว่า เมื่อทดสอบสถิติที่ พบว่า $t = 11.742$, $Sig = 0.00$ แสดงให้เห็นว่าคะแนนก่อนและหลังการอบรมเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับ

นรินทร์ สังข์รักษา (2558) ที่พบว่า ศักยภาพการพัฒนาจังหวัดราชบุรีให้เป็นเมืองแห่งศิลปะและการพักผ่อน ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส และอาชีพแตกต่างกันมีผลต่อศักยภาพการพัฒนาจังหวัดราชบุรีให้เป็นเมืองแห่งศิลปะและการพักผ่อน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับนรินทร์ สังข์รักษา, สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และสมชาย ลักขณานุรักษ์ (2557) ที่พบว่าผลการเปรียบเทียบคะแนนก่อนและหลังการอบรมเฉลี่ยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ส่วนการจัดเวทีเครือข่าย การขับเคลื่อนในด้านสภาพการณ์ของการท่องเที่ยว มีศิลปวัฒนธรรมความหลากหลาย การทำบุญไหว้พระ มีกิจกรรมต่างๆ ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ มีการพัฒนาในหลายด้าน และสิ่งอำนวยความสะดวก จุดเด่น/อัตลักษณ์ หนึ่งใหญ่มีจุดเด่นเป็นการแสดงที่มีชีวิต อัตลักษณ์ชุมชน เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอื่นๆได้ ความหลากหลายของสถานที่ ทั้งยังเป็น 12 เมืองห้ามพลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ขณะที่หลายแห่งมีสิ่งดึงดูดใจและสิ่งอำนวยความสะดวก จุดอ่อน/ข้อจำกัดหนึ่งใหญ่ในอนาคตขาดคนแสดง ขาดการสืบสาน วัดหลายแห่งขาดกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ ความต่อเนื่อง ขาดสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจการสนับสนุนจากภาครัฐ/ท้องถิ่น ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ การขาดความเข้าใจในวัฒนธรรม เน้นความสนุกสนาน บันเทิงมากกว่า ขาดการทำตลาด และขาดการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ขาดการสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวการเชื่อมโยงเส้นทาง มีความเหมาะสมและเป็นไปได้ ซึ่งสามารถเดินทางไม่ไกลมาก การจัดเส้นทางไม่เน้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใหญ่ แต่เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือศาสนา การท่องเที่ยวแบบเกาะกลุ่มแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เน้นการทำบุญไหว้พระเชิงรุก รวมศิลปะและวัฒนธรรมเป็นการให้ความรู้ใหม่ควบคู่กับการท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก เน้นกลุ่มผู้สูงอายุ และการพัฒนาสังคมควบคู่กัน ปัญหา/อุปสรรค ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องน้ำ ไม่เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวของบริษัททัวร์ไม่ทั่วถึง

4. ประเมินและปรับปรุงการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย มีระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$, S.D. = 0.776) สอดคล้องกับนรินทร์ สังข์รักษา สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และสุภาภรณ์ พรหมฤาษี (2558) ที่พบว่า ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมากและด้านที่ต่ำที่สุดอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการบริการของสถานที่ท่องเที่ยว สอดคล้องกับ Heung and Chu (2000) ที่พบว่า ปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและคุณค่าที่ได้รับ เช่น การยิ้มแย้มแจ่มใสของพนักงาน ราคาห้องพัก ปัจจัยด้านคุณภาพของบริการเพิ่มเติมอื่นๆ เช่น สระว่ายน้ำ ฟิตเนส ปัจจัยด้านความน่าเชื่อถือของโรงแรม เช่น ระบบรักษาความปลอดภัย ระบบป้องกันอัคคีภัย การพร้อมให้บริการตลอดเวลาของพนักงาน ปัจจัยด้านคุณภาพบริการหลัก เช่น ความสะอาดของห้องพัก ความสบายของเตียง ปัจจัยด้านการบริการเสริม เช่น ความคุ้มค่าของภัตตาคาร ร้านอาหาร การบริการศูนย์ธุรกิจ ปัจจัยด้านบริการที่เพิ่มมูลค่า (Value Added Services) เช่น โปรแกรมการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย เช่น มีศูนย์ประชุมสัมมนา ความสะดวกในการเดินทางซึ่งผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่ถูกค่าให้ความสำคัญมากคือเรื่องปัจจัยด้านคุณภาพการบริการและปัจจัยด้านบริการเพิ่มเติมต่าง ๆ และสอดคล้องกับ Ministry of Tourism, Republic of Maldives (2004) ที่พบว่า

ความพึงพอใจในระดับมากต่อการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในเมืองเมล 37 (Male) ซึ่งเป็นเมืองหลวงของมัลดีฟส์ และมีความเห็นว่าบริการที่ได้รับมีความคุ้มค่า เมื่อเทียบกับเงินที่ใช้จ่ายไป โดย ร้อยละ 95 จะแนะนำให้คนรู้จักเดินทางมาท่องเที่ยวที่มัลดีฟส์ จึงเห็นได้ว่า รูปแบบ “MADANA Model” ที่ได้มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ จึงไม่ต้องปรับปรุงแก้ไข

