

**แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน**

**Tourism Development Guidelines for the 200 Years Pranburi Market
to be a Cultural Tourism Destination through Community Participation**

มนัสสินี บุญมีศรีสง่า *

กอบกาญจน์ ศักดิ์ประเสริฐ ภาวิณี สอาดศรี และ วนชัย อุทินทุ **

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และเพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์ระดับลึก แบบเป็นทางการและไม่เป็นทางการ ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ไปเรื่อย ๆ เมื่อผู้ให้ข้อมูลหลักตอบซ้ำกันผู้วิจัยจึงหยุดการสัมภาษณ์ ส่วนการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามแบบปลายปิดและปลายเปิด เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มประชากรเป้าหมาย แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปจากการศึกษา ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ แบ่งออกเป็นกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก มี 4 กลุ่ม คือ 1) นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 384 คน 2) ผู้นำในชุมชนและคณะกรรมการบริหารจัดการถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี จำนวน 7 คน 3) ผู้ประกอบการบริเวณถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี จำนวน 9 คน และ 4) ชาวบ้านในชุมชนถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี จำนวน 7 คน

ผลการศึกษา พบว่า ถนนคนเดินตลาด 200 ปี ปราณบุรี มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของประชาชน เนื่องจากมีความพร้อมในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการมีส่วนร่วมของชุมชน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แต่ยังมีข้อจำกัดในหลาย ๆ ด้าน ที่ต้องพัฒนา อาทิ ป้ายบอกทาง ห้องสุขา ที่จอดรถ เป็นต้น แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า ควรมีการพัฒนา 6 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง ด้านการจัดการร้านค้า ด้านบุคลากร และด้านการบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

คำสำคัญ: การพัฒนา, แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม, การมีส่วนร่วมของชุมชน

* อาจารย์สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

** นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี

Abstract

The aims of this study are to study about satisfaction of the tourists and related people who involved with the 200 years Pranburi market, Pranburi District, Prachuap khiri khan Province and propose the potential development guideline for the 200 years Pranburi market to be a cultural tourism destination through community participation. This research applied both the qualitative (Participant Observation and In-depth Interview) and quantitative (Questionnaire) research technique for data collection. The researcher used snowball sampling. There were four groups of participants, consisting of 1) 384 Thai tourists 2) 7 community leaders and the administrative managers of the 200 years Pranburi market 3) 9 entrepreneurs in the 200 Pranburi years market area and 4) 7 people in the 200 years Pranburi market community

Analysis of the study results found that 200 years Pranburi market has potential to be a cultural tourism destination with the cooperation of the local community as evidenced by the available resources including attractions, as well as facilities. However, some resources were limited that should be developed such as car park, sign, toilet etc.

According to the study, analysis of potential directions for development of the 200 Pranburi years market to be a cultural tourism destination through community participation identified six factors which were needed to improve that are attraction, facilities, accessibility, management shop, people and management by community participation.

Keywords: Development, Cultural Tourism, Community Participation

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีการขยายตัวสูงมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ก่อให้เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ไปสู่ชุมชน นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมทั้งส่งเสริมการค้าและการลงทุนด้วย เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤติทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ส่งผลให้เศรษฐกิจฟื้นตัวในระยะเวลาที่รวดเร็ว อีกทั้งยังมีส่วนช่วยให้อุตสาหกรรมอื่นๆ ฟื้นตัวตามไปด้วย ปัจจุบันรูปแบบการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไป กระแสความรับผิดชอบต่อสังคม สิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์ประเพณี รวมถึงวัฒนธรรมดั้งเดิมกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวและมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น แนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนกำลังปรับเปลี่ยนสภาพไปสู่การจัดการที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชน ตลอดจนมุ่งเน้นสิ่งแวดล้อมและฐานทรัพยากรของพื้นที่เป็นสำคัญ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสในการสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในระดับสากล (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2554)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์เป็นจังหวัดตอนใต้สุดของภาคกลาง อยู่ห่างกรุงเทพมหานครเพียง 280 กิโลเมตร มีลักษณะเป็นพื้นที่แคบคาบสมุทรยาวลงไปทางใต้ สภาพพื้นที่ทั่วไปเป็นพื้นที่ราบเชิงป่าเขาบางตอน เป็นที่ราบต่ำ มีทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอุดมสมบูรณ์มาก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ หาดทราย ชายทะเล น้ำตก ป่าเขา เช่น วนอุทยานปราณบุรี น้ำตกป่าละอู อ่าวมะนาว แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เช่น พระราชวังไกลกังวล วัดเขาไกรลาส วัดเขาตะเกียบ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เช่น หมู่บ้านร้อนทอง ด้วยเหตุผลดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในปี 2553 นั้นมีจำนวนทั้งหมดรวม 579,825 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 384,267 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 195,558 คน (เทศบาลตำบลปราณบุรี สถิติการท่องเที่ยว จังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2553) จังหวัดประจวบคีรีขันธ์แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ 1 กิ่งอำเภอ ประกอบด้วย อำเภอเมือง อำเภอหัวหิน อำเภอกุยบุรี อำเภอบางสะพาน อำเภอสะพานน้อย อำเภอทับสะแก กิ่งอำเภอ สามร้อยยอด และอีกอำเภอหนึ่งที่มีความนิยมจากนักท่องเที่ยว คือ อำเภอปราณบุรี

