

การศึกษาหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว:  
กรณีศึกษา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์  
ชุมชนและท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม

นาย คมปราชญ์ บุตรศรี

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต

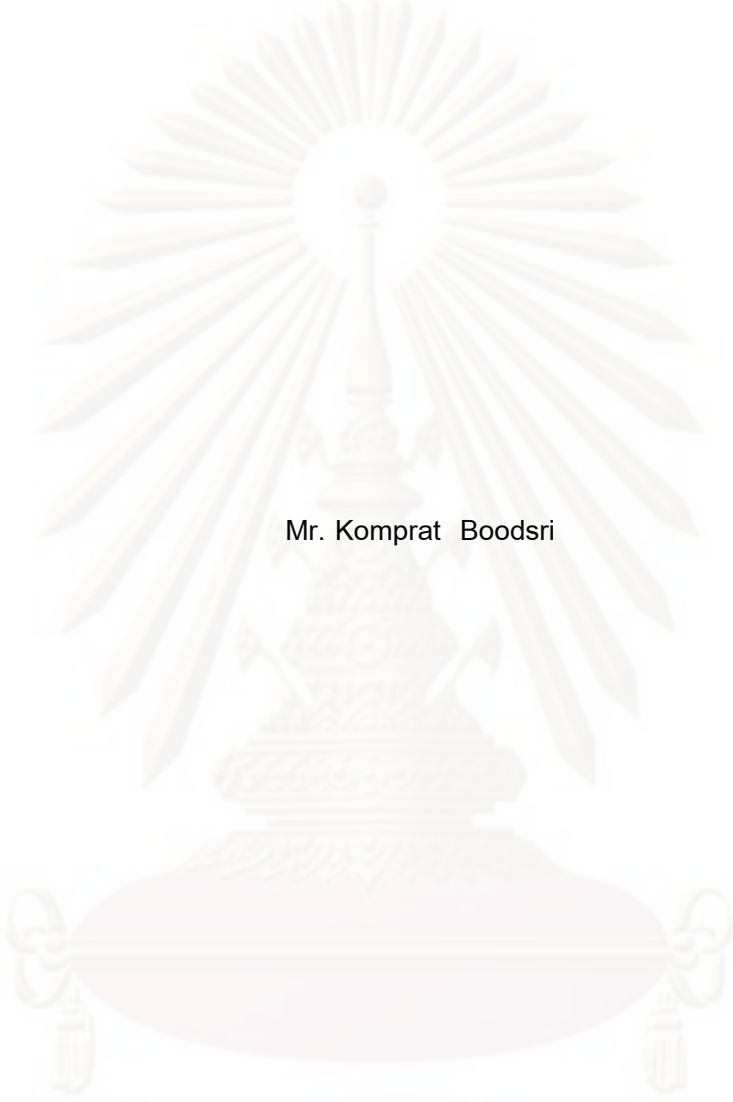
สาขาวิชาสถาปัตยกรรม ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2551

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ADMINISTRATION MODEL OF TOURIST INFORMATION CENTER:  
A CASE STUDY OF TOURIST INFORMATION CENTER  
NAKHOHPATHOM PROVINCE



Mr. Komprat Boodsri

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for the Degree of Master of Science Program in Architecture  
Department of Architecture  
Faculty of Architecture

Chulalongkorn University Academic Year 2008

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

การศึกษาหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการ  
นักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง  
และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม  
นายคมปราชญ์ บุตรศรี

โดย

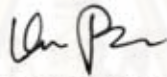
สถาปัตยกรรมศาสตร์

สาขาวิชา

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

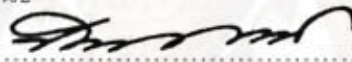
รองศาสตราจารย์ ดร. วรสันต์ บุรณากาญจน์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบัณฑิต

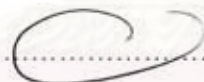


..... คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์  
(ศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต จุลาลัย)


คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์



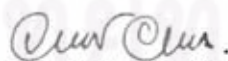
..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นรัชฎ์ กาญจน์ชูชาติ)



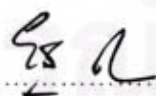
..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วรสันต์ บุรณากาญจน์)



..... กรรมการ  
(ศาสตราจารย์ ดร.สุนทร บุญญาธิการ )



..... กรรมการ  
(อาจารย์ ดร.วรภัทร์ อิงคโรจน์ฤทธิ์)



..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย  
(ดร. ยุวรี อินนา)

คณปราชญ์ บุตรศรี : การศึกษาหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการ  
 นักท่องเที่ยว : กรณีศึกษาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน  
 และท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม ( ADMINISTRATION MODEL OF TOURIST  
 INFORMATION CENTER: A CASE STUDY OF TOURIST INFORMATION  
 CENTER, NAKHONPATHOM PROVINCE) อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รศ.ดร. วรสันต์  
 บูรณากาญจน์, 150 หน้า.

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของจังหวัด  
 นโยบายของจังหวัดต่างๆในการสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโอกาส และรายได้ให้กับ  
 ชุมชนต่างๆของจังหวัดรวมถึงสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวิถีชีวิต วัฒนธรรม โบราณสถาน และสินค้าท้องถิ่น ดังนั้น  
 การจัดสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อจังหวัดนั้นๆ วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา  
 แนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยศึกษาจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และ  
 จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม เป็นกรณีศึกษา

วิธีการศึกษา อาศัยข้อมูลที่ได้จากการสำรวจภาคสนาม การสัมภาษณ์ การใช้แบบสอบถามและการ  
 จัดสัมมนาเชิงวิชาการ เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว  
 ศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และศึกษาสภาพปัญหา อุปสรรคและข้อจำกัดในการ  
 ดำเนินงาน

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการคือ บริการจำหน่ายอาหารที่มี  
 ชื่อเสียงของจังหวัด สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และบริการร้านสะดวกซื้อ ผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์  
 ผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องพบว่า การสร้างและบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพควร  
 ประกอบด้วย ระเบียบราชการควรเชื่อใจมีความคล่องตัวในการบริหาร นโยบายและวัตถุประสงค์ในการบริหาร  
 ต้องมีความต่อเนื่องในการนำไปปฏิบัติ และองค์กรทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหาร

ผลการวิจัยสรุปรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ศูนย์บริการ  
 นักท่องเที่ยวควรประสานกับภาคเอกชนที่มีศักยภาพ และความคล่องตัวในการบริหารงาน เข้ามามีส่วนร่วมหรือ  
 ประกอบกิจการแทน และผลประโยชน์ในการดำเนินการควรมีการตั้งคณะกรรมการเพื่อบริหารจัดการ  
 นอกเหนือจากนี้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการบริหารจัดการ ได้แก่ จัดเตรียมที่ตั้ง  
 และลักษณะทางกายภาพให้มีความพร้อม จัดหาสินค้าและบริการที่มีชื่อเสียงที่มีการพัฒนาคุณภาพสินค้า  
 ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเข้ามาจัดจำหน่าย  
 การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน และกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ และการบริหารจัดการที่ได้รับความ  
 ร่วมมือจากทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

ภาควิชา...สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์...  
 สาขาวิชา.....สถาบันพัฒนบริหาร.....  
 ปีการศึกษา .....2551.....

ลายมือชื่อนิสิต  
 ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา





# # 5074179325 : MAJOR ARCHITECTURE

KEY WORD: TOURIST INFORMATION CENTER / ADMINISTRATION MODEL

KOMPRAT BOODSRI: ADMINISTRATION MODEL OF TOURIST INFORMATION CENTER: A CASE STUDY OF TOURIST INFORMATION CENTER NAKOHNPATHOM PROVINCE THESIS ADVISOR: ASSOC. PROF. Dr.VORASUN BURANAKARN , 150 pp.

Tourist Information Center is important to the nation economic and local economic, especially in each Province. Tourist Information Center is aimed to create opportunity and income in the community. It creates value added to life style, coulter tourist action and local goods and service. This research is objected propos tourist information administration model using tourist information center at Nakohnpathom Province.

File study and review have been conducted by using questionnaire, meeting and seminar. The data was analyzed in terms of the needs of the tourists who visited the center, the factors to gain efficient administration strategy, problems obstacles and limitations in its operation. The useful findings were expected to be used for creating guidelines on potential administration.

It is found that the influence factors in tourist information center are famous food, one Tumbon one product (OTOP) products and convenient store service. The Experts advice that the success information center must have clear policy and objective, adaptive rules and regulation, local and nation cooperation of involved stakeholders.

In conclusion, the successful administration model should consist of adequate location, complete needed facilities, good quality and famous goods, unique service, well plan advertising of marking strategy, and finally the corporation of stakeholders.

Department of..... Architecture..... Student's signature

Field of study..... Architecture..... Advisor's signature

Academic year .....2008.....

*Komprat.*  
*Dr. Vorasun*

## กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความอนุเคราะห์จากหน่วยงานและบุคคลหลายฝ่าย ดังนี้

ขอกราบขอบพระคุณ ศาสตราจารย์ ดร. สุนทร บุญญาธิการ และรองศาสตราจารย์ ดร. วรศักดิ์ บุรณภากาญจน์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่เสียสละเวลาให้คำแนะนำ แนวคิด และความช่วยเหลือด้วยความห่วงใย เอาใจใส่อย่างดียิ่ง

ขอขอบพระคุณ นายมนตรี ศรีสกุล นายสมิต วัชรนันท์ และนางกมลทิพ พยัสมิเชียร ที่ให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ นายสรรเสริญ ศรีวิบูลย์ ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดนครปฐม และเจ้าหน้าที่ภายในศูนย์บริการการท่องเที่ยว ทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บ รวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ อาจารย์มณี ศรีวิบูลย์ ที่ให้คำแนะนำในการศึกษาในครั้งนี้ด้วยความเมตตาอย่างยิ่ง และขอขอบคุณ คุณองอาจ เทียบเกาะที่กรุณาช่วยวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ขอโน้มรำลึกถึงพระคุณบิดา มารดา ซึ่งเป็นผู้วางรากฐานในการศึกษา รวมทั้งสมาชิกในครอบครัวที่ให้ความรัก ความห่วงใย คอยช่วยเหลือทุกด้าน ซึ่งก่อให้เกิดพลังขับเคลื่อนอันมหาศาลให้ผ่านอุปสรรค ปัญหา จนกระทั่งประสบความสำเร็จ คุณค่าและประโยชน์ใดๆ อันเกิดจากการศึกษาค้นคว้าในครั้งนี้ ผู้รายงานขอบูชา แต่บิดา มารดา คณาจารย์และผู้มีพระคุณทุกท่าน

ศูนย์วิทยุทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญภาพ.....	ฎ
สารบัญตาราง.....	ฏ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฐ
<b>บทที่ 1 บทนำ.....</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	4
1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	4
1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะ	9
ได้รับ.....	
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	9
<b>บทที่ 2 แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>11</b>
2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ.....	11
2.1.1 ความหมายของการบริหารและการจัดการ.....	11
2.1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการในพื้นที่.....	12
2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.....	13
2.2.1 ขอบเขตและความหมายของการท่องเที่ยว.....	13
2.2.2 ระบบและองค์ประกอบการท่องเที่ยว.....	14
2.2.3 แนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	15
2.3 การท่องเที่ยวจัดหัตถนครปฐม.....	16
2.3.1 ประวัติความเป็นมา.....	16
2.3.2 ที่ตั้งและอาณาเขต.....	17

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
2.3.3 อาณาเขต.....	17
2.3.4 สภาพภูมิประเทศ.....	18
2.3.5 สภาพการเมืองการปกครอง.....	19
2.3.6 สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญจังหวัดนครปฐม.....	20
2.4 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (บึงลาดโพธิ์) จังหวัดนครปฐม.....	22
2.4.1 ข้อมูลทั่วไปของศูนย์บริการท่องเที่ยว.....	22
2.4.2 สิ่งปลูกสร้างภายในอาคารประกอบด้วย.....	22
2.4.3 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ.....	26
2.4.4 วัตถุประสงค์ในการก่อสร้าง.....	26
2.4.5 โครงสร้างการบริหารงาน.....	27
2.5 การตกแต่งภูมิทัศน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว.....	31
2.5.1 การปรุงแต่งสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการอยู่อาศัย.....	31
2.5.2 ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม .....	32
2.5.3 การใช้ประโยชน์จากต้นไม้.....	34
2.5.4 การใช้ประโยชน์จากพืชคลุมดิน.....	36
2.5.5 การใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ.....	38
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	41
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>45</b>
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย.....	45
3.2 วิธีการวิจัย.....	46
3.3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	46
3.3.1 ประชากร.....	46
3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง.....	46
3.3 ตัวแปรที่ศึกษา.....	47
3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	48



**สารบัญ (ต่อ)**

	หน้า
3.4.1 แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว.....	48
3.4.2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว.....	48
3.5 การพัฒนาเครื่องมือ.....	49
3.5.1 การพัฒนาแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว.....	49
3.5.2 การพัฒนาแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหาร จัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว.....	50
3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	51
3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	52
3.7.1 แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการ นักท่องเที่ยวและประเด็นการอภิปรายในการสัมมนาเชิงวิชาการ.....	52
3.7.2 แบบสอบถามความคิดเห็นปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว.....	52
3.7.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ.....	53
<b>บทที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>54</b>
ตอนที่ 1 ต้องการของนักท่องเที่ยว.....	54
ตอนที่ 2 ผลการศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว.....	57
ตอนที่ 3 สรุปการวิเคราะห์ปัจจัยปัญหาการดำเนินงานปัจจุบัน.....	79
<b>บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>81</b>
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	82
5.2 การอภิปรายผล.....	86
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	91
<b>บรรณานุกรม.....</b>	<b>92</b>

## สารบัญ (ต่อ)

ภาคผนวก	หน้า
ภาคผนวก ก กำหนดการสัมมนา.....	98
ภาคผนวก ข คำกล่าวเปิดงาน.....	100
ภาคผนวก ค รายนามผู้เชี่ยวชาญ.....	104
ภาคผนวก ง เอกสารประกอบการบรรยายเรื่องความเป็นมาโครงการ....	106
ภาคผนวก จ เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การศึกษาหาแนวทางและ รูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม....	109
ภาคผนวก ฉ การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	113
ภาคผนวก ช แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว.....	122
ภาคผนวก ซ แบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว.....	127
ภาคผนวก ฌ แบบสอบถามความคิดเห็นผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงวิชาการ.....	134
ภาคผนวก ฎ สื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวนครปฐม.....	136
ภาคผนวก ฏ ภาพบรรยากาศผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงวิชาการ.....	139
ภาคผนวก ฐ ผลการคำนวณจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์.....	142
ภาคผนวก ส รายนามผู้เข้าร่วมสัมมนา.....	147
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์ .....	150

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1-1	กรอบแนวคิดการวิจัย..... 5
ภาพที่ 2-1	ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน..... 15
ภาพที่ 2-2	แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม..... 18
ภาพที่ 2-3	แผนที่จังหวัดนครปฐม..... 19
ภาพที่ 2-4	อาคารแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นพร้อมศาลา..... 23
ภาพที่ 2-5	อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว..... 23
ภาพที่ 2-6	แพจำหน่ายอาหาร..... 23
ภาพที่ 2-7	อาคารห้องน้ำสาธารณะ..... 24
ภาพที่ 2-8	ลานจอดรถ..... 25
ภาพที่ 2-9	ป้ายโครงการ..... 25
ภาพที่ 2-10	โครงสร้างการบริหารงาน..... 27
ภาพที่ 2-11	แผนผังสังเขปเส้นทางศูนย์บริการนักท่องเที่ยว..... 28
ภาพที่ 2-12	แผนผังส่วนประกอบโครงการ..... 29
ภาพที่ 2-13	แผนผังพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ..... 30
ภาพที่ 2-14	การปรุงแต่งสภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร..... 35
ภาพที่ 2-15	การใช้ประโยชน์จากต้นไม้ใหญ่..... 35
ภาพที่ 2-16	แสดงตัวอย่างการใช้ต้นไม้ระดับความสูงต่าง ๆ เพื่อสร้างสภาวะแวดล้อมที่มี คุณภาพดี..... 36
ภาพที่ 2-17	การใช้หญ้าหรือพืชคลุมดินเพื่อปรับปรุงสภาพแวดล้อมรอบอาคาร..... 37
ภาพที่ 2-18	การใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำเพื่อดูดซับพลังงานความร้อนในเวลากลางวัน..... 38
ภาพที่ 2-19	การใช้แหล่งน้ำที่มีความลึกพอเหมาะเพื่อที่จะรักษาอุณหภูมิให้คงที่..... 38
ภาพที่ 3-1	แบบแผนการวิจัย..... 46
ภาพที่ 3-2	ขั้นตอนการพัฒนาแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว..... 49
ภาพที่ 3-3	ขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหาร จัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว..... 51
ภาพที่ 4-1	หน่วยงานที่รับผิดชอบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว..... 78

## สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1-1 ขอบเขตการศึกษาวิจัย.....	7
ตารางที่ 3-1 ขนาดประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น...	47
ตารางที่ 4-1 การวิเคราะห์ปัจจัยปัญหาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม .....	79
ตารางที่ 5-1 ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม .....	83
ตารางที่ 5-2 แนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ.....	90


  
 ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 2-1	การสร้างสภาวะแวดล้อมที่ดีจะส่งผลให้อุณหภูมิอากาศโดยเฉลี่ยลดลง มาก ทำให้มีความเหมาะสมต่อการใช้งานในอาคาร..... 33
แผนภูมิที่ 2-2	การสร้างสภาวะแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมจะส่งผลให้อุณหภูมิอากาศโดย เฉลี่ยนั้นสูง ทำให้ไม่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานในอาคาร..... 34
แผนภูมิที่ 4-1	สถานภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสัมภาษณ์ จำแนกตามเพศ..... 54
แผนภูมิที่ 4-2	ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว..... 55
แผนภูมิที่ 4-3	รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว..... 56
แผนภูมิที่ 4-4	สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ..... 57
แผนภูมิที่ 4-5	ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหาร จัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว..... 58
แผนภูมิที่ 4-6	ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการ บริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว..... 59
แผนภูมิที่ 4-7	ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการ บริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว..... 60
แผนภูมิที่ 4-8	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว รายด้าน..... 61
แผนภูมิที่ 4-9	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ด้านการบริหารและจัดการองค์กรรายชื่อ ..... 62
แผนภูมิที่ 4-10	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์รายชื่อ ..... 64
แผนภูมิที่ 4-11	ปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านบริการการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกรายชื่อ..... 66
แผนภูมิที่ 4-12	ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวรายชื่อ..... 68

## สารบัญแผนภูมิ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิที่ 4-13	ข้อมูลจากผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการจำแนกตามเพศ..... 70
แผนภูมิที่ 4-14	ช่วงอายุของผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ..... 71
แผนภูมิที่ 4-15	ระดับการศึกษาของผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ..... 72
แผนภูมิที่ 4-16	แสดงตำแหน่งหน้าที่ของผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ..... 73
แผนภูมิที่ 4-17	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิง วิชาการโดยภาพรวม..... 74
แผนภูมิที่ 4-18	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิง วิชาการด้านอาคารสถานที่และเวลาในการฝึกอบรม..... 75
แผนภูมิที่ 4-19	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิง วิชาการ ด้านเนื้อหาสาระที่ได้จากการฝึกอบรม..... 76
แผนภูมิที่ 4-20	ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิง วิชาการด้านประโยชน์ที่ได้รับ..... 77

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องและสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากโดยในปี พ.ศ. 2550 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งสิ้นจำนวน 14.46 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.65 จากปี 2549 ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 547,781.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 13.57 และการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ มีจำนวนทั้งสิ้น 81.49 ล้านคน/ครั้ง เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 2.46 ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 365,276.28 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 9.13 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549: 9-13) ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงได้นำการท่องเที่ยวมาใช้เป็นเครื่องมือในการแก้ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินต่างประเทศ ซึ่งรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศที่ได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยผ่อนคลายภาวะการขาดดุลการค้าได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการสร้างรายได้ให้กับชุมชนและบุคคลหลายกลุ่ม ทั้งนี้เพราะการเดินทางท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยกิจกรรมรองรับหลายลักษณะ เช่น การคมนาคมขนส่ง ธุรกิจโรงแรมที่พัก บริการนำเที่ยว ร้านอาหาร ที่พัก ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก เป็นต้น นอกจากนี้จะก่อให้เกิดการลงทุนทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวข้างต้นแล้ว ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชนบท ทั้งนี้เพราะทรัพยากรท่องเที่ยวได้แก่ ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และประเภทประเพณี ศิลปวัฒนธรรม และอื่นๆกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องใช้แรงงานท้องถิ่นเป็นจำนวนมากจึงเป็นการสร้างรายได้ให้กับคนในพื้นที่

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนอกจากจะส่งผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจแล้ว ยังส่งผลทางด้านสังคมและวัฒนธรรม คือ ช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆให้คงอยู่สืบไป อีกทั้งยังมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคและท้องถิ่นทั้งทางด้านสาธารณูปโภคและเทคโนโลยีต่างๆ ดังจะเห็นได้จากความเปลี่ยนแปลงจากอดีตจนถึงปัจจุบันที่ในท้องถิ่นอันห่างไกลได้มีการพัฒนาสาธารณูปโภคและเทคโนโลยีให้มีความเจริญก้าวหน้าทัดเทียมกับเมืองใหญ่ (ปัญญาชาติ สอนคม, 2538: 1)

การนำการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นนโยบายที่รัฐบาลให้ความสำคัญและเร่งพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ.2550-2554) กำหนดยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจให้สมดุลและยั่งยืนโดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมไทยเป็นอย่างมาก ดังนั้นการปรับโครงสร้างภาคบริการให้เป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศจึงมีความสำคัญ โดยพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของภูมิภาคบนฐานความโดดเด่นและหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และความเป็นไทย พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการให้มีศักยภาพ เพื่อขยายฐานการผลิตและตลาดธุรกิจบริการให้ครอบคลุมระดับภูมิภาค และพัฒนาการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และองค์กรชุมชนในท้องถิ่น รวมถึงสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆให้เกิดประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2550: 195-200) มีรายละเอียดการพัฒนา ดังนี้

1. พัฒนา ปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ โบราณสถานในพื้นที่พร้อมทั้งสร้างเอกลักษณ์ ความโดดเด่นในพื้นที่ รวมทั้งการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น วิถีชีวิต ชุมชนและภูมิปัญญาชาวบ้าน เพื่อสร้างสินค้าท่องเที่ยวใหม่ที่ดึงดูดความต้องการนักท่องเที่ยวแก่ธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศและเป็นแหล่งท่องเที่ยวของตลาดการท่องเที่ยวโลก

2. ส่งเสริมการลงทุน พัฒนาธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ และเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจบริการสุขภาพ ธุรกิจศูนย์ประชุมและแสดงสินค้า ธุรกิจโรงแรมที่พัก สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น

3. พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจและบริการที่มีศักยภาพให้เป็นที่ยอมรับ น่าเชื่อถือ และตอบสนองความต้องการของตลาด รวมทั้งเพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีภาคบริการ บนฐานความโดดเด่นทางวัฒนธรรมและความเป็นไทย โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่มีศักยภาพในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในประเทศ เช่น ธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เป็นต้น

4. ส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวและกลุ่มลูกค้าธุรกิจบริการอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาฐานตลาดเดิมและขยายตลาดใหม่ที่มีคุณภาพโดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชนเพื่อดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดร่วมกัน

5. พัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งการพัฒนาเครือข่ายการคมนาคมเพื่อการเข้าถึงและเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว มาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน การปรับปรุงกฎระเบียบข้อกฎหมาย การพัฒนา



บุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจท่องเที่ยว การเสริมสร้างขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ และขีดความสามารถการบริหารจัดการขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

6. สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน องค์กรส่วนท้องถิ่น รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มของชุมชนในรูปแบบต่างๆ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเชื่อมโยงการประกอบอาชีพของคนในท้องถิ่นกับกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้เกิดการสร้างงาน และรายได้ให้กับชุมชน

จากนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมข้างต้น รัฐบาลมีนโยบายเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เข้ากับจังหวัด กลุ่มจังหวัด ภูมิภาค และประเทศเพื่อนบ้านเพื่อเป็นเครือข่ายการท่องเที่ยว โดยอนุมัติงบประมาณในการสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่รวมทั้งบริการอื่นๆ เช่น ข้อมูลเส้นทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่น่าสนใจ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร รวมไปถึงเป็นแหล่งรวบรวมสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด และยังส่งเสริมให้ทุกส่วนของสังคมตั้งแต่ระดับชุมชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารและจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความพร้อมมากที่สุด

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดในภาคกลางซึ่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมาอันยาวนานจึงทำให้จังหวัดนครปฐมเป็นแหล่งรวมมรดกทางประวัติศาสตร์ อาทิ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้านศาสนา ศิลปวัฒนธรรมประเพณีประกอบกับความเหมาะสมทางด้านภูมิศาสตร์ที่ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนที่มีลักษณะเป็นพื้นที่ราบลุ่มภาคกลางจึงทำให้จังหวัดเป็นแหล่งผลิตธัญญาหารที่สำคัญมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน จังหวัดนครปฐมได้จัดสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นขึ้น โดยตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 2 ตำบลหนองดินแดง อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้พื้นที่สาธารณะบึงลาดโพธิ์และที่ดินเอกชน จำนวน 5 ไร่ 2 งาน ใช้เวลาก่อสร้าง 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน 2549 ถึงวันที่ 30 มีนาคม 2550 และได้ประกอบพิธีเปิดอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ขึ้น เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2550 ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยสิ่งก่อสร้าง ดังนี้อาคารแสดงจำหน่ายผลิตภัณฑ์พร้อมศาลา อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แพอาหาร อาคารห้องน้ำสาธารณะ โรงจอดรถยนต์และป้ายโครงการ

ปัจจุบันศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้เปิดให้บริการแต่การดำเนินงานของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เนื่องจากประสบกับปัญหาและข้อจำกัดหลายประการ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อย

ส่งผลให้ผู้ประกอบการทั้งร้านอาหารและร้านจำหน่ายสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลประสบปัญหาขาดทุนและผู้ประกอบการภายนอกไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาลงทุนในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ขาดประสิทธิภาพในการนำข้อมูลไปสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กลยุทธ์ทางการตลาดขาดประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ การปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวขาดประสิทธิภาพทั้งทางด้านการบริการและการให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว องค์กรหรือหน่วยงานที่ทำการบริหารงานขาดความต่อเนื่องของนโยบายบริหาร และการบริหารงานศูนย์บริการนักท่องเที่ยวขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง จากปัญหาและข้อจำกัดดังกล่าวทำให้การบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร

จากปัญหาการดำเนินงานข้างต้นผู้ศึกษามีความต้องการที่จะทำการศึกษหาแนวทางรูปแบบการบริหารและจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นที่มีประสิทธิภาพโดยเน้นให้ความสำคัญกับชุมชนท้องถิ่นและองค์กรที่รับผิดชอบให้มีบทบาทในการบริหารงาน สามารถเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงท้องถิ่นกับหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการระดับต่างๆได้ ทั้งนี้รูปแบบการบริหารจัดการจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ โดยคำนึงถึงความสมดุลของการได้รับผลประโยชน์และการมีส่วนร่วมขององค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน

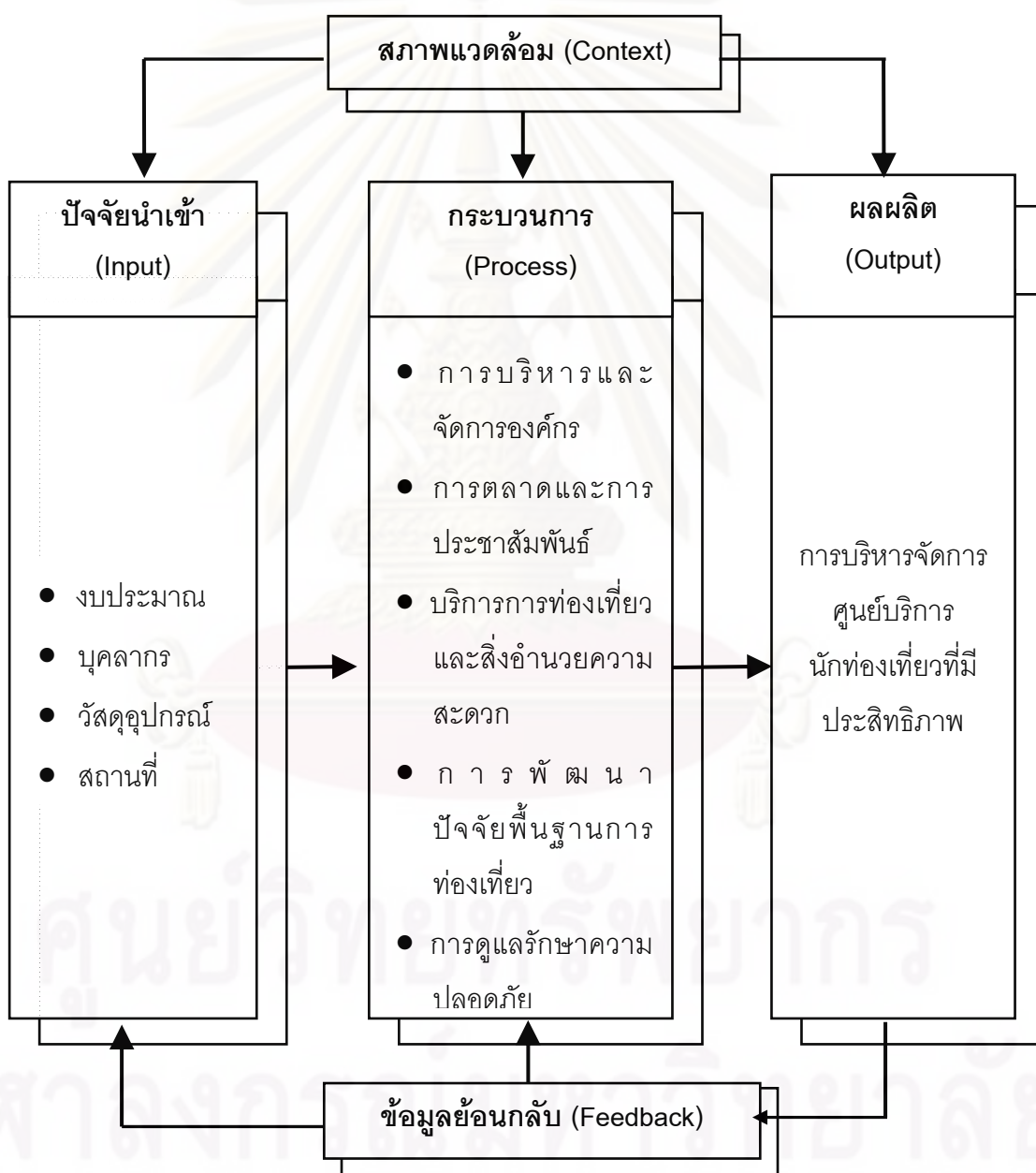
## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อเสนอแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

## 1.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

การศึกษหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจะมีลักษณะการจัดการเชิงระบบ ซึ่งเป็นแนวทางของแคทซ์และคาน์ ที่กล่าวว่าการดำเนินการขององค์กรเชิงระบบจะประกอบด้วย ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) ผลผลิต (Output) สภาพแวดล้อม (Context) และข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) (Katz and Kahn, 1978: 20) โดย

ปัจจัยนำเข้า (Input) ได้แก่ งบประมาณ บุคลากร วัสดุอุปกรณ์ และสถานที่ จากนั้นนำปัจจัยต่างๆ มาผ่านกระบวนการ (Process) ซึ่งผู้ศึกษาจะศึกษาถึงปัจจัย 5 ด้านที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ การบริหารและจัดการองค์กร การตลาดและการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ บริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงสภาพปัญหาและข้อจำกัดของการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อเสนอแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ (Output) ดังแสดงตามภาพที่ 1-1



ภาพที่ 1-1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา: Danial Katz and Robert L. Kahn, 1978: 20

#### 1.4 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและบุคลากรที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกั ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม

2. กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกัศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม จำนวน 135 คนโดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

3. ตัวแปรที่ศึกษา ตัวแปรที่ผู้วิจัยได้ใช้ในการวิจัยค้างนี้ประกอบด้วยตัวแปรพื้นฐาน ตัวแปรต้น และตัวแปรตาม ซึ่งรายละเอียด ดังนี้

3.1 ตัวแปรพื้นฐาน เป็นตัวแปรที่เกี่ยวข้องกัสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่งงานปัจจุบัน และประสบการณ์ทำงาน

##### 3.2 ตัวแปรต้น

3.2.1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

3.2.2. บุคลากรที่เกี่ยวข้องกัศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
2. ผู้ปฏิบัติงาน
3. ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น
4. ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น
5. ผู้ประกอบการภายในศูนย์

##### 3.3 ตัวแปรตาม

3.3.1 ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้ามาใช้บริการในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

3.3.2 ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกัศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่



ตารางที่ 1-1 ขอบเขตการศึกษาวิจัย

หัวข้อการวิจัย

วัตถุประสงค์

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

วิธีการวิจัย

การเก็บข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล

สรุปผล

	วัตถุประสงค์ การวิจัย	1.ตัวแปรต้น	วิธีการวิจัย	การเก็บรวบรวม ข้อมูล	การวิเคราะห์	สรุปผล
<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     การศึกษาหา แนวทาง รูปแบบการ บริหาร จัดการ ศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว                 </div>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     วัตถุประสงค์ การวิจัย                 </div> <p>1. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม</p> <p>2. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     1.ตัวแปรต้น                 </div> <p>1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ</p> <p>2. บุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด</li> <li>- ผู้ปฏิบัติงาน</li> <li>- ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น</li> <li>- ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วน</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     วิธีการวิจัย                 </div> <p>1. สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและผู้ทรงคุณวุฒิ ( Delphi technique)</p> <p>2. ใช้แบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและการจัดสัมมนาวงวิชาการระหว่างผู้วิจัยกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     การเก็บรวบรวม ข้อมูล                 </div> <p>เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้</p> <p>1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยกว่า 25 คน</p> <p>2. บุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวจังหวัด</li> <li>- ผู้ปฏิบัติงาน</li> <li>- ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น</li> <li>- ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น</li> <li>- ผู้ประกอบกิจการ</li> </ul>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     การวิเคราะห์                 </div> <p>1. วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) จากข้อมูลแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวและผู้ทรงคุณวุฒิ</p> <p>2. วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรม SPSS for Windows เพื่อหาค่าทางสถิติที่บ่งชี้ถึงตัวแปรที่มีประสิทธิภาพ</p>	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px; text-align: center;">                     สรุปผล                 </div> <p style="text-align: center;">↓</p> <p>สรุปผล และเสนอแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p>

ตารางที่ 1-1 ขอบเขตการศึกษาวิจัย (ต่อ)

หัวข้อการวิจัย	วัตถุประสงค์	ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	วิธีการวิจัย	การเก็บข้อมูล	วิเคราะห์ข้อมูล	สรุปผล
<p style="text-align: center;"><b>วัตถุประสงค์ การวิจัย</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>2. ตัวแปรตาม</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>วิธีการวิจัย</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>การเก็บรวบรวม ข้อมูล</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>การวิเคราะห์</b></p>	<p style="text-align: center;"><b>สรุปผล</b></p> <p style="text-align: center;">↓</p>	
<p>3. เพื่อเสนอแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ</p>	<p>1. ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>2. ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่ในการปฏิบัติงาน</p>	<p>3. วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและสรุปประเด็นเพื่อเสนอแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ</p>	<p>3. เก็บรวบรวมข้อมูลจากสถานที่จริงถึงสภาพปัญหาต่างๆทางกายภาพ เช่น ปัจจัยห้องน้ำ ที่จอดรถ และป้ายบอกทางเข้าสู่ศูนย์ เป็นต้น</p>	<p>3. วิเคราะห์และสรุปจากข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ผลการสัมภาษณ์</li> <li>- แบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</li> <li>- ผลการจัดสัมมนาเชิงวิชาการ</li> </ul> <p>เพื่อเสนอแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ</p>		<p>สรุปผล และเสนอแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p>

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
2. ทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นให้เกิดประสิทธิภาพ
3. เสนอแนะแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้ผู้อ่านมีความเข้าใจตรงกัน ผู้วิจัยจึงได้กำหนดคำนิยามศัพท์ (Definition) ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ทำการศึกษา ดังนี้

1. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หมายถึง ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บึงลาดโพธิ์ จังหวัดนครปฐม เป็นสถานที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เช่น เส้นทางท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่น่าสนใจ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร รวมไปถึงบริการอื่นๆที่เปิดให้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เช่น การจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด เป็นต้น
2. รูปแบบการบริหารและจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว หมายถึง แนวทางในการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีองค์ประกอบด้วยกัน 5 ด้าน คือ การบริหารและจัดการองค์กรการตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว
3. หน่วยงานภาครัฐ หมายถึง ส่วนราชการ หรือหน่วยงานของทางรัฐบาลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กรมพัฒนาชุมชน เป็นต้น
4. ชุมชนท้องถิ่น หมายถึง ประชาชนหรือองค์กรภาคประชาชนทั้งที่จัดตั้งอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยมีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือที่ดำเนินการกิจกรรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
5. หน่วยงานภาคเอกชน หมายถึง องค์กรภาคเอกชนที่จัดตั้งขึ้นโดยมีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในท้องถิ่น เช่น หอการค้าจังหวัด สมาคมพ่อค้า เป็นต้น
6. นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
7. ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่เข้ามาประกอบกิจการหรือบริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