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากรูปแบบ “MADANA Model” เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงศาสนา มีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยที่พบว่า ปัจจัยความสำเร็จมาจากการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายบางแห่งมีความเข้มแข็งมาก บางแห่งมีความเข้มแข็งน้อย อันเป็นผลประโยชน์ พุทธพาณิชย์ ความไม่ลงรอยกัน ความสำเร็จเกิดจาก “พลังจากชุมชน” ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว แกนนำชุมชนต้องใช้ 4 ประสาน ควรดึงพลังในชุมชน ด้วยกระบวนการจัดการความรู้ ให้เข้ามาร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้วย “ทุนทางสังคม” ที่มีอยู่แล้วมาช่วยในการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

2. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว 1 ครั้งขึ้นไป ร้อยละ 52.48 วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อประกอบกิจกรรมทางศาสนา ร้อยละ 33.68 มีอายุ 21-30 ปี ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน ควรจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เน้นความมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ดังเช่น การพักผ่อน ทำบุญไหว้พระ ชมธรรมชาติ ความสนุกสนาน เพลิดเพลินและการเรียนรู้ต่างๆ ดังตัวอย่างของวัดขนอนหนังใหญ่ และวัดม่วงให้กับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะดังกล่าว

3. จากการวิเคราะห์ SWOT Analysis พบว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดราชบุรีและผลการสำรวจการจัดเวทีเครือข่ายและการขับเคลื่อน พบว่ามีจุดอ่อน คือ การประชาสัมพันธ์ โดยเฉพาะป้ายบอกทางการเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยว และการตลาดเชิงรุกไม่ต่อเนื่อง และผลการวิจัยที่พบว่า ความพึงพอใจในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกหรือการบริการพื้นฐาน ได้แก่ ความพอเพียงของสถานที่จอดรถ ป้ายบอกทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว การบริการด้านข้อมูลข่าวสารในสถานที่ท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ห้องน้ำ ที่นั่ง/มานั่ง น้ำดื่มความพอเพียงของร้านอาหาร ร้านกาแฟ และเครื่องดื่ม ความสะดวกในการหาร้านอาหารจำหน่ายของที่ระลึกและโอท็อปอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและท้องถิ่น ภาคเอกชนควรมีการปรับปรุงและพัฒนาส่วนขาดดังกล่าว เช่นการจัดทำป้ายบอกทาง การประชาสัมพันธ์เชิงรุก การจัดทำข้อมูลทางเว็บไซต์ที่เป็นปัจจุบัน การมีศูนย์ประชาสัมพันธ์ รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกหรือการบริการพื้นฐาน ซึ่งเป็นการจัดการที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในวัดมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงศาสนา และความพึงพอใจโดยรวมแม้ว่าอยู่ในระดับมากก็ตาม แต่ควรพัฒนาความพึงพอใจให้สูงขึ้น ดังนั้นควรมีการพัฒนาเพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ การเรียนรู้เพื่อการเปลี่ยนผ่าน คุณค่าสู่มูลค่าเชิงสร้างสรรค์ ให้วัดมีบทบาทในกิจกรรมการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเข้าวัดมากยิ่งขึ้น

5. จากผลการวิจัยที่พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศาสนาของจังหวัดราชบุรีที่ผ่านมาขาดการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เป็นลักษณะของแต่ละแห่งต่างคนต่างทำ แม้ว่าจะมีการไหว้ตามวัดต่างๆ ก็ตาม แต่มิใช่เส้นทางการท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงศาสนากับแหล่งธรรมชาติ ให้นักท่องเที่ยวได้พำนักที่ระบுவ้าเป็นเมืองศิลปะและการพักผ่อน ให้นักท่องเที่ยวได้เป็นทางเลือกและเป็นข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการวางแผนประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า ด้วยการนำเสนอกิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีชีวิต เน้นศิลปะและการพักผ่อน ทำบุญไหว้พระ

6. จากผลการวิจัยที่พบว่า ต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน ดังนั้นควรมีการพัฒนาวัดและชุมชนรอบวัดให้เป็นแหล่งเรียนรู้ศิลปะและวัฒนธรรม เพื่อตอบสนองการท่องเที่ยวเฉพาะทาง โดยใช้กิจกรรมสร้างสรรค์ที่มีอยู่เดิมที่โดดเด่นในอัตลักษณ์ของตนเอง และให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป ในสิ่งที่คณะผู้วิจัยยังไม่ได้ศึกษา เพื่อให้การวิจัยมีความสมบูรณ์ ดังนี้

1. ควรมีการขยายรูปแบบ “MADANA Model” ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนา คือ จังหวัดในกลุ่มภาคตะวันตก เพื่อให้เกิดความครอบคลุมการท่องเที่ยวเชิงศาสนามากยิ่งขึ้น

2. ควรมีการพัฒนาแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ ด้วยการจัดการท่องเที่ยวแบบเกาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวแบบไหว้พระ 9 วัด ตามการท่องเที่ยวที่หลากหลายของจังหวัดราชบุรี

3. ควรมีการศึกษาวิจัยรูปแบบการพัฒนากิจกรรมเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว สินค้าโอท็อป ของดี/ของฝากจังหวัดราชบุรี เช่น ผลิตภัณฑ์จากหมู ไข่ เซรามิก ตุ๊กตาละอื่นๆ ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดราชบุรี

4. ควรมีการวิจัยรูปแบบพฤติกรรม แรงจูงใจและการประชาสัมพันธ์เชิงรุกในการท่องเที่ยวเชิงศาสนา ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อรองรับ 12 เมืองห้ามพลาดพลัส และบริบทสังคมไทยแลนด์ 4.00

5. ควรมีการศึกษารูปแบบการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเชื่อมโยงกับภูมิภาคตะวันตก

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องนี้ได้รับทุนวิจัยจากสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร ในงบประมาณ 2558

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2552). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2552-2556. กรุงเทพฯ : สำนักนโยบายและแผน.

_____. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ. พ.ศ. 2555-2259. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ.

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). รายงานการท่องเที่ยว ปี 2558. กรุงเทพฯ : อัดสำเนา.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). รายงานการวิจัยการศึกษาเพื่อกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเลส่วนที่ 1. กรุงเทพฯ : สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

_____. (2543). คู่มือการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบของ อบต. พิมพ์ครั้งที่ 2 ตุลาคม 2543.

ดุขณี ขาวนาและคณะ. (2550). รายงานการวิจัย รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านผาแตก ตำบลสปปิง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยภาคเหนือ.

นรินทร์ สังข์รักษา. (2553). รายงานการวิจัยการศึกษาสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดนครปฐม นครปฐม : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นรินทร์ สังข์รักษา. (2555 ก). หนังสือการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 3 นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นรินทร์ สังข์รักษา. (2555 ข). หนังสือการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา. นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร. _____ (2558). รายงานการวิจัยศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาจังหวัดราชบุรีให้เป็นเมืองแห่งศิลปะและการพักผ่อน นครปฐม : คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นรินทร์ สังข์รักษา สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และสมชาย ลักขณานุรักษ์ (2557) รายงานการวิจัย การพัฒนาเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองโอ่ง ดินสุกและตุ๊กตา” เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน และเชื่อมโยงสินค้าOTOPกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดราชบุรี. นครปฐม : สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสตมฟอร์ด. (2553). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการจัดทำฐานข้อมูลท่องเที่ยวและแผนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจังหวัดราชบุรี ปี พ.ศ. 2553-2555. เพชรบุรี : องค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2545). การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว.นนทบุรี : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

รลิกา อังกูร. (2549). รายงานการวิจัยศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ในวารสารมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 19 , 1 : 79-88.

- ราณี อธิชัยกุล. (2554). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว. หน่วยที่1 ใน เอกสารการสอนชุดวิชา
การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน. นนทบุรี : สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สุกัญญา กิมเปี่ยม. (2551). “การศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของพระราชวังสนามจันทร์
จังหวัดนครปฐม.” ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดราชบุรี.(2548). รายงานการท่องเที่ยว ปี 2548. ราชบุรี : อัดสำเนา.
- อำคา แสงงาม และคณะ. (2549). รายงานการวิจัยการศึกษารูปแบบกิจกรรมและการจัดการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ตามศักยภาพของบ้านกู่กาสิงห์ ตำบลกู่กาสิงห์ อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด กรุงเทพฯ :
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

ภาษาต่างประเทศ

- Guba, G. E. and Lincoln, S. Y. (1981). **Effective evaluation : improving the usefulness of
evaluation result though responsive and naturalistic.** San Francisco : Jossey –Bass
Publishers.
- Krejcie R. V. and Morgan. D.W.(1970). “Determining sample size for research activities.”
Education and Psychological Measurement. pp. 607-610..
- Laseurain, Cellbalos H. (1998, April). Proprietor opinion on ecotourism : A case study of The
Roxz Bau, Sydney Australia. **Journal of Ecotourism Research.** 60 (4): 248 – A.
- Ministry of Tourism, Republic of Maldives. (2004). **Tourism attitude survey 2004.** Retrieved
September 2, 2005; from <http://www.scotexchange.net.tas2004.pdf>.
- Parker, A., L. (1999, July). Tourism behavior of youth in younger. *Dissertation Abstracts
International.* 85(12): 1118-1119A.
- Pender, L. and Sharpley, R. (2005). **The management tourism.** London: Sage Publication.
- Sigala, M., & Leslie, D. (Eds.) (2005), **International cultural tourism: management,
implications and cases.** USA : Elsevier Science & Technology.
- Weaver, D. and Lawton, L. (2000). **Tourism management.** Australia: John Wiley & Sons.