อำเภอปราณบุรีมีพื้นที่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือห่างจากตัวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ประมาณ 67 กิโลเมตร และอยู่ทางทิศใต้ของอำเภอหัวหินประมาณ 25 กิโลเมตร แบ่งการปกครองออกเป็น 6 ตำบล คือ ตำบลปราณบุรี (ตำบลบ้านเมืองเก่าเดิม) ตำบลปากน้ำปราณ ตำบลหนองผาแต้ม ตำบลเขาน้อย ตำบลวังก้ง และตำบลเขาจ้าว โดยสภาพพื้นที่ทั่วไปเป็นป่าเขาที่ราบเอียงจาก ทิวเขาตะนาวศรีทางทิศตะวันตกไปสู่ชายทะเล ฝั่งอ่าวไทยทางทิศตะวันออกที่มีชายหาดยาวประมาณ 7 กิโลเมตร มีแม่น้ำปราณบุรีที่เกิดจากเทือกเขาในจังหวัดเพชรบุรีไหลผ่าน เป็นเส้นเลือดที่หล่อเลี้ยงคนในพื้นที่มาช้านาน โดยในอดีตเคยเป็นเมืองท่าที่สำคัญของภูมิภาคมาก่อน แต่ในปัจจุบันเป็นอำเภอที่ถือได้ว่ามีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เพราะเป็นแหล่งที่มีทะเลที่สวยงาม เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว และคึกคักที่สุดแห่งหนึ่งในจังหวัด โดยสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวอำเภอปราณบุรี ทั้งหมดมีจำนวนรวม 28,794 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 28,794 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 6,130 คน (เทศบาลตำบลปราณบุรี สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์, 2553)

อำเภอปราณบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น วนอุทยานปราณบุรี หาดปราณบุรี หาดนเรศวร หาดเขากะโหลก หมู่บ้านชาวประมงปากน้ำปราณบุรี วัดสิทธิสังฆาราม เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางมาเที่ยว คือ ตลาดเมืองปราณ

ตลาดเมืองปราณ หรือปัจจุบันเรียกว่า “ถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี” เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่ดำเนินการค้ามาตั้งแต่อดีต ไม่ปรากฏหลักฐานว่าเกิดขึ้นเมื่อใด สันนิษฐานว่าน่าจะมีมาตั้งแต่ยุคเมืองท่ารุ่งเรือง ตลาดเมืองปราณมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นหลายครั้ง คือ ในสมัยรัชกาลที่ 5 มีการตัดทางรถไฟผ่านเมืองปราณบุรีส่งผลให้ตลาดเมืองปราณเป็นย่านเศรษฐกิจที่สำคัญ แต่หลังจากมีการตัดถนนเพชรเกษมผ่านอำเภอปราณบุรีทำให้ชาวบ้านย้ายบ้านเรือนตามไปด้วย ส่งผลให้เมืองเก่าปราณบุรีที่เคยรุ่งเรืองกลายเป็นเมืองที่เงียบเหงา ชบเซาในเวลาเพียงไม่นาน อีกทั้งยังทำให้ตลาดเมืองปราณที่เคยรุ่งเรืองด้านการค้าขายหมดความสำคัญลงอีกด้วย (दनัย เรืองสอน, 2553)