8. การมีส่วนร่วมขององค์กร หมายถึง การที่องค์กรที่มีหน้าที่รับผิดชอบต่อศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เช่น องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น องค์กรภาคประชาชนในพื้นที่ หรือ หน่วยงานภาครัฐ ได้มีส่วนร่วมในการกำหนดแนวทาง การวางแผน การจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน

9. การได้รับผลประโยชน์ หมายถึง การที่ชุมชนและหน่วยงานที่รับผิดชอบได้รับผลตอบแทนทางเศรษฐกิจหรือมีรายได้ที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่โดยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ เช่น การลงทุนด้านร้านค้าขายของที่ระลึก การให้บริการ การจ้างงานในชุมชน เป็นต้น

10. ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปีในเรื่อง การบริหารจัดการการท่องเที่ยว การตลาด การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด

11. การสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว หมายถึง การให้บริการ การอำนวยความสะดวก การสร้างความปลอดภัย การให้ความรู้ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

12. การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ หมายถึง การที่ชุมชนได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาชุมชน ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่น การฝึกอบรม การสนับสนุนด้านบุคลากร งบประมาณ เป็นต้น

13. บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม หมายถึง บุคลากรที่มีหน้าที่หรือมีส่วนเกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

2.4 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (บึงลาดโพธิ์) จังหวัดนครปฐม

2.5 การตกแต่งภูมิทัศน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารและการจัดการ

##### 2.1.1 ความหมายของการบริหารและการจัดการ

###### 1) การบริหาร (Administration)

การบริหารมาจากภาษาละตินว่า Administrate หมายถึง การทำงานที่ได้รับมอบหมายให้ประสบผลสำเร็จ ตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ และมีการใช้ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมาช่วยในการบริหารงาน ประกอบด้วย คน (Man) เงิน (Money) วัสดุ (Material) เครื่องจักร (Machine) วิธีการ (Method) และการบริหาร (Management) หรือที่นิยมเรียกกันว่า 6M's เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลครบถ้วน

การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (Cost-effective) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (Effective) หมายถึง การตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (Right decision) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลควบคู่กัน ดังนั้นการบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กร

## 2) การจัดการ (Management)

การจัดการ มาจากคำในภาษาฝรั่งเศสว่า Manager หมายถึง ผู้ดูแลภายใน ผู้รักษาผลประโยชน์ จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (Business management) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร

ประเด็นสำคัญของการบริการจัดการ (Management) มี ดังนี้

- 1) การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
- 2) เป้าหมายของผู้บริหารทุกคน คือ การสร้างกำไร
- 3) การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (Productivity) โดยมุ่งสู่ประสิทธิภาพ (Efficiency) วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด และประสิทธิผล (Effectiveness) บรรลุเป้าหมายคือ ประโยชน์สูงสุด

- 4) การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร

เมื่อได้ทบทวนบทความและความคิดเห็นของนักวิชาการซึ่งชี้ให้เห็นถึงลักษณะของการจัดการในทางเดียวกันสรุปได้ว่า การบริหารจัดการคือ การทำงานให้สำเร็จโดยอาศัยความร่วมมือจากผู้อื่นโดยใช้กลไกตามกระบวนการจัดการได้แก่ การวางแผน การทำงานเป็นทีม การวางวัตถุประสงค์ขององค์กร การดำเนินงาน การประเมินผล เป็นต้น

### 2.1.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการบริหารและจัดการในพื้นที่

การศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ได้กล่าวถึงการบริหารและจัดการในพื้นที่ไว้ ดังนี้

- 1) การบริหารจัดการพัฒนาแบบองค์รวม (Holistic Development Management) การจัดการแบบองค์รวม หมายถึง การบริหารที่มองในทุกส่วนของสังคมโดยมีการผสมผสานการปฏิบัติระหว่างส่วนย่อยต่างๆ ทั้งภายในภาครัฐ ระหว่างหน่วยงานต่าง กับภาคเอกชนและภาคประชาชน การจัดการเพื่อการพัฒนาแบบองค์รวม จะต้องคำนึงองค์ประกอบ 3 ประการ คือ พื้นที่และชุมชน (Area Aspect) ภาระหน้าที่ (Function Aspect) และการมีส่วนร่วม (Participation Aspect) การเชื่อมประสานพื้นที่-ชุมชน-ภาระหน้าที่-การมีส่วนร่วมนี้ เรียกว่า AFPS (Area Function-Participation System) ซึ่งเกิดขึ้นได้โดยอาศัยการวิเคราะห์พื้นที่-ชุมชน การวิเคราะห์หน้าที่ของรัฐ และหน่วยงานของรัฐ การเชื่อมประสานกลไกของรัฐกับการมีส่วนร่วมของประชาชน

- 2) การบริหารจัดการทรัพยากรโดยท้องถิ่น ในปัจจุบันการบริหารและการจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น ไม่ใช่เป็นเรื่องที่รัฐจะเป็นผู้ดำเนินการแต่ฝ่ายเดียวอีกต่อไป ดังที่รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับปัจจุบัน (2540) ได้บัญญัติรับรองว่า “บุคคลซึ่งรวมกันเป็นชุมชน

ท้องถิ่นดั้งเดิม ย่อมมีสิทธิอธิปไตยและมีส่วนร่วมในการจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุลและยั่งยืน (มาตรา 46) และ ” สิทธิของบุคคลที่จะมีส่วนร่วมทั้งรัฐและชุมชนในการบำรุงรักษาและการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ และความหลากหลายทางชีวภาพในสิ่งแวดล้อมที่จะไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพอนามัย สวัสดิภาพหรือคุณภาพชีวิตของตน ย่อมได้รับความคุ้มครอง “ (มาตรา 56 วรรคแรก) สำหรับในเรื่องท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ในส่วนกรอบแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกระดับ ทั้งด้านการวางแผน การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ และเกิดความสมดุลทางด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง”

3) รูปแบบการบริหารจัดการทรัพยากรในพื้นที่ รูปแบบในการบริหารจัดการพัฒนาที่มีอยู่ในปัจจุบัน มี 3 รูปแบบ คือ

- การมีการจัดการโดยรัฐบาลฝ่ายเดียว
- การบริหารจัดการโดยรัฐร่วมกับประชาชน
- การบริหารจัดการภาคเอกชน

## 2.2 แนวความคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

### 2.2.1 ขอบเขตและความหมายของการท่องเที่ยว

**การท่องเที่ยว (Tourism)** เป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือนันทนาการ (Recreation) รูปแบบหนึ่งที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure time) ที่มีการเดินทาง (Travel) เข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งซึ่งแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อม โดยมีแรงกระตุ้น (Motivator) จากความต้องการในด้านศักยภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิวัติสัมพันธ์และด้านสถานะหรือเกียรติคุณ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ คือ

- 1) เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สรุปว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์ต่างๆ และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับธุรกิจและบริการต่างๆ รวมทั้งกับรัฐบาลประเทศเจ้าภาพและประชาชนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวข้องอยู่ในกิจกรรมหรือกระบวนการในการดึงดูดด้วยการให้การต้อนรับที่อบอุ่นเป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน

## 2.2.2 ระบบและองค์ประกอบการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้สรุปสาระสำคัญของระบบและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ว่า “การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 ด้าน คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อยๆที่มีความสัมพันธ์กัน เป็นเหตุผลซึ่งกันและกัน ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยว จึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น”

1) แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ดังนั้นจึงจัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attractions) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional Attractions) แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆของภูมิประเทศ (Scenic Attractions) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other Attractions)

2) บริการการท่องเที่ยว บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่งซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการ อื่นๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆด้วย

3) ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อให้เข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่นๆ ในกระบวนการจัดการ ได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขาย และการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

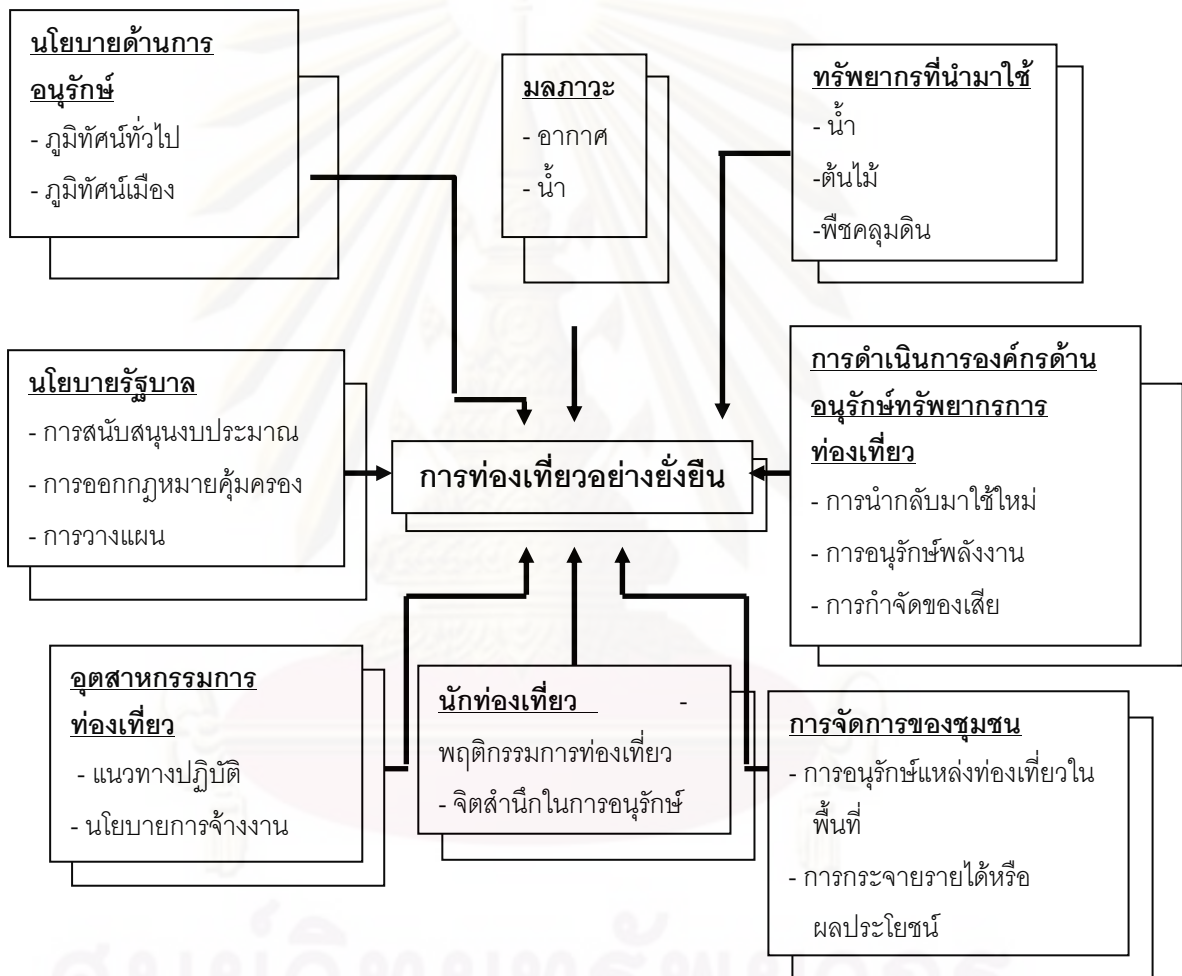
ศูนย์วิจัยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### 2.2.3 แนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) พัฒนามาจากแนวคิดเรื่องการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable development) ความหมายของคำว่า “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ยังคงมีความหมายที่กว้างและไม่มีแนวคิดที่ชัดเจน หรือมีความหมายเฉพาะเจาะจง การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจึงตีความได้หลากหลาย การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจะมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเรื่องต่างๆ มากมาย เช่น นโยบายด้านการอนุรักษ์และปฏิบัตินโยบายจากรัฐบาลกลาง การใช้ทรัพยากรชุมชนนักท่องเที่ยว เป็นต้น



ภาพที่ 2-1 ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ที่มา: (J. Swarbrooke , 200:16)

นอกจากนี้ในส่วนของผู้เกี่ยวข้อง (stake holders) กับประเด็นเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน มีความเปลี่ยนแปลงในเรื่องความสัมพันธ์ของผู้เกี่ยวข้องหลัก คือ ทุกฝ่ายจะต้องเข้ามามีส่วนร่วม สนับสนุน และเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกันมากขึ้น จึงจะช่วยจัดข้อขัดแย้งและทำให้

การท่องเที่ยวพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ ต่างจากรูปแบบเดิมที่ทุกฝ่ายไม่ได้ร่วมมือกันอย่างเป็นรูปธรรม เพียงแต่รู้ว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างกัน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญในเรื่อง

1) การจัดตั้งองค์กรและโครงสร้างการบริหารจัดการที่จำเป็นกับการท่องเที่ยว เช่น ท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐ เป็นต้น

2) การได้รับและนำเครื่องมือ (instruments) ไปใช้บริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม

3) การตรวจสอบติดตามและประเมินผลที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง  
การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศได้ด้วย”

สรุปแนวคิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างสม่ำเสมอ ทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวไว้ได้ กิจกรรมบริหารมีกำไร และต้องไม่มี ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ จึงสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

## 2.3 การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

### 2.3.1 ประวัติความเป็นมา

จังหวัดนครปฐมตั้งอยู่ในบริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง ห่างจากกรุงเทพฯ 56 กิโลเมตร เป็นเมืองแห่งปศุชนียสถานเก่าแก่ที่สำคัญ คือ “พระปฐมเจดีย์” ซึ่งนับเป็นร่องรอยแห่งแรกของการเผยแพร่อารยธรรมพุทธศาสนาเข้ามาในประเทศไทย ทั้งยังเป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์มากมายไปด้วยผลไม้และอาหารขึ้นชื่อนานาชนิด

จังหวัดนครปฐม มีเนื้อที่ประมาณ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,204 ไร่ แบ่งการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ คือ อำเภอเมืองนครปฐม อำเภอพุทธมณฑล อำเภอสามพราน อำเภอนครชัยศรี อำเภอบางเลน อำเภอกำแพงแสน และอำเภอดอนตูม พื้นที่ทั่วไปของจังหวัดนครปฐมเป็นที่ราบลุ่ม ไม่มีภูเขา มีที่ดอนเฉพาะทางตะวันตกเฉียงเหนือของอำเภอเมืองและอำเภอกำแพงแสนเท่านั้น ส่วนที่ราบลุ่มบริเวณลุ่มน้ำท่าจีน (แม่น้ำนครชัยศรี) ได้แก่ ท้องที่อำเภอนครชัยศรี อำเภอสามพราน และอำเภอบางเลน เป็นที่อุดมสมบูรณ์ ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ

เกษตรกรรม การทำสวน ทำไร่ และสวนผลไม้ โดยเฉพาะการปลูกส้มโอ ซึ่งนำชื่อเสียงมาสู่จังหวัด นครปฐมจนได้ชื่อว่าเป็นเมืองส้มโอหวาน (<http://th.wikipedia.org>)

### 2.3.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

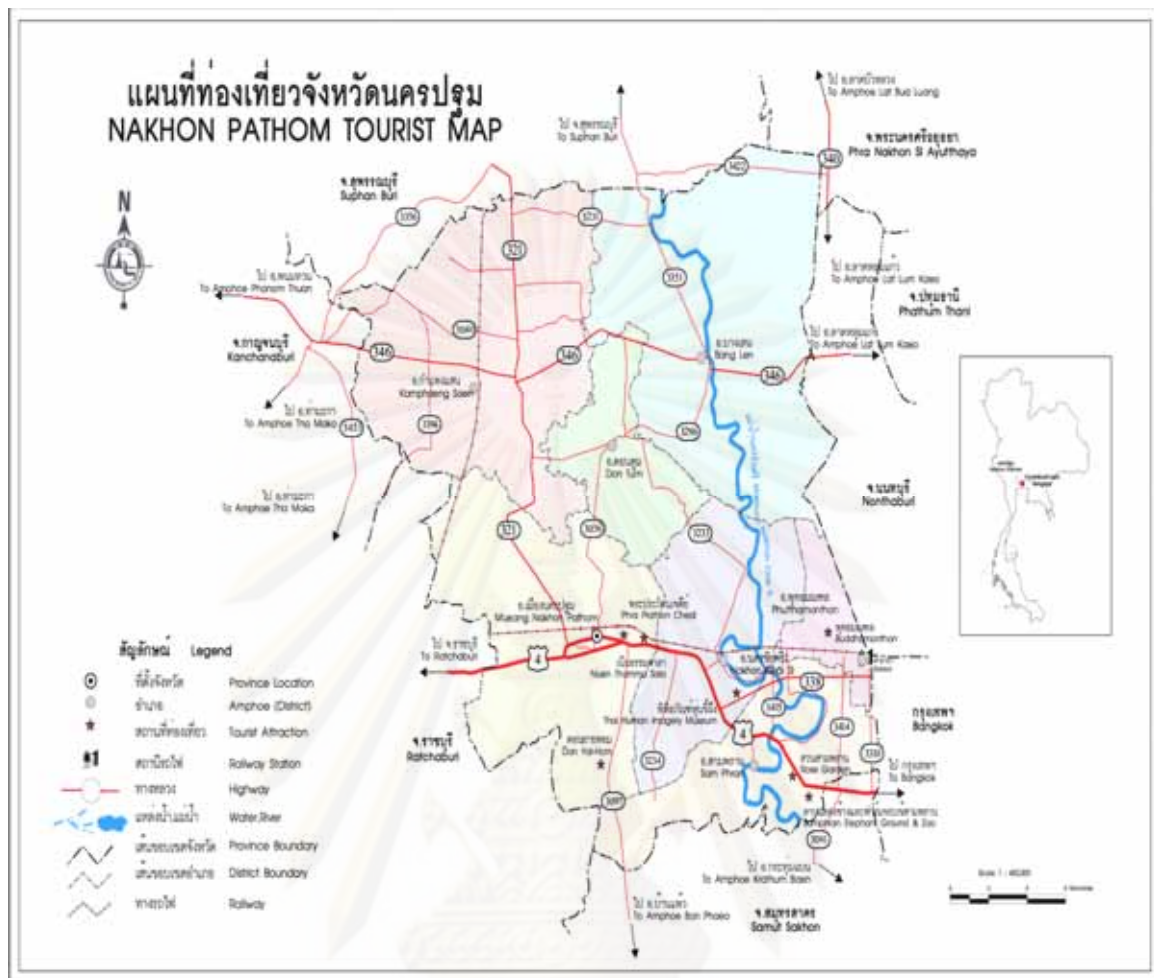
จังหวัดนครปฐม ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีนซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลางโดย อยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 13 องศา 45 ลิปดา 10 พิลิปดา เส้นแวงที่ 100 องศา 4 ลิปดา 28 พิลิปดา มีพื้นที่ 2168.327 ตารางกิโลเมตร 1,355,204 ไร่ เท่ากับ ร้อยละ 0.42 ของประเทศ และมีพื้นที่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทางถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร หรือเส้นทางถนนบรมราชชนนี (ถนนปิ่นเกล้า-นครชัยศรี) 51 กิโลเมตร และตามเส้นทางรถไฟ 62 กิโลเมตร (<http://th.wikipedia.org>)

### 2.3.3 อาณาเขต

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี
- ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอกระทุ่มแบน อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และอำเภอบ้านแพ้วจังหวัดราชบุรี
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอไทรน้อยอำเภอบางใหญ่ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี และเขตทวีวัฒนา เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี และอำเภอท่ามะกา อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี (<http://th.wikipedia.org>)

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 2-2 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

ที่มา: <http://thai.tourismthailand.org>

### 2.3.4 สภาพภูมิประเทศ

สภาพภูมิประเทศของจังหวัดนครปฐมโดยทั่วไปมีลักษณะเป็นที่ราบ ถึงค่อนข้างเรียบไม่มีภูเขาและป่าไม้ ระดับความแตกต่างของความสูงของพื้นที่อยู่ระหว่าง 2- 10 เมตรเหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง สภาพพื้นที่โดยทั่วไปลาดจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ และตะวันตกสู่ตะวันออกมีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านจากทิศเหนือสู่ทิศใต้ พื้นที่ทางตอนเหนือ และทางตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นที่ดอน

ส่วนพื้นที่ทางตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่ม มีดอนกระจายเป็นแห่งๆ และมีแหล่งน้ำกระจาย สำหรับพื้นที่ด้านตะวันออก และด้านใต้เป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน มีคลองธรรมชาติ และคลองขุดที่ขุดขึ้นเพื่อการเกษตรและคมนาคมอยู่มาก พื้นที่สูงจากระดับน้ำทะเล 2- 4 เมตร



## 2.3.5 สภาพการเมืองการปกครอง

### 2.3.5.1 เขตการปกครอง

จังหวัดนครปฐมแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 อำเภอ 106 ตำบล 930 หมู่บ้าน สำหรับการบริหารส่วนท้องถิ่น ประกอบด้วย องค์การเทศบาลส่วนจังหวัด 1 แห่ง เทศบาลนคร 1 แห่ง เทศบาลเมือง 3 แห่ง เทศบาลตำบล 15 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 97 แห่ง

1. [อำเภอเมืองนครปฐม](#)
2. [อำเภอกำแพงแสน](#)
3. [อำเภอนครชัยศรี](#)
4. [อำเภอดอนตูม](#)
5. [อำเภอบางเลน](#)
6. [อำเภอสามพราน](#)
7. [อำเภอพุทธมณฑล](#)



ภาพที่ 2-3 แผนที่จังหวัดนครปฐม

ที่มา: <http://th.wikipedia.org>

### 2.3.5.2 ประชากร

ประชากร ปี 2551 มีจำนวนรวมทั้งสิ้น 757,874 คน เป็นชาย 366,180 คน หญิง 391,694 คน ครัวเรือนทั้งสิ้น 303,313 ครัวเรือน สำหรับอำเภอที่มีประชากรมากที่สุด ได้แก่ อำเภอเมือง

นครปฐม มีจำนวน 186,620 คน รองลงมาได้แก่ อำเภอสามพราน มีจำนวน 175,166 คน และ อำเภอกำแพงแสนมีจำนวน 120,977 คน (<http://th.wikipedia.org>)

## 2.3.6 สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญในจังหวัดนครปฐม

**2.3.6.1 วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร** เป็นพระสถูปเจดีย์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศไทย จังหวัดนครปฐมได้ใช้พระปฐมเจดีย์เป็นตราประจำจังหวัด พระปฐมเจดีย์ที่เห็นอยู่ในปัจจุบันองค์พระปฐมเจดีย์ เป็นปูชนียสถานอันสำคัญของประเทศไทย อยู่ภายในวัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ เป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุขององค์พระสัมมาสัมพุทธเจ้าองค์พระปฐมเจดีย์ เป็นพระเจดีย์ใหญ่ รูประฆังคว่ำ ปากผายมหิมา โครงสร้างเป็นไม้ซุง รัตด้วยโซ่เส้นมหิมาก่ออิฐ ถือปูน ประดับด้วยกระเบื้องปูทับ ประกอบด้วยวิหาร 4 ทิศ กำแพงแก้ว 2 ชั้น เป็นที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ ของพระพุทธเจ้าเป็นที่เคารพสักการบูชาของบรรดาพุทธศาสนิกชนทั่วโลก ทางวัดกำหนดให้มีงานเทศกาลนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ ในวันขึ้น 12 ค่ำ เดือน 12 ถึง วันแรม 5 ค่ำ เดือน 12 รวม 9 วัน 9 คืน เป็นประจำทุกปี (<http://th.wikipedia.org>)

**2.3.6.2 พระราชวังสนามจันทร์** ตั้งอยู่ในตัวเมือง ห่างจากองค์พระปฐมเจดีย์ไปทางทิศตะวันตก ประมาณ 2 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 888 ไร่ 3 งาน 24 ตารางวา พระราชวังใช้เวลาก่อสร้างนาน 4 ปี โดยมี [หลวงพิทักษ์มานพ \(น้อย ศิลป์\)](#) ซึ่งต่อมาได้รับโปรดเกล้าฯ เลื่อนยศเป็นพระยาวิสุกรรม ศิลปประสิทธิ์ เป็นแม่งาน และสร้างเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2450 เมื่อสร้างแล้วเสร็จจึงได้พระราชทานนามว่า "พระราชวังสนามจันทร์" ตามชื่อสระน้ำโบราณหน้า [โบสถ์พราหมณ์](#) (<http://th.wikipedia.org>)

**2.3.6.3 พุทธมณฑล** เป็นสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา ตั้งอยู่ที่ตำบลศาลายา มีพื้นที่ประมาณ 2,500 ไร่ พุทธมณฑลเป็นสถานที่ซึ่งรัฐบาล และประชาชนชาวไทยร่วมกันจัดสร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2500 เนื่องในโอกาสที่พุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองมาได้ถึง 2,500 ปี บริเวณจุดศูนย์กลางของพุทธมณฑล เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางลีลา เป็นพระประธานของพุทธมณฑลมีความสูง 2,500 กระเบื้อง (ประมาณ 15.875 เมตร) นอกจากนี้ยังมีศาสนสถานที่สำคัญอื่น ๆ ได้แก่ พระวิหารพุทธมณฑล ตำหนักสมเด็จพระสังฆราช และที่พำนักสงฆ์อาคันตุกะ หอประชุมทางกิจการพระพุทธศาสนา ศาลาปฏิบัติกรรมฐาน พิพิธภัณฑสถานทางพุทธศาสนา หอสมุดพระพุทธศาสนา สวนไม้ดอกไม้ประดับต่าง ๆ ในปัจจุบันใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีในวันสำคัญทางศาสนา อาทิ วันวิสาขบูชา วันมาฆบูชา วันอาสาฬหบูชา เป็นต้น เปิดเวลา 05.00-19.00 น. (<http://th.wikipedia.org>)

**2.3.6.4 พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย เป็นสถานที่จัดแสดงหุ่นขี้ผึ้งไฟเบอร์กลาส** ซึ่งมีความสวยงามและเหมือนจริงให้ความรู้สึกนุ่มนวล ซึ่งเป็นผลงานสร้างสรรค์ของคุณดวงแก้ว พิทยากรศิลป์และกลุ่มศิลปินไทย โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะส่งเสริม เผยแพร่และอนุรักษ์ไว้ซึ่ง ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของไทย ก่อตั้งโครงการเมื่อปี พ.ศ.2525 เปิดเมื่อวันที่ 14 มิถุนายน พ.ศ. 2532 ภายในอาคารแบ่งออกเป็น 2 ชั้น ชั้นล่าง จัดเป็นห้องแสดงถาวรจำนวน 7 ห้อง ประกอบด้วยหุ่นชุดต่างๆ ได้แก่ ชุดพระอริยสงฆ์ ชุดพระบรมรูปอดีตพระมหากษัตริย์ราชวงศ์จักรี และชุดมุมหนึ่งของชีวิต เป็นการแสดงชุดหมากงูไทย ชุดครอบครัวไทย ชุดเลิกทาส เป็นต้น ชั้นบน จัดเป็นห้องแสดงนิทรรศการชั่วคราวชุดต่างๆหมุนเวียนตามความเหมาะสม ปัจจุบันจัดแสดง เรื่องชุดครูเพลงไทย ชุดบุคคลสำคัญของโลก ชุดวรรณคดีไทย พระอภัยมณีของสุนทรภู่ ชุด การละเล่นของเด็กไทย ชุดประวัติศาสตร์ไทย พิพิธภัณฑ์ เปิดบริการทุกวันไม่เว้นวันหยุด (จันทร์-ศุกร์ เปิดตั้งแต่เวลา 09.00-17.30 น. วันเสาร์-อาทิตย์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ เปิดเวลา 08.30-18.00 น.) (<http://th.wikipedia.org>)

**2.3.6.5 ตลาดดอนหวาย** ตั้งอยู่ที่ตำบลบางกระทึก หลังวัดดอนหวาย เป็น ตลาดที่ยังเหลือสภาพตลาดเก่าในอดีตสมัยรัชกาลที่ 6 ให้เห็นลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารไม้เก่า ที่อยู่ติดริมแม่น้ำท่าจีน มีพ่อค้า แม่ค้า ขายเรื่อนำสินค้า และอาหารมาจำหน่ายในบริเวณวัดดอนหวาย มีตลาดนัดสินค้าทางการเกษตรที่วัดดอนหวายทุกวัน ตั้งแต่เวลา 06.00-18.00 น. และมี เรือบริการนำเที่ยวชมทิวทัศน์ของสองฝั่งแม่น้ำท่าจีน นอกจากนี้ที่ตลาดดอนหวายมีบริการเรือ ล่องแม่น้ำท่าจีนด้วยเรือเอี่ยมจุ่น และเรือกระแซง โดยแบ่งออกเป็น 2 เส้นทาง ได้แก่ เส้นทางแรก จากวัดดอนหวาย ผ่านวัดท่าพูด วัดไร่ขิง และวังปลา ใช้เวลา 1 ชั่วโมง 15 นาที เส้นทางที่สอง จากวัดดอนหวาย ผ่านวัดไร่ขิง วัดวังปลา ลอดใต้สะพานโพธิ์แก้ว ร.ร.ภปร.ราชวิทยาลัย วัดสรรเพชร วัดเดชานุสรณ์และสวนสามพราน ใช้เวลา 2 ชั่วโมง (<http://th.wikipedia.org>)

**2.3.6.6 วัดไร่ขิง หรือ วัดมงคลจินดาราม** ตั้งอยู่ที่ [อำเภอสามพราน](#) ห่างจาก กรุงเทพฯ 32 กิโลเมตร มีทางเข้า 3 ทาง คือ ทางแยกหน้าสถานี ตำรวจโพธิ์แก้ว ทางแยกหน้า [สวนสามพราน](#) และทางแยกพุทธมณฑลสาย 5 วัดไร่ขิง เป็นวัดราษฎร์ สร้างเมื่อ พ.ศ.2334 โดยสมเด็จพระพุฒาจารย์ (พุก) เรียกชื่อวัดตามชื่อตำบล เมื่อสร้างเสร็จแล้ว ได้อัญเชิญพระพุทธรูปจากวัดศาลาปูนมาประดิษฐานไว้ที่วัดไร่ขิงด้วย ปัจจุบันชาวบ้านเรียกกันว่า หลวงพ่อวัดไร่ขิง เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 4 ศอก 2 นิ้วเศษ สูง 4 ศอก 16 นิ้วเศษ นอกจากนี้ยังมี พิพิธภัณฑ์ของเก่า รวบรวมของเก่า เช่น ถ้วยชาม หนังสือเก่า ซึ่งชาวบ้านนำมาถวายวัดจัดแสดงไว้ในระหว่างวันขึ้น 13 ค่ำ ถึงแรม 3 ค่ำเดือน 5 ของทุกปี ทางวัดไร่ขิงจะจัดงานนมัสการหลวงพ่อดวัดไร่ขิงขึ้น มีการออกร้านและมหรสพมากมาย (<http://th.wikipedia.org>)

**2.3.6.7 สวนสามพราน** เป็นสถานที่พักผ่อนตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษม ห่างจาก กรุงเทพฯ ประมาณ 32 กิโลเมตร อยู่ติดแม่น้ำนครชัยศรี มีเนื้อที่ประมาณ 137.5 ไร่ ผสมผสาน ความเด่นทางด้านวัฒนธรรมกับธรรมชาติและสุขภาพ ภายในจัดแต่งเป็นสวนดอกไม้บานาชนิด หมู่บ้านไทย และบางส่วนเป็นโรงแรม ที่พัก และสนามกอล์ฟ นอกจากนี้ในช่วงตั้งแต่เวลา 10.00-12.00 น. มีกิจกรรมวิถีไทย 12 กิจกรรม ให้เลือกทดลองทำด้วยตัวเองอีกด้วย (<http://th.wikipedia.org>)

## 2.4 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (บึงลาดโพธิ์) จังหวัดนครปฐม

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดในภาคกลางซึ่งมีประวัติศาสตร์ความเป็นมา อันยาวนานจึง ทำให้จังหวัดนครปฐมเป็นแหล่งรวมมรดกทางประวัติศาสตร์อาทิ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ด้าน ศาสนา ศิลปวัฒนธรรมประเพณีประกอบกับความเหมาะสมทางด้านภูมิศาสตร์ ซึ่งตั้งอยู่บริเวณ ลุ่มแม่น้ำท่าจีนที่มีลักษณะเป็นพื้นที่ราบลุ่มภาคกลางจึงทำให้จังหวัดเป็นแหล่งผลิตธัญญาหารที่ สำคัญมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ปัจจุบันจังหวัดนครปฐมได้จัดสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นขึ้นโดยรายละเอียดของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ดังนี้

### 2.4.1 ข้อมูลทั่วไปของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

- ตั้งอยู่ หมู่ที่ 2 ตำบลหนองดินแดง อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
- พื้นที่ตั้งอาคารใช้พื้นที่สาธารณะบึงลาดโพธิ์และที่ดินเอกชน จำนวน 5 ไร่ 2 งาน
- เวลาก่อสร้างทั้งสิ้น 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน 2549 ถึงวันที่ 30 มีนาคม 2550
- งบประมาณในการก่อสร้าง ทั้งสิ้นจำนวน 33.6 ล้านบาท



## 2.4.2 สิ่งปลูกสร้างภายในอาคารประกอบด้วย



ภาพที่ 2-4 อาคารแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นพร้อมศาลา



ภาพที่ 2-5 อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2-6 แพจำหน่ายอาหาร



ภาพที่ 2-7 อาคารห้องน้ำสาธารณะ



ภาพที่ 2-8 ลานจอดรถยนต์



ภาพที่ 2-9 ป้ายโครงการ



### 2.4.3 รายละเอียดพื้นที่ใช้สอยภายในโครงการ

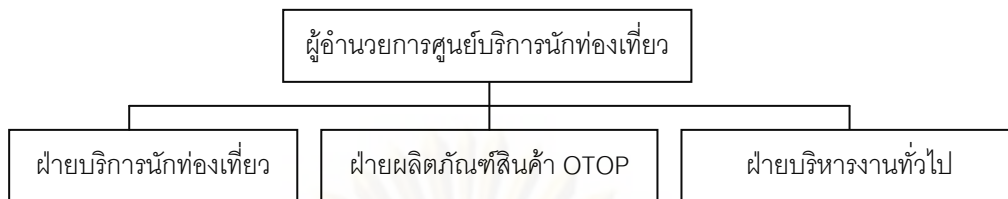
อาคารแสดงสินค้า OTOP และบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว		
พื้นที่ใช้สอย	128	ตารางเมตร
อาคารสำนักงานและส่วนบริการ		
พื้นที่ใช้สอย	135	ตารางเมตร
ศาลาอเนกประสงค์		
พื้นที่ใช้สอย	60	ตารางเมตร
ลานอเนกประสงค์		
พื้นที่ใช้สอย	150	ตารางเมตร
โรงจอดรถและลานจอดรถภายในโครงการ		
พื้นที่ใช้สอย	150	ตารางเมตร
อาคารบริการแพ		
พื้นที่ใช้สอย	40	ตารางเมตร
แพอาหาร 10x20 เมตร 2 หลัง หลังละ 200 ตารางเมตร		
พื้นที่ใช้สอย	400	ตารางเมตร
ห้องน้ำสาธารณะ		
พื้นที่ใช้สอย	38	ตารางเมตร
ลานจอดรถและลานคอนกรีต		
พื้นที่ใช้สอย	2,850	ตารางเมตร

### 2.4.4 วัตถุประสงค์ในการสร้าง

- เพื่อเป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสงานฉลองสิริราชสมบัติ ครบ 60 ปี ในปี พ.ศ. 2549
- เพื่อเป็นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงการบริหารจัดการการท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด
- เพื่อเป็นศูนย์กลางการบริการด้านข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม
- เพื่อเป็นศูนย์บริการ แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
- เพื่อเป็นศูนย์อาหารของดีจังหวัดรวมทั้งเป็นศูนย์บริการใต้สะพาน



#### 2.4.5 โครงสร้างการบริหารงาน

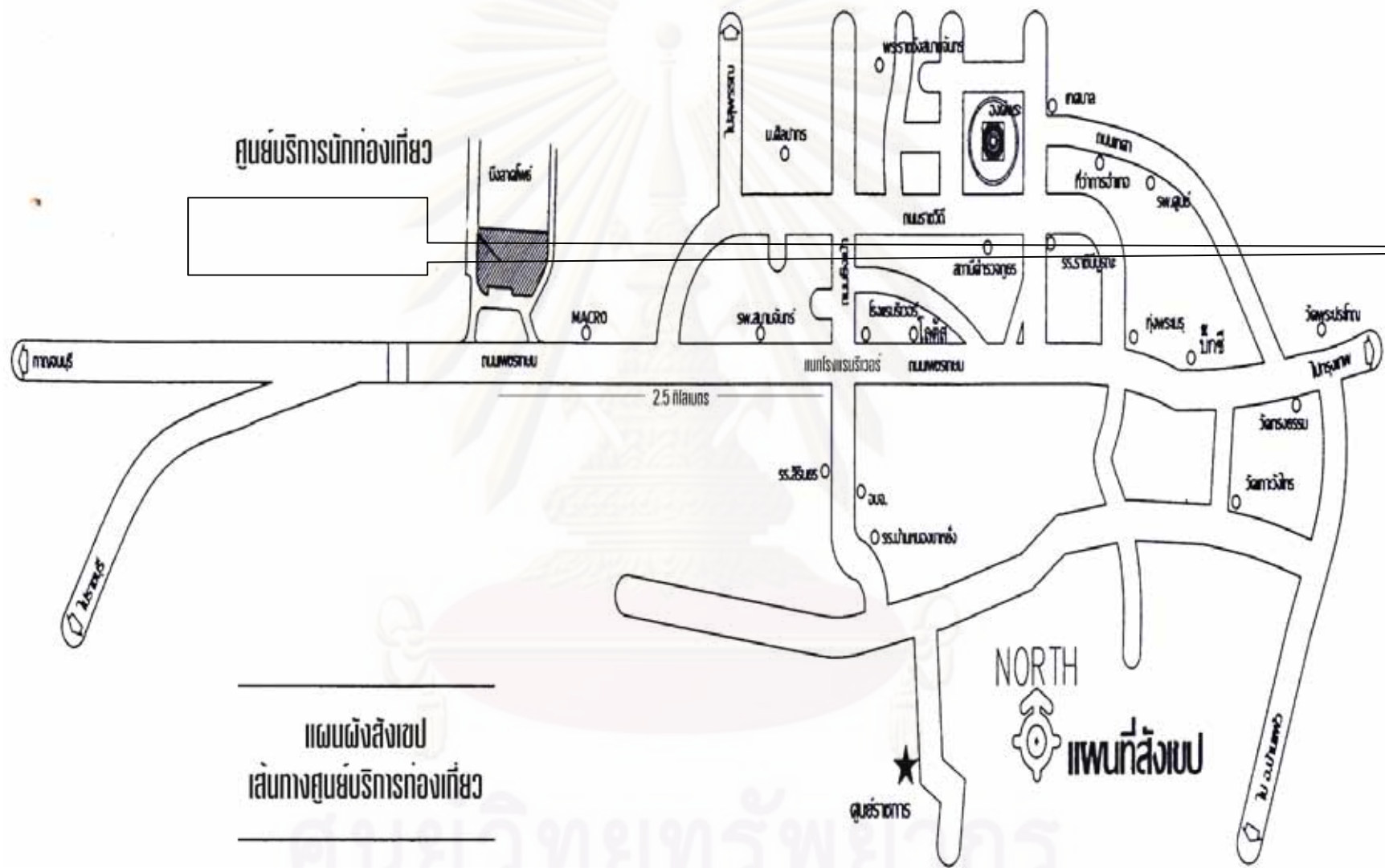


ภาพที่ 2-10 โครงสร้างการบริหารงาน

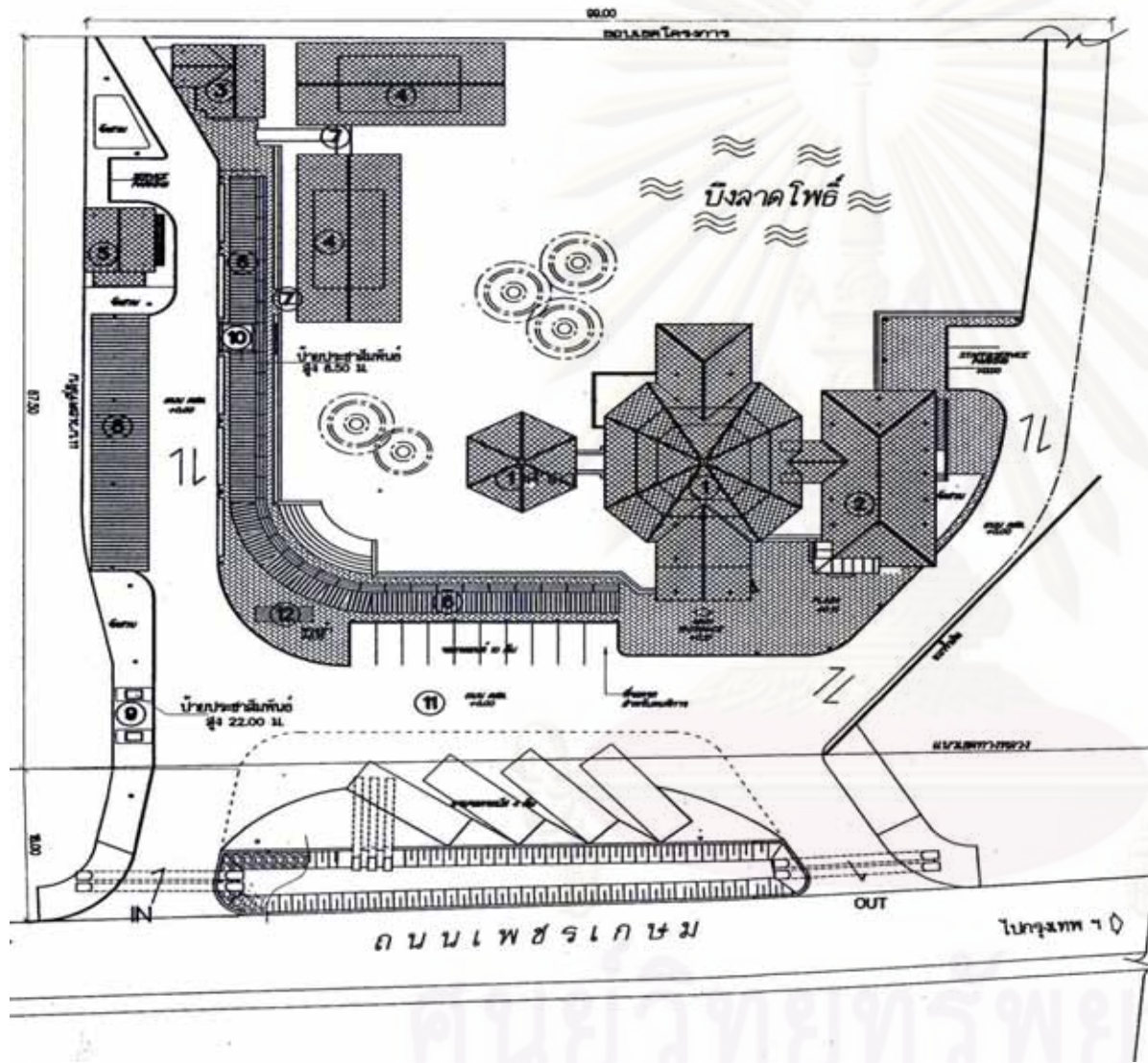
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมบริหารงานโดยหน่วยงานราชการจังหวัดซึ่งผู้ทำหน้าที่รับผิดชอบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว คือ ผู้อำนวยการศูนย์การนักท่องเที่ยว กี่ฟ้านันทนาการจังหวัดและมีผู้รับผิดชอบงานในส่วนต่างๆ ได้แก่ ฝ่ายบริการนักท่องเที่ยวทำหน้าที่รับผิดชอบการให้บริการนักท่องเที่ยว บริการสื่อสารสนเทศ บริการเอกสารแผนพับข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ฝ่ายผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และฝ่ายบริหารทั่วไป

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาพที่ 2-11 แผนผังสังเขปเส้นทางศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



ส่วนประกอบโครงการ

- ① อาคารซักล้าง-แลงชันน้ำ และสวน
- ② อาคารสำนักงานบริหาร
- ③ อาคารบริการแพทย์ทาง
- ④ แพทย์ทาง 1, 2
- ⑤ ห้องน้ำส้วกชาย
- ⑥ ทางเดินรถโรงพยาบาล
- ⑦ ทางเดินเชื่อม
- ⑧ โรงจอดรถ ๒ ชั้น
- ⑨ บัณฑิตพักฟื้นอยู่สูง 22 ม.
- ⑩ บัณฑิตพักฟื้นอยู่สูง 8.50 ม.
- ⑪ ถนนเชื่อม อาคารจอดรถ และอาคารตรวจรักษา AC
- ⑫ บัณฑิตลาดโพธิ์

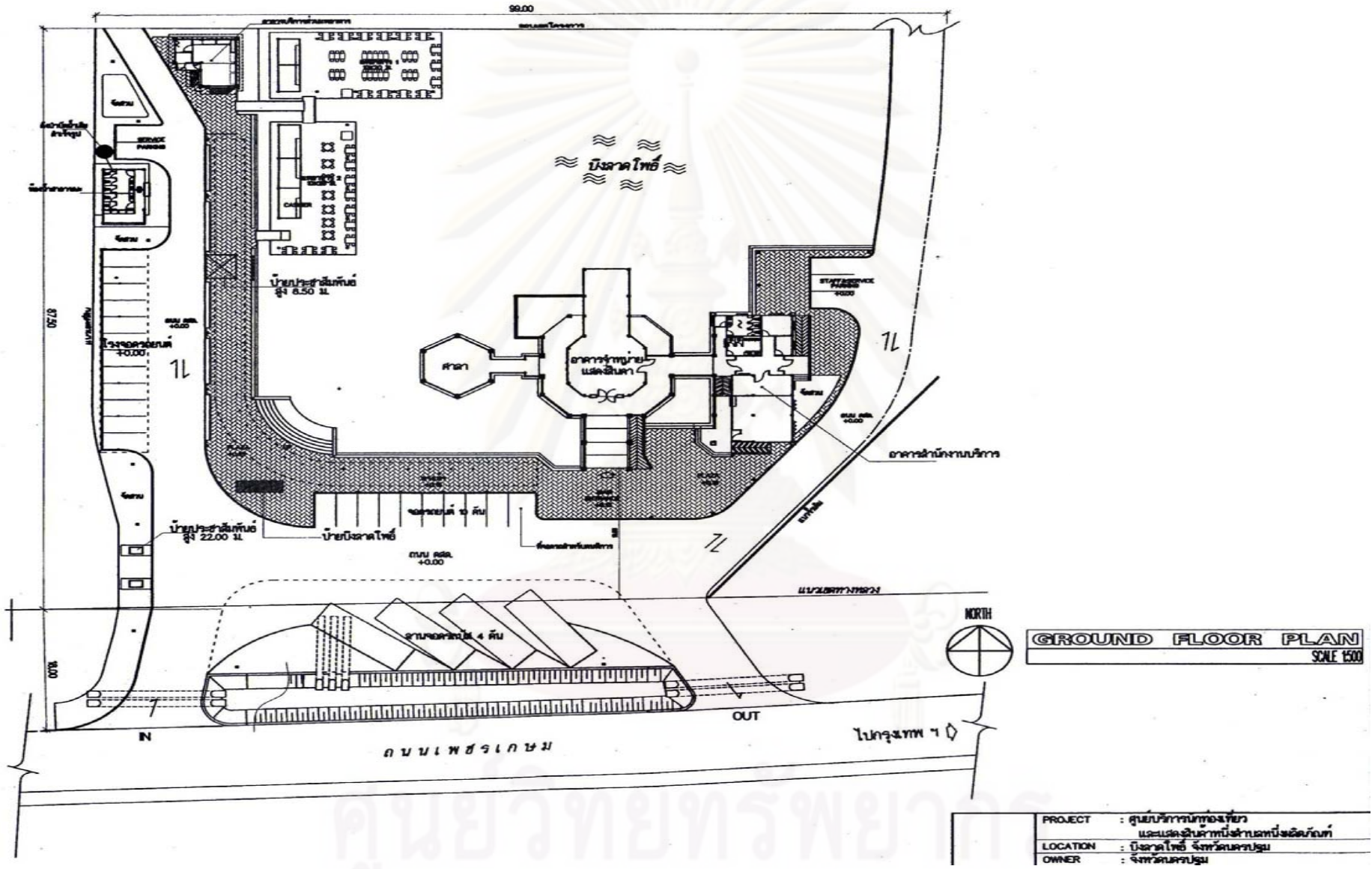


LAY OUT PLAN  
SCALE 1:500

PROJECT	: ศูนย์บริการทันตกรรม และแลงชันน้ำที่สำนักงานบัณฑิต
LOCATION	: บึงลาดโพธิ์ จังหวัดนครปฐม
NER	: จังหวัดนครปฐม

ภาพที่ 2-12 แผนผังส่วนประกอบโครงการ





ภาพที่ 2-13 แผนผังพื้นที่การใช้สอยภายในโครงการ

ศูนย์วิทยาศาสตร์สุขภาพ  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## 2.5 การตกแต่งภูมิทัศน์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

### 2.5.1 การปรุงแต่งสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการอยู่อาศัย

ปัจจัยธรรมชาติสามารถนำมาประยุกต์เป็นความได้เปรียบของการออกแบบสถาปัตยกรรมได้ ถ้าผู้ออกแบบมีความเข้าใจและนำมาใช้อย่างเหมาะสมถูกต้อง โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นของการออกแบบ ทั้งนี้เพราะปัจจัยธรรมชาติเป็นสิ่งที่ได้มาโดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย แต่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการออกแบบ และควบคุมสภาวะภายในอาคาร

#### 1) การพัฒนากระบวนการออกแบบและรูปแบบของอาคารให้ดีขึ้น

การออกแบบและก่อสร้างอาคารพักอาศัยที่มีมาตรฐานและสามารถควบคุมได้ ทั้งด้านการประหยัดพลังงาน ส่งเสริมพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อม และคุณภาพชีวิตในอาคาร ซึ่งจะส่งผลให้ทั้งภาครัฐและเอกชนมีการพัฒนาต่อไปในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของอาคารและสภาพแวดล้อมรอบอาคารสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง เช่น พื้นที่บางส่วนหรือทั้งหมดของหมู่บ้านจัดสรร เมื่อผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบและการก่อสร้างมีความรู้และความเข้าใจในการออกแบบอาคาร สามารถสร้างสรรคิให้อาคารอยู่ได้อย่างสบายตลอดเวลาทั้งต้องการหรือไม่ต้องการระบบปรับอากาศอย่างประหยัดพลังงาน ยิ่งยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนอีกทางหนึ่ง

#### 2) สร้างเกณฑ์ประเมินระบบนิเวศน์อย่างยั่งยืนของอาคารพักอาศัยเพื่อสร้างจิตสำนึก ในผู้อยู่อาศัยเล็งเห็นคุณค่าตลอดจนความสำคัญของระบบนิเวศน์และการประหยัดพลังงาน

##### - แสดงให้เห็นความเป็นไปได้ทางรูปธรรม

ในการจัดการทำดัชนีประเมินค่าต่างๆ ของอาคารพักอาศัยโดยอ้างอิงจากงานวิจัยตลอดจนการทดลองจริงมาประยุกต์ใช้กับอาคาร เป็นการแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของงานวิจัยที่สามารถนำมาประยุกต์และปรับใช้กับงานจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดการพัฒนางานวิจัยในเชิงอนุรักษ์เพื่อให้ตอบรับกับสภาพปัญหาการใช้พลังงานของประเทศ ตลอดจนวางแนวทางต่อไปในอนาคต เมื่อมีการแพร่ผลงานวิจัยออกสู่สาธารณชน

##### - การพิสูจน์ถึงแนวคิดที่เป็นจริงในการอนุรักษ์พลังงานและสิ่งแวดล้อม

เมื่อมีการประเมินค่าดัชนีระบบนิเวศน์และการประหยัดพลังงานของอาคารพักอาศัย เพื่อเป็นเกณฑ์ในการตรวจสอบประเมินการใช้ทรัพยากรและพลังงานเบื้องต้น โดยมีการตรวจสอบและส่งเสริมกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบและก่อสร้างเห็นถึงความสำคัญของการออกแบบที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงาน ทั้งในส่วนของงานสถาปัตยกรรม ส่วนของระบบแสงสว่างและอุปกรณ์ไฟฟ้าภายในอาคาร ส่วนของระบบปรับอากาศและคุณภาพอากาศภายในอาคาร ตลอดจนการปรับสภาพแวดล้อมภายนอกอาคาร เกิดการปรับปรุงและพัฒนางานสถาปัตยกรรมอย่างต่อเนื่อง

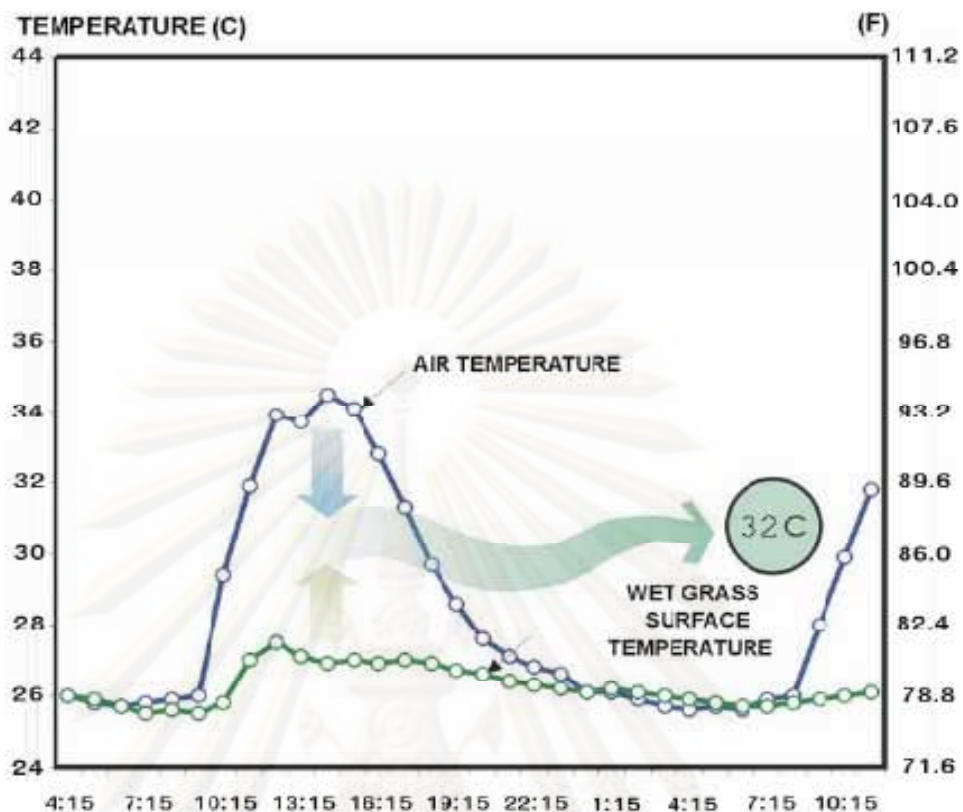
## - การเปรียบเทียบอาคารที่มีแนวคิดในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน

เมื่อประเมินค่าดัชนีระบบนิเวศน์และการประหยัดพลังงานของอาคาร เพื่อเป็นเกณฑ์ตรวจสอบประเมินการใช้ทรัพยากรและผลกระทบต่อเบื้องต้น โดยการตรวจสอบและให้คะแนนกับอาคาร จะทำให้เกิดจิตสำนึก การเปรียบเทียบหรือการแข่งขันในเชิงพัฒนา การปรับปรุงคุณภาพรูปแบบของอาคารเพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางที่เสนอแนะในดัชนีระบบนิเวศน์ จึงเป็นการกระตุ้นจิตสำนึกที่ดีของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการออกแบบและก่อสร้าง ตลอดจนผู้อยู่อาศัย ที่สอดคล้องกับแนวคิดหลักในการลดการใช้พลังงาน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดมลภาวะในภาพรวมของประเทศ

ปัจจุบันการออกแบบยังไม่มี ความเหมาะสมต่อสภาพแวดล้อม เนื่องจากในปัจจุบันสภาพแวดล้อมเต็มไปด้วยมลภาวะต่าง ๆ เช่น ความร้อนของอากาศในเมืองที่เพิ่มสูงขึ้น เป็นต้น สถาปัตยกรรมต่าง ๆ ที่เคยเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและการใช้ชีวิตในอดีต จึงไม่สามารถตอบสนองต่อประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพชีวิตของคนไทยในปัจจุบันได้ รวมถึงบางส่วนที่มีการนำรูปแบบอาคารตลอดจนการใช้วัสดุจากต่างประเทศโดยไม่ได้ปรับให้เหมาะสมกับสภาพภูมิอากาศร้อนชื้นจนก่อให้เกิดปัญหาของการใช้พลังงานอาคารขึ้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำการประยุกต์ใช้นโยบายการสร้างดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพพลังงานของอาคารมากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการกำหนดนโยบายด้านการอนุรักษ์พลังงานของอาคาร และมีความเข้าใจเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานอาคารในภูมิอากาศร้อนชื้น ดังจะเห็นได้จากหลักการในการออกแบบนั้นจำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลสำคัญ ได้แก่ ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม รูปทรงและทิศทางอาคาร เปลือกอาคาร การรั่วซึมของอากาศ การใช้แสงธรรมชาติ และแสงประดิษฐ์ในอาคาร อุปกรณ์งานระบบและประสิทธิภาพของเครื่องใช้ภายในอาคาร ตลอดจนลักษณะการใช้งานในอาคารและภาวะที่เป็นผลมาจากพฤติกรรมการใช้อาคารโดยมีรายละเอียดดังนี้

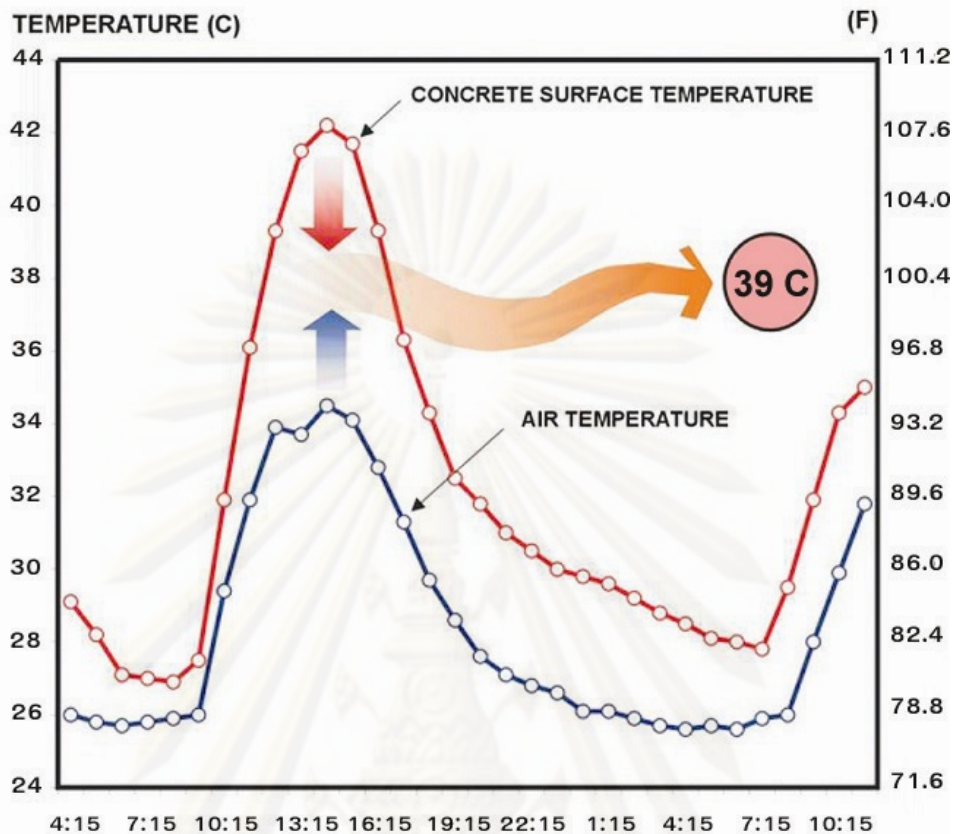
### 2.5.2 ที่ตั้งและสภาพแวดล้อม

การพิจารณาสภาพแวดล้อมของอาคาร เป็นปัจจัยที่มีทั้งการบั่นทอนสภาวะของอาคารให้เลวร้ายหรือเอื้อประโยชน์ได้ หากมีการปรุงแต่งที่ถูกต้อง ความเข้าใจในสภาพภูมิอากาศ ภูมิประเทศเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เนื่องจากเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันออกไปของสภาพดังกล่าวส่งผลให้สภาพแวดล้อมของอาคารแตกต่างกันออกไป โดยเฉพาะประเทศไทยที่มีลักษณะภูมิอากาศแบบร้อนชื้น



แผนภูมิที่ 2-1 แสดงการสร้างสภาวะแวดล้อมที่ดีจะส่งผลให้อุณหภูมิอากาศโดยเฉลี่ยลดลงมาก ทำให้มีความเหมาะสมต่อการใช้งานในอาคาร (สุนทร บุญญาธิการ, 2542)

การศึกษาถึงอิทธิพลสภาพภูมิอากาศต่อการออกแบบเพื่อการประหยัดพลังงานในที่ใด ๆ ก็ตามพบว่า เมื่อผนวกเอาอุณหภูมิอากาศและอิทธิพลของความเร็วลมมาใช้แล้ว ได้ผลว่าสามารถประหยัดพลังงานได้ก็ควรนำเอาอากาศจากภายนอกมาใช้เพื่อสร้างสภาวะที่เหมาะสมสำหรับภายในอาคารโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาคารที่ใช้ระบบระบายอากาศตามธรรมชาติโดยสามารถทำได้จากการใช้ประโยชน์จากปัจจัยธรรมชาติให้ได้มากที่สุดมาปรุงแต่งสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการประหยัดพลังงานประหยัดพลังงานได้ก็ควรนำเอาอากาศจากภายนอกมาใช้เพื่อสร้างสภาวะที่เหมาะสมสำหรับภายในอาคารโดยเฉพาะอย่างยิ่งอาคารที่ใช้ระบบระบายอากาศตามธรรมชาติโดยสามารถทำได้จากการใช้ประโยชน์จากปัจจัยธรรมชาติให้ได้มากที่สุดมาปรุงแต่งสภาพแวดล้อมให้เอื้ออำนวยต่อการประหยัดพลังงาน



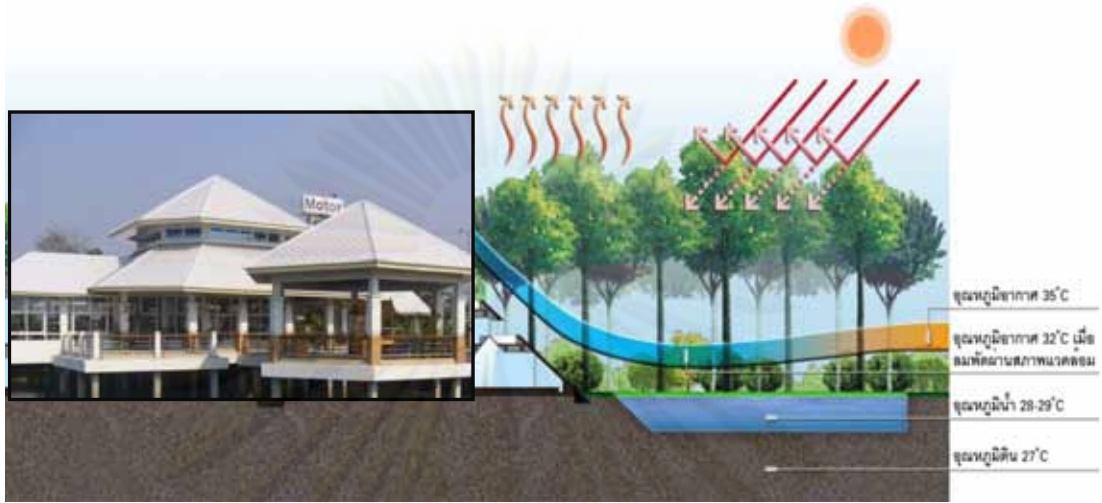
แผนภูมิที่ 2-2 การสร้างสภาวะแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมจะส่งผลให้อุณหภูมิอากาศโดยเฉลี่ยสูงขึ้น ทำให้ไม่มีความเหมาะสมต่อการใช้งานในอาคาร (สุนทร บุญญาธิการ, 2542)

### 2.5.3 การใช้ประโยชน์จากต้นไม้

ในสภาพภูมิอากาศร้อนชื้นแบบอาคารนั้นจะมีการใช้ต้นไม้ขนาดใหญ่การมีต้นไม้ขนาดใหญ่เป็นจำนวนมากเป็นปัจจัยหนึ่งจะช่วยลดความรุนแรงของอุณหภูมิอากาศในเวลากลางวันได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะต้นไม้จะใช้พลังงานความร้อนจากดวงอาทิตย์และสภาพแวดล้อมในการดำรงชีวิต โดยการดูดเอาน้ำจากใต้ดินขึ้นมาแปลงสภาพให้เป็นไอน้ำผ่านออกทางปากใบ กระบวนการสังเคราะห์แสงดังกล่าวจะต้องใช้พลังงานความร้อนประมาณ 2.3 เมกะจูล (2,200 บีทียู) เพื่อทำให้น้ำ 1 ลิตรเปลี่ยนเป็นไอ ดังนั้น อาจประมาณการได้ว่าในช่วงเวลากลางวัน (12 ชั่วโมง) ถ้าหากต้นไม้ขนาดใหญ่ต้นหนึ่งสามารถดูดน้ำจากดินขึ้นมาแล้วแปลงสภาพน้ำให้เป็นไอน้ำในอัตรา 65 ลิตรต่อวัน ต้นไม้ต้นนั้นจะมีความสามารถในการลดความร้อนให้กับสภาพแวดล้อมเทียบเท่ากับเครื่องปรับอากาศ 1 ตัน หรือประมาณ 12.66 เมกะจูลต่อชั่วโมง (12,000 บีทียูต่อชั่วโมง) ซึ่งเทียบเท่ากับความเย็นที่ได้รับจากเครื่องปรับอากาศขนาด 1 ตัน แต่ในปัจจุบันต้นไม้มีจำนวน



น้อยลง การระเหยของน้ำก็ลดลง ทำให้ปริมาณไอน้ำที่มีอยู่ในอากาศจากการคายน้ำของต้นไม้ และการระเหยของแหล่งน้ำน้อยลงด้วย ผลก็คือ สภาพแวดล้อมมีอุณหภูมิสูงขึ้น ดังนั้นต้นไม้ขนาดใหญ่จึงมีความจำเป็นต่อสภาพแวดล้อมทั้งนี้เพราะช่วยลดซับพลังงานความร้อนที่เกิดขึ้นให้ลดลง



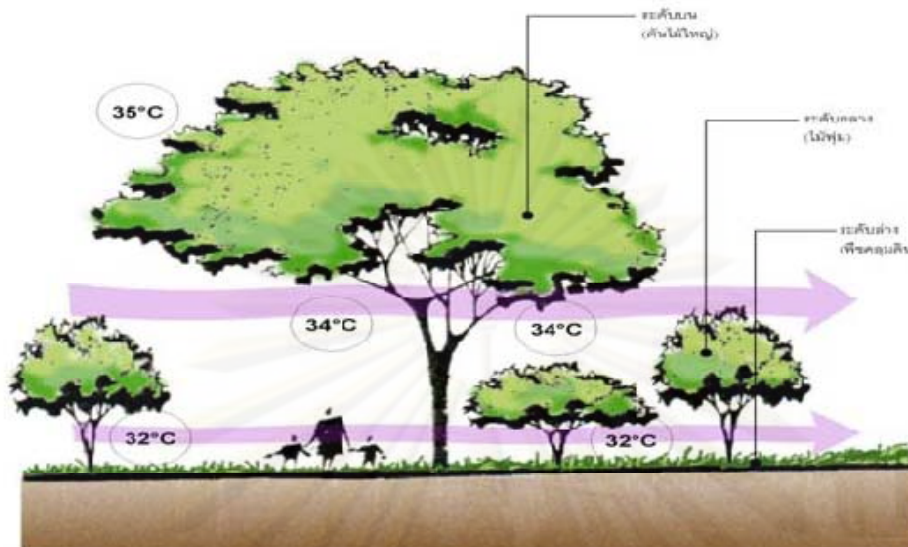
ภาพที่ 2-14 การปรุงแต่งสภาพแวดล้อมโดยรอบอาคาร



ภาพที่ 2-15 การใช้ประโยชน์จากต้นไม้ใหญ่

จากการที่ต้นไม้ใหญ่แต่ละต้นสามารถช่วยลดความร้อนให้กับสภาพแวดล้อมได้มาก ดังนั้น ถ้าต้องการใช้ประโยชน์จากการมีต้นไม้ใหญ่อย่างเต็มที่ ควรสร้างสภาพแวดล้อมเบื้องต้นอาคารให้ปกคลุมด้วยต้นไม้ใหญ่ เพราะนอกจากจะช่วยบังเงาให้แก่อาคารแล้ว ยังทำให้เกิดการระเหยของน้ำ โดยการแปลงสภาพรังสีจากดวงอาทิตย์ให้กลายเป็นไอน้ำก่อนที่จะผ่านลงมายังตัวอาคาร นอกจากนี้การเลือกใช้ต้นไม้ประเภทต่างๆอย่างเข้าใจ เช่น ใช้ต้นไม้สูงเพื่อกกรองแดดหรือสกัดกั้นแสงแดดจากด้านบน โดยมีพุ่มใบของต้นไม้เป็นตัวแปลงสภาพแวดล้อมให้เย็น จาก

การใช้รากดูดน้ำและคายน้ำที่ใบ ผลที่ได้ก็คือความแตกต่างระหว่างอุณหภูมิที่เหนือและใต้พุ่มใบ โดยที่บริเวณใต้พุ่มใบจะมีอุณหภูมิที่เย็นกว่าอุณหภูมิด้านบนเหนือพุ่มใบมาก



ภาพที่ 2-16 แสดงตัวอย่างการใช้ต้นไม้ระดับความสูงต่าง ๆ เพื่อสร้างสภาวะแวดล้อมที่มีอุณหภูมิต่ำ (สุนทร บุญญาธิการ, 2542)

การใช้ต้นไม้ขนาดใหญ่และขนาดกลางปลูกในบริเวณรอบๆอาคาร นอกจากจะช่วยให้สภาพแวดล้อมใต้ต้นไม้เหล่านั้นเย็นกว่าอากาศภายนอกทั่วไปเนื่องจากกระบวนการสังเคราะห์แสงแล้ว ใบของต้นไม้ยังช่วยกรองแสงแดดที่จะส่องลงมายังบริเวณผิวดินโดยตรง เป็นการป้องกันการถ่ายเทความร้อนที่เกิดจากแสงแดดโดยตรง และช่วยในการบังแสงแดดที่จะส่องเข้าสู่ช่องเปิดของตัวอาคารได้อีกด้วยการใช้ประโยชน์จากพืชคลุมดิน ซึ่งทำหน้าที่ในการดูดซับเอาน้ำจากใต้ดินมาระเหยทำให้ระดับผิวดินมีอุณหภูมิต่ำกว่าอากาศมาก ในบางกรณีอุณหภูมิที่ผิวดินภายใต้พุ่มใบของพุ่มไม้ อาจมีอุณหภูมิใกล้เคียงกับอุณหภูมิกระเปาะเปียก (Wet - Bulb Temperature) ซึ่งจะช่วยให้ดินบริเวณนั้นเย็นและความเย็นดังกล่าวก็จะถูกดูดซับเข้าสู่ผิวดินจนทำให้ดินในบริเวณนั้นสามารถส่งผ่านความเย็นต่อเนื่องกันไปถึงพื้นที่ใต้อาคารได้ เป็นต้น

#### 2.5.4 การใช้ประโยชน์จากพืชคลุมดิน

การปรุงแต่งสภาพแวดล้อมในระดับที่ต่ำลงมาจากพุ่มใบของต้นไม้ใหญ่ก็คือการใช้พืชคลุมดิน โดยเป็นส่วนที่ทำหน้าที่ในการดูดซับเอาน้ำจากใต้ดินมาระเหย ทำให้ระดับผิวดินมีอุณหภูมิต่ำกว่าอากาศมาก ในบางกรณีอุณหภูมิที่ผิวดิน ภายใต้พุ่มใบของต้นไม้ อาจมีอุณหภูมิใกล้เคียงกับอุณหภูมิกระเปาะเปียกซึ่งจะทำให้ดินบริเวณนั้นเย็น และความเย็นดังกล่าวก็จะถูกดูดซับเข้าสู่ผิวดินจนสามารถทำให้ดินบริเวณนั้นส่งผ่านความเย็นต่อเนื่องกันไปถึงพื้นที่ใต้อาคารได้