ดังนั้น ก่อนที่เมืองเก่าปราณบุรีจะถูกทิ้งให้กลายเป็นเมืองร้าง คนในชุมชนปราณบุรีกลุ่มหนึ่งจึงได้ร่วมมือกันรื้อฟื้นตลาดเก่าเมืองปราณให้กลับคืนมาในรูปแบบ “ถนนคนเดิน” โดยนอกจากจะสร้างรายได้และ

ความคึกคักในอดีตกลับคืนมาแล้ว ยังช่วยอนุรักษ์บ้านเรือนเก่า และดึงคนกลับมาเพื่อทำให้บรรยากาศของตลาดกลับมามีความคึกคักอีกครั้ง

ปัจจุบันถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ยังไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว และยังขาดการประชาสัมพันธ์จากหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย ดังนั้นเพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเป็นการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนต่อไป ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว บริบทโดยทั่วไปของถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ตลอดจนวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาถนนคนเดินให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชนถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของชุมชนถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษานี้ แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชายและหญิง ที่เดินทางมาท่องเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ประกอบด้วย
 - (1) ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ได้แก่ ผู้นำในชุมชน และคณะกรรมการบริหารจัดการชุมชน
 - (2) ผู้ประกอบการบริเวณถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
 - (3) บุคคลในพื้นที่ ได้แก่ ชาวบ้านในชุมชนถนนคนเดินตลาด 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์

การเลือกกลุ่มตัวอย่าง กำหนดได้ดังนี้

1. ศึกษากลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชายและหญิงที่เดินทางมาเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ในวันเสาร์ ระหว่างช่วงเวลา 16.00 – 22.00 น.

เนื่องจากยังไม่ทราบข้อมูลจำนวนประชากรอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงทำการกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอคแรน (Cochran, 1977 อ้างใน ธีรฤดี เอกะกุล, 2543)

กรณีไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร ใช้สูตร

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ (0.05)

Z = ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 มีค่า $Z = 1.96$

เมื่อแทนค่าตามสูตรแล้วจะได้

$$n = \frac{z^2}{4e^2}$$

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16 \approx 384 \text{ คน}$$

ดังนั้น ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดของประชากรตัวอย่างจำนวน 384 คน

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants)

2.1 ศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้นำในชุมชน และคณะกรรมการบริหารจัดการชุมชนจำนวน 7 คน

2.2 ศึกษากลุ่มตัวอย่างจากชาวบ้านในชุมชนถนนคนเดิน 200 ปี ปรานบุรี จำนวน 9 คน

2.3 ศึกษากลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการบริเวณถนนคนเดิน 200 ปี ปรานบุรี จำนวน 7 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

1. แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยทั้งชายและหญิง จำนวน 384 คน โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อคำถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และภูมิสำเนา ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถาม ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี ทั้งหมด 6 ด้าน จำนวน 24 ข้อคำถาม ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการเข้าถึง ลักษณะคำถามให้ตอบแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) โดยใช้แบบวัดของ Likert Scale (พรเพ็ญ เพชรสุศิริ, 2541: 4-5) มีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด เท่ากับ 5,4,3,2,1 คะแนน ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี ลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิด

2. แบบสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเป็นทางการ (Formal Interview) และแบบไม่เป็นทางการ (Informal Interview) (สุรางค์ จันทวานิช, 2541: 75-77) ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์ไปเรื่อย ๆ เมื่อมีผู้ให้ข้อมูลหรือตอบแบบสัมภาษณ์ซ้ำกันผู้วิจัยจึงจะหยุด (Snowball Sampling) (จุฬพล หนิมพานิช, 2550:

232) มีการใช้อุปกรณ์ที่จำเป็นในการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น ปากกา สมุดจดบันทึก MP3 กล้องบันทึกภาพ กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม

3. แบบสังเกต ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) โดยแสดงตนเป็นนักท่องเที่ยวในถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรามบุรี เพื่อสังเกตปัจจัยด้านพื้นที่ ได้แก่ ที่ตั้ง สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง รวมถึงปัญหาและอุปสรรคของการท่องเที่ยว

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล ใช้วิธีการ แบ่งเป็น 2 แบบ คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์จะนำมาตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) จะถูกนำมาวิเคราะห์และตีความ ดังนี้

1.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) ตรวจสอบจากแหล่งของข้อมูลด้านเวลา สถานที่ และบุคคล

1.2 การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์และเอกสารต่าง ๆ ประกอบด้วย

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ ให้คะแนนจัดกลุ่มของข้อมูล วิเคราะห์ และสรุปผล ดังนี้

2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และภูมิถิ่นอาศัย โดยผู้วิจัยจะนำผลที่ได้มาลงรหัส วิเคราะห์ข้อมูลในโปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (ประสพชัย พสุนนท์, 2553: 293 - 321) และนำผลที่ได้มานำเสนอข้อมูลในรูปร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2.2 ด้านความพึงพอใจ ผู้วิจัยจะลงรหัสให้คะแนนตามมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด มีค่าคะแนนเท่ากับ 5, 4, 3, 2, 1 คะแนน ตามลำดับ หลังจากนั้นจะนำค่าคะแนนเฉลี่ยมาแปลความหมาย (ประสพชัย พสุนนท์, 2553: 252) รายละเอียด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 คือ ระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 คือ ระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 คือ ระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 คือ ระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 คือ ระดับน้อยที่สุด

ผลการศึกษา

จากผลวิเคราะห์ข้อมูลสามารถแสดงผลการศึกษาได้ 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 52.0) มีอายุระหว่าง 21-30 ปี (ร้อยละ 41.1) มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 55.7) เป็นนักเรียน นักศึกษา (ร้อยละ 47.9) มีรายได้ต่อ

เดือนอยู่ในช่วง 5,001-10,000 (ร้อยละ 35.7) มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 65.1) และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ (ร้อยละ 37.8)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งเมื่อเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ รองลงมา คือ ด้านการเข้าถึง ในขณะที่ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจที่น้อยที่สุด คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (ดังแสดงในตารางที่ 1)

จากข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สามารถเสนอแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรีโดยจำแนกตามความพึงพอใจที่น้อยที่สุดในแต่ละด้านได้ ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรานบุรี

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ			
ภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยว			
1.1 การดำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น	4.08	0.67	มาก
1.2 ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	3.84	0.68	มาก
1.3 การจัดพื้นที่ขายสินค้า	3.68	0.71	มาก
1.4 จำนวนร้านค้า	3.62	0.83	มาก
1.5 การมีส่วนร่วมของชุมชน	3.80	0.79	มาก
1.6 บรรยากาศโดยรวม	3.91	0.74	มาก
รวม	3.82	0.74	มาก
ร้านอาหาร			
1.7 ความเหมาะสมของราคาอาหาร	3.89	0.82	มาก
1.8 คุณภาพของอาหาร	3.76	0.75	มาก
1.9 ความหลากหลายของอาหารมีให้เลือกหลายชนิด	3.82	0.80	มาก
1.10 ความสะอาดของอาหารและบรรจุภัณฑ์	3.74	0.79	มาก
1.11 รสชาติของอาหาร	3.70	0.81	มาก
รวม	3.78	0.79	มาก
ร้านขายสินค้าที่ระลึก	3.77	0.76	มาก
1.12 ความเหมาะสมของราคาสินค้า	3.75	0.68	มาก
1.13 คุณภาพของสินค้า	3.51	0.78	มาก
1.14 ความหลากหลายของสินค้ามีให้เลือกหลายชนิด	3.57	0.77	มาก
1.15 สินค้าแสดงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น			
รวม	3.65	0.75	มาก

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ความพึงพอใจ
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก			
2.1 การให้บริการห้องน้ำ / สุขา	2.70	1.04	ปานกลาง
2.2 การบริการที่จอดรถ	2.96	0.90	ปานกลาง
2.3 ที่นั่งพัก	2.99	0.90	ปานกลาง
2.4 ตู้โทรศัพท์สาธารณะ	2.57	1.00	ปานกลาง
2.5 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว	3.01	1.07	ปานกลาง
รวมด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	2.85	0.98	ปานกลาง
3.ด้านการเข้าถึง			
3.1 ความสะดวกในการเดินทาง	3.25	0.99	ปานกลาง
3.2 ความหลากหลายของช่องทางในการเดินทาง	3.17	1.01	ปานกลาง
3.3 ความปลอดภัยในการเดินทาง	3.32	0.96	ปานกลาง
3.4 มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	2.88	1.18	ปานกลาง
รวมด้านการเข้าถึง	3.16	1.04	ปานกลาง
รวมทั้งหมด	3.46	0.93	มาก