ภาพที่ 2-17 การใช้หญ้าหรือพืชคลุมดินเพื่อการปรับสภาพแวดล้อมรอบอาคาร

นอกจากนี้แล้วยังพบว่าในบริเวณสนามหญ้าก็มีอุณหภูมิเย็นกว่าอุณหภูมิอากาศ ถึงแม้ว่าจะไม่เย็นมากเท่าอุณหภูมิภายใต้พืชคลุมดินก็ตาม(Reference) แต่เป็นการแสดงให้เห็นว่าการที่จะทำให้สภาพแวดล้อมเย็นได้นั้นจะต้องทำให้อุณหภูมิที่ผิวดินเย็นลงเสียก่อนเพราะนอกจากจะทำให้ลมที่พัดผ่านมาเย็นลงแล้วยังทำให้เกิดผิวของสภาพแวดล้อมที่เย็นเป็นผลให้ผู้ใช้อาคารรู้สึกเย็นสบาย เนื่องจากมีการแลกเปลี่ยนความร้อนระหว่างผิวกายกับสภาพแวดล้อมที่เย็นกว่าอีกด้วย เทคนิคนี้เป็นเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมไทยในการสร้างสภาวะแวดล้อมบริเวณใต้ถุนบ้านให้เย็นสบาย

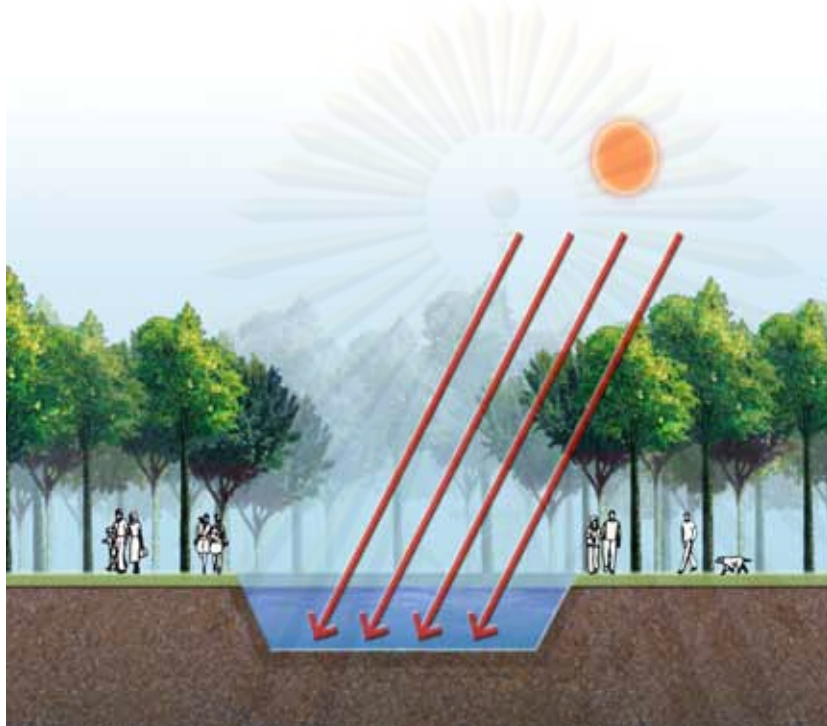
การปลูกหญ้าหรือพืชคลุมดิน เป็นเสมือนฉนวนป้องกันความร้อนให้กับดินในขณะเดียวกันก็เป็นการเหนี่ยวนำความเย็นลงสู่ดินซึ่งจะมีผลทางด้าน การแลกเปลี่ยนรังสีความร้อนสู่ผิวดินที่เย็นกว่า เนื่องจากความแตกต่างของอุณหภูมิ นอกเหนือจากนั้นยังเป็นการเสริมสร้างบรรยากาศที่ร่มรื่นต่อสายตาและป้องกันการสะท้อนของแสงที่อาจทำให้เกิดความจ้า (Glare) ของสายตาและป้องกันฝุ่นที่เกิดจากดินที่แห้งได้อีกด้วย

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### 2.5.5 การใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ

การระเหยของน้ำทำให้อากาศเย็นลงแต่ชื้นกว่าเดิมต้องการหาทางลดการสะสมความชื้น มี  
การระบายอากาศที่ดี



1. การดูดซับพลังงานความร้อนในเวลากลางวัน ทำให้บริเวณโดยรอบเย็นลง

ภาพที่ 2-18 การใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำเพื่อดูดซับพลังงานความร้อนในเวลากลางวัน



2. น้ำที่มีความลึกเฉลี่ย 1.50 เมตร จะมีความสามารถในการจุความร้อนได้เพียงพอที่จะรักษาระดับอุณหภูมิให้มีความสม่ำเสมอ



## ภาพที่ 2-19 การใช้แหล่งน้ำที่มีความลึกพอเหมาะเพื่อที่จะรักษาอุณหภูมิให้คงที่

แหล่งน้ำขนาดใหญ่ที่มีความลึกตั้งแต่ 1.5 เมตรขึ้นไปสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างความเย็นให้กับสภาพแวดล้อมได้ โดยการให้กระแสลมที่พัดผ่านบริเวณผิวน้ำของน้ำที่เย็น และแลกเปลี่ยนความร้อนกับอากาศนั้นนำเข้ามาภายในอาคารแต่มีข้อควรระวังในเรื่องของความชื้นที่มากับลมด้วย จะพบว่าเมื่อลมพัดผ่านผิวน้ำในระยะทางที่ยาวเพียงพอ อุณหภูมิอากาศจะค่อยๆ เย็นลงไปพร้อมกับความชื้นที่เพิ่มขึ้น ผลที่ได้ก็คืออากาศที่มีอุณหภูมิเย็นลงกว่าเดิมแต่มีความชื้นเพิ่มขึ้น ตัวอย่างเช่น อากาศที่อุณหภูมิ 35 องศาเซลเซียส ความชื้นสัมพัทธ์ 50 เปอร์เซ็นต์ เมื่อพัดผ่านพื้นน้ำที่มีอุณหภูมิประมาณ 28 องศาเซลเซียส ในบริเวณกว้างจะทำให้อุณหภูมิของอากาศที่พัดผ่านแหล่งน้ำนั้นมีอุณหภูมิต่ำลงได้ถึง 3 องศาเซลเซียส (Reference) หรือมีอุณหภูมิประมาณ 32 องศาเซลเซียส ในขณะที่มีความชื้นเพิ่มขึ้นจาก 50 เปอร์เซ็นต์ เป็น 58 เปอร์เซ็นต์

ในเชิงปฏิบัติแล้วถ้านำเอาอากาศมาใช้ในอาคาร (Fresh Air) จะไม่เป็นการช่วยลดการใช้พลังงาน เนื่องจากอากาศนั้นมีความชื้นมาขึ้นกว่าเดิมแต่ในสภาพทั่วไปที่มีลมพัดหรือมีอากาศถ่ายเทสะดวกความชื้นก็จะไม่สะสมมากนักแต่จะเป็นการสร้างความร่วมมือให้กับสภาพแวดล้อมและช่วยลดความแตกต่างระหว่างอุณหภูมิของสภาพแวดล้อมภายนอกและภายในอาคารซึ่งจะเป็นการลดภาระในการทำความเย็นให้กับอาคาร

กระบวนทัศน์ (Paradigm) ที่มองมนุษย์เป็นศูนย์กลางสำหรับพื้นฐานความสบายที่ต้องการข้างต้นนำมาเป็นหลักของการพิจารณาในการจัดการสภาวะแวดล้อมให้น่าอยู่ ถ้าตัวแปรของสภาวะน่าสบายทั้งหมดอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเดิมอยู่แล้ว จึงไม่จำเป็นที่จะไปปรุงแต่งใด ๆ เพิ่มเติมอีก เนื่องจากเป็นสภาพที่เหมาะสมต่อการใช้งานและอยู่อาศัย แต่ตามความเป็นจริงอย่างยิ่งในสภาวะปัจจุบัน สิ่งแวดล้อมจะมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยจะพบว่าการที่ตัวแปรสภาวะน่าสบายทุกตัวจะอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อความพึงพอใจของมนุษย์เป็นไปได้ยาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีกลุ่มตัวแปรความสบายทางด้านจิตใจ (Psychological Factors) เพราะความรู้สึกชอบหรือประทับใจของมนุษย์มีความหลากหลายแตกต่างกันตามประสบการณ์แต่ละบุคคล

การควบคุมกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ ให้อยู่ในสภาวะที่กำหนดโดยเฉพาะจะเน้นในกลุ่มของตัวแปรกายภาพ (Physical Factors) จากประสาทการรับรู้ (Exterioceptors) ที่แปรเป็นความรู้สึก ร้อนหนาว ซึ่ง Fanger (1970) ได้กำหนดไว้ 6 ตัวแปร เป็นตัวแปรด้านสภาพแวดล้อม 4 ตัวแปร และตัวแปรด้านบุคคล 2 ตัวแปร คือ ตัวแปรทางการเผาผลาญในร่างกายและกิจกรรมของมนุษย์ (Metabolism Rate and Activity Factor)

ตัวแปรของมนุษย์ (Human Factors) นั้น แปรผันโดยตรงกับการจัดการรูปแบบของการใช้ชีวิตของมนุษย์ปกติให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมที่เป็นอยู่ การวิจัยนี้จะศึกษากลุ่มองค์ประกอบ

สภาพแวดล้อม (Environmental Factors) ซึ่งสามารถนำมาใช้พัฒนาการออกแบบสถาปัตยกรรม และช่วยปรับปรุงสิ่งแวดล้อมให้มีสภาวะน่าสบายสำหรับมนุษย์เกิดขึ้น กรณีภูมิภาคร้อนชื้นแบบ ประเทศไทยนั้น มีอุณหภูมิเฉลี่ยค่อนข้างสูงตลอดทั้งปี และมีช่วงของความชื้นสัมพัทธ์อยู่ในเกณฑ์ สูงถึง 6 - 7 เดือนใน 1 ปีโดยอุณหภูมิและความชื้นสัมพัทธ์อยู่ในระดับที่สูงกว่าสภาวะที่น่าสบาย ของมนุษย์

การใช้ปัจจัยทางธรรมชาติเพื่อให้มนุษย์อยู่ในสภาวะน่าสบายนั้นอาจไม่เพียงพอ จึงควร พิจารณาในรายละเอียดของตัวแปรทั้ง 4 ในกลุ่มองค์ประกอบสภาพแวดล้อมพบว่า เมื่อต้องการ ควบคุมความเร็วลมให้อยู่ในสภาวะลมสงบหรือมีความเร็วน้อยกว่า 1 กม. /ชม. ความชื้นสัมพัทธ์ ประมาณ 50 % และอุณหภูมิอันเนื่องมาจากความร้อนจากการแผ่รังสีของวัสดุรอบข้างใกล้เคียงหรือ เท่ากันกับอุณหภูมิอากาศจำเป็นที่จะมีการจัดการให้อยู่ในสภาวะที่สามารถควบคุมได้จึง จำเป็นต้องใช้ระบบเครื่องกลปรับสภาพอากาศเข้ามาช่วย (Active Concept) เพื่อตอบสนองของความ สบายด้านความรู้สึกร้อน - หนาวของมนุษย์เพียงอย่างเดียว แต่ผลที่ตามมา คือ การสิ้นเปลืองการ บริโภคพลังงานไฟฟ้าเพื่อการปรับสภาพอากาศนั้นสูงขึ้นเป็นภาระเพิ่มขึ้นต่อสภาพแวดล้อม ภายนอก ดังนั้น การจัดการระบบทศน์ใหม่ในการแก้ปัญหานั้นจะต้องค้นหาแนวความคิด ผสมผสานเทคโนโลยีสมัยใหม่และการประยุกต์สภาพแวดล้อมตามธรรมชาติ (Hybrid Concept) เพื่อคุณภาพชีวิตมนุษย์และอนุรักษ์พลังงานรวมถึงสภาพแวดล้อมนำมาบูรณาการให้ได้ประโยชน์ อย่างสูงสุด

การสร้างสภาวะความน่าสบายของมนุษย์ โดยพิจารณาแต่ละตัวแปรความน่าสบาย พบว่า ถ้าทำการควบคุมความสบายเนื่องจากการมองเห็นและแสงสว่าง คุณภาพเสียง และ คุณภาพอากาศอย่างใดอย่างหนึ่งหรือผสมผสานกันก็ยังคงไม่สามารถทำให้มนุษย์อยู่ในสภาวะน่า สบาย นอกจากสามารถควบคุมตัวแปรด้านอุณหภูมิน่าสบาย เพียงตัวแปรเดียวให้อยู่ในระดับน่า สบาย สภาวะภายนอกอาคารส่วนใหญ่นั้นมีแนวโน้มที่จะมีอุณหภูมิสูงกว่าอุณหภูมิน่าสบาย ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้มากที่เกือบตลอดทั้งปีในกรุงเทพมหานครนั้น มีเฉพาะการปรับสภาวะ อากาศภายในอาคารโดยใช้ระบบเครื่องกลหรือเครื่องปรับอากาศเป็นหลักเท่านั้น ที่ทำให้มี อุณหภูมิและความชื้นลดลงจนอยู่ในเขตสบาย นั้นหมายความว่าต้องใช้พลังงานในการนำอากาศ จากภายนอกมาปรับสภาพให้อยู่ในเขตสบายโดยเครื่องปรับอากาศ ซึ่งจะต้องใช้พลังงานปริมาณ มหาศาลในการลดอุณหภูมิในรูปของความร้อนสัมผัส (Sensible Heat) และลดความชื้นที่อยู่ใน รูปแบบของความชื้นแฝง (Latent Heat) เพราะโดยทั่วไปแล้วอุณหภูมิอากาศภายในอาคารที่ ก่อสร้างระบบทั่วไป จะสูงกว่าอุณหภูมิอากาศภายนอกเกือบตลอดเวลา ยกเว้นแต่จะมีเทคนิคการ ออกแบบโดยใช้ประโยชน์จากมวลสาร (Thermal Mass) เพื่อหน่วงเหนี่ยวความร้อนที่ถ่ายเทเข้าสู่

ภายในอาคารได้อย่างเหมาะสม ดังนั้นอาคารที่จะมีดัชนีที่มีประสิทธิภาพในด้านการปรับอากาศที่ดี สามารถพิจารณาได้จากภาระในการทำความเย็น (Cooling Load) ของอาคารนั่นเอง

การจัดภูมิทัศน์บริเวณรอบอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีความสวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการผู้บริหารควรที่จะพิจารณาในประเด็นดังกล่าวข้างต้นได้แก่ การปลูกต้นไม้ การปลูกพืชคลุมดิน การใช้ประโยชน์จากแหล่งน้ำ เพื่อปรับปรุงบริเวณภูมิทัศน์โดยรอบให้มีความสวยงาม

## 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทบทวนเอกสาร และงานวิจัยดังต่อไปนี้

ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดแม่ฮ่องสอนการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการสำรวจข้อมูลและศึกษารายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 49 แห่งในจังหวัดแม่ฮ่องสอน และศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อนำมาทำการเปรียบเทียบศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัด รวมทั้งการศึกษาปริมาณการท่องเที่ยวกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งในจังหวัดแม่ฮ่องสอน

ที่ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรในการศึกษาเพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. ตัวแปรในเรื่องความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ถนน รถรับจ้าง ความยาวของระยะทาง ป้ายบอกทาง ระยะเวลาในการเข้าถึง
  2. ตัวแปรในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ ได้แก่ น้ำ ไฟฟ้า ห้องสุขา บริเวณที่จอดรถ การกำจัดน้ำเสีย ศาลาที่พัก โทรศัพท์ ปิมน้ำมัน โรงแรมที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว บริการนำเที่ยว การดูแลรักษาความปลอดภัย เป็นต้น
  3. ตัวแปรในเรื่องคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว คุณค่าทางธรรมชาติ คุณค่าทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี และลักษณะเด่นของแหล่งท่องเที่ยว
- ผลการศึกษาพบว่าแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเภทมีค่าศักยภาพแตกต่างกัน ดังนี้
1. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถานมีค่าศักยภาพสูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
  2. แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมมีค่าศักยภาพสูงกว่าแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ
  3. แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศาสนสถานมีค่าศักยภาพไม่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรม (จุฑามาศ ไชยศร, 2536)



การศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.) ผลการศึกษาพบว่าทั้ง อบต. และ สต. มีปัญหาอุปสรรค และข้อจำกัดหลายประการที่ยังไม่สามารถทำให้การบริหารและจัดการการท่องเที่ยวดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพได้แก่ ปัญหาด้านงบประมาณ ปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาด้านการประสานงานระหว่าง อบต. หรือ สต. กับหน่วยงานอื่นที่รับผิดชอบการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวอยู่ก่อน ปัญหาด้านการออกกฎระเบียบข้อบังคับในพื้นที่ ปัญหาความขัดแย้งด้านการจัดแบ่งผลประโยชน์ภายในและภายนอก อบต. และ สต. คณะผู้วิจัยได้เสนอแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวสำหรับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.) ซึ่งประกอบด้วย 5 ประเด็นคือ 1. การตลาดและการประชาสัมพันธ์ 2. การสำรวจและพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว 3. การบริหารและจัดการ 4. การวางแผนปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว 5. การรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอำนาจหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.) ควรดำเนินการโดยคณะกรรมการร่วมจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่และสถาบันดำรงราชานุภาพ, 2541)

การวิจัยเรื่องแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์กรณีศึกษาวนอุทยานภูชี้ฟ้า จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ในด้านการบริหารจัดการยังขาดการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนท้องถิ่น ไม่มีศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีความพร้อมไว้รองรับการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยว ป้ายสัญลักษณ์บอกทางไม่เพียงพอและไม่ชัดเจน ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวภูชี้ฟ้าไว้ดังนี้ คือ ในระดับนโยบายควรมีรูปแบบการบริหารโดยกระจายอำนาจไปในระดับท้องถิ่นและเน้นให้ท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการพื้นที่โดยคำนึงถึงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ แนวทางสำหรับกลุ่มประชากรผลการศึกษาได้แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือกลุ่มนักท่องเที่ยวควรเน้นความเข้าใจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และกลุ่มคนในท้องถิ่น ควรเน้นการให้บริการนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมในการจัดการพื้นที่ รวมทั้งการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเท่าเทียม และผู้ประกอบการควรเน้นการให้บริการในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ รวมทั้งมีคฤหาสน์ควรตระหนักและสามารถให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวถึงการเข้ามาใช้พื้นที่ โดยคำนึงถึงการเอาใจใส่ต่อสภาพแวดล้อมรอบตัว ผู้วิจัยได้ทิ้งท้ายไว้ว่าการปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพแก่แหล่งท่องเที่ยวนั้นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการร่วมมือเข้ามาบริหารและจัดการแหล่งท่องเที่ยวอันจะนำไปสู่ผลสำเร็จของการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อไป (นิพล เชื้อเมืองพาน, 2542)



การศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนกรณีศึกษาตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่าตลาดริมน้ำดอนหวายมีสภาพปัญหาจากการท่องเที่ยวสรุปได้ 5 ประเด็นคือ ปัญหาสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ปัญหาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัญหาการมีส่วนร่วมขององค์กรในชุมชน และปัญหาอื่นๆ ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการจัดการปัญหาโดยการแก้ไขปัญหาคือต้องได้รับความร่วมมือจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาล เอกชน องค์กรปกครองท้องถิ่นและนักวิชาการนอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้เสนอรูปแบบการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนซึ่งโครงสร้างการบริหารประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ ฝ่ายบริการและจัดการนำเที่ยว ฝ่ายแผนงานโครงสร้างและ ฝ่ายธุรการ (ประหยัด ตะคอนรัมย์, 2544)

การศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่าแนวคิดของการจัดการการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในประเทศไทยจะต้องเกิดจากการร่วมมือกันของทุกภาคส่วนที่มีหน้าที่รับผิดชอบซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดไว้ 4 กลุ่มได้แก่

- 1) ภาครัฐหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ
- 2) ภาคเอกชนหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
- 3) ชุมชนหรือเจ้าของพื้นที่
- 4) นักท่องเที่ยว ทั้ง 4 กลุ่มนี้ต้องบริหารและรับผิดชอบร่วมกันเพื่อให้การบริหารจัดการ

แหล่งท่องเที่ยวเกิดประสิทธิภาพ

โดยผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการซึ่งประกอบด้วย

- 1) การจัดการทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมและเพียงพอ
- 2) การตลาด การบริการ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นกลยุทธ์ไว้ช่วยในการส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยว
- 3) การสนับสนุนการศึกษาและพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง
- 4) การจัดการด้านการมีส่วนร่วมของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องซึ่งการจัดการทุกอย่างต้องทำอย่างสอดคล้องและเป็นระบบการบริหารและจัดการจึงจะได้ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (วรัญญา เวียงอำพล, 2546)

การศึกษาการหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีปัญหา อุปสรรค และข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การบริหารและจัดการดำเนินไป

อย่างไร้ประสิทธิภาพได้แก่ องค์กรหรือหน่วยงานที่ทำการบริหารงานขาดความต่อเนื่องของนโยบายบริหาร ขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนและองค์กรที่เกี่ยวข้อง กลยุทธ์ทางการตลาดขาดประสิทธิภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ บ้ายบอกทางเข้าสู่ศูนย์ศูนย์บริการการท่องเที่ยว มีจำนวนไม่เพียงพอ ห้องน้ำสาธารณะและบริเวณที่จอดรถมีจำนวนไม่เพียงพอต่อการให้บริการ ผู้วิจัยได้เสนอรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ควรประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่ การบริหารและจัดการองค์กร การตลาดและการประชาสัมพันธ์ บริการการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว และการดูแลรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ผู้วิจัยได้ทำสร้างและพัฒนาสื่อสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลประเมินพบว่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศอยู่ในระดับดีทุกด้าน (ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีอาคารและสิ่งแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550)

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 3

### วิธิดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และเพื่อเสนอรูปแบบและแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพซึ่งการดำเนินการวิจัยเป็นไปตามขั้นตอนและระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

#### 3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

**ขั้นตอนที่ 1** การจัดเตรียมโครงการวิจัย เป็นการจัดเตรียมโครงการเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีระบบ โดยการศึกษาเอกสาร ตำรา บทความต่าง ๆ รายงานการวิจัย และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวข้องในเรื่องการบริหารและจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจาก หน่วยงานของรัฐบาล เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาชุมชน ห้างสมุดและ ภาคส่วนเอกชนที่เกี่ยวข้อง แล้วจัดทำโครงร่างงานวิจัยเสนอต่อภาควิชาเพื่อขอความเห็นชอบและพิจารณาอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัย

**ขั้นตอนที่ 2** วิธีการวิจัย เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและใช้แบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดเพื่อนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติเพื่อแปลผลการวิเคราะห์ข้อมูล

**ขั้นตอนที่ 3** จัดการสัมมนาและนำเสนอผลการศึกษา เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้จัดสัมมนาเพื่อเสนอผลการศึกษาและร่วมอภิปรายกับบุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจากทุกภาคส่วนเพื่อร่วมกันหาแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

**ขั้นตอนที่ 4** การรายงานผลการวิจัย เป็นขั้นตอนของการจัดทำรายงานการวิจัยเสนอต่อคณะกรรมการผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง ปรับปรุงแก้ไขตามที่คณะกรรมการผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์เสนอแนะ และจัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ เพื่อเสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัยขออนุมัติจบการศึกษา

### 3.2 วิธีการศึกษาวิจัย

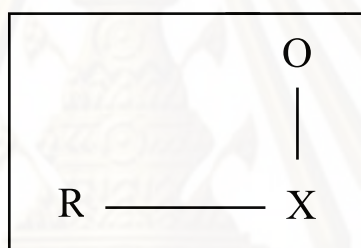
เพื่อให้การวิจัยเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย ดังนี้

3.2.1 สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

3.2.2 ใช้แบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวสอบถามบุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการศูนย์ฯ และจัดสัมมนาเชิงวิชาการระหว่างผู้วิจัยกับบุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อร่วมเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

3.2.3 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและสรุปประเด็นเพื่อเสนอแนะแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

### 3.3 ระเบียบวิธีวิจัย



ภาพที่ 3-1 แบบแผนการวิจัย

เมื่อ	R	หมายถึง	กลุ่มตัวอย่างที่ได้มาจากการสุ่ม
	X	หมายถึง	ตัวแปรที่ศึกษา
	O	หมายถึง	ข้อมูลที่ได้จากการศึกษา

3.3.1 ประชากร ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และบุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม

3.3.2 กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำนวน 30 คน และบุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บึงลาดโพธิ์ จังหวัดนครปฐม โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ปฏิบัติงาน



ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบกิจการภายใน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำนวน 135คน

ตารางที่ 3-1 ขนาดประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ, 2547: 93-111)

บุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์ฯ	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
ผู้กำหนดนโยบาย	30	26
ผู้ปฏิบัติงาน	30	26
ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น	30	29
ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น	30	29
ผู้ประกอบกิจการ	30	25
<b>รวม</b>	<b>150</b>	<b>135</b>

### 3.3.3 ตัวแปรที่ศึกษา

#### ตัวแปรต้น

- 1) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ
- 2) บุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่
  - ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด
  - ผู้ปฏิบัติงาน
  - ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น
  - ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น
  - ผู้ประกอบกิจการภายในศูนย์

#### ตัวแปรตาม

- 1) ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้ามาใช้บริการในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- 2) ความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของบุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

### 3.4 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 3.4.1 แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลในส่วนนี้โดยเก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยแบบสัมภาษณ์แบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวซึ่งมีข้อความเกี่ยวกับ เพศ อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยข้อความผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและอาจารย์ที่ปรึกษา

#### 3.4.2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง 5 กลุ่มที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บึงลาดโพธิ์ จังหวัดนครปฐม อันได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม มีข้อความเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงานปัจจุบัน และประสบการณ์ในตำแหน่งงานปัจจุบัน โดยมีลักษณะคำถามเป็นแบบตัวเลือกที่กำหนดคำตอบไว้ให้ (Force choice)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิและอาจารย์ที่ปรึกษา ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ การบริหารและจัดการองค์กร การตลาดและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ บริการนักท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว

### 3.5 การพัฒนาเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือสำหรับเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

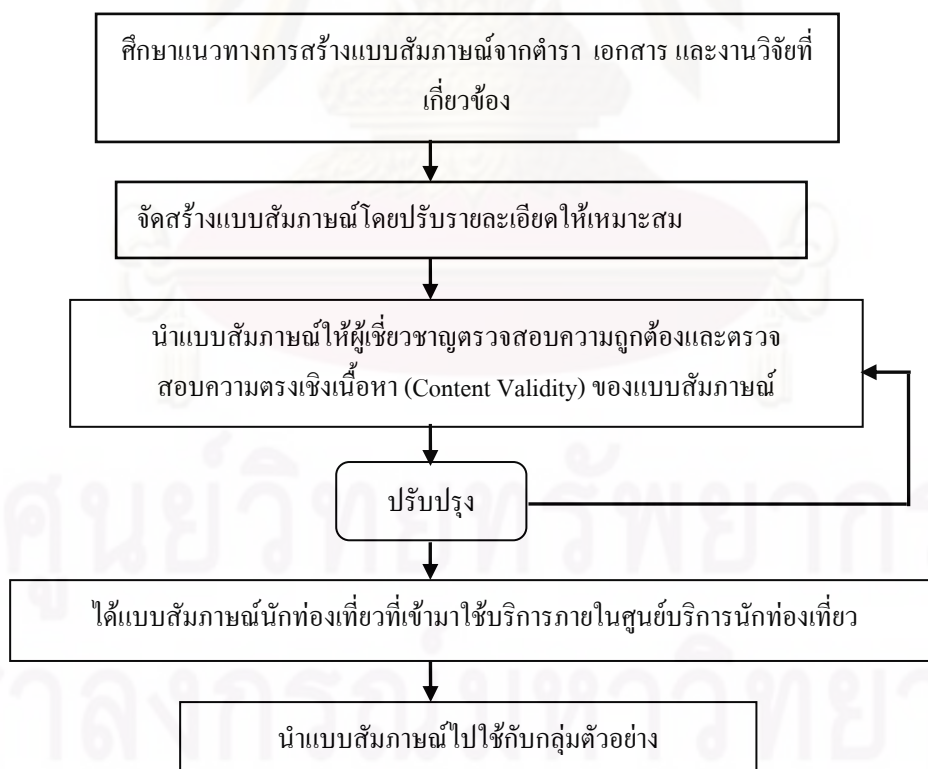
#### 3.5.1 แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 1 ทำการค้นคว้าตรวจสอบเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการเข้ามาใช้บริการแหล่งท่องเที่ยว จากหน่วยงานของรัฐบาล เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอสมุดประจำมหาวิทยาลัยและภาคส่วนเอกชนที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งศึกษาวิชาการแบบจัดทำรายงาน จากผลงานที่เกี่ยวข้องมาเรียบเรียงใหม่

ขั้นตอนที่ 2 จัดสร้างแบบสัมภาษณ์โดยนำความรู้และแนวคิดที่ได้จากการศึกษาค้นคว้านำมาเป็นส่วนประกอบในการจัดสร้างแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมเพื่อนำมาปรับปรุงและนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์เรื่องการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา(Content validity) และปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง



ภาพที่ 3-2 ขั้นตอนการพัฒนาแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

### 3.5.2 แบบสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจาก หน่วยงานของรัฐบาล เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมพัฒนาชุมชน หอสมุดมหาวิทยาลัย และภาคส่วนเอกชนที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งศึกษาวิชาการแบบจัดทำรายงาน จากผลงานที่เกี่ยวข้องมาเรียบเรียงใหม่ และนำความรู้และแนวคิดที่ได้จากการศึกษาค้นคว้ามาสร้างเป็นแบบสอบถามซึ่งลักษณะของแบบสอบถามเป็นแนวทางการจัดอันดับคุณภาพ 5 ระดับ ของไลเคอร์ท (Likert's Rating scale) โดยกำหนดค่าคะแนนช่วงน้ำหนักไว้ 5 ระดับ ดังนี้

- |                 |  |                   |
|-----------------|--|-------------------|
| ระดับ 1 หมายถึง | ควรมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการน้อยที่สุด | มีน้ำหนัก 1 คะแนน |
| ระดับ 2 หมายถึง | ควรมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการน้อย       | มีน้ำหนัก 2 คะแนน |
| ระดับ 3 หมายถึง | ควรมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการปานกลาง    | มีน้ำหนัก 3 คะแนน |
| ระดับ 4 หมายถึง | ควรมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการมาก        | มีน้ำหนัก 4 คะแนน |
| ระดับ 5 หมายถึง | ควรมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการมากที่สุด  | มีน้ำหนัก 5 คะแนน |

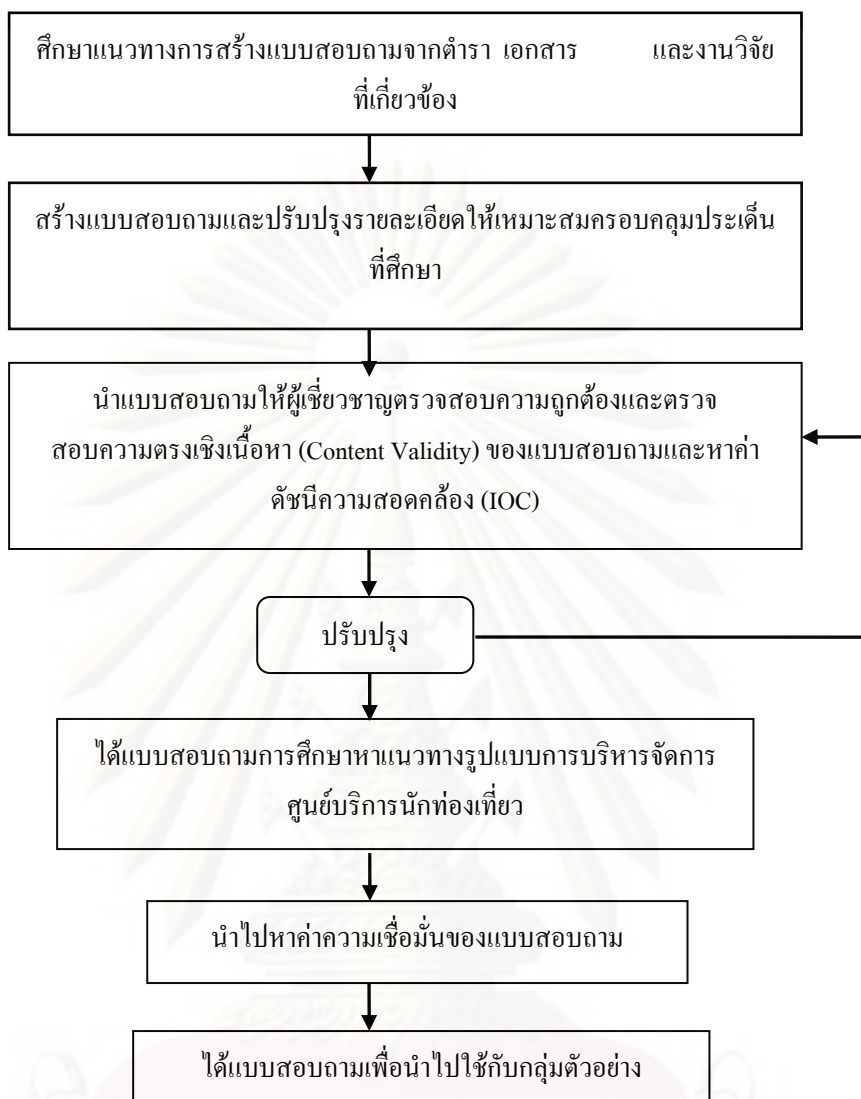
ขั้นตอนที่ 2 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและเหมาะสมเพื่อนำมาปรับปรุงและนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์เรื่องการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยใช้เทคนิค IOC (Index of items Objective Congruence)

ขั้นตอนที่ 3 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปทำการทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มตัวอย่างที่เหมือนกันแต่ไม่ใช่กลุ่มเดียวกับกลุ่มจริงที่จะทำการเก็บข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคือมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach, 1974: 36) โดยผลการวิเคราะห์ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.9466

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้





ภาพที่ 3-3 ขั้นตอนการพัฒนาแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

### 3.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้งานวิจัยบรรลุตามวัตถุประสงค์ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

3.6.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลจากสถานที่จริงเพื่อทราบถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้แก่ การบริหารจัดการ การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน และกลยุทธ์การตลาด สินค้าและบริการ ที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพ

3.6.2 นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม

3.6.3 บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวจังหวัด ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบกิจการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

### 3.7 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มี 2 แบบ คือ แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และแบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ดังนั้นการวิเคราะห์ผู้วิจัยจึงมีแนวทางดังต่อไปนี้

#### 3.7.1 แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและประเด็นการอภิปรายในการสัมมนาเชิงวิชาการ

ผู้วิจัยได้ใช้คำร้อยละในการวิเคราะห์สถานภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยว และได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลที่สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจากภาคสนามกับประเด็นการอภิปรายในการสัมมนาเชิงวิชาการ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) หรือการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารซึ่งเป็นเทคนิคการศึกษาที่ใช้วิธีการบรรยายเนื้อหาของข้อความหรือเอกสารโดยใช้วิธีการเชิงปริมาณอย่างเป็นระบบและเน้นสภาพวัตถุวิสัย (Objectivity) การบรรยายนี้เน้นที่เนื้อหาที่ปรากฏในข้อความพิจารณาจากเนื้อหาโดยปราศจากอคติหรือความรู้สึกของตัวเองเข้าไปพัวพันไม่เน้นการตีความหรือหาความหมายที่ซ่อนอยู่เบื้องหลังหรือความหมายระหว่างบรรทัดซึ่งการวิเคราะห์เนื้อหาจะต้องมีลักษณะสำคัญ 3 ประการคือ มีความเป็นระบบ มีสภาพเป็นวัตถุวิสัยและ อิงกรอบแนวคิดทฤษฎี

3.7.2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในการวิเคราะห์เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของบุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำแนกตามหน้าที่ในการปฏิบัติงาน ผู้วิจัยใช้ค่าเฉลี่ย ( $\bar{x}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยได้กำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์ (Best, 1978: 190) ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 ถึง 1.49 แสดงว่า ควรจะมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 1.50 ถึง 2.49 แสดงว่า ควรจะมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการน้อย
- ค่าเฉลี่ย 2.50 ถึง 3.49 แสดงว่า ควรจะมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.50 ถึง 4.49 แสดงว่า ควรจะมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการมาก
- ค่าเฉลี่ย 4.50 ถึง 5.00 แสดงว่า ควรจะมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการมากที่สุด

3.7.3 การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการ  
นักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถามปัจจัยการ  
บริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และการสัมภาษณ์เชิงวิชาการนำมาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนว  
ทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## บทที่ 4

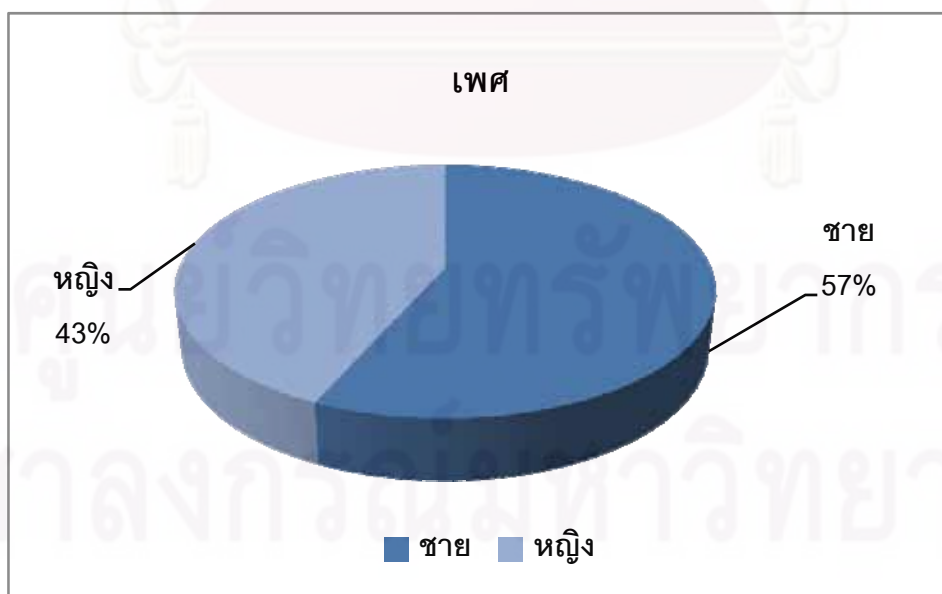
### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การศึกษาหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสตง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้รับจากผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จำนวน 30 คน และบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่มได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภายในศูนย์ฯ ผู้วิจัยขอเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แผนภาพและตารางประกอบคำบรรยายจำนวน 3 ตอน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

#### ตอนที่ 1 ความต้องการนักท่องเที่ยว

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข้อที่หนึ่ง ผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์ แล้วนำแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างถิ่นที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังต่อไปนี้

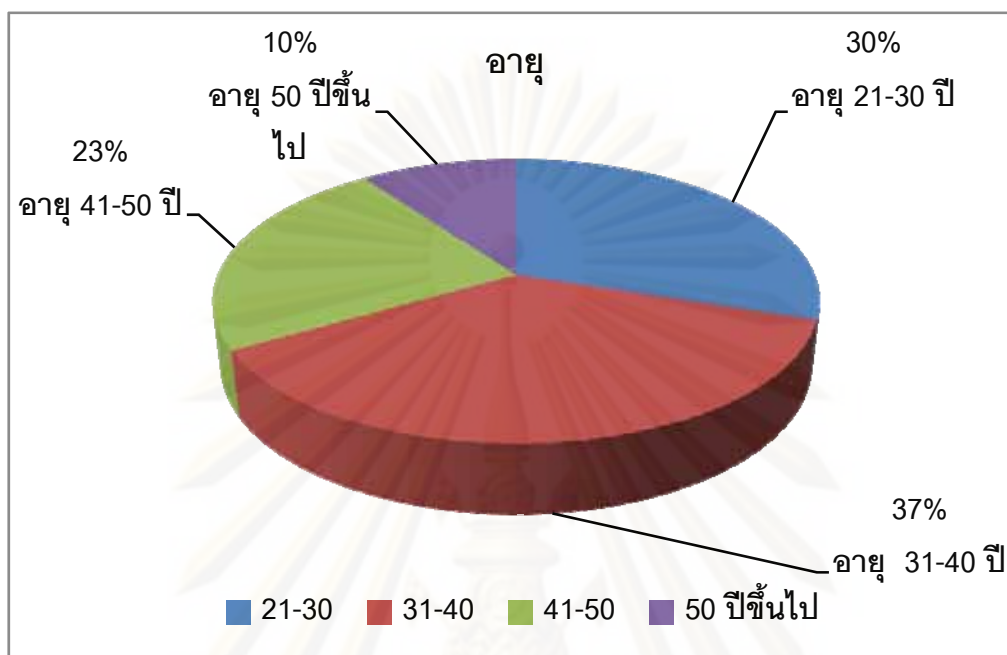
##### 4.1.1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์



แผนภูมิที่ 4-1 สถานภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามเพศ



จากแผนภูมิที่ 4.1 สถานภาพส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสัมภาษณ์จำแนกตามเพศ ซึ่งพบว่า ผู้ที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 17 คน หรือ ร้อยละ 57 และเป็นเพศหญิงจำนวน 13 คนหรือ ร้อยละ 43

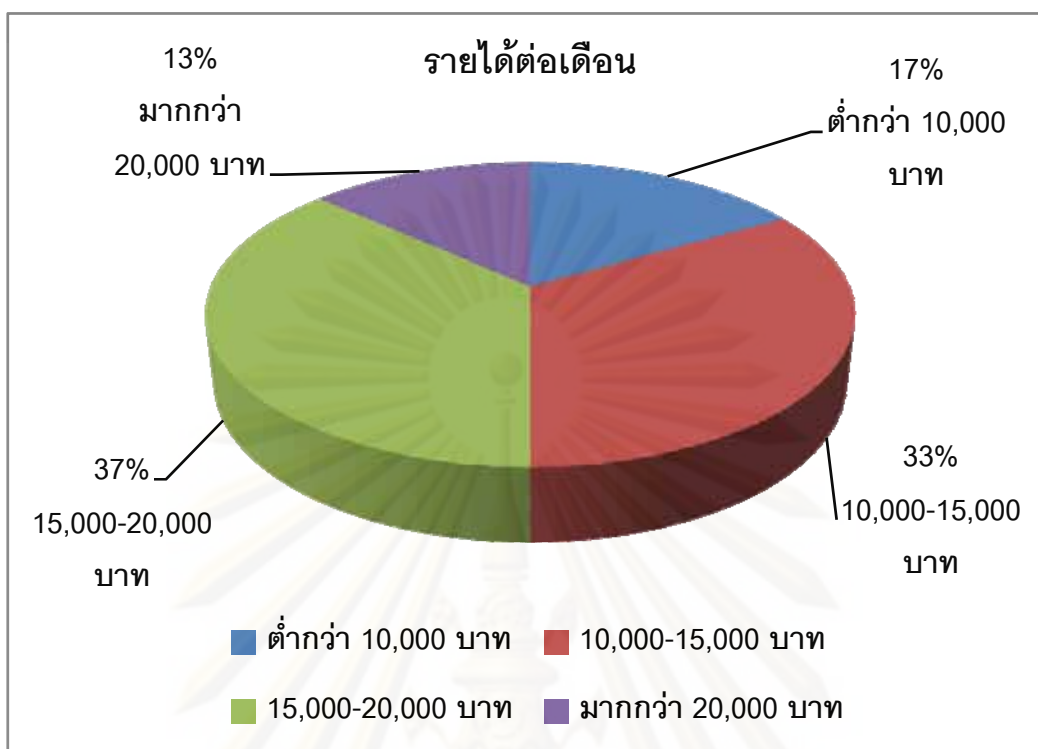


แผนภูมิที่ 4-2 ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

จากแผนภูมิที่ 4.2 ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มอายุของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการอยู่ในช่วงอายุ 31- 40 ปี หรือ ร้อยละ 37 มีจำนวนมากที่สุดรองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 21- 30 ปี หรือ ร้อยละ 30 ช่วงอายุ 41- 50 ปี หรือ ร้อยละ 23 ตามลำดับ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปจะเข้ามาใช้บริการน้อยสุดหรือ ร้อยละ 10

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### แผนภูมิที่ 4-3 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

จากแผนภูมิที่ 4.3 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พบว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37 รองลงมาได้แก่ ผู้มีรายได้เฉลี่ย 10,000-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 33 ผู้มีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 17 และ ผู้มีรายได้เฉลี่ยมากกว่า 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

#### 4.1.2 ผลการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังนี้

1. นักท่องเที่ยวต้องการให้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีการเปิดบริการร่วมกับภาคเอกชน เช่น ร้าน Seven- Eleven บั๊มน้ำมัน และร้านกาแฟ ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มความหลากหลายของการบริการ
2. สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และสินค้าอื่นๆที่นำมาจำหน่ายต้องมีความหลากหลาย น่าสนใจและตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ

3. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในโอกาสสำคัญ ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

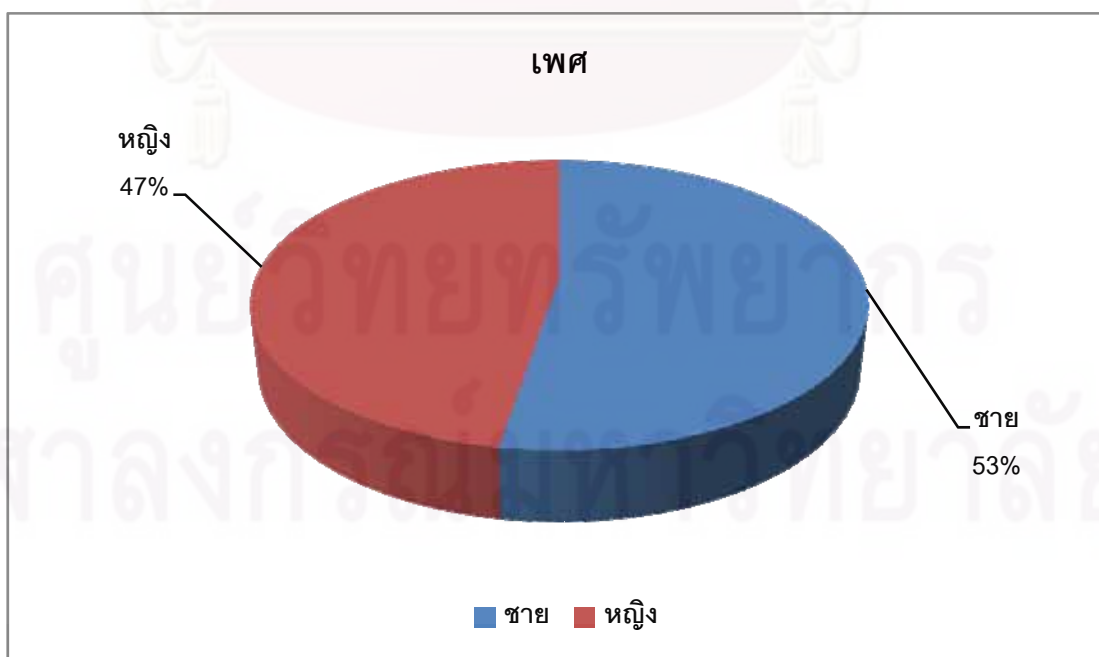
4. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีการจัดสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถและป้ายบอกเส้นทางเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

## ตอนที่ 2 การศึกษาปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยในข้อที่สอง ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แล้วนำแบบสอบถามดังกล่าวไปสอบถามบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ปรากฏผล ดังนี้

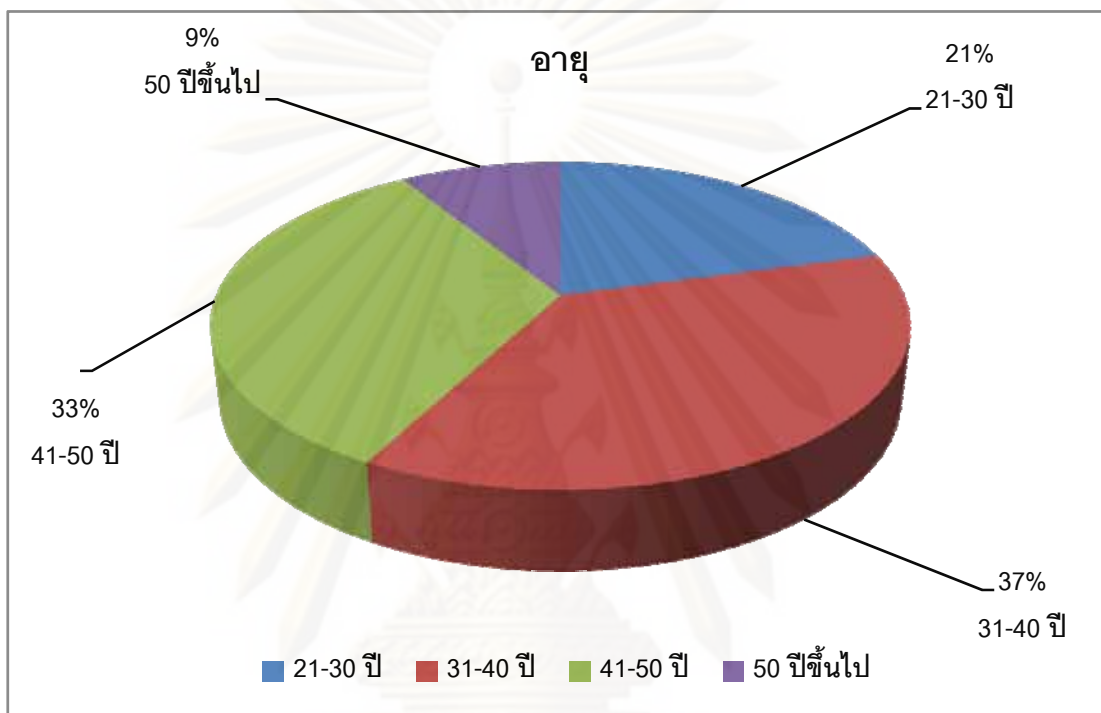
### 4.2.1 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

สถานภาพส่วนตัวของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่ม ได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จำนวน 135 คน แยกพิจารณาตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษาสูงสุด ตำแหน่งงานปัจจุบัน และประสบการณ์ในตำแหน่งงานปัจจุบัน มีรายละเอียดดังแผนภูมิที่ 4-4-4-7



#### แผนภูมิที่ 4-4 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามเพศ

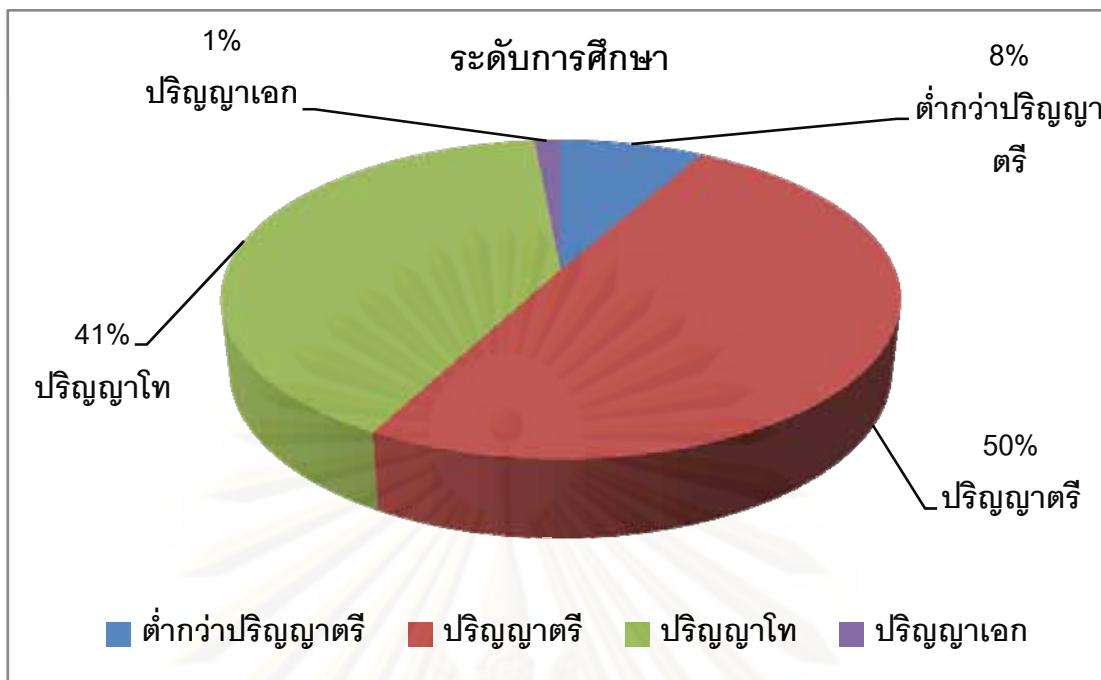
จาก แผนภูมิที่ 4-4 สถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งได้แก่ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศชายจำนวน 71 คน หรือ ร้อยละ 53 และเป็นเพศหญิงจำนวน 64 คนหรือ ร้อยละ 47



#### แผนภูมิที่ 4-5 ช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

จากแผนภูมิที่ 4-5 ช่วงอายุของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พบว่ากลุ่มอายุของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วงอายุ 31- 40 ปี หรือ ร้อยละ 37 มีจำนวนมากที่สุดรองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 41- 50 ปี หรือ ร้อยละ 33 ช่วงอายุ 21- 30 ปี หรือ ร้อยละ 21 ตามลำดับ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปจะเข้ามาใช้บริการน้อยสุดหรือ ร้อยละ 9

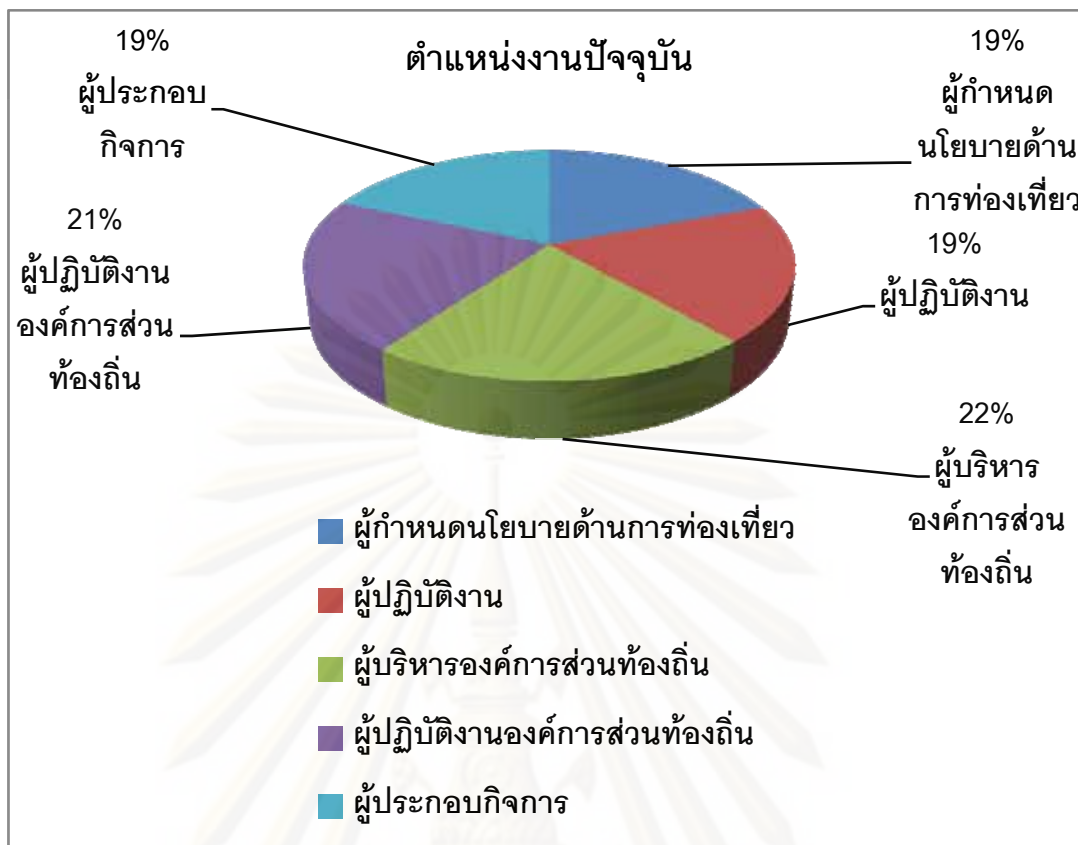




**แผนภูมิที่ 4-6 ระดับการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว**

จากแผนภูมิที่ 4-6 พบว่า ระดับการศึกษาของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นั้นจบการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 50 และจบการศึกษาระดับปริญญาโทร้อยละ 41 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 8 และปริญญาเอก ร้อยละ 1 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



แผนภูมิที่ 4-7 ตำแหน่งงานของผู้ตอบแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

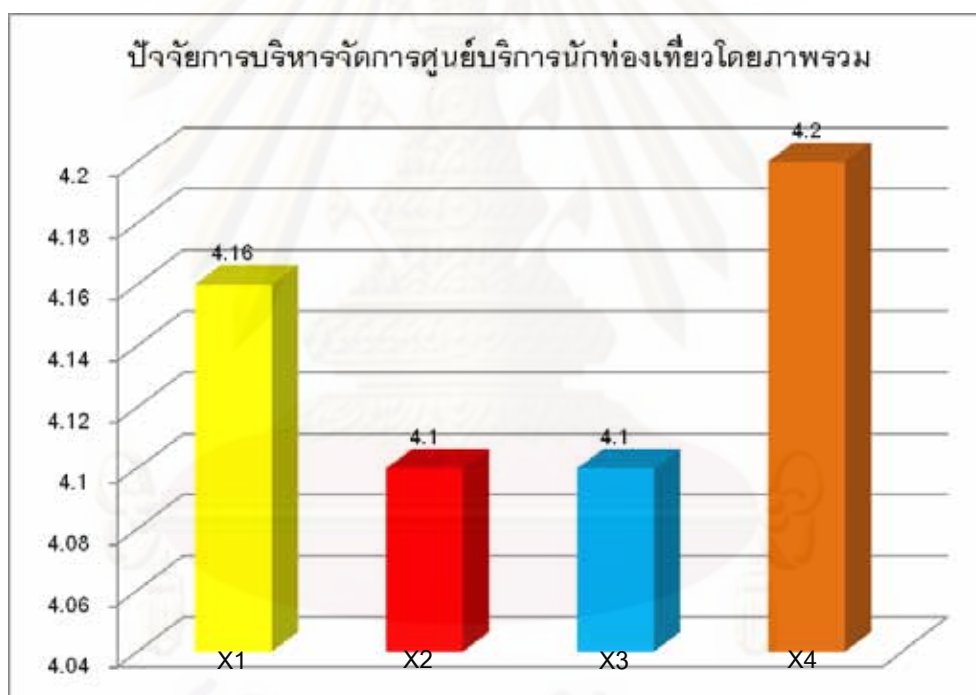
จากแผนภูมิที่ 4-7 พบว่า ตำแหน่งงานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้บริหารองค์การส่วนท้องถิ่น ร้อยละ 22 รองลงมาคือ ผู้ปฏิบัติงานองค์การส่วนท้องถิ่น ร้อยละ 21 ผู้ประกอบกิจการ ร้อยละ 19 ผู้ปฏิบัติงาน ร้อยละ 19 ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 19 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## 4.2.2 การศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

เพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวขึ้น แล้วทำการเก็บข้อมูลจากบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยจำแนกบุคลากรออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่ ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น และผู้ประกอบการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 135 คน ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังนี้

### 4.2.2.1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวรายด้าน



X1 = ด้านการบริหารและจัดการองค์กร

X2 = ด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

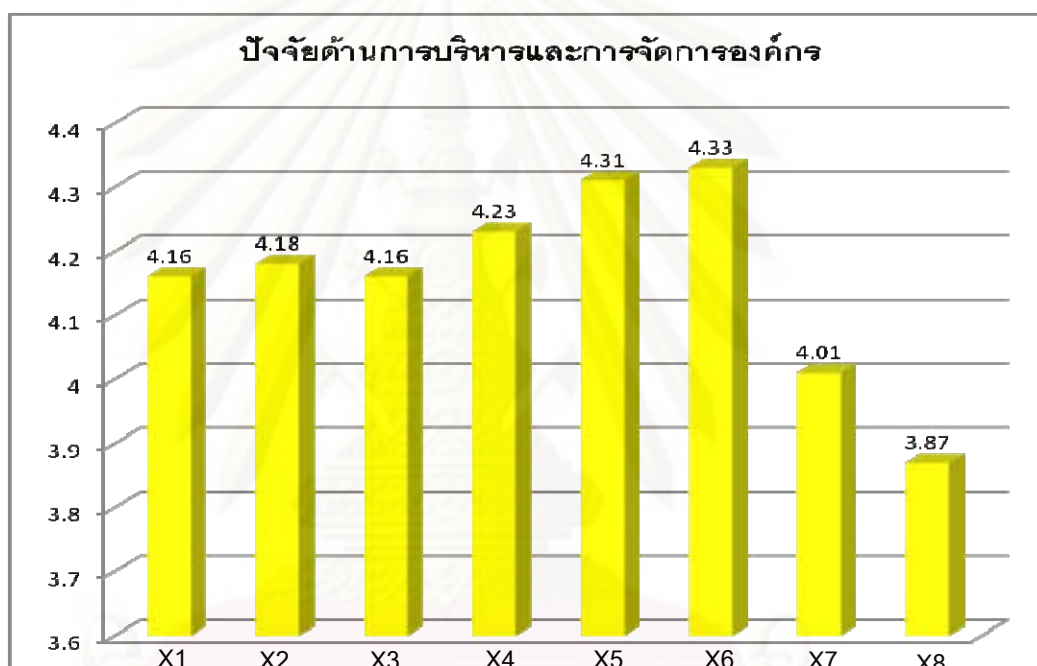
X3 = ด้านบริการนักท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก

X4 = ด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว

แผนภูมิที่ 4-8 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวรายด้าน

จากแผนภูมิที่ 4.8 พบว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่ ปัจจัยจัดการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวควรมีระดับการปฏิบัติ/ดำเนินการมากที่สุด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) รองลงมาคือ ด้านการบริหารและจัดการองค์กร (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16) และอันดับสุดท้ายมี 2 ด้าน ด้านการตลาด และการประชาสัมพันธ์กับด้านบริการนักท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ 4.10)

4.2.2.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจัดการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านการบริหารและจัดการองค์กร



X1 = ความชัดเจนของวัตถุประสงค์การดำเนินงาน

X2 = การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายบริหารขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X3 = การนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมของนโยบายบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X4 = การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น

X5 = การกระจายรายได้จากการบริหารจัดการศูนย์ฯ ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างทั่วถึง

X6 = ระบบการบริหารงานและระบบการเงินที่โปร่งใสตรวจสอบได้

X7 = ตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดมาตรการควบคุม การดำเนินงานศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X8 = ศึกษาผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมต่อการจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

**แผนภูมิที่ 4-9** ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยจัดการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านการบริหารและจัดการองค์กรรายชื่อ

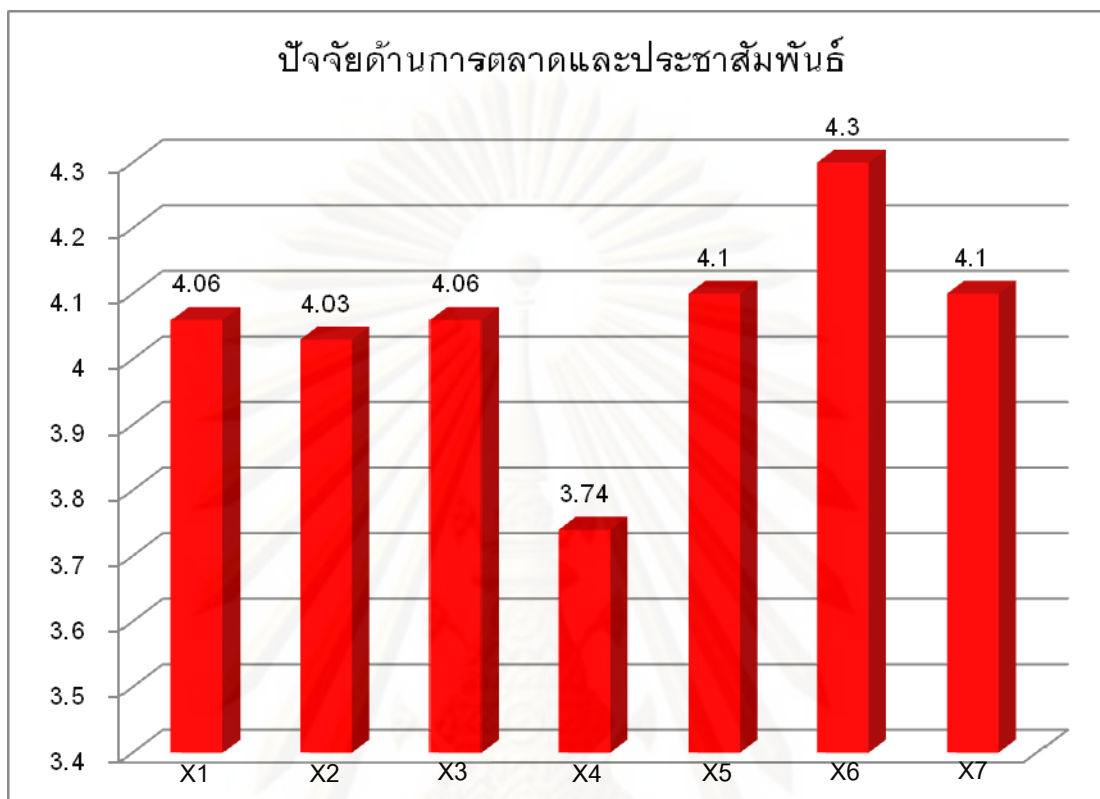


จากแผนภูมิที่ 4-9 พบว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยด้านการบริหารและจัดการองค์กรรายข้อ เรียงตามลำดับความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า ทุกข้อมีความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 8 ข้อ และเรียงลำดับจากความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ 1)ระบบการบริหารงานและระบบการเงินที่โปร่งใสตรวจสอบได้ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) 2) การกระจายรายได้จากการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไปสู่ชุมชนท้องถิ่นอย่างทั่วถึง (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.31) 3) การมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.23) 4) การมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายบริหารขององค์กรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.18 ) 5) ความต่อเนื่องและการนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม ของนโยบายบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16) 6) ความชัดเจนของวัตถุประสงค์การดำเนินงาน (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ4.16) 7) การตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดมาตรการควบคุม ตรวจสอบการดำเนินงานศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.01) 8) และการศึกษาผลกระทบด้านสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมต่อการจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.87)

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2.2.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์



X1 = การนำกลยุทธ์ด้านราคาเข้ามาใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

X2 = การนำกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายเข้ามาใช้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

X3 = ความหลากหลาย และน่าสนใจของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่นำเข้ามาจำหน่าย

X4 = การเสนอขายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce)

X5 = การประสานกับธุรกิจนำเที่ยวภายในจังหวัดเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X6 = การส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในโอกาสสำคัญภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X7 = การจัดหาหน่วยงานหรือองค์กรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูล

**แผนภูมิที่ 4-10 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์รายข้อ**

จากแผนภูมิที่ 4-10 พบว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์รายชื่อเรียงตามลำดับความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า ทุกข้อมีความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการอยู่ในระดับมากที่สุดทั้ง 7 ข้อ และเรียงลำดับจากความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการจากมากไปหาน้อยได้ดังนี้ การส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในโอกาสสำคัญภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30) การประสานกับธุรกิจนำเที่ยวภายในจังหวัดเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10) การจัดหาหน่วยงานหรือองค์กรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10) การนำกลยุทธ์ด้านราคาเข้ามาใช้เพื่อดึงดูด ความสนใจของนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) ความหลากหลาย และน่าสนใจของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่นำเข้ามาจำหน่าย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) การนำกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายเข้ามาใช้ เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.03) และการเสนอขายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74)

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4.2.2.4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านบริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก



X1 = การจัดเจ้าหน้าที่ประจำภายในศูนย์เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

X2 = บริการสื่อสารสนเทศการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

X3 = การบริการเอกสารข้อมูล และสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด

X4 = มีการบริการและจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด

X5 = การจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

X6 = การประสานกับบริษัทนำเที่ยวภายในจังหวัด

X7 = การบริการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในจังหวัด

X8 = การบริการร่วมกับภาคเอกชน

**แผนภูมิที่ 4-11 ปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านบริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกรายข้อ**

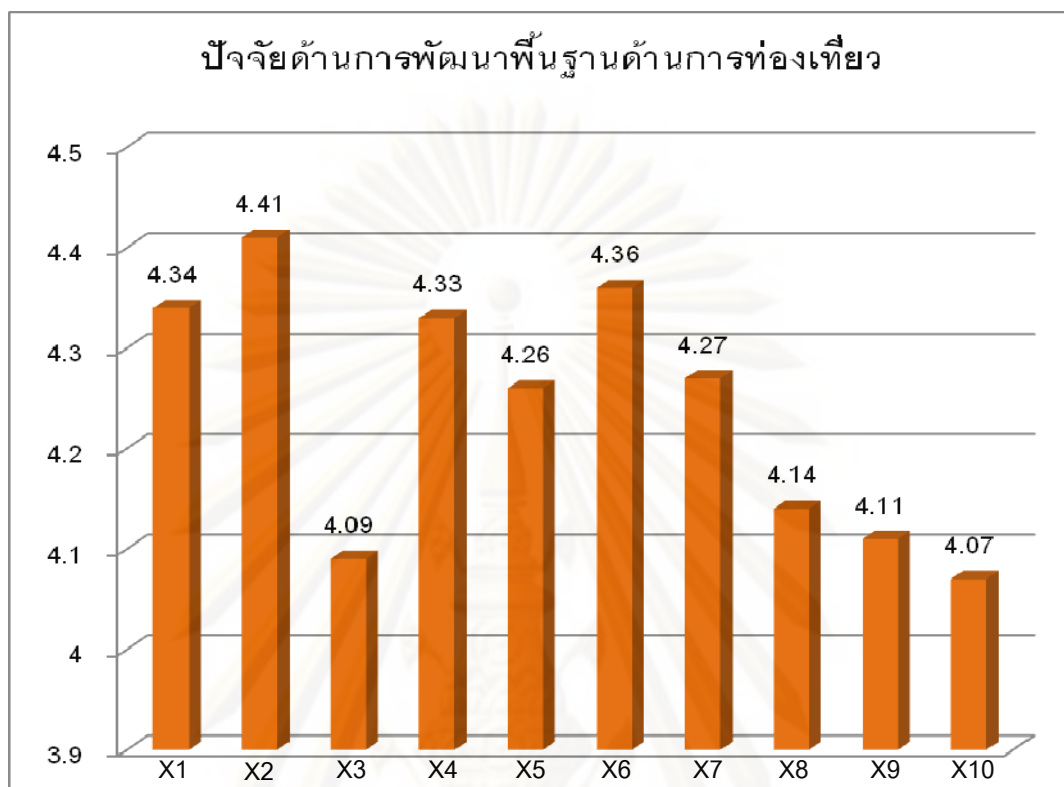


จากแผนภูมิที่ 4-11 พบว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าเป็นปัจจัยด้านบริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกรายข้อ เรียงตามลำดับความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการ โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า ทุกข้อมีความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการอยู่ในระดับมากทั้ง 8 ข้อ และเรียงลำดับจากความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการจากมากไปหาน้อยได้ ดังนี้ มีการบริการและจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัด เช่น บริการนวดฝ่าเท้า บริการจำหน่ายอาหาร บริการนวดสมุนไพร เป็นต้น (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15) การบริการร่วมกับภาคเอกชน เช่น ร้านSeven- Eleven, ปั้มน้ำมัน, ร้านกาแฟภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.13) บริการสื่อสารสนเทศการให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และโรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) การจัดหาเจ้าหน้าที่ประจำภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) การจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการคัดเลือก จากหน่วยงานของจังหวัด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10) การบริการเอกสารข้อมูลและสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในจังหวัด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06) การประสานกับบริษัทนำเที่ยวภายในจังหวัด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05) และการบริการโปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในจังหวัด (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96)

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2.2.5 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว



X1 = บริการรถสาธารณะบริเวณรอบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X2 = ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีความชัดเจน ต่อเนื่อง และสังเกตเห็นได้ง่าย

X3 = บริเวณที่กีดขวางอยู่ใกล้กับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X4 = บริเวณที่จอดรถสามารถรองรับการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ

X5 = มีระบบโทรคมนาคมและการสื่อสารไว้บริการนักท่องเที่ยว

X6 = มีห้องน้ำสะอาดไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์อย่างเพียงพอ

X7 = มีการจัดสร้างระบบการกำจัดสิ่งปฏิกูลที่มีประสิทธิภาพ

X8 = มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง

X9 = มีการจัดเจ้าหน้าที่ตำรวจเข้ามาตรวจตราความเรียบร้อยบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X10 = มีการประสานงานกับสถานพยาบาลใกล้เคียงเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

**แผนภูมิที่ 4-12** ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวรายชื่อ

จากแผนภูมิที่ 4-12 พบว่า บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความเห็นที่  
 ปัจจัยด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวรายชื่อ เรียงตามลำดับความสำคัญของ  
 การปฏิบัติ/ดำเนินการโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ย พบว่า ทุกข้อมีความสำคัญของการปฏิบัติ/  
 ดำเนินการอยู่ในระดับมากทั้ง 8 ข้อ และเรียงลำดับจากความสำคัญของการปฏิบัติ/ดำเนินการ  
 จากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ต้องมีความชัดเจน  
 ต่อเนื่อง และสังเกตเห็นได้ง่าย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41) มีห้องน้ำสะอาดไว้บริการนักท่องเที่ยวที่  
 เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อย่างเพียงพอ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36) บริการรถ  
 สาธารณะบริเวณรอบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34) บริเวณที่จอดรถสามารถ  
 รองรับรถเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33) มีการจัดสร้าง  
 ระบบการกำจัดสิ่งปฏิกูลที่มีประสิทธิภาพ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.27) มีระบบโทรคมนาคมและการ  
 สื่อสารเช่น โทรศัพท์สาธารณะ สัญญาณอินเทอร์เน็ต ไว้บริการนักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ  
 4.26) มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง (มีค่าเฉลี่ย  
 เท่ากับ 4.14) มีการจัดเจ้าหน้าที่ตำรวจเข้ามาตรวจตราความเรียบร้อยบริเวณศูนย์บริการ  
 นักท่องเที่ยว (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11) บริเวณที่กั้นรถอยู่ใกล้กับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (มี  
 ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.09) และมีการประสานงานกับสถานพยาบาลใกล้เคียงเพื่อช่วยเหลือ  
 นักท่องเที่ยวในกรณีประสบอุบัติเหตุ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.07)