ตารางที่ 2 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรามบุรีจำแนกตามความพึงพอใจที่น้อยที่สุดในแต่ละด้านของนักท่องเที่ยว

ลำดับ	ด้าน	ประเด็น	แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว
1	ด้านสิ่งดึงดูดใจ : ภาพรวมของแหล่งท่องเที่ยว	จำนวนร้านค้า	- เพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น
2	ด้านสิ่งดึงดูดใจ : ร้านอาหาร	รสชาติของอาหาร	- กำหนดมาตรฐานรสชาติและความสะอาดของอาหาร รวมถึงคุณภาพ โดยขอความร่วมมือจากผู้บริหารจัดการ ถนนคนเดินจัดทำป้ายแก่ร้านอาหารที่ได้มาตรฐานเพื่อให้ร้านอื่นๆ ปฏิบัติตาม
3	ด้านสิ่งดึงดูดใจ: ร้านขายสินค้าที่ระลึก	ความหลากหลายของสินค้ามีให้เลือกหลายชนิด	- จัดอาหารใหม่ ๆ มาขาย - กำหนดให้ร้านค้าขายสินค้าไม่ให้ซ้ำกัน
4	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ตู้โทรศัพท์สาธารณะ	- เพิ่มจำนวนตู้โทรศัพท์สาธารณะให้มากขึ้น
5	ด้านการเข้าถึง	ป้ายสัญลักษณ์บอกทาง	- จัดทำป้ายบอกทางเข้าถนนคนเดินที่ชัดเจนและติดตาม จุดสำคัญหรือเส้นทางต่าง ๆ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่มีต่อถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรามบุรี

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้ดำรงรักษาอาคาร บ้านไม้เก่า เพลิงเก่า คงราคาสินค้าไว้ รวมทั้งบริหารจัดการถนนคนเดินด้วยจิตใจ ไม่นั่นในเชิงธุรกิจมากนัก และต้องการให้เพิ่มเติมหรือปรับปรุง ที่จอดรถ ห้องน้ำ ที่นั่งพัก ทางเดิน ป้ายบอกทาง เพิ่มสินค้าที่แสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีการจัดการพื้นที่ร้านค้า และมีความต้องการให้ขยายตลาด

ส่วนที่ 4 แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ของผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม โดยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาด้านสิ่งดึงดูดใจ

1.1 ปรับปรุงทัศนียภาพหรือภูมิทัศน์ของถนนคนเดินให้ดีขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ เช่น การจัดสวนหย่อม เพิ่มจำนวนต้นไม้ เพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ถนนคนเดิน หรือเพิ่มซุ้มใหญ่ ๆ บริเวณทางเข้า

1.2 ปรับปรุงอาคาร บ้านไม้เก่า เนื่องจากอาคาร บ้านไม้เก่าเป็นสิ่งที่สะท้อนตัวตนความเป็นเมืองเก่าปราณบุรีที่ควรอนุรักษ์ไว้ แต่สภาพของอาคาร บ้านไม้เก่าในบางหลังมีสภาพที่เสื่อมโทรม จึงควรปรับปรุงให้มีสภาพดีขึ้น

1.3 โครงการขยายตลาดไปอีก 100 เมตร ในอนาคตอาจมีการขยายตลาดให้ยาวออกไปถึงทางที่เทศบาลกำหนดพื้นที่ให้คือหน้าโรงเรียนสายวิทยา หรือ อีกประมาณ 100 เมตร และมีการเพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น โดยไม่ให้มีการขายสินค้าที่ซ้ำกัน

1.4 โครงการจัดให้มีการท่องเที่ยวทางน้ำ ในอนาคตอาจเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวทางน้ำ มีการสร้างท่าเรือ มีเรือให้บริการนำเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น หมู่บ้านชาวประมงปากน้ำปราณบุรี ศาลเจ้าแม่ทับทิมทอง ศูนย์เรียนรู้ระบบนิเวศป่าชายเลน สิรินาถราชินี เป็นต้น

2. แนวทางการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.1 เพิ่มห้องน้ำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันห้องน้ำในบริเวณถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี มีจำนวน 3 ห้องแบ่งเป็นห้องน้ำหญิง 2 ห้องและห้องน้ำชาย 1 ห้อง ยังไม่เพียงพอกับความความต้องการเมื่อเทียบกับจำนวนของนักท่องเที่ยว

2.2 เพิ่มดวงไฟเพื่อให้มีแสงสว่าง มากขึ้น เนื่องจากถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี เป็นตลาดที่เปิดช่วงเย็นถึงช่วงกลางคืน จึงจำเป็นต้องอาศัยแสงสว่างในการเที่ยวชม เพราะหากแสงสว่างน้อยเกินไป อาจส่งผลถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

2.3 โครงการติดตั้งตู้บริการฝากถอนเงินอัตโนมัติเพิ่มเติม เนื่องจากตู้บริการฝากถอนเงินอัตโนมัติมีจำนวนเพียง 1 ตู้ ยังไม่เพียงพอความต้องการเมื่อเทียบกับจำนวนของนักท่องเที่ยว

2.4 ปรับปรุงทางเดินเท้าจากบริเวณหน้าสถานีรถไฟมายังตลาดให้มีความสะดวกมากขึ้น เนื่องจากทางเดินเท้าจากบริเวณหน้าสถานีรถไฟมาตลาดไม่สะดวกเท่าที่ควร อาจส่งผลถึงความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะสำหรับเด็กและผู้สูงอายุ

2.5 ปรับปรุงสถานที่จอดรถให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว แต่สถานที่จอดรถยังขาดการจัดระเบียบ นักท่องเที่ยวยังมีความกังวลกับการจอดรถ จึงควรวางแผนการพัฒนาที่จอดรถให้เป็นระบบมากขึ้น

3. แนวทางการพัฒนาด้านการเข้าถึง

3.1 เพิ่มป้ายหรือสัญลักษณ์บอกเส้นทางในการเดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว เนื่องจาก พบว่าป้ายบอกทางมายังถนนคนเดินมีเพียง 2 ป้าย ยังไม่เพียงพอและทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาได้ยาก จึงควรจัดทำป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทางเพิ่มขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยว

3.2 เพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์ตลาด ติดตั้งตามชุมชน หรือสถานที่ที่สามารถมองเห็นได้ง่าย เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ตลาดให้มีชื่อเสียงและมีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3.3 โครงการเพิ่มรถบริการสาธารณะ เนื่องจากการวิธีการเดินทางมาสู่ถนนคนเดินยังมีจำกัด คือ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้เพียง 2 วิธี คือ โดยรถส่วนตัวและรถไฟ ดังนั้นทางหน่วยงานอื่นๆ ควรให้การสนับสนุน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้น

4. แนวทางการพัฒนาด้านการจัดการร้านค้า

4.1 เพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น โดยเฉพาะร้านที่ขายสินค้าประเภทสินค้าหัตถกรรม งานฝีมือ สินค้าเก่าๆ หรือสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น

4.2 จัดพื้นที่ไม่ให้ว่างตามทางเดิน เนื่องจาก พบว่า ยังมีพื้นที่ว่างตามทางเดินใน บางจุด ดังนั้นจึงควรวางแผนไม่ให้มีพื้นที่ว่างตามทางเดิน รวมไปถึงรณรงค์ให้ชาวบ้านทุกบ้านร่วมมือในการขายสินค้าเพื่อส่งเสริมให้มีรายได้เพิ่มขึ้น

5. แนวทางการพัฒนาด้านบุคลากร

5.1 จัดอบรมผู้นำชุมชนและคณะกรรมการบริหารจัดการชุมชน ให้เพิ่มพูนความรู้ทางการบริหารงาน การให้บริการกับนักท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

5.2 จัดอบรมผู้ประกอบการบริเวณถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้มีความเข้าใจในด้านการท่องเที่ยวเชิงชุมชน การให้บริการแก่ผู้บริโภค รวมทั้งกำหนดข้อตกลงกับผู้ประกอบการให้ชัดเจน ในด้านราคาของสินค้า พื้นที่ขายสินค้า ค่าเช่า และการรักษาคุณภาพของสินค้า