ศูนย์วิทยทรัพยากร

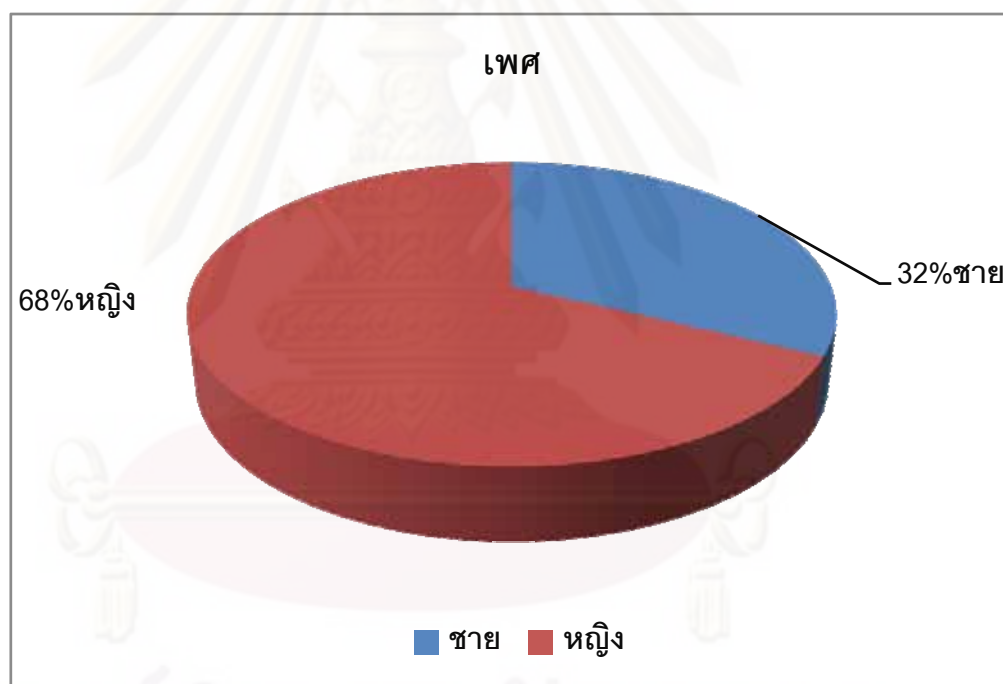
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4.2.3 การจัดสัมมนาเพื่อศึกษาหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม

ผู้วิจัยได้จัดสัมมนาเชิงวิชาการ และได้นำเสนอผลการศึกษาในตอนต้นที่ 1 และตอนที่ 2 โดยเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเข้าร่วมการสัมมนาเพื่อหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ การจัดสัมมนาเชิงวิชาการจัดขึ้นที่ห้องประชุมสำนักงานเหล่ากาชาด จังหวัดนครปฐม เมื่อวันที่ 26 ตุลาคม พ.ศ. 2551 ซึ่งมีผู้เข้าร่วมการสัมมนาทั้งสิ้น จำนวน 31 คน ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการสัมมนาดังนี้

##### 4.2.3.1. สถานภาพส่วนตัวของผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ

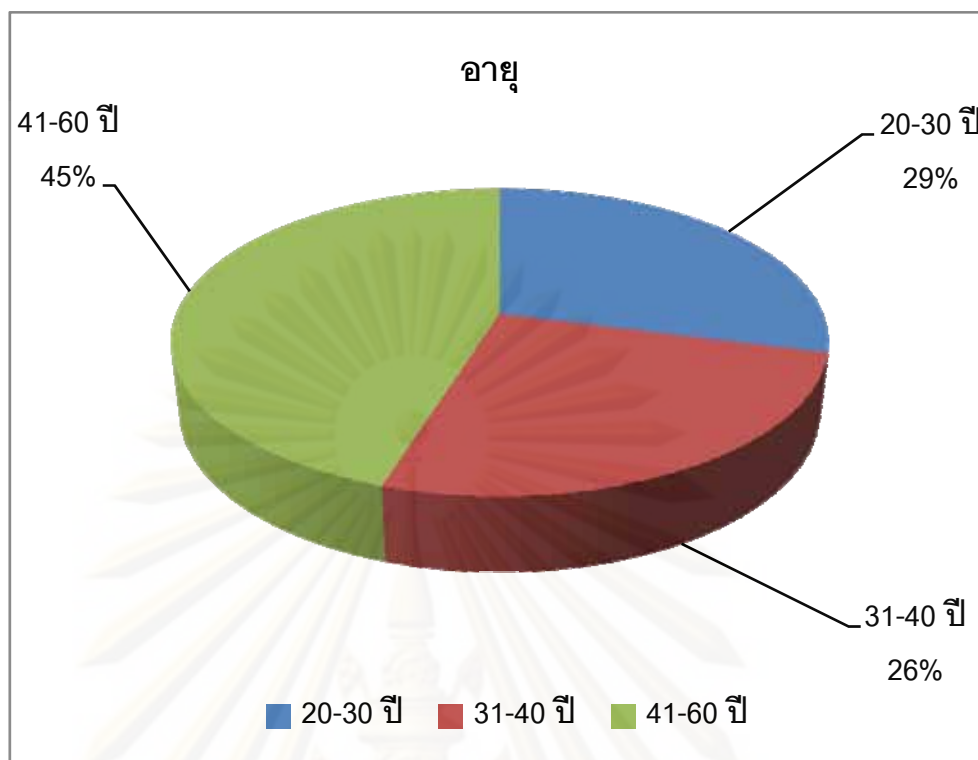
การจัดสัมมนาเชิงวิชาการครั้งนี้มีผู้เข้าร่วมมีข้อมูลทั่วไปดังนี้



แผนภูมิที่ 4-13 ข้อมูลจากผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการจำแนกตามเพศ

จากแผนภูมิที่ 4-13 พบว่าผู้ที่เข้าร่วมสัมมนาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 21 คน หรือ ร้อยละ 68 และเพศชายจำนวน 10 คนหรือ ร้อยละ 32



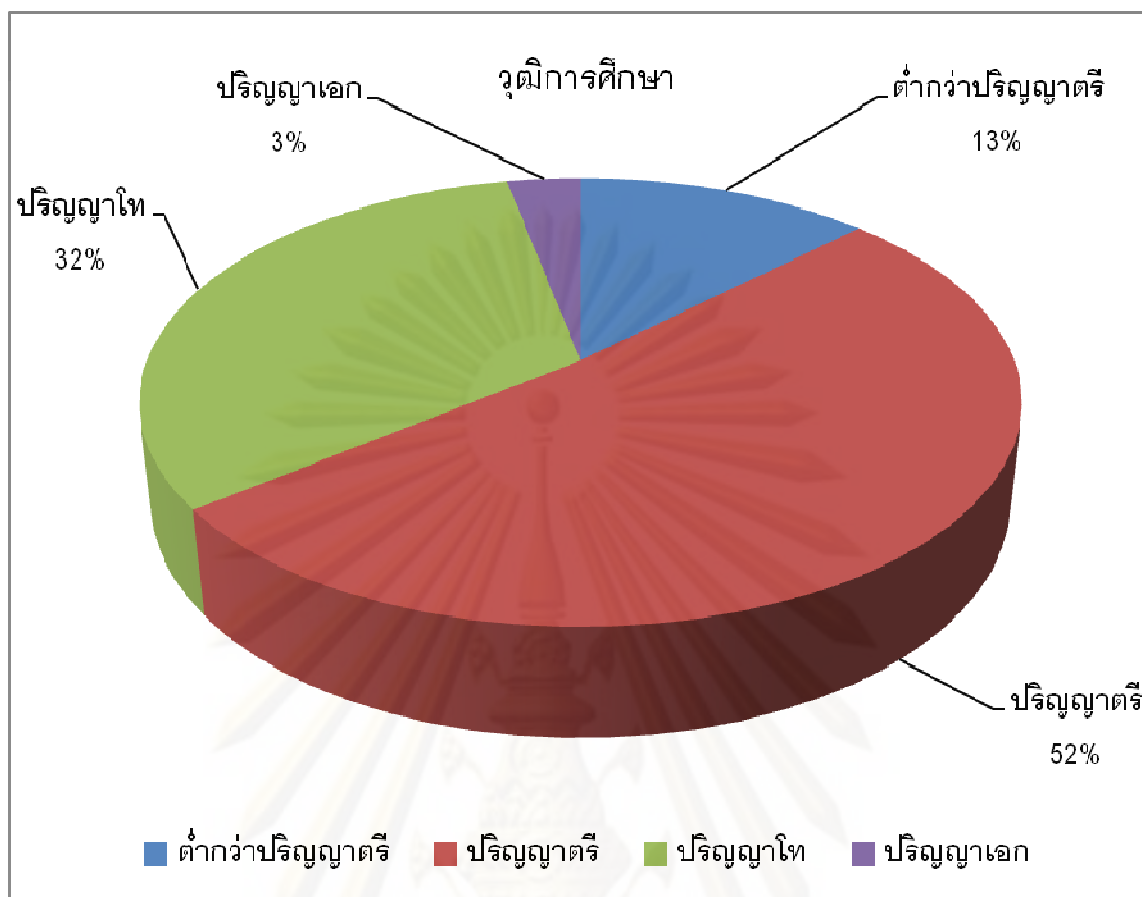


#### แผนภูมิที่ 4-14 ช่วงอายุของผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ

จากแผนภูมิที่ 4-14 พบว่าช่วงอายุของผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงวิชาการอยู่ในช่วงอายุ 41- 60 ปี หรือ ร้อยละ 45 มีจำนวนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ช่วงอายุ 20- 30 ปี หรือ ร้อยละ 29 ช่วงอายุ และน้อยสุดคือ 31- 40 ปี หรือ ร้อยละ 26

ศูนย์วิทยทรัพยากร

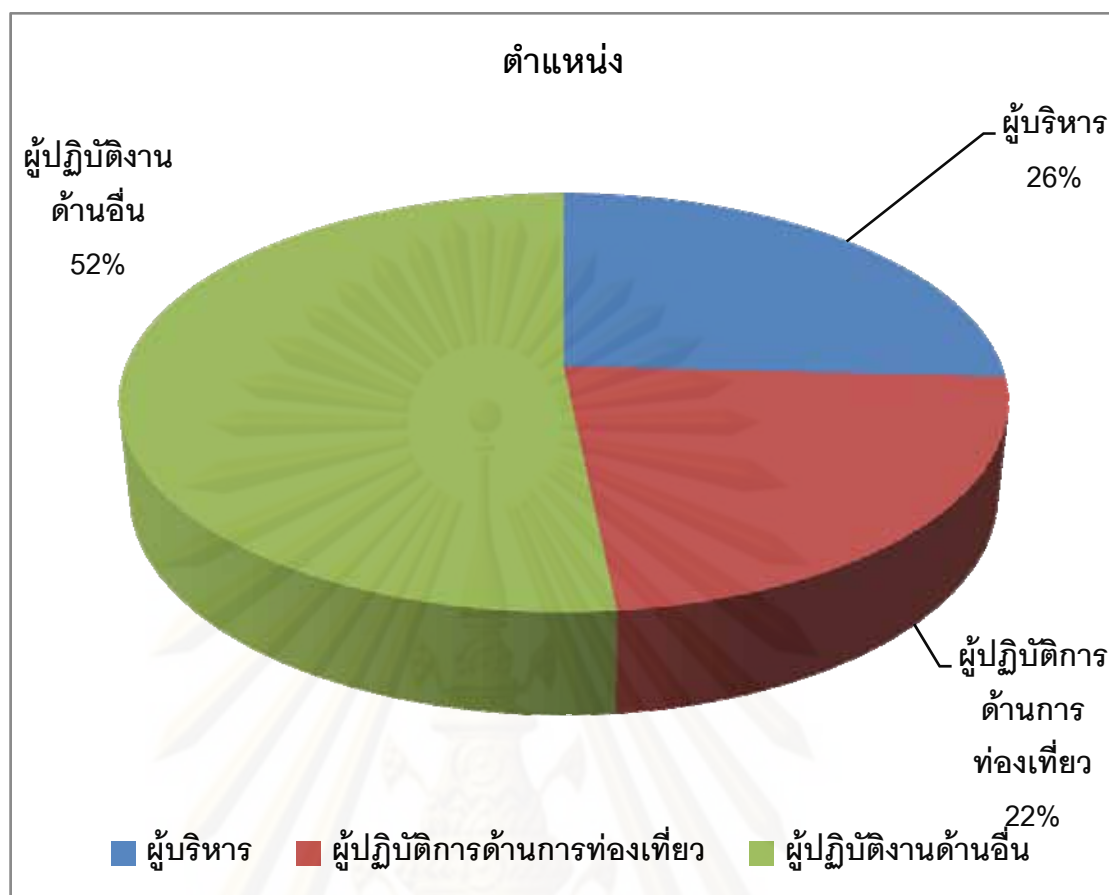
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



#### แผนภูมิที่ 4-15 ระดับการศึกษาของผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ

จากแผนภูมิที่ 4-15 พบว่า ผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการส่วนใหญ่นั้นจบการศึกษา ระดับปริญญาตรี ร้อยละ 52 ปริญญาโทร้อยละ 32 ต่ำกว่าระดับปริญญาตรีร้อยละ 13 และ ปริญญาเอก ร้อยละ 3 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



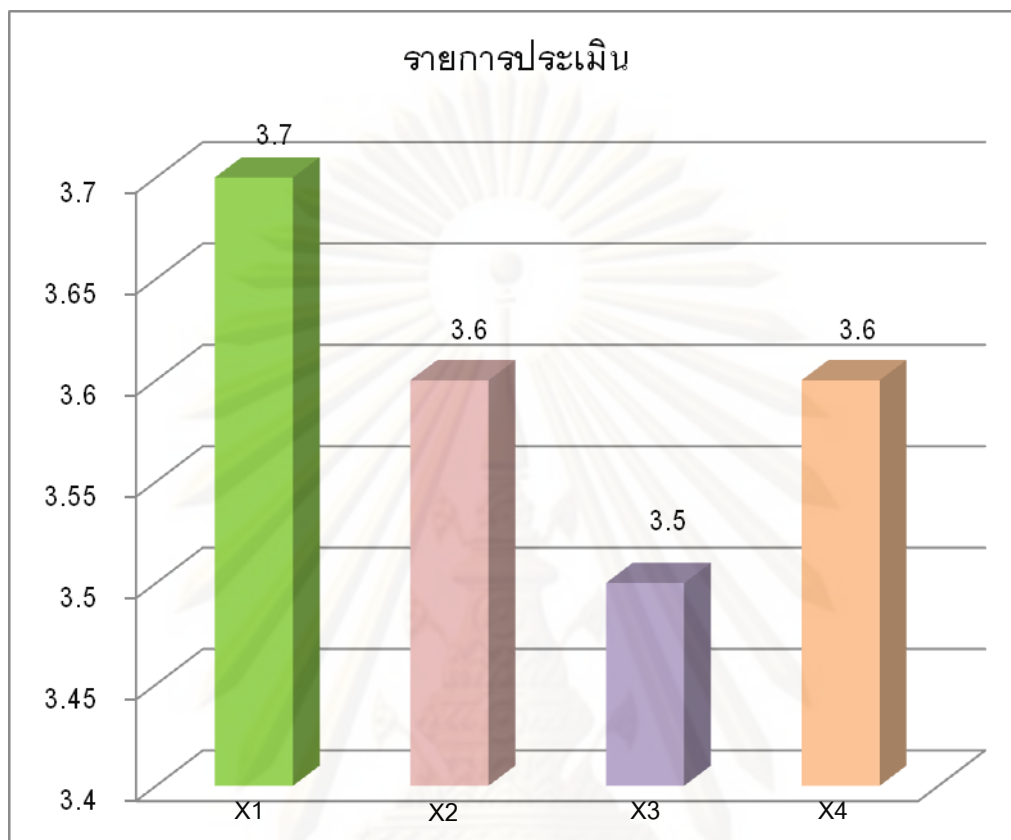
#### แผนภูมิที่ 4-16 แสดงตำแหน่งหน้าที่ของผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ

จากแผนภูมิที่ 4-16 พบว่า ผู้เข้าร่วมการสัมมนาเชิงวิชาการ ส่วนใหญ่ได้แก่ผู้ปฏิบัติงานด้านอื่น หรือ ร้อยละ 52 รองลงมาคือ ผู้ปฏิบัติงานด้านการท่องเที่ยวร้อยละ 26 ผู้บริหารด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 22 ตามลำดับ

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4.2.3.2 ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมที่มีต่อการจัดการสัมมนาเชิงวิชาการเรื่อง การบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ



X1=ด้านอาคารสถานที่และเวลาในการฝึกอบรม

X2=ด้านเนื้อหาสาระที่ได้จากการฝึกอบรม

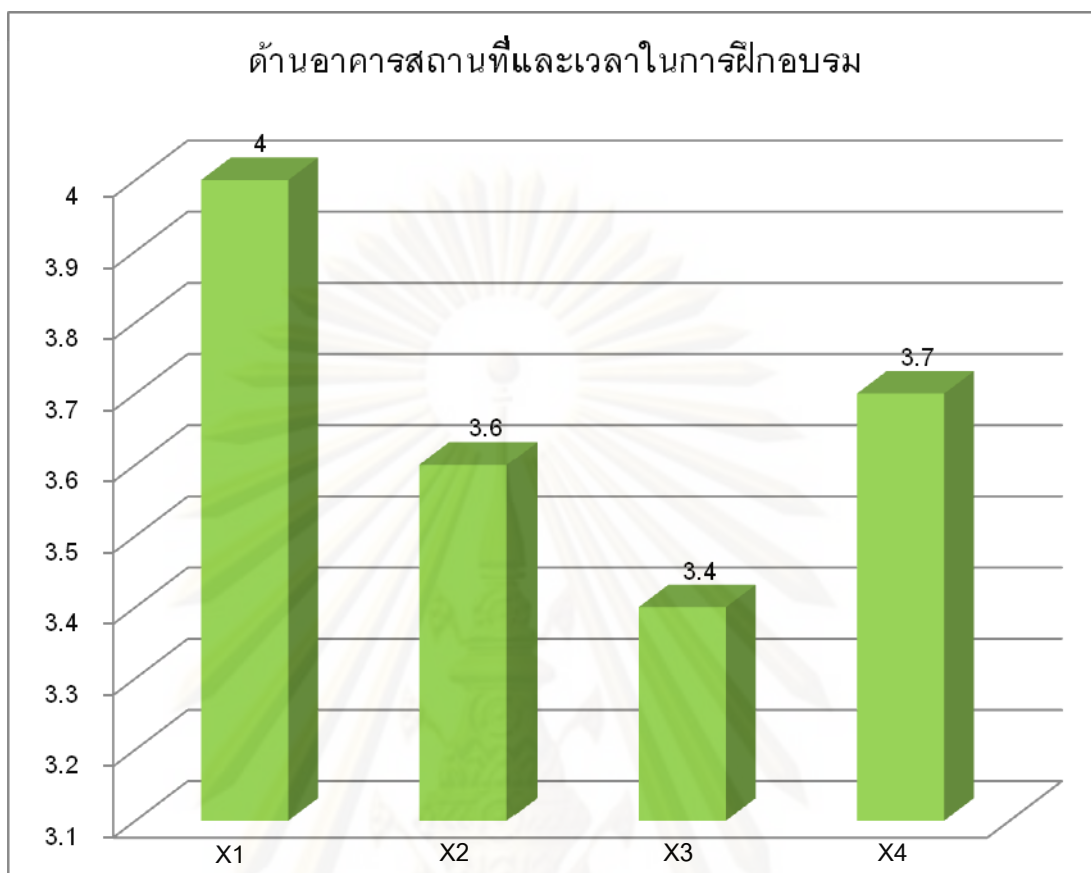
X3=ด้านประโยชน์ที่ได้รับ

X4=รวมทุกข้อ

#### แผนภูมิที่ 4-17 ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิงวิชาการ โดยภาพรวม

จากแผนภูมิที่ 4-17 พบว่า ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิงวิชาการเรื่องการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6) ซึ่งผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมมีความเห็นในระดับมากในด้านอาคารสถานที่และเวลาในการฝึกอบรม เป็นลำดับที่ 1 (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7) ด้านเนื้อหาสาระที่ได้จากการฝึกอบรมผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมมีความเห็นในระดับมาก เป็นลำดับที่ 2 (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6) และอันดับสุดท้ายคือ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5)





X1=สถานที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม

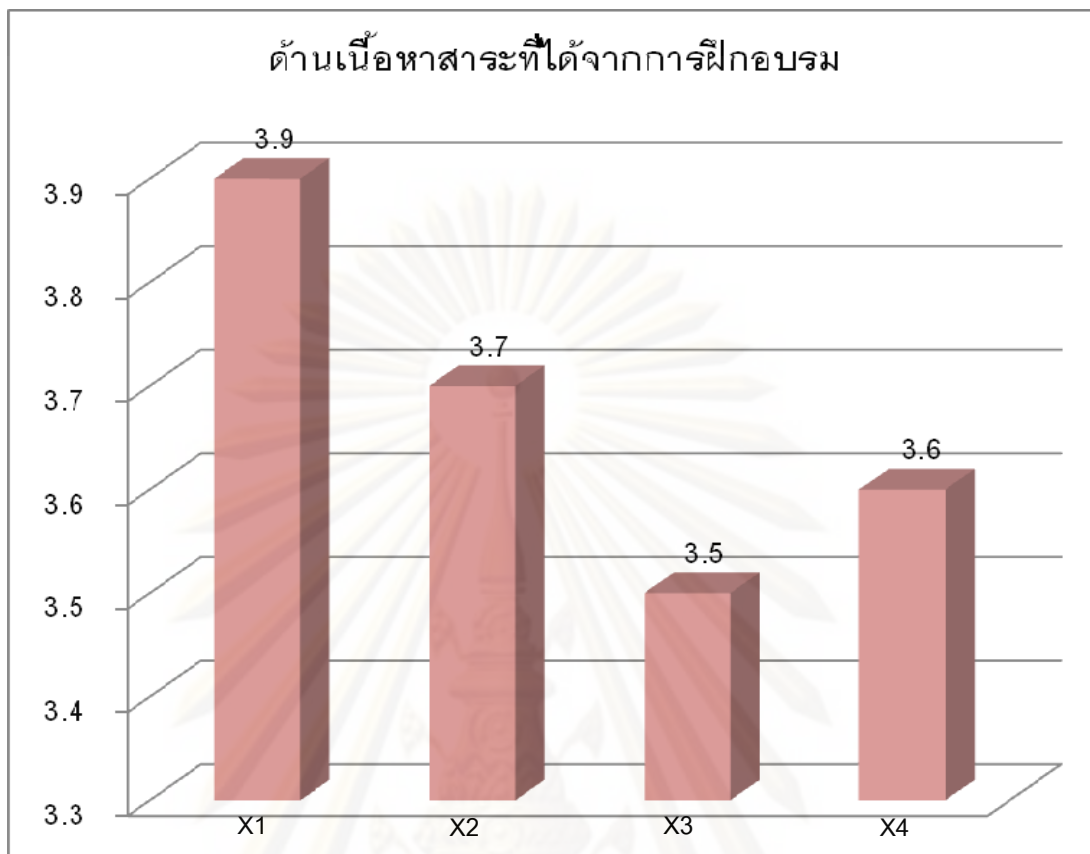
X2=เวลาที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม

X3=เอกสารที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม

X4=ผู้ดำเนินการฝึกอบรมอำนวยความสะดวกให้กับท่าน

**แผนภูมิที่ 4-18 ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิงวิชาการ  
ด้านอาคารสถานที่และเวลาในการฝึกอบรม**

จากแผนภูมิที่ 4-18 พบว่า ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิงวิชาการเรื่องการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ ด้านอาคารสถานที่และเวลาในการฝึกอบรมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7) ซึ่งเห็นด้วยมากในข้อสถานที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสมเป็นลำดับแรก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0) และเห็นด้วยปานกลางในข้อเอกสารที่ใช้ในการฝึกอบรม มีความเหมาะสมเป็นลำดับสุดท้าย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.4)



X1=ท่านทราบและเข้าใจวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม

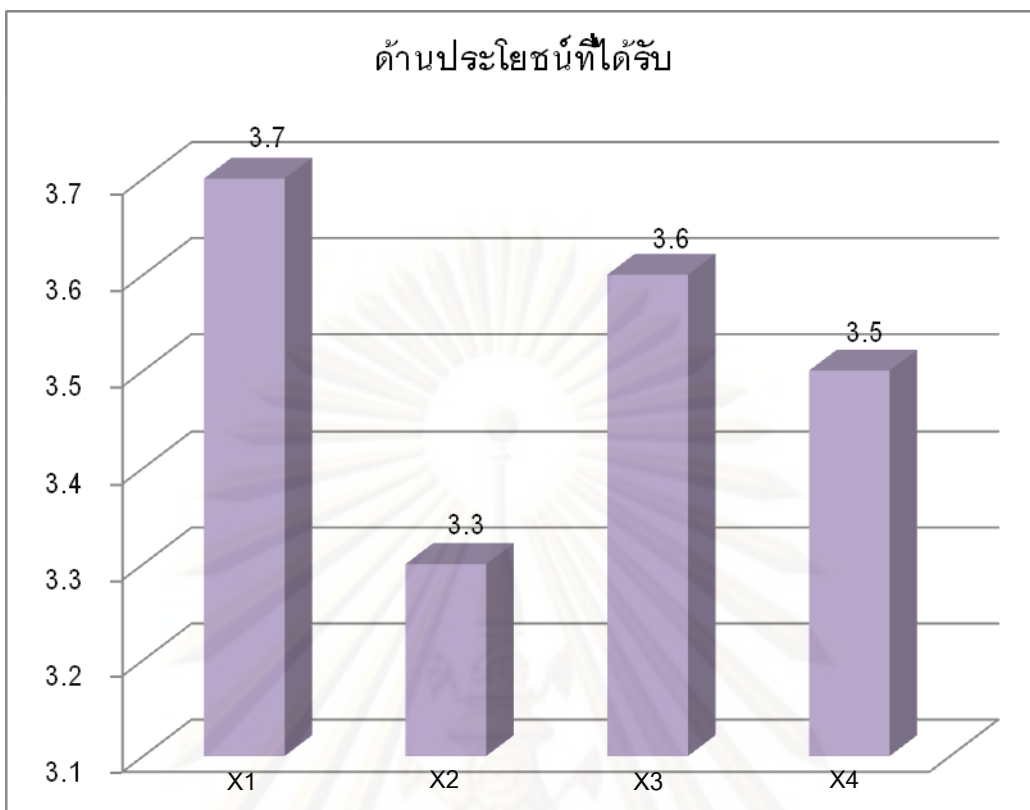
X2=เนื้อหาสาระที่ท่านได้รับความรู้เรื่องการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

X3=เนื้อหาสาระที่ท่านได้รับความรู้เรื่องการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

X4=เนื้อหาสาระที่ท่านได้รับความรู้เรื่องการบริหารศูนย์บริการไต่จัน

**แผนภูมิที่ 4-19 ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิงวิชาการ  
ด้านเนื้อหาสาระที่ได้จากการฝึกอบรม**

จากแผนภูมิที่ 4-19 พบว่า ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิงวิชาการเรื่องการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ ด้านเนื้อหาสาระที่ได้จากการฝึกอบรมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.6) โดยเห็นด้วยมากในข้อทราบและเข้าใจวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรมมากเป็นลำดับแรก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.9) และเนื้อหาสาระที่ท่านได้รับความรู้เรื่องการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพชัดเจนและเข้าใจง่ายเป็นลำดับสุดท้าย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5)



X1=การฝึกอบรมครั้งนี้ทำให้ท่านได้รับความรู้

X2=การฝึกอบรมครั้งนี้ช่วยแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานได้

X3=การฝึกอบรมครั้งนี้ทำให้ท่านเกิดเจตคติที่ดีต่อการปฏิบัติงาน

X4=ควรจัดให้มีการสัมมนาแบบนี้ในครั้งต่อไป

#### แผนภูมิที่ 4-20 ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิงวิชาการ ด้านประโยชน์ที่ได้รับ

จากแผนภูมิที่ 4-20 พบว่า ความคิดเห็นของผู้เข้าร่วมรับการฝึกอบรมที่มีต่อการสัมมนาเชิงวิชาการเรื่องการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ ด้านประโยชน์ที่ได้รับอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.5) โดยเห็นด้วยมากในข้อการฝึกอบรมครั้งนี้ทำให้ท่านได้รับความรู้เป็นลำดับแรก (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.7) และอยู่ในระดับปานกลางในข้อการฝึกอบรมครั้งนี้ช่วยแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานได้ เป็นอันดับสุดท้าย (มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.3)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

#### 4.2.3.3 การจัดสัมมนาเชิงวิชาการเกี่ยวกับการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนี้

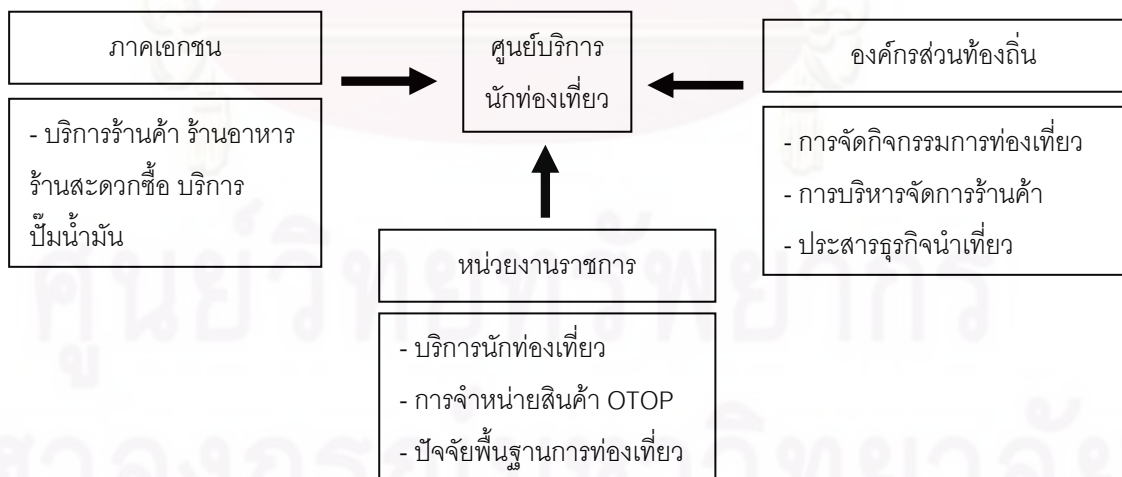
**ผลการจัดสัมมนาเชิงวิชาการ** การจัดสัมมนาเชิงวิชาการครั้งนี้ผู้เข้าร่วมมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพดังนี้

องค์กรทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยแบ่งความรับผิดชอบตามศักยภาพที่แต่ละองค์กรมี ได้แก่

1) ภาคเอกชนรับผิดชอบในส่วนของการบริการร้านค้า ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ และบริการปั๊มน้ำมัน

2) หน่วยงานราชการจังหวัดมีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนของการบริการนักท่องเที่ยวได้แก่ การจัดเจ้าหน้าที่เพื่อที่จะให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัด การจัดบริการข้อมูลแผ่นพับ และบริการสื่อสารสนเทศเพื่อการค้นหาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญภายในจังหวัด บริการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือกจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ และการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยวได้แก่ ป้ายบอกเส้นทางเข้าสู่ศูนย์ บริเวณที่จอดรถ ห้องน้ำ และบริการรถสาธารณะให้เพียงพอต่อการเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

3) องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น รับผิดชอบในเรื่องการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญในโอกาสต่างๆ การคัดเลือกร้านค้าในท้องถิ่นที่มีคุณสมบัติเข้ามาประกอบกิจการและการประสานกับธุรกิจนำเที่ยวภายในจังหวัดเพื่อนำกรู๊ปทัวร์เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 4-1 หน่วยงานที่รับผิดชอบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว



### ตอนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยปัญหาการดำเนินงานปัจจุบัน

**ปัจจัยปัญหาการดำเนินงานปัจจุบัน** ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม ได้เปิดให้บริการแต่การดำเนินงานของศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เนื่องจากประสบปัญหาและข้อจำกัดหลายประการ ทำให้ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยส่งผลทำให้ผู้ประกอบการทั้งร้านอาหารและร้านจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประสบปัญหาขาดทุน และผู้ประกอบการภายนอกไม่มีความเชื่อมั่นในการเข้ามาลงทุนในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งประเด็นปัญหามีดังต่อไปนี้

#### ตารางที่ 4-1 การวิเคราะห์ปัจจัยปัญหาศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ประเด็นปัญหา
1. กฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง	1. ระเบียบราชการไม่เอื้อให้มีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ	2. องค์กรที่เกี่ยวข้องในการบริหารจัดการศูนย์ฯทำงานเอกเทศไม่มีการประสานงาน โดย - จังหวัดนครปฐม รับผิดชอบ พื้นที่ และ อาคาร - องค์การบริหารส่วนตำบล ตำบลโพรงมะเดื่อ รับผิดชอบ การดูแลพื้นที่ และการเก็บภาษี - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (เขตการท่องเที่ยวภาคกลาง) รับผิดชอบ นโยบายการท่องเที่ยว
3. การบริหารจัดการ	3.1 นโยบายและวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการศูนย์ฯขาดความต่อเนื่องในการนำไปปฏิบัติ 3.2 ขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชนในท้องถิ่น
4. การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน และกลยุทธ์การตลาด	4.1 ขาดการประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าและบริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 4.2 ขาดการประสานงานกับธุรกิจท่องเที่ยวในการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ 4.3 ขาดการนำกลยุทธ์ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาดเข้ามาใช้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ 4.4 ขาดการส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในโอกาสสำคัญ

ปัจจัยที่เกี่ยวข้อง	ประเด็นปัญหา
5. สินค้าและบริการ	<p>5.1 ร้านจำหน่ายสินค้าและบริการไม่มีความสนใจที่จะเข้ามาประกอบ กิจการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>5.2 สินค้า OTOP ที่นำมาจัดจำหน่ายขาดการพัฒนาสินค้าและ ผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ และตรงกับ ความต้องการของนักท่องเที่ยว</p> <p>5.3 เจ้าหน้าที่ขาดประสบการณ์ในการบริการนักท่องเที่ยว</p> <p>5.4 ขาดข้อมูลสารสนเทศการให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญ เส้นทางการเข้าถึง และสถานที่พัก ไว้บริการนักท่องเที่ยว</p>
6. ที่ตั้งและลักษณะ กายภาพ	<p>6.1 ขาดภูมิทัศน์บริเวณรอบอาคาร</p> <p>6.2 ขาดความสะดวกในการเดินทางเนื่องจากศูนย์บริการ นักท่องเที่ยว ห่างจากตัวเมือง 2.5 กิโลเมตร และไม่อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยว</p> <p>6.3 สถานที่กักสัตว์อยู่ห่างจากศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>6.4 ป้ายบอกเส้นทางการเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการการ ท่องเที่ยว มีจำนวนไม่เพียงพอต่อการอำนวยความสะดวกผู้เข้ามาใช้ บริการ</p> <p>6.5 ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ และโทรศัพท์สาธารณะมีไม่เพียงพอต่อ การให้บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>6.6 ขาดการดูแลรักษาความสะอาด</p> <p>6.7 ขาดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยภายในศูนย์</p>



## 5.1 สรุปผลการวิจัยการศึกษาหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม

จากการวิเคราะห์ข้อมูล ผลของการวิจัยการศึกษาหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความต้องการให้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม มีการเปิดโอกาสให้กิจการร้านสะดวกซื้อ บิมน้ำมัน และร้านกาแฟเข้ามาประกอบกิจการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และสินค้าอื่นๆที่นำมาจำหน่าย ต้องมีความหลากหลาย น่าสนใจ มีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในโอกาสสำคัญภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และควรมีการจัดสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานให้เพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

2) ปัจจัยที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 ด้านได้แก่ การบริหารและจัดการองค์กร การตลาดและการประชาสัมพันธ์ บริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยว และการรักษาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และจากการศึกษาพบว่าบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความเห็นว่าการปัจจัยด้านการพัฒนาปัจจัยพื้นฐานการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการบริหารจัดการเป็นอันดับแรก รองลงมา คือด้านการบริหารและจัดการองค์กร และด้านบริการการท่องเที่ยวสิ่งอำนวยความสะดวกเป็นอันดับสุดท้าย

3) จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว และการจัดสัมมนาเชิงวิชาการบุคคลากรที่เกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อร่วมหาแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ แนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม ดังนี้