5.3 จัดอบรมชาวบ้านในชุมชน ให้มีความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยอาจจัดหากิจกรรม การท่องเที่ยวที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว หรือจัดให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นมัคคุเทศก์นำชมถนนคนเดิน

6. แนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

6.1 เสนอโครงการไปยังหน่วยงานราชการหรือหน่วยงานเอกชนเพื่อของบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากในปัจจุบันงบประมาณมาจากการเก็บค่าเช่าพื้นที่เพียง

อย่างเดียว ทำให้งบประมาณที่นำมาใช้ในการพัฒนายังไม่เพียงพอ ทำให้การพัฒนาเป็นไปได้ช้า

6.2 มีการปรึกษาร่วมกันระหว่างคนในชุมชน หน่วยงานเอกชน และหน่วยงานราชการ เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาต่าง ๆ เช่น ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก หรือวางแผนในการรองรับนักท่องเที่ยว

6.3 มีการใช้เครือข่ายเสียงในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร ข้อมูลต่าง ๆ ให้คนในชุมชนรับทราบ และเพื่อขอความร่วมมือจากคนในชุมชน

6.4 โครงการจัดให้มีการเพิ่มจำนวนวันและขยายเวลาในการเปิดถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรามบุรี เพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต

อภิปรายผล

จากการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนักเรียน นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 5,001-10,000 บาท มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์

ในด้านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปรามบุรี มีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ระดับมาก ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประการ คือ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึง แสดงให้เห็นว่าสิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึงเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับแนวคิดของ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) ที่ว่าแหล่งท่องเที่ยวควรต้องมีองค์ประกอบที่น่าสนใจ 3 ประการคือ สิ่งดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก และการเข้าถึง

แนวทางที่ต้องได้รับการพัฒนาของนักท่องเที่ยวมีทั้งหมด 3 ด้าน 5 ประเด็น คือ จำนวนร้านค้าที่ควรเพิ่มให้มากขึ้น รสชาติของอาหารที่ควรกำหนดมาตรฐานด้านรสชาติ ความสะอาดและคุณภาพของอาหาร ความหลากหลายของสินค้ามีให้เลือกหลายชนิดที่ควรจัดอาหารใหม่ๆ มาขาย รวมทั้งกำหนดให้ร้านค้าขายสินค้าไม่ให้ซ้ำกัน ตู้โทรศัพท์สาธารณะที่ควรเพิ่มให้มากขึ้น และป้ายสัญลักษณ์บอกทางที่ควรจัดทำป้ายบอกทางเข้าให้ชัดเจนและติดตามจุดสำคัญหรือเส้นทางต่าง ๆ

แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปรามบุรี ของผู้ให้ข้อมูลหลัก มีทั้งหมด 6 ด้าน ดังนี้

1. ด้านสิ่งดึงดูดใจ ควรมีการปรับปรุงทัศนียภาพของตลาด อาคาร บ้านไม้เก่าให้ดีขึ้น มีโครงการขยายตลาดไปอีก 100 เมตรเพื่อรองรับกับจำนวนนักท่องเที่ยว และจัดให้มีโครงการการท่องเที่ยวทางน้ำในอนาคต
2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรเพิ่มห้องน้ำ ดวงไฟ ตู้บริการฝากถอนเงินอัตโนมัติ รวมทั้งปรับปรุงทางเดิน และสถานที่จอดรถให้มีความสะดวกมากขึ้น
3. ด้านการเข้าถึง ควรเพิ่มป้ายหรือสัญลักษณ์บอกทาง และป้ายประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น รวมทั้งมีโครงการเพิ่มรถบริการสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว
4. ด้านการจัดการร้านค้า ควรเพิ่มจำนวนร้านค้าให้มากขึ้น โดยเฉพาะร้านขายสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์วัฒนธรรมท้องถิ่น และจัดร้านค้าไม่ให้มีพื้นที่ว่างตามทางเดิน
5. ด้านบุคลากร ควรมีการจัดอบรมผู้นำชุมชน คณะกรรมการในด้านบริหารงาน การให้บริการ และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จัดอบรมผู้ประกอบการในด้านการท่องเที่ยวเชิงชุมชน การให้บริการแก่ผู้บริโภค และจัดอบรมชาวบ้านในชุมชนในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว

6. ด้านแนวทางการพัฒนาด้านการบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ควรเสนอโครงการไปยังหน่วยงานอื่นๆ เพื่อของบประมาณมีการพัฒนาร่วมกันระหว่างคนในชุมชน ภาคเอกชนและหน่วยงานราชการ มีการใช้เครือข่ายเสียงเพื่อประชาสัมพันธ์ข่าวสารภายในชุมชน และมีโครงการเพิ่มวันและเวลาในการเปิดถนนคนเดิน

สรุป

แนวทางการพัฒนาถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ควรมีการพัฒนา 6 ด้าน คือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการเข้าถึง ด้านการจัดการร้านค้า ด้านบุคลากร และด้านการบริหารจัดการโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอจากการวิจัย

1. จากการศึกษาพบว่า ถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรีขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวพัฒนาไปได้ช้า ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ เอกชน ควรเข้ามาให้ช่วยเหลือและให้การสนับสนุนในเรื่องนี้
2. คนในชุมชนควรให้ความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรพัฒนาระบบการขนส่งสาธารณะให้ครอบคลุมพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดระเบียบการแบ่งพื้นที่อย่างเป็นระบบ เช่น ที่จอดรถ พื้นที่ร้านค้า
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะขั้นสูง เช่น ศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ป้ายเตือนข้อควรระวังกับนักท่องเที่ยว และหน่วยปฐมพยาบาล

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดด้านเวลา ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรใช้ระยะเวลาที่มากขึ้น
2. การศึกษาในครั้งต่อไปควรศึกษาถึงผลที่เกิดขึ้นภายหลังจากการพัฒนาการท่องเที่ยว
3. การศึกษาในครั้งต่อไปควรขยายกลุ่มตัวอย่างการศึกษาไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวถนนคนเดิน ตลาด 200 ปี ปราณบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน” สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีก็เพราะได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์มนัสสินี บุญมีศรีสง่า ที่กรุณาให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งแก่คณะผู้วิจัย และขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ทุกท่านที่ช่วยให้ข้อมูลแก่คณะผู้วิจัยจนสามารถทำงานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนพัฒนาการท่องเที่ยว (พ.ศ. 2555–2559). กรุงเทพมหานคร:

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554.

จุมพล หนีพานิข. การวิจัยเชิงคุณภาพในทางรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550.

ณัฐพร ดอกบุญนาค. “ศักยภาพของชุมชนในการมีส่วนร่วมด้านการจัดการการท่องเที่ยวกรณีศึกษา ชุมชนในเทศบาล ตำบลพิมาย อำเภอพิมาย จังหวัดนครราชสีมา.” วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2553

दनัย เรืองสอน. เมืองปราณบุรี บนวิถีแห่งการเปลี่ยนแปลง. ประจวบคีรีขันธ์: ทีมงานอนุรักษ์เมือง ปราณบุรี 2554.

เทศบาลปราณบุรี. สถิติการท่องเที่ยวจังหวัดประจวบคีรีขันธ์. ประจวบคีรีขันธ์: เทศบาลปราณบุรี, 2553.

ธิดิมา เกตุแก้ว และคณะ. “รายงานการวิจัย การศึกษาพัฒนาศักยภาพของชุมชนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน: กรณีศึกษาตลาดบ้านสุต อำเภอบางปลาม้า จังหวัด สุพรรณบุรี.” กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 2552.

ธีรวุฒิ เอกะกุล. ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี, 2543.

เบญจา จันทรา. แนวทางการพัฒนาตลาดดอนหวาย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

ประสพชัย พสุนนท์. การวิจัยตลาด 1. นครปฐม: บริษัทเพชรเกษม พรินต์ติ้ง กรุ๊ป จำกัด. 193–321, 252, 2553.

พรเพ็ญ เพชรสุขศิริ. การสร้างมาตรฐานวัด. พิษณุโลก: โรงพิมพ์โกลบอลพรินท์. 4-5, 2541.

วชิรญาณ วีระประพันธ์. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของเชียงใหม่ในทศวรรษที่ 1. การค้นคว้าแบบอิสระปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2551.

สุภางค์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. พิมพ์ครั้งที่ 14. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 75-77, 2549.