ตารางที่ 5-1 ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม

ปัจจัย	ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม
1. กฎหมายหรือระเบียบที่เกี่ยวข้อง	1. ระเบียบราชการควรเอื้อให้มีความคล่องตัวในการบริหาร โดยการแก้กฎหมายหรือการออกนโยบายที่เปิดโอกาสให้ภาคเอกชนบริหารจัดการ
2. หน่วยงานที่รับผิดชอบ	<p>2.1 องค์กรทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารศูนย์ศูนย์บริการการท่องเที่ยว โดยแบ่งความรับผิดชอบตามศักยภาพของแต่ละองค์กรมี ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ภาคเอกชนรับผิดชอบในส่วนของการบริการร้านค้า ร้านอาหาร ร้านสะดวกซื้อ</li> <li>- หน่วยงานราชการจังหวัดมีหน้าที่รับผิดชอบในส่วนของการบริการนักท่องเที่ยว</li> <li>- องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นรับผิดชอบในเรื่อง การคัดเลือกร้านค้าในท้องถิ่นที่มีคุณสมบัติเข้ามาประกอบกิจการ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญในโอกาสต่างๆ และการประสานกับธุรกิจนำเที่ยวเป็นต้น</li> </ul>
3. การบริหารจัดการ	<p>3.1 นโยบายและวัตถุประสงค์ในการบริหารจัดการต้องมีความต่อเนื่องในการนำไปปฏิบัติโดยจัดตั้งคณะกรรมการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ขึ้นโดยเฉพาะเพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ทั้งระยะสั้นและระยะยาว</p> <p>3.2 ชุมชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วมโดยรัฐต้องเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามาเป็นมีส่วนร่วมในการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p>

ปัจจัย	ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม
<p>4. การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน และกลยุทธ์การตลาด</p>	<p>4.1 ประชาสัมพันธ์สินค้า บริการ และอาหารที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐมโดยผ่านสื่อที่มีผู้รับเป็นจำนวนมาก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย</p> <p>4.2 ประสานงานกับธุรกิจท่องเที่ยวต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการเพื่อเป็นการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว</p> <p>4.2 ใช้กลยุทธ์ทางด้านราคา เช่น การลดราคาสินค้าลงจากราคาปกติเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการ</p> <p>4.3 ใช้กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดมหกรรมสินค้าท้องถิ่นOTOP การจัดตลาดนัดสินค้าพื้นบ้าน เพื่อส่งเสริมให้มีการใช้พื้นที่ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p>
<p>5. สินค้าและบริการ</p>	<p>5.1 บริการจำหน่ายอาหารที่มีชื่อเสียงของจังหวัดโดยผู้บริหารต้องติดต่อให้เข้ามาประกอบกิจการโดยมีการสร้างแรงจูงใจด้านการขายที่มีผลกำไร</p> <p>5.2 จัดจำหน่ายสินค้า OTOP ที่ได้รับการคัดเลือกจากหน่วยงานของจังหวัดโดยสินค้า OTOP ที่นำมาจำหน่ายต้องมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว</p> <p>5.3 บริการนวดแผนไทย บริการนวดสมุนไพร และบริการนวดฝ่าเท้า เนื่องจากปัจจุบันบริการเรื่องการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวหลายคนให้ความสนใจ</p> <p>5.4 บริการร้านสะดวกซื้อ ร้านกาแฟ</p>

ปัจจัย	ข้อเสนอแนะการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม
6. ที่ตั้งและลักษณะ กายภาพ	<p>6.1 จัดภูมิทัศน์บริเวณรอบอาคารให้สวยงามเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยการปลูกต้นไม้ใหญ่ พืชคลุมดินและจัดบริเวณสวนหย่อมเพื่อให้ อุณหภูมิสภาพแวดล้อมเย็นลงโดยการใช้อิทธิพลของอุณหภูมิเฉลี่ย ของพื้นผิวโดยรอบ (Mean Radian Temperature: MRT)</p> <p>6.2 จัดสร้างสถานที่กักบรรดและป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางให้ เพียงพอเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้เข้ามาใช้บริการ</p> <p>6.3 จัดสร้างและพัฒนา ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ และโทรศัพท์ สาธารณะเพิ่มเติมเพื่ออำนวยความสะดวกต่อผู้เข้ามาใช้บริการ</p> <p>6.4 หน่วยงานคมนาคมในพื้นที่รับผิดชอบต้องจัดบริการรถ สาธารณะผ่านศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>6.5 จัดระบบกำจัดขยะ และคนดูแลรักษาความสะอาดโดยรอบ เพื่อให้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มีความสะอาด</p> <p>6.6 จัดเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเข้ามาทำหน้าที่ภายใน ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p>

## 5.2 อภิปรายผล

จากการสรุปผลการศึกษาข้างต้นผู้บริหารหน่วยงานหรือองค์กรที่มีแนวคิดในการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต้องมีการสร้างเอกลักษณ์หรือจุดเด่น เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ ซึ่งแนวทางดังนี้

1. การจัดเตรียมที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้แก่

1.1 การจัดภูมิทัศน์โดยรอบให้สวยงามโดยการปลูกต้นไม้ใหญ่ พืชคลุมดิน และจัดบริเวณสวนหย่อมเพื่อให้บริเวณมีความสวยงามและร่มรื่น

1.2 ป้ายบอกเส้นทางในการเดินทางเข้ามาใช้บริการต้องมีความชัดเจนต่อเนืองและสังเกตเห็นได้ง่าย

1.3 กรณีที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีทางคูขนานบริเวณที่กัลบรถต้องอยู่ใกล้กับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

1.4 ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ และโทรศัพท์สาธารณะต้องมีปริมาณเพียงพอต่อการเข้ามาใช้บริการ

1.5 จัดหาบริการรถสาธารณะไว้บริการบริเวณรอบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

1.6 จัดสร้างระบบการกำจัดสิ่งปฏิกูลรองรับของเสียที่เกิดขึ้นจากการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยว

1.7 จัดพนักงานรักษาความปลอดภัยเข้ามาทำหน้าที่ดูแลรักษาความปลอดภัยภายในศูนย์ตลอด 24 ชั่วโมง

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพนั้นควรมีการวางแผนการจัดการที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพที่เป็นระบบ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการที่จะได้รับบริการที่สะดวกรวดเร็ว และมีข้อผิดพลาดน้อยในการเข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้การพัฒนาที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพยังส่งผลดีต่อชุมชนผู้อาศัยโดยรอบในการเป็นส่วนสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจในชุมชน

2. การจัดหาสินค้าและบริการที่มีชื่อเสียงในพื้นที่เข้ามาจัดจำหน่ายเพื่อเป็นการแสดงถึงเอกลักษณ์ในท้องถิ่น และเป็นการสร้างแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในการเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าและบริการได้แก่

2.1 บริการร้านอาหารที่มีชื่อเสียง หลายพื้นที่ในประเทศเป็นที่ทราบกันดีว่ามีร้านค้าและร้านอาหารที่มีชื่อเสียงซึ่งนักท่องเที่ยวทั้งในท้องถิ่นและต่างถิ่นได้ให้ความสนใจในการเข้ามาใช้บริการซึ่งผู้บริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีการติดต่อร้านอาหารเหล่านี้ให้เข้ามา



ประกอบกิจการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยมีการสร้างแรงจูงใจด้านการขายที่มีผลกำไร เพื่อเป็นการสร้างจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ

2.2 บริการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) จัดได้ว่าเป็นสินค้าที่แสดงถึงเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ที่ได้รับการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น (Generation) ในการสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้มีเอกลักษณ์ ผู้บริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ต้องจัดหาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการคัดเลือกจากหน่วยงานของตนโดยสินค้า OTOPT ที่นำมาจัดจำหน่ายต้องมีการพัฒนาคุณภาพสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เข้ามาจัดจำหน่ายเพื่อเป็นอีกหนึ่งบริการที่สามารถสร้างจุดดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

2.3 บริการนวดแผนไทย บริการนวดสมุนไพร และบริการนวดฝ่าเท้า เป็นอีกบริการหนึ่งที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต้องมีการจัดหาเข้ามาบริการนักท่องเที่ยวเพราะในปัจจุบันบริการเรื่องการดูแลสุขภาพเป็นสิ่งที่น่าสนใจที่นักท่องเที่ยวหลายคนให้ความสนใจอันจะเห็นได้จากในหลายแหล่งท่องเที่ยวได้มีการเปิดบริการและมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจ

2.4 บริการร้านสะดวกซื้อ ปัจจุบันในหลายพื้นที่ของประเทศได้มีการเปิดบริการร้านสะดวกซื้อ เช่น ร้านมินิมาร์ท ทำให้ประชาชนทั่วไปมีความสะดวกสบายในการซื้อหาสินค้าเบ็ดเตล็ดที่ใช้อยู่ทั่วไปในชีวิตประจำวัน ดังนั้นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต้องมีการจัดหาบริการร้านสะดวกซื้อเข้ามาบริการนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายในการเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

2.5 การจัดเจ้าหน้าที่ประจำภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผู้บริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการ การเอาใจใส่ และการสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับเข้ามาใช้บริการอีก ดังนั้นการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาบุคลากรทางด้านการบริการจึงเป็นสิ่งสำคัญ

2.6 บริการสื่อสารสนเทศการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัด นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้จัดไว้บริการข้างต้นแล้ว นักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในจังหวัดรวมทั้งข้อมูลอื่นที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร เส้นทางการเดินทาง ซึ่งเป็นการช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กับจังหวัดอีกทางหนึ่งด้วย

3. การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน และกลยุทธ์การตลาด การที่จะทำให้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักในวงกว้างไม่ใช่แต่ในท้องถิ่นจำเป็นอย่างยิ่งที่กระบวนการดังกล่าวข้างต้นต้องถูกนำมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ ได้แก่

3.1 ผู้บริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต้องจัดหาหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพเพื่อที่จะมาทำหน้าที่ในการประชาสัมพันธ์ สินค้า บริการ อาหารรวมไปถึงกิจกรรมที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้จัดขึ้นในโอกาสต่างๆ โดยประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อที่มีผู้รับเป็นจำนวนมาก เช่น โทรทัศน์ วิทยุ สิ่งพิมพ์ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น เพื่อเผยแพร่ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ไปสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย

3.2 การประสานกับธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจการนำนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆภายในประเทศถือเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหนึ่งที่มีเงินหมุนเวียนในระบบเป็นจำนวนมาก ในแต่ละปีดังนั้นศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีการติดต่อกับบริษัทเหล่านี้เพื่อทำข้อตกลงในการจัดนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

3.3 การใช้กลยุทธ์ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคาสินค้าลงจากราคาปกติในช่วงเทศกาลประจำปี การจัดมหกรรมสินค้าท้องถิ่นลดราคา การให้บัตรสิทธิพิเศษลดราคาสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าครบตามจำนวนที่กำหนดไว้ เป็นต้น การบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพนั้นการนำกลยุทธ์ทางการตลาดเข้ามาใช้เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริหารควรที่จะมีการวางกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการ

3.4 การส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในโอกาสสำคัญ การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในโอกาสสำคัญ เช่น งานสงกรานต์ งานปีใหม่ และงานไหว้พระประจำปีจังหวัด เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้พื้นที่และบริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

4. การบริหารจัดการ ผู้บริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรพิจารณาปัจจัยในการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ ดังนี้

4.1 นโยบายการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต้องมีความต่อเนื่องและมีการนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพราะในปัจจุบันอำนาจการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในหลายพื้นที่อยู่กับส่วนกลางคือ จังหวัด ผู้บริหารสูงสุด คือ ผู้ว่าราชการจังหวัดในกรณีที่เกิดมีการโยกย้ายตำแหน่งและมีผู้บริหารคนใหม่เข้ามาทำหน้าที่นโยบายชุดเก่าอาจจะไม่ได้รับการสานต่อทำให้การดำเนินงานที่เป็นประโยชน์กับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว อาจเกิดการหยุดชะงักหรือล้มเลิกไปดังนั้นการแก้ปัญหา คือ จัดตั้งคณะกรรมการที่ทำหน้าที่บริหารจัดการ

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวโดยตรง หรือถ้าผู้บริหารได้พิจารณาแล้วว่าศักยภาพในการบริหารจัดการศูนย์ยังมีไม่เพียงพอ อันเนื่องมาจากข้อจำกัดทางราชการ หรืองบประมาณบริหารมีไม่เพียงพอ ผู้บริหารที่มีหน้าที่รับผิดชอบควรที่จะทำการพิจารณาการโอนอำนาจการบริหารจัดการให้องค์กรอื่น ได้แก่ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น หรือภาคเอกชนที่มีศักยภาพในการบริหารเข้ามาบริหารจัดการ ทั้งนี้การบริหารและจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต้องได้รับการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายบริหารจากองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวทุกภาคส่วน

4.2 การมีส่วนร่วมขององค์กรที่เกี่ยวข้องและชุมชนในท้องถิ่น การที่จะทำให้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปนั้นองค์กรหรือบุคคลในชุมชนที่มีส่วนร่วมในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็น ร้านค้าที่เข้ามาประกอบกิจการหรือการเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลาว่างของบุคคลในชุมชน รวมทั้งการเข้ามาร่วมเปิดกิจการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวของภาคเอกชน เช่น ร้านค้าสะดวกซื้อ ปั้มน้ำมัน ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงภายในจังหวัด สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวดังนั้นบุคคลหรือหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดต้องเข้ามาร่วมกัน

การบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวนั้นปัจจัยข้างต้นจะต้องมีการบริหารจัดการที่สอดคล้อง และสมดุลกันการมุ่งเน้นเฉพาะด้านใดด้านหนึ่งย่อมไม่ก่อให้เกิดความสมดุลทางการท่องเที่ยวและอาจไม่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างครบถ้วน

ตารางที่ 5-2 แนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ

ปัจจัย	แนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ
<p>1. ที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพ</p>	<p>จัดเตรียมที่ตั้งและลักษณะทางกายภาพให้มีความพร้อม ได้แก่</p> <p>1.1 การจัดภูมิทัศน์โดยรอบให้สวยงาม</p> <p>1.2 ป้ายบอกเส้นทางเข้าศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ต้องมีความชัดเจน ต่อเนื่อง และสังเกตเห็นได้ง่าย</p> <p>1.3 บริเวณที่กัลบรถต้องอยู่ใกล้กับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>1.4 ห้องน้ำ สถานที่จอดรถ และโทรศัพท์สาธารณะต้องมีปริมาณเพียงพอ</p> <p>1.5 จัดบริการรถสาธารณะไว้บริการบริเวณรอบศูนย์บริการนักท่องเที่ยว</p> <p>1.6 จัดสร้างระบบการกำจัดสิ่งปฏิกูลรองรับของเสียที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว</p> <p>1.7 จัดพนักงานรักษาความปลอดภัยเข้ามาทำหน้าที่</p>
<p>2. สินค้าและบริการ</p>	<p>จัดหาสินค้าและบริการที่มีชื่อเสียงในพื้นที่เข้ามาจัดจำหน่ายและบริการนักท่องเที่ยว ได้แก่</p> <p>2.1 บริการร้านอาหารที่มีชื่อเสียง</p> <p>2.2 บริการจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่มีความหลากหลาย น่าสนใจ และตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว</p> <p>2.3 บริการนวดแผนไทย บริการนวดสมุนไพร และบริการนวดฝ่าเท้า</p> <p>2.4 บริการร้านสะดวกซื้อ</p> <p>2.5 การจัดเจ้าหน้าที่ประจำภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว</p> <p>2.6 บริการสื่อสารสนเทศการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัด</p>



ปัจจัย	แนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ
3. การประชาสัมพันธ์ การประสานงาน และกลยุทธ์การตลาด	3.1 จัดหาหน่วยงานที่มีประสิทธิภาพมาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ สินค้า บริการ อาหารรวมไปถึงกิจกรรมที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้จัดขึ้น 3.2 ประสานงานกับธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว 3.3 ใช้กลยุทธ์ด้านราคาและการส่งเสริมการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ 3.4 ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อดึงนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้พื้นที่และบริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
4. การบริหารจัดการ	4.1 นโยบายการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวต้องมีความต่อเนื่องและมีการนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม 4.2 การมีส่วนร่วมขององค์กรที่เกี่ยวข้องและชุมชนในท้องถิ่น

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

การศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

- 1) ผู้บริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีการพิจารณาแนวทางการบริหารจัดการที่ผู้วิจัยได้นำเสนอเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาการดำเนินงานที่ประสบอยู่
- 2) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม ควรมีการกระจายอำนาจการบริหารจัดการให้กับองค์กรหรือหน่วยงานที่มีศักยภาพได้แก่ องค์กรบริหารในพื้นที่ ภาคเอกชน เข้ามามีอำนาจในการบริหารจัดการ ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์
- 3) ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรพิจารณาการเพิ่มบริการอื่น นอกเหนือจากที่ผู้วิจัยได้นำเสนอ เพื่อเพิ่มความสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการ

## บรรณานุกรม

### ภาษาไทย

กาญจนา สิริภทวณิช. การใช้ต้นไม้ยืนต้นในการปรับแต่งสภาพแวดล้อมเพื่อลดการใช้พลังงานในอาคาร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2549-2550. กรุงเทพฯ : 2550.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานขั้นสุดท้าย การดำเนินงานเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ. กรุงเทพฯ : 2540.

คณาจารย์สาขาวิชาสถิติ ภาควิชาคณิตศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัยโดยใช้โปรแกรม SPSS. นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร, 2545.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

เชิดศักดิ์ โควาสินท์. การวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โอเอสพริ้นติ้งเฮาส์ จำกัด, 2527.

ณรงค์ ปฐมกาญจนา. เลขาราชการหอการค้าจังหวัดนครปฐม. สัมภาษณ์, 26 ตุลาคม 2551.

ตรึงใจ บุรณสมภพ. การออกแบบสถาปัตยกรรมเมืองร้อนในประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: นำอักษรการพิมพ์, 2521.

ทวีศักดิ์ สุขสมัย. หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์จังหวัด. สัมภาษณ์, 15 กันยายน 2551.

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : 2536.

นำชัย ทนุผลและคณะ. การส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยวและพัฒนาชุมชนด้วยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : 2544

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. การสร้างธรรมาภิบาล (Good Governance) ในสังคมไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์เดือนตุลา จำกัด, 2542.

ปัญญาโชติ สอนคม. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายหาดบางแสน. ปรินญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

ประคอง กรรณสูตร. สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.

ประพงษ์ วงษ์ท่าเรือ. การศึกษาสภาวะที่น่าสบายเชิงความร้อนของคนในอาคาร. วิทยานิพนธ์ ปรินญามหาบัณฑิต, คณะวิศวกรรมศาสตร์ ภาควิชาวิศวกรรมเครื่องกล จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2535.

ประเวศ วะสี. ศักดิ์ศรีแห่งความเป็นคน ศักยภาพแห่งความสร้างสรรค์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์หมอชาวบ้าน, 2540.

ประสันต์ เลศกัณชัย. องค์การบริหารส่วนตำบลและสภาตำบลกับการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2547.

ประหยัด ตะคอนรัมย์. แนวทางการบริหารจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรณีศึกษา ตลาดริมน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. ปรินญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.

ผุสดี ทิพพัส. เกณฑ์ในการออกแบบสถาปัตยกรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

พิภพ พิทักษ์ศิลป์. การศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี. ปรินญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2525.

พจนา สนวนศรี. คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : 2546.

พรสถิต ศรีเมือง. แนวทางการใช้พืชพรรณในการพัฒนาสภาพแวดล้อมเมือง. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, ภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538.

มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. โครงการศึกษาวิจัยการจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม. โครงการศึกษาแนวทางการบริหารและจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) และสภาตำบล (สต.). กรุงเทพฯ : 2541.

มหาวิทยาลัยศิลปากร. โครงการรักษาเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม. นครปฐม : 2543.

มิศรา สามารถ. รายงานผลการวิจัยเรื่อง การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ : พิมพ์ครั้งที่ 1. แอล. ที. เพรส, 2543.

ยุทธ ไถยวรรณ. พื้นฐานการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น, 2545.

วันเสด็จ ถาวรสุข. ในเอกสารบทความวิชาการประกอบการสัมมนา. การสร้างจุดขายรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน. กรุงเทพฯ: 2551.

วรรัตน์ เขียวไพบรี. องค์การและการจัดการ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์สถาบันราชภัฏธนบุรี, 2542.

วรัญญ เวียงอำพล. การจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย. ปรินญาการวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต ภาควิชาการวางแผนภาคและเมือง คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2546.

วิเชียร จันทรโณทัย หัวหน้าสำนักงานจังหวัดนครปฐมและคณะ. ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดนครปฐม ปี2550. นครปฐม : บริษัท เพชรเกษมพรินติ้ง กรุ๊ป จำกัด, 2551.

วิทยา ถัมพาศัย. การบริหารจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มหาชัย, 2549.

สรรเสริญ ศรีวิบูลย์. ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดนครปฐม. สัมภาษณ์, 12 ตุลาคม 2551.



สมจิตร โยธะคง. การจัดการงานดูแลบำรุงรักษาภูมิทัศน์. กรุงเทพมหานคร: รวมสาส์น (1977), 2541.

สยมพร ปุณฺณาคม. การบริหารจัดการที่ดี(Good Governance) กับหลักพระพุทธศาสนา. วิทยานิพนธ์ภาควิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

สุนทร บุญญาธิการ. เทคนิคการออกแบบบ้านประหยัดพลังงาน. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: ไอเอส.พรินติ้งเฮาส์, 2545.

สุนทร บุญญาธิการ. บ้านชีวชาติ บ้านพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อชีวิตและผลิตพลังงาน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2547.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 พ.ศ. 2550-2554. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์เม็ดทรายพรินติ้ง, 2550.

สำนักงานจังหวัดนครปฐม. แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม. นครปฐม : 2550.

สำนักงานจังหวัดนครปฐม. ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและยุทธศาสตร์โตะเงินจังหวัดนครปฐม. นครปฐม : สำนักพิมพ์จังหวัดนครปฐม, 2550.

ศิริชัย กาญจนวาศรี และคณะ. การเลือกใช้สถิติที่เหมาะสมสำหรับกรวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 15 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

อนงค์ลักษณ์ ตันกิตติวัฒน์. นายกเทศมนตรีตำบลโพรงมะเดื่อ. สัมภาษณ์, 23 ตุลาคม 2551.

อุทัย หิรัญโต. เทคนิคการบริหาร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์, 2345.

เอี่ยมพร วิสุมหมาย. หลักการจัดสวนเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2527.

## ภาษาอังกฤษ

Best, John W. Research in Education. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice- Hall Inc., 1970.

Conference proceedings. Green architecture : The sustainable built environment in the new millennium April 21-22, 2000. Bangkok : The Council of Deans of Architecture Schools of Thailand, 2000.

Danial Katz and Robert. Kahn, The Social Psychology of Organization, 2<sup>nd</sup> ed. New York, John Wile & Sons, 1978.

Edward Inskeep. National and Regional Tourism Planning : Methodologies and Case Studies. 1<sup>st</sup> Published. London & New York, Routledge, 1994.

Greg Richards and Derek Hall, Tourism and Sustainable Community Development. London : Routledge, 2000.

Hunter, Colin. Tourism and Environment : A Sustainable Relationship. 1<sup>st</sup> Published. London & New York : Routledge, 1995.

John Swarbrooke, Sustainable Tourism Management. Oxen : CABI Publishing, 2000.

Likert, Rensis. New patten of Management. Tokoyo: McGraw- Hill Kogakusha, 1960.

Tourism authority of Thailand. Tourism of Nakhonpathom Province[Online]. Available from:<http://thai.tourismthailand.org/destination-guide/nakhonpathom-73-1-1.html> [2008, March 12]



ภาคผนวก

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ก  
กำหนดการการสัมมนา

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



กำหนดการสัมมนาเชิงวิชาการ  
เรื่อง “การบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ”

วันพุธ ที่ 5 มีนาคม 2551

เวลา 8.30- 13.00 น.

ณ สำนักงานเหล่ากาชาด จังหวัดนครปฐม ชั้น 2

วันพุธที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2551

08.30- 09.00 น. ลงทะเบียน

09.00- 09.15 น. พิธีเปิดการสัมมนา

โดย รองผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม (นายจรศักดิ์ สิงโตกุล)

กล่าวรายงาน

โดย หัวหน้าโครงการ (รศ.ดร. วรสันต์ บุรณากาญจน์)

09.15- 10.00 น. การบรรยาย เรื่อง การบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ  
วิทยากร : ยวดี ผู้อำนวยการการวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่ง  
ประเทศไทย

10.00- 10.45 น. การบรรยาย เรื่อง การพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้เกิด  
ประสิทธิภาพ

วิทยากร : วสันต์ ถนอมทรัพย์ ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมและพัฒนา  
ศักยภาพวิสาหกิจ ชุมชน กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

10.45- 11.15 น. การบรรยาย เรื่อง การบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพใน  
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

วิทยากร: ประพฤติ อรรถชน นายกสสมาคมโตะเงินจังหวัดนครปฐม

11.15- 11.45 น. สรุปผลการศึกษาค้นคว้าหาแนวทางบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว  
แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บึงลาดโพธิ์ จังหวัด  
นครปฐม

วิทยากร: คณะผู้ศึกษาโครงการ

11.45- 12.00 น. ตอบข้อซักถาม

12.00- 13.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน



ภาคผนวก ข  
คำกล่าวเปิดงาน

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

คำกล่าวรายงาน

พิธีเปิดการอบรมการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง  
และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น (บึงลาดโพธิ์) ให้เกิดประสิทธิภาพ

โดย

รศ.ดร.วรศักดิ์ นูรณากาญจน์

อาจารย์คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หัวหน้าโครงการวิจัย

วันพุธที่ 5 มีนาคม 2551 เวลา 09.00 น.

ณ ห้องประชุมชั้น 2 สำนักงานเหล่ากาชาดจังหวัดนครปฐม

-----

**กราบเรียน ท่านรองผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม (ท่านจรศักดิ์ สิงโตกุล)**

ก่อนอื่น กระผมใคร่ขอขอบคุณท่านรองผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างยิ่ง ที่ให้เกียรติมาเป็นประธานในพิธีเปิดการฝึกอบรม เรื่องการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (บึงลาดโพธิ์) ให้เกิดประสิทธิภาพ ในวันที่

การฝึกอบรมการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ในวันที่ สืบเนื่องจาก จังหวัดนครปฐมได้ทำข้อตกลงว่าจ้างศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเทคโนโลยีอาคารและสิ่งแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการศึกษาหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (บึงลาดโพธิ์) ให้เกิดประสิทธิภาพ โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษารวม 180 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2550 เป็นต้นมา และสิ้นสุดในวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2551 ในวงเงินงบประมาณศึกษาวิจัยเป็นเงิน 500,000 บาท แบ่งเป็น 3 งวด

งวดที่ 1 เสนอแผนการศึกษา

งวดที่ 2 ทำรายงานผลการศึกษา

งวดที่ 3 ฝึกอบรมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัด

ศูนย์วิทยุวิทยุโทรพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตามผลการศึกษาวิจัยและทำรายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณส่งจังหวัดซึ่งการฝึกอบรมในวันนี้เป็นการดำเนินงานงวดที่สาม ซึ่งเป็นงวดสุดท้ายแล้ว เป็นการเสนอผลการศึกษาวิจัย และเพื่อให้ผู้เข้ารับการอบรมได้มีความรู้ความเข้าใจผลการศึกษาวิจัยมากยิ่งขึ้น คณะศึกษาวิจัยได้เชิญผู้เชี่ยวชาญทางการท่องเที่ยว จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลให้เกิดประสิทธิภาพ จากกรมการพัฒนาชุมชน และผู้เชี่ยวชาญด้านบริการใต้เงิน จากชมรมใต้เงินนครปฐม ซึ่งการศึกษาวิจัย ดังกล่าวได้เสร็จเรียบร้อยแล้ว จึงเสนอผลการศึกษาวิจัย พร้อมกับการฝึกอบรมในวันนี้

บัดนี้ ได้เวลาอันเป็นมงคลฤกษ์แล้ว ขอกราบเรียนเชิญท่านรองผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม ท่าน ขจรศักดิ์ สิงโตกุล ได้ให้นโยบายและกล่าวเปิดการฝึกอบรมต่อไป

\* \* \* \* \*

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



คำกล่าวเปิดการฝึกอบรม เรื่อง “การบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพ”

โดย

รองผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม (นายจรศักดิ์ สิงโตกุล)

ในวันพุธที่ 5 มีนาคม 2551 เวลา 09.00 น.

ณ ห้องประชุมชั้น 2 สำนักงานเหล่ากาชาดจังหวัดนครปฐม

-----

**หัวหน้าส่วนราชการ ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว หัวหน้าหน่วยงานองค์กรภาคเอกชน ผู้บริหาร  
องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และอาจารย์ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเทคโนโลยีอาคารและสิ่งแวดล้อม  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย**

ผมมีความยินดีที่ได้รับเกียรติเป็นประธานในพิธีเปิดการฝึกอบรม เรื่อง “การบริหารศูนย์บริการ  
นักท่องเที่ยว (บึงลาดโพธิ์)” ให้เกิดประสิทธิภาพ” ในวันที่

ก่อนนี้ผมขอขอบคุณคณะวิทยากรทุกท่าน และท่านทั้งหลาย ณ ที่นี้ ที่สละเวลามารับการฝึกอบรมในวันนี้  
เพื่อให้ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (บึงลาดโพธิ์) ได้บริหารงานเกิด  
ประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์ต่อประชาชนชาวนครปฐม เนื่องจาก ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ได้ใช้งบประมาณของทาง  
ราชการจำนวนมาก (วงเงิน 33,650,000 บาท) สร้างขึ้นมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

- เป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสงานฉลองสิริราชสมบัติ ครบ  
60 ปี ในปี 2549

- เป็นศูนย์บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว
- เป็นศูนย์บริการ แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น
- เป็นศูนย์บริการโต๊ะจีนรวมทั้งศูนย์อาหารของดีจังหวัด
- เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้แก่ประชาชน

ซึ่งปัจจุบันการดำเนินงานของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จังหวัดจึงทำ  
ข้อตกลงให้คณะสถาปัตยกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ทำการศึกษารูปแบบการบริหารศูนย์บริการ  
นักท่องเที่ยว ให้มีประสิทธิภาพ จึงขอให้ทุกท่านได้รับฟังการให้ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ เป็นข้อคิดใน  
การเสนอแนะ เพื่อให้ผลการศึกษาวิจัยดังกล่าวมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขณะนี้ได้เวลาอันมงคลฤกษ์แล้ว ผมขอเปิดการฝึกอบรม เรื่อง “การบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว (บึง  
ลาดโพธิ์)” ให้เกิดประสิทธิภาพ” ณ บัดนี้

\*\*\*\*\*



ภาคผนวก ค

รายนามผู้เชี่ยวชาญ

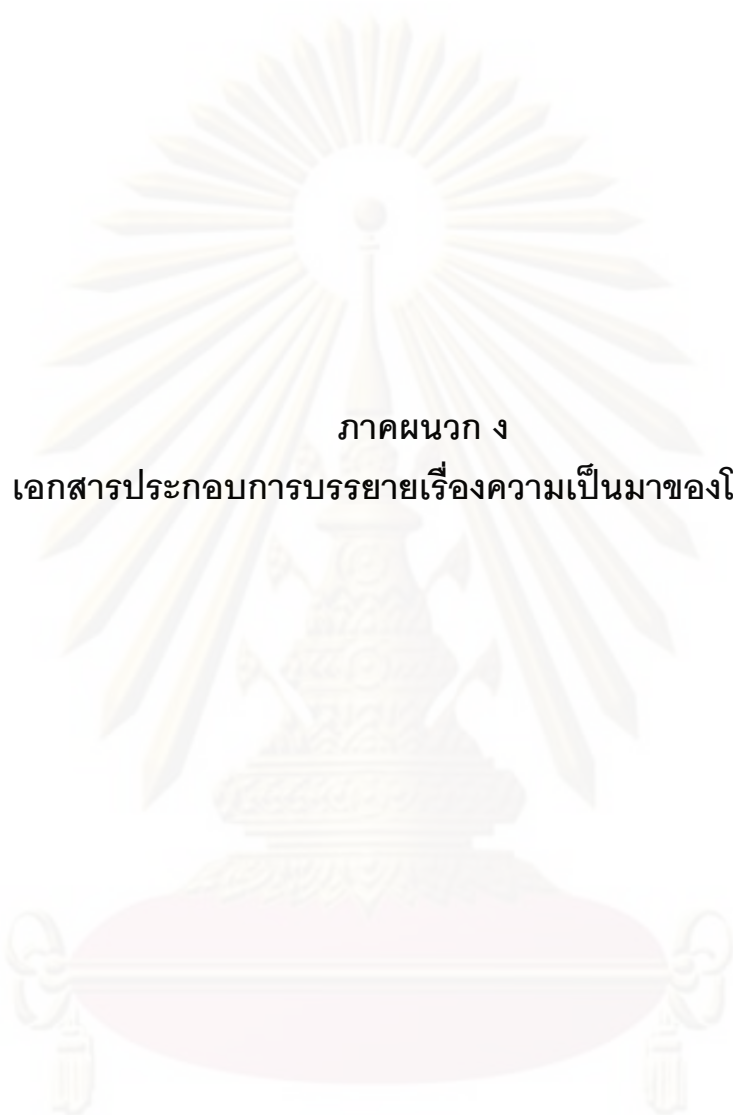
ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## รายนามผู้เชี่ยวชาญตรวจเครื่องมือวิจัย

1. นาย สรรเสริญ ศรีวิบูลย์  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการศูนย์การท่องเที่ยว กีฬาและนันทนาการจังหวัดนครปฐม  
สถานที่ทำงาน ศาลากลางจังหวัดนครปฐม
2. นาย วสันต์ ถนอมทรัพย์  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการส่วนส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน  
สถานที่ทำงาน กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
3. นาย ณรงค์ ปฐมกาญจนา  
ตำแหน่ง เลขาธิการหอการค้าจังหวัดนครปฐม  
สถานที่ทำงาน สำนักงานหอการค้าจังหวัดนครปฐม
4. นาย มนต์รี ศรีสกุล  
ตำแหน่ง หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว  
สถานที่ทำงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
5. นาง กมลทิพย์ พยัสมิเชียร  
ตำแหน่ง ผู้อำนวยการการตลาดและการวิจัย  
สถานที่ทำงาน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ศูนย์วิทยพัทยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ง  
เอกสารประกอบการบรรยายเรื่องความเป็นมาของโครงการ

ศูนย์วิจัยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## ความเป็นมาของโครงการ

จังหวัดนครปฐมได้จัดสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นขึ้น โดยตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 2 ตำบลหนองดินแดง อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้ที่สาธารณะบึงลาดโพธิ์และที่ดินเอกชน จำนวน 5 ไร่ 2 งาน ใช้เวลาก่อสร้าง 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน 2549 ถึงวันที่ 30 มีนาคม 2550 และได้ประกอบพิธีเปิดอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวขึ้น เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2550 ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยสิ่งก่อสร้าง ดังนี้ อาคารแสดงจำหน่ายผลิตภัณฑ์พร้อมศาลา อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แพอาหาร อาคารห้องน้ำสาธารณะ โรงจอดรถยนต์ และป้ายโครงการ วัตถุประสงค์ในการสร้าง เพื่อเป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสงานฉลองสิริราชสมบัติ ครบ 60 ปี ในปี พ.ศ. 2549 และเป็นแหล่งรวมของข้อมูลข่าวสารทั้งทางด้านแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น ปัจจุบันการดำเนินงานของศูนย์บริการนักท่องเที่ยวยังไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จังหวัดนครปฐมจึงได้ทำข้อตกลงว่าจ้างศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีอาคารและสิ่งแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการศึกษาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น (บึงลาดโพธิ์) ให้เกิดประสิทธิภาพ โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษารวม 180 วัน เริ่มตั้งแต่วันที่ 10 สิงหาคม 2550 เป็นต้นมา และสิ้นสุดในวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2551 ในวงเงินงบประมาณศึกษาวิจัยเป็นเงิน 500,000 บาท แบ่งเป็น 3 งวด

### งวดที่ 1 เสนอแผนการศึกษา

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีอาคารและสิ่งแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต้องส่งแผนการดำเนินงานการศึกษารูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นให้เกิดประสิทธิภาพทุกขั้นตอนรวมทั้งการเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรในการดำเนินงานให้จังหวัดนครปฐมให้ความเห็นชอบภายในระยะเวลา 30 วันนับถัดจากวันเริ่มข้อตกลง

### งวดที่ 2 ทำรายงานผลการศึกษา

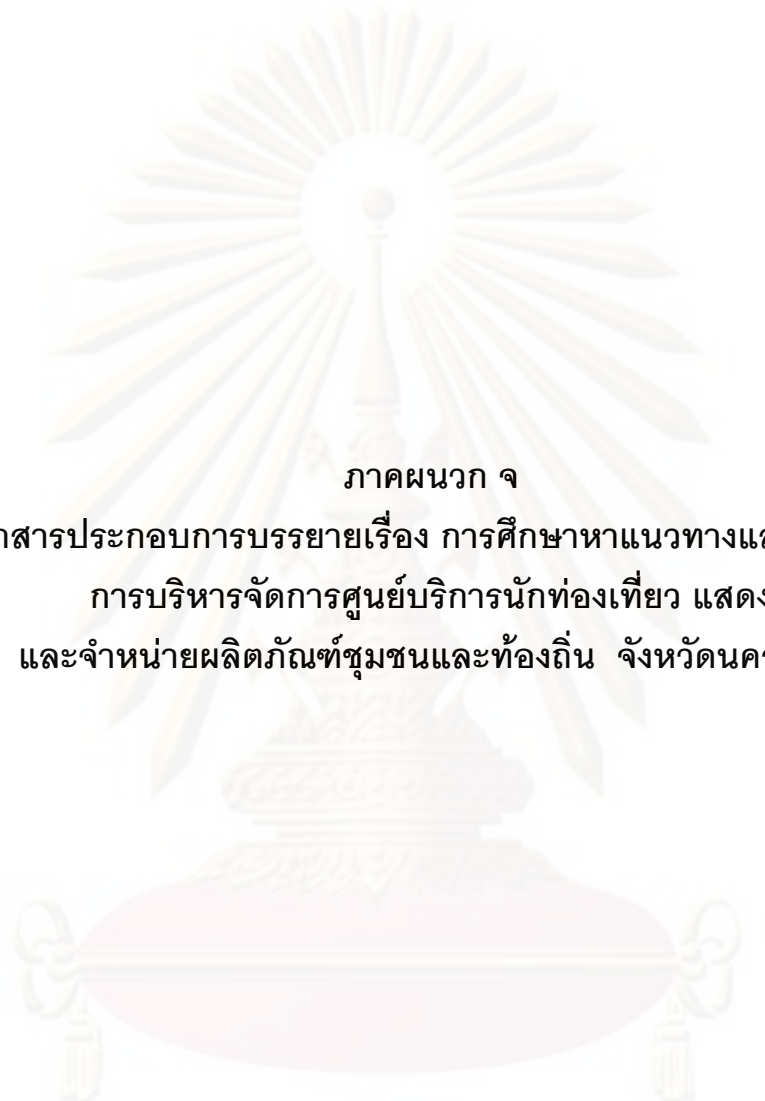
ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีอาคารและสิ่งแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต้องส่งรายงานผลการวิจัยที่จังหวัดให้ความเห็นชอบภายในระยะเวลา 120 วันนับถัดจากวันเริ่มข้อตกลง

### งวดที่ 3 การฝึกอบรมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของจังหวัด

ศูนย์เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านเทคโนโลยีอาคารและสิ่งแวดล้อม คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยต้องจัดฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องของจังหวัดให้สามารถนำผลการศึกษาไปให้ใช้ให้เกิดประสิทธิภาพ พร้อมกับส่งเอกสารผลการศึกษาดับสมบูรณ์จำนวน 10 เล่มและสรุปผลการฝึกอบรมให้จังหวัดทราบภายในระยะเวลา 180 วัน นับถัดจากวันเริ่มข้อตกลง



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก จ  
เอกสารประกอบการบรรยายเรื่อง การศึกษาหาแนวทางและรูปแบบ  
การบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง  
และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น จังหวัดนครปฐม

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

**การศึกษาหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และ  
จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น  
จังหวัดนครปฐม**

**1. ความเป็นมา**

จังหวัดนครปฐมได้จัดสร้างศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นขึ้น โดยตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 2 ตำบลหนองดินแดง อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม โดยใช้ที่สาธารณะบึงลาดโพธิ์และที่ดินเอกชน จำนวน 5 ไร่ 2 งาน ใช้เวลาก่อสร้าง 1 ปี ตั้งแต่วันที่ 4 เมษายน 2549 ถึงวันที่ 30 มีนาคม 2550 และได้ประกอบพิธีเปิดอาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวขึ้น เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2550 ในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วยสิ่งก่อสร้างดังนี้ อาคารแสดงจำหน่ายผลิตภัณฑ์พร้อมศาลา อาคารศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แพอาหาร อาคารห้องน้ำสาธารณะ โรงจอดรถยนต์ และป้ายโครงการ วัตถุประสงค์ในการสร้าง เพื่อเป็นโครงการเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสงานฉลองสิริราชสมบัติ ครบ 60 ปี ในปี พ.ศ. 2549 และเป็นแหล่งรวมของข้อมูลข่าวสารทั้งทางด้านแหล่งท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น

ผู้ศึกษามีแนวคิดที่จะทำการศึกษา 3 เรื่องซึ่งเป็นเรื่องที่จังหวัดกำลังให้ความสนใจ คือการศึกษาหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บึงลาดโพธิ์ จังหวัดนครปฐม การพัฒนาสื่อสารสนเทศการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และศูนย์บริการไต่ะจิ้นและ การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

**2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา**

1. เพื่อศึกษาหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บึงลาดโพธิ์ จังหวัดนครปฐม
2. เพื่อพัฒนาสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น และศูนย์บริการไต่ะจิ้น
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



### 3. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บึงลาดโพธิ์ จังหวัดนครปฐม
2. ได้สื่อสารสนเทศการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ผลิตภัณฑ์ชุมชน และท้องถิ่น และศูนย์บริการโตะจิ้นจังหวัดนครปฐม
3. เป็นส่วนหนึ่งของแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดที่เป็นการเพิ่มมูลค่าการท่องเที่ยวให้กับชุมชนและจังหวัดต่อไป

### 4. แผนการดำเนินงาน

การศึกษาได้แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 3 ขั้นตอนได้แก่

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล
2. การวิเคราะห์ข้อมูล
3. การจัดทำเอกสารผลงานการศึกษาและการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

#### ขั้นตอนที่ 1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้ระยะเวลา 4 เดือนเริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนสิงหาคมถึงเดือนพฤศจิกายน 2550 ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเรื่องที่เป็นขอบเขตทางการศึกษาซึ่งประกอบด้วย 3 เรื่อง ได้แก่ การหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว แสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น การพัฒนาสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นและศูนย์บริการโตะจิ้นและ การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

#### ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากภาคสนามนำมาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว พัฒนาสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น และศูนย์บริการโตะจิ้นและ ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ซึ่งใช้ระยะเวลา 2 เดือน คือ เดือนธันวาคม 2550 ถึงเดือน มกราคม 2551

**ขั้นตอนที่ 3** การจัดทำเอกสารผลงานการศึกษาและการฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง  
จัดทำเอกสารการศึกษาฉบับสมบูรณ์จำนวน 10 ชุดเพื่อส่งให้ทางจังหวัดนครปฐมซึ่งจะใช้เวลา 2  
เดือน คือ เดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2551 พร้อมกับดำเนินการจัดการฝึกอบรมให้กับ  
เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ฉ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 1 ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้จากการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยงที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ (R)					ผลรวม ของ คะแนน $\sum R$	$IOC = \frac{\sum R}{N}$
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
1	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
2	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
3	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
4	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
5	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
6	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
7	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
8	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
9	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
10	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
<b>รวม</b>						<b>5</b>	<b>1.00</b>

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ตารางที่ 2 ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้จากการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของแบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ ( R )					ผลรวม ของ คะแนน $\sum R$	$IOC = \frac{\sum R}{N}$
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
1	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
2	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
3	0	+1	+1	+1	+1	5	1.00
4	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
5	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
6	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
7	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
8	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
9	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
10	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
11	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
12	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
13	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
14	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
15	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
16	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
17	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
18	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
19	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
20	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
21	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
22	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
23	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00

ตารางที่ 2 ค่าดัชนีความสอดคล้องที่ได้จากการประเมินความเหมาะสมและความสอดคล้องของแบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 คน (ต่อ)

ข้อที่	ผู้เชี่ยวชาญ ( R )(ต่อ)					ผลรวม ของ คะแนน $\sum R$	$IOC = \frac{\sum R}{N}$
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5		
24	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
25	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
26	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
27	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
28	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
29	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
30	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
31	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
32	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
33	+1	+1	+1	+1	+1	5	1.00
<b>รวม</b>						<b>5</b>	<b>1.00</b>

**Reliability**

## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

## Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A11	26.1429	23.8908	.5520	.9071
A12	26.2286	22.9462	.7373	.8952
A13	26.0857	22.4336	.8405	.8885
A14	25.8571	20.6555	.7582	.8901
A15	25.8857	20.3395	.7529	.8910
A16	25.8286	20.8521	.7850	.8877
A17	26.2857	20.4454	.7330	.8931
A18	26.8857	21.3983	.5913	.9078

## Reliability Coefficients

N of Cases = 35.0

N of Items = 8

Alpha = 0.9071

## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

## Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A21	22.8000	14.1059	.8817	.8932
A22	22.7714	16.2992	.7859	.9069
A23	22.8286	15.9109	.8219	.9029
A24	22.8000	15.1059	.7852	.9041
A25	23.5714	17.2521	.5515	.9255
A26	22.9143	14.7866	.7531	.9083
A27	22.2571	14.4319	.7484	.9102

## Reliability Coefficients

N of Cases = 35.0

N of Items = 7

Alpha = 0.9198

## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

## Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A31	26.8000	19.2824	.8398	.8627
A32	26.7429	20.6672	.7797	.8719
A33	27.0286	21.9109	.4895	.8940
A34	26.4857	19.6689	.7543	.8706
A35	26.4000	19.3059	.7922	.8666
A36	26.6571	19.2319	.7698	.8686
A37	27.1143	22.1630	.4619	.8960
A38	25.9714	18.4992	.5919	.8960

## Reliability Coefficients

N of Cases = 35.0

N of Items = 8

Alpha = 0.8922

## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

## Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A31	26.8000	19.2824	.8398	.8627
A32	26.7429	20.6672	.7797	.8719
A33	27.0286	21.9109	.4895	.8940
A34	26.4857	19.6689	.7543	.8706
A35	26.4000	19.3059	.7922	.8666
A36	26.6571	19.2319	.7698	.8686
A37	27.1143	22.1630	.4619	.8960
A38	25.9714	18.4992	.5919	.8960

## Reliability Coefficients

N of Cases = 35.0

N of Items = 8

Alpha = 0.8922

## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

## Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A41	34.8000	19.2235	.6927	.9107
A42	34.5714	19.7227	.6542	.9130
A43	35.0571	18.0555	.7742	.9054
A44	34.6857	20.6336	.5494	.9182
A45	34.7714	18.3580	.8487	.9023
A46	34.6857	18.1630	.6304	.9156
A47	34.9714	18.2639	.6705	.9121
A48	35.1143	17.3983	.7650	.9063
A49	35.2000	18.4000	.7143	.9090
A410	35.3429	18.2319	.7390	.9075

## Reliability Coefficients

N of Cases = 35.0

N of Items = 10

Alpha = 0.9184

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

## Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
A11	122.0571	230.4084	.4968	.9457
A12	122.1429	228.1849	.6298	.9448
A13	122.0000	226.2353	.7420	.9440
A14	121.7714	223.0639	.6106	.9448
A15	121.8000	222.0471	.6144	.9448
A16	121.7429	220.1378	.7668	.9432
A17	122.2000	220.5176	.6651	.9443
A18	122.8000	224.2235	.5185	.9459
A21	121.9429	219.7025	.7779	.9431
A22	121.9143	227.7866	.6597	.9446
A23	121.9714	224.7933	.7799	.9436
A24	121.9429	225.7025	.5918	.9449
A25	122.7143	231.0336	.4639	.9459
A26	122.0571	220.9966	.7202	.9437
A27	121.4000	220.6588	.6835	.9440
A31	122.1429	220.1849	.8368	.9427
A32	122.0857	224.6101	.7847	.9435
A33	122.3714	226.6521	.6091	.9448
A34	121.8286	224.2639	.6423	.9445
A35	121.7429	224.1966	.6316	.9446
A36	122.0000	224.6471	.5902	.9450
A37	122.4571	230.6672	.4339	.9462
A38	121.3143	222.8101	.4733	.9471
A41	121.8000	230.4588	.6073	.9451
A42	121.5714	232.7815	.5168	.9457
A43	122.0571	231.8202	.4248	.9462
A44	121.6857	233.8689	.5442	.9458
A45	121.7714	231.1815	.5354	.9455
A46	121.6857	227.4571	.5563	.9452

A47	121.9714	231.3227	.4156	.9463
A48	122.1143	232.0454	.3521	.9470
A49	122.2000	234.2824	.3035	.9471
A410	122.3429	234.3496	.2968	.9472

## RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Reliability Coefficients

N of Cases = 35.0

N of Items = 33

Alpha = 0.9466



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ช

แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว

### ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

สถานภาพส่วนตัว	
1. เพศ	<input type="checkbox"/> ชาย <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> หญิง</span>
2. อายุ (เศษของปีหากเกิน 6 เดือน ให้ถือเป็น 1 ปี)	<input type="checkbox"/> 21- 30 ปี <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> 31- 40 ปี</span> <input type="checkbox"/> 41- 50 ปี <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> 50 ปีขึ้นไป</span>
3. รายได้ต่อเดือน	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่า 10,000 บาท <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> 10,000- 15,000 บาท</span> <input type="checkbox"/> 15,000- 20,000 บาท <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> มากกว่า 20,000 บาท</span>

### ตอนที่ 2

1. ท่านเคยใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหรือไม่ และถ้าเคยท่านทราบข้อมูลเกี่ยวกับศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้อย่างไร

.....

.....

.....

2. ท่านคิดว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีความจำเป็นหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

3. ท่านคิดว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรถูกตั้งอยู่ในบริเวณใดของจังหวัดและควรมีการเปิดให้บริการวัน/เวลาใดบ้าง

.....  
.....  
.....  
.....

4. ท่านคิดว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีบริการสื่อสารสนเทศการให้ข้อมูลการท่องเที่ยวและสิ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวอื่นๆเช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้ารวมไปถึงบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเผยแพร่ทางเอกสารแผ่นพับและโปรซัวร์หรือไม่ ถ้าใช่ควรมีข้อมูลการท่องเที่ยวอะไรเป็นการเพิ่มเติม

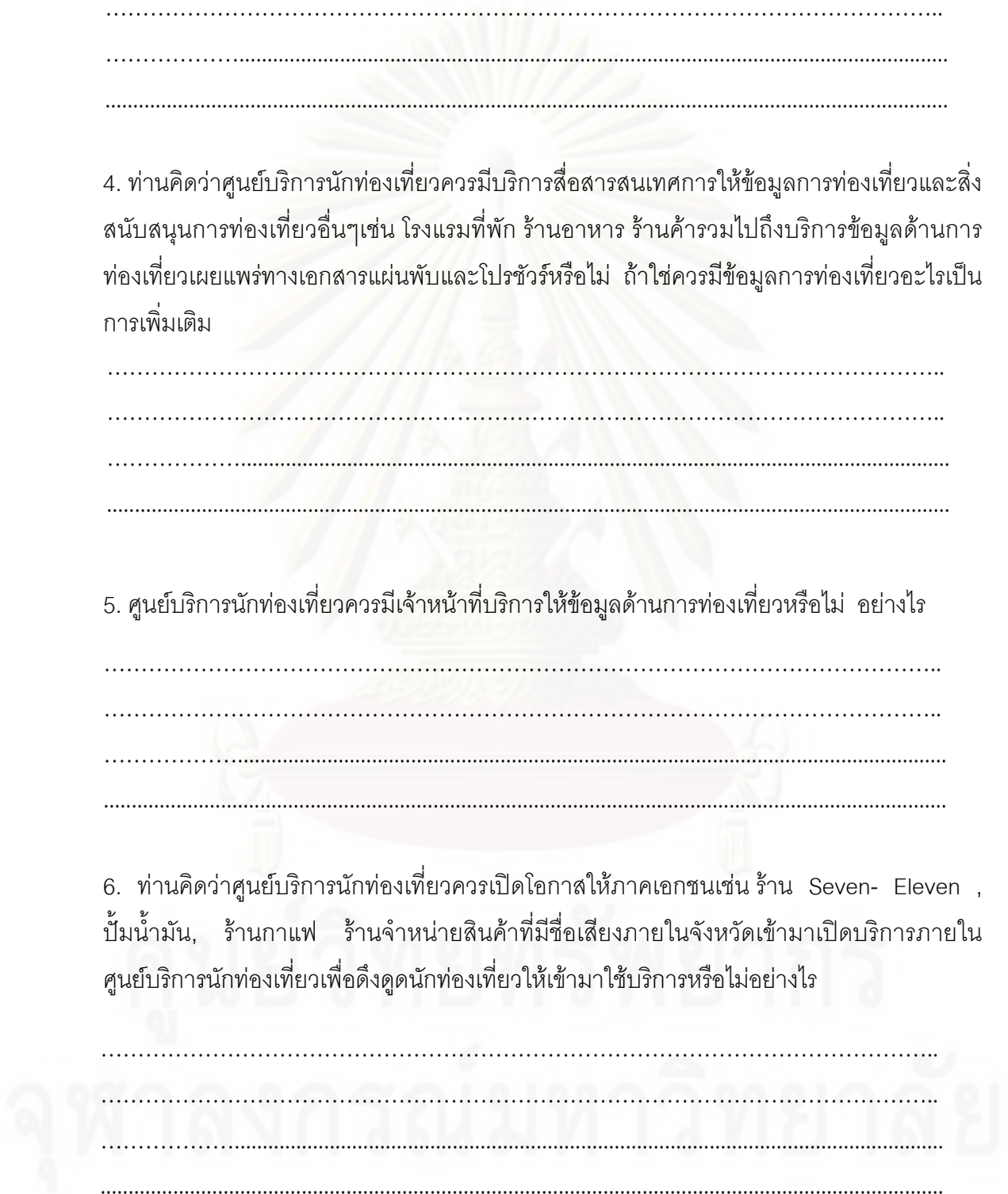
.....  
.....  
.....  
.....

5. ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีเจ้าหน้าที่บริการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวหรือไม่ อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....

6. ท่านคิดว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเช่น ร้าน Seven- Eleven , ป้ายน้ำมัน, ร้านกาแฟ ร้านจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงภายในจังหวัดเข้ามาเปิดบริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการหรือไม่อย่างไร

.....  
.....  
.....  
.....





7. ท่านคิดว่าสินค้า OTOP ที่มีความหลากหลายเป็นสิ่งดึงดูดให้ท่านนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวหรือไม่

.....

.....

.....

.....

8. การที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีการประสานกับธุรกิจนำเที่ยวภายในจังหวัดจะเป็นการทำให้ท่านนักท่องเที่ยวมีความสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการมากขึ้นหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

.....

9. การที่ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวมีการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวตามโอกาสสำคัญต่างๆ เช่น งานลอยกระทง งานประเพณีวันสงกรานต์ ภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว จะเป็นการทำให้ท่านนักท่องเที่ยวสนใจที่จะเข้ามาใช้บริการศูนย์มากขึ้นหรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

.....

10. ท่านคิดว่าการจำหน่ายสินค้าและบริการในราคาย่อมเยาจะเป็นสิ่งดึงดูดให้ท่านนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการภายในศูนย์หรือไม่อย่างไร

.....

.....

.....

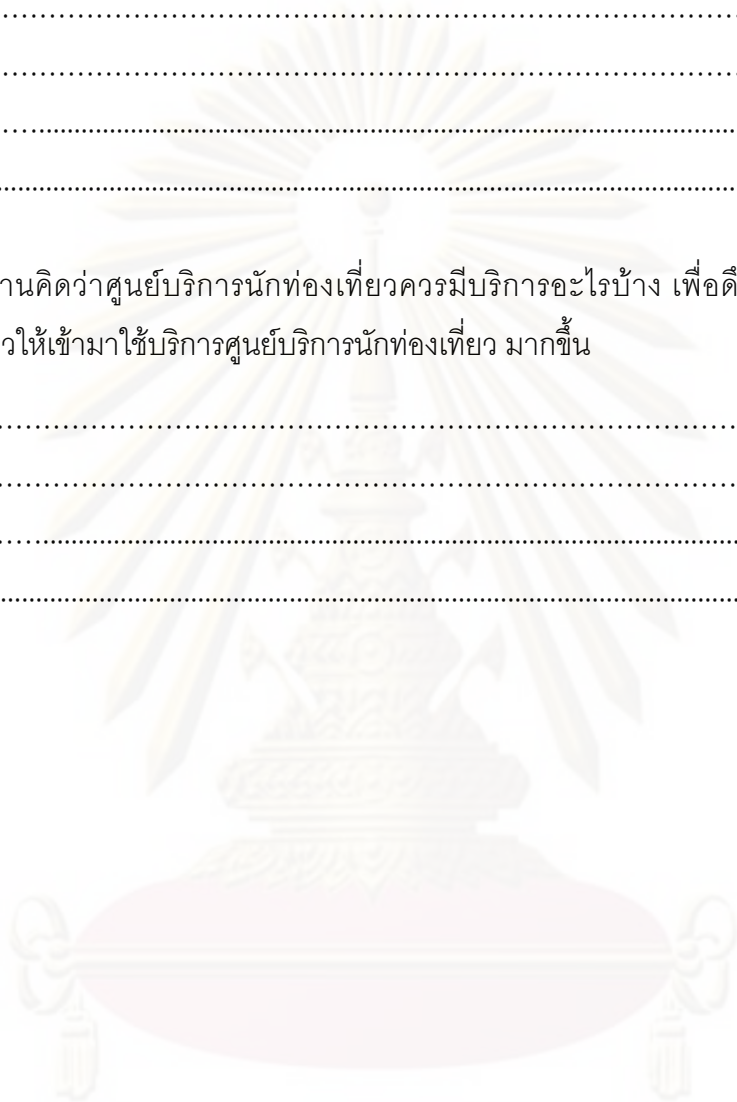
.....

11. ท่านคิดว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยภายในศูนย์หรือไม่ถ้ามีควรเป็นอย่างไร

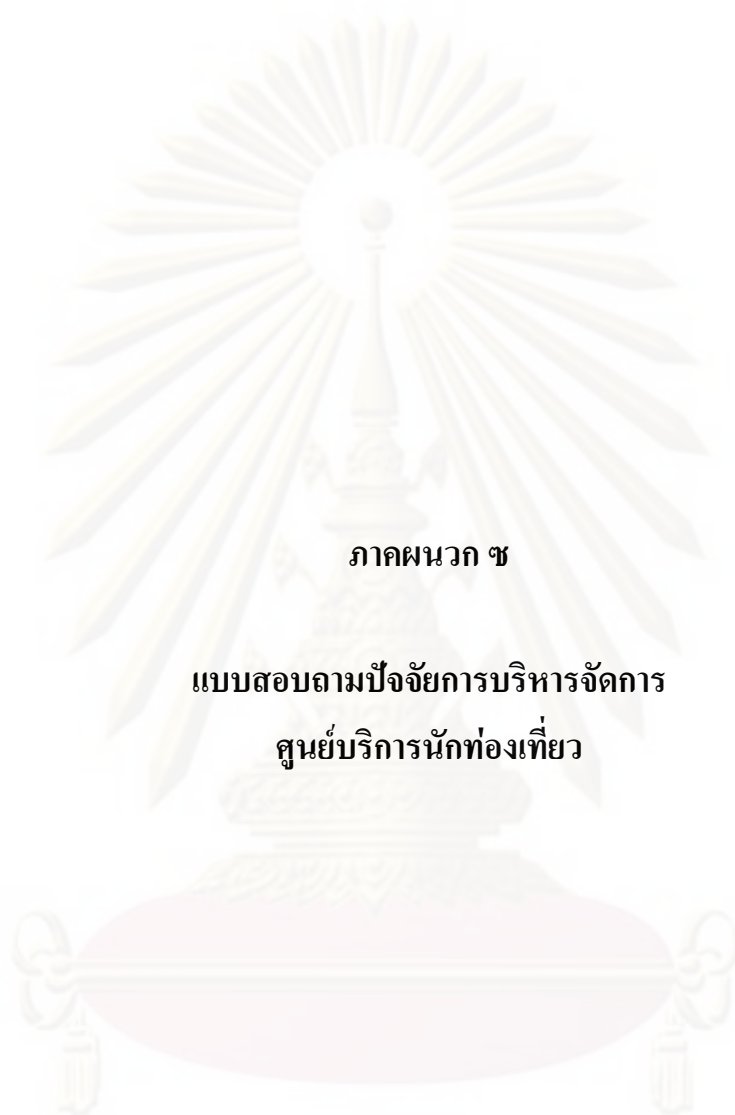
.....  
.....  
.....  
.....

12. ท่านคิดว่าศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรมีบริการอะไรบ้าง เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว มากขึ้น

.....  
.....  
.....  
.....



ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ช

แบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการ

ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง

**การศึกษหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว  
กรณีศึกษา : ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น  
บึงลาดโพธิ์ จังหวัดนครปฐม**

### คำชี้แจงในการตอบแบบสอบถาม

1. แบบสอบถามนี้สำหรับผู้บริหาร ผู้ปฏิบัติงาน และผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว
2. แบบสอบถามฉบับนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ
  - ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของ  
ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ
  - ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการ  
ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
3. การประเมินกำหนดเกณฑ์การตัดสินเป็น 5 ระดับดังนี้
 

ระดับ 5 หมายถึง มากที่สุด	ระดับ 2 หมายถึง น้อย
ระดับ 4 หมายถึง มาก	ระดับ 1 หมายถึง น้อยที่สุด
ระดับ 3 หมายถึง ปานกลาง	
4. โปรดกรอกข้อมูลตามคำแนะนำในแต่ละตอนให้ครบทุกข้อ
5. คำตอบของท่านมีค่ายิ่งต่อการวิจัยในครั้งนี้ ขอให้ท่านโปรดตอบแบบสอบถามและเขียนแสดงความคิดเห็นโดยเสรีภาพตามความเป็นจริงให้มากที่สุดเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในโอกาสต่อไป
6. ข้อมูลใดที่ท่านระบุไว้ในแบบสอบถามนี้ จะถือเป็นความลับ และขอรับรองว่าจะไม่มีผลกระทบใดๆทั้งสิ้นต่อการปฏิบัติงานของท่าน

นาย คมปราษฎ์ บุตรศรี

นิสิตปริญญาโท ภาควิชาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาหาแนวทางรูปแบบการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว

กรณีศึกษา : ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวแสดง และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น บึงลาดโพธิ์

จังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง กรุณาตอบโดยทำเครื่องหมาย / ลงใน  ตามความเป็นจริง

สถานภาพส่วนตัว	
4. เพศ	<input type="checkbox"/> ชาย <span style="margin-left: 200px;"><input type="checkbox"/> หญิง</span>
5. อายุ (เศษของปีหากเกิน 6 เดือน ให้ถือเป็น 1 ปี)	<input type="checkbox"/> 21- 30 ปี <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> 31- 40 ปี</span> <input type="checkbox"/> 41- 50 ปี <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> 50 ปีขึ้นไป</span>
6. ระดับการศึกษาสูงสุด	<input type="checkbox"/> ต่ำกว่าปริญญา <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> ปริญญาตรี</span> <input type="checkbox"/> ปริญญาโท <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> ปริญญาเอก</span>
7. ตำแหน่งงานปัจจุบัน	<input type="checkbox"/> ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว <input type="checkbox"/> ผู้ปฏิบัติงาน <input type="checkbox"/> ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น <input type="checkbox"/> ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น <input type="checkbox"/> ผู้ประกอบกิจการ
8. ประสบการณ์ในตำแหน่งปัจจุบัน	<input type="checkbox"/> 1- 5 ปี <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> 6- 10 ปี</span> <input type="checkbox"/> 11- 15 ปี <span style="margin-left: 100px;"><input type="checkbox"/> 15 ปีขึ้นไป</span>



**ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว**

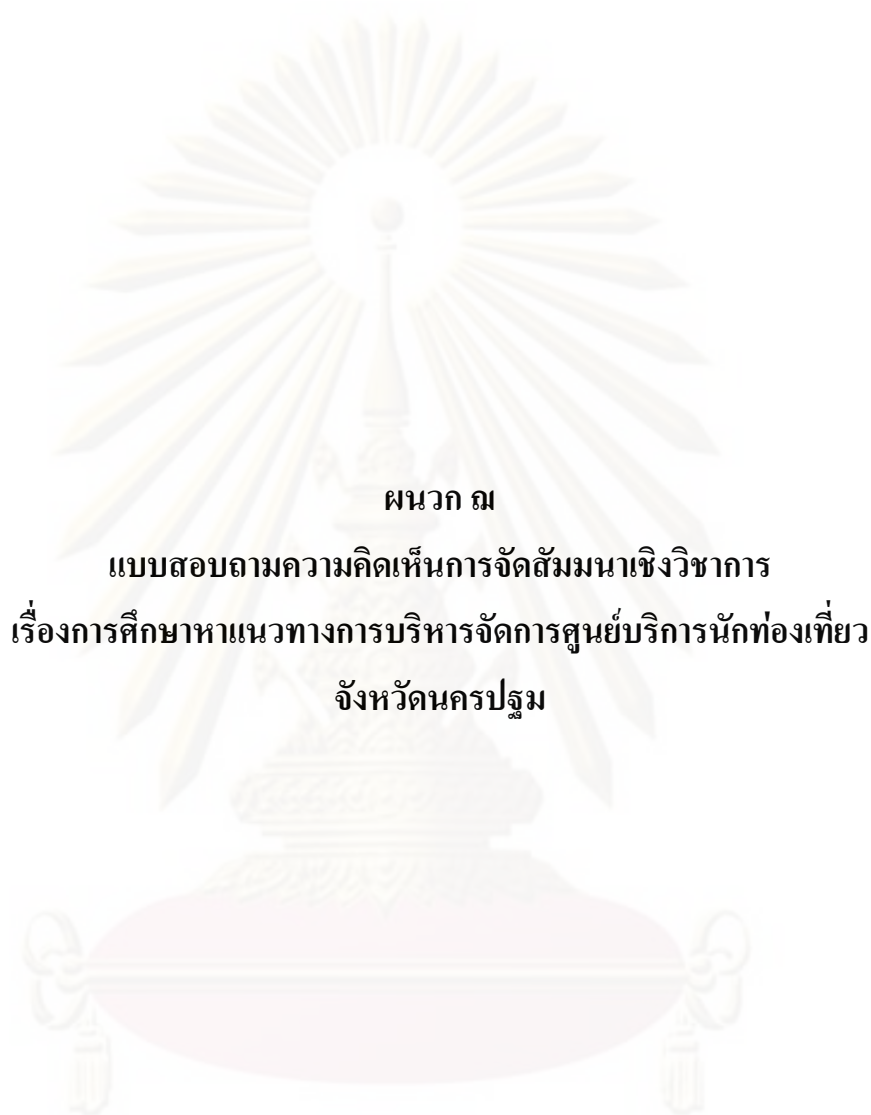
คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

รายการ	ระดับการบริหารจัดการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>1. การบริหารและจัดการองค์กร</b>					
1.1 องค์กรหรือหน่วยงานที่รับผิดชอบต้องมีวัตถุประสงค์ของการดำเนินงานที่ชัดเจนและสอดคล้องกับนโยบายผู้บริหารระดับสูง					
1.2 องค์กรภาครัฐ เอกชน และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น ต้องมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
1.3 นโยบายในการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว ต้องมีความต่อเนื่องและมีกรนำไปปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม					
1.4 ชุมชนท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
1.5 มีการกระจายรายได้ที่ได้รับจากการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยวไปสู่ชุมชนท้องถิ่น					
1.6 มีระบบการบริหารงานและระบบการเงินที่โปร่งใสตรวจสอบได้					
1.7 มีการตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดมาตรการในการควบคุม ตรวจสอบการดำเนินงานและการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
1.8 มีการศึกษาผลกระทบทางด้านสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวกับชุมชนและท้องถิ่น					

รายการ	ระดับการบริหารจัดการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>2. การตลาดและการประชาสัมพันธ์</b>					
2.1 จัดหาหน่วยงานหรือองค์กรที่มีประสิทธิภาพเข้ามาทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข้อมูลไปสู่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย					
2.2 นำกลยุทธ์ด้านราคาเข้ามาใช้เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว					
2.3 นำกลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการขายเข้ามาใช้เพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว					
2.4 สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์(OTOP) และสินค้าอื่นๆที่นำมาจำหน่ายต้องมีความหลากหลาย น่าสนใจและตรงกับความต้องการของตลาด					
2.5 มีการเสนอขายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผ่านระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (Ecommerce)					
2.6 มีการประสานกับธุรกิจนำเที่ยวภายในจังหวัดเพื่อนำนักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
2.7 มีการส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในโอกาสสำคัญภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					

รายการ	ระดับการบริหารจัดการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>3.บริการการท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
3.1 มีการจัดเจ้าหน้าที่ประจำภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยว					
3.2 มีสื่อสารสนเทศให้บริการข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ร้านค้า เป็นต้น					
3.3 มีเอกสารข้อมูล และสื่อประชาสัมพันธ์ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้บริการนักท่องเที่ยว					
3.4 มีการบริการและจำหน่ายสินค้าที่มีชื่อเสียงของจังหวัดไว้บริการนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว เช่น บริการนวดฝ่าเท้า บริการนวดสมุนไพร บริการจำหน่ายอาหาร เป็นต้น					
3.5 มีการจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ได้รับการคัดเลือกจากหน่วยงานของจังหวัด					
3.6 มีการประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ทั้งภายในและภายนอกจังหวัด					
3.7 มีบริการ โปรแกรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจภายในจังหวัด					
3.8 เปิดโอกาสให้ภาคเอกชน เช่น ร้านSeven- Eleven, ปั๊มน้ำมัน, ร้านกาแฟเข้ามาประกอบกิจการภายในศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					

รายการ	ระดับการบริหารจัดการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
<b>4. การพัฒนาปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว</b>					
4.1 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวควรตั้งอยู่ในบริเวณที่มีรถสาธารณะผ่านและง่ายต่อการเข้ามาใช้บริการ					
4.2 ป้ายบอกเส้นทางการเข้ามาใช้บริการศูนย์มีความชัดเจน ต่อเนื่อง และสังเกตเห็นได้ง่าย					
4.3 ในกรณีที่มีเส้นทางคู่ขนานบริเวณที่กั้บรถควรอยู่ใกล้กับศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
4.4 บริเวณที่จอดรถสามารถรองรับการเข้ามาใช้บริการของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
4.5 มีระบบโทรคมนาคมและการสื่อสาร เช่น โทรศัพท์สาธารณะ สัญญาณอินเทอร์เน็ต ไว้บริการนักท่องเที่ยว					
4.6 มีห้องน้ำสะอาดไว้บริการนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์อย่างเพียงพอ					
4.7 มีการจัดสร้างระบบการกำจัดสิ่งปฏิกูลที่มีประสิทธิภาพ					
4.8 มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำศูนย์บริการนักท่องเที่ยวตลอด 24 ชั่วโมง					
4.9 มีการจัดเจ้าหน้าที่ตำรวจเข้ามาตรวจตราความเรียบร้อยบริเวณศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					
4.10 มีการประสานงานกับสถานพยาบาลใกล้เคียงเพื่อช่วยเหลือนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว					



ผนวก ฅ

แบบสอบถามความคิดเห็นการจัดสัมมนาเชิงวิชาการ  
เรื่องการศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว  
จังหวัดนครปฐม

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



**แบบสอบถามความคิดเห็นการจัดสัมมนาเชิงวิชาการ**  
**เรื่องการศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการศูนย์บริการนักท่องเที่ยว**  
**จังหวัดนครปฐม**

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านอาคารสถานที่และเวลาในการฝึกอบรม</b>					
1.สถานที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม					
2.เวลาที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม					
3.เอกสารที่ใช้ในการฝึกอบรมมีความเหมาะสม					
4.ผู้ดำเนินการฝึกอบรมอำนวยความสะดวกให้กับท่าน					
<b>ด้านเนื้อหาสาระที่ได้จากการฝึกอบรม</b>					
5.ท่านทราบและเข้าใจวัตถุประสงค์ของการฝึกอบรม					
6.เนื้อหาสาระที่ท่านได้รับความรู้เรื่องการบริหารศูนย์บริการนักท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพชัดเจนและเข้าใจง่าย					
7.เนื้อหาสาระที่ท่านได้รับความรู้เรื่องการพัฒนาสินค้าหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลให้เกิดประสิทธิภาพชัดเจนและเข้าใจง่าย					
8.เนื้อหาสาระที่ท่านได้รับความรู้เรื่องการบริหารศูนย์บริการโตะจิวให้เกิดประสิทธิภาพในศูนย์บริการนักท่องเที่ยวชัดเจนและเข้าใจง่าย					
<b>ด้านประโยชน์ที่ได้รับ</b>					
9.การฝึกอบรมครั้งนี้ทำให้ท่านได้รับความรู้					
10.การฝึกอบรมครั้งนี้ช่วยแก้ไขปัญหาในการปฏิบัติงานได้					
11.การฝึกอบรมครั้งนี้ทำให้ท่านเกิดเจตคติที่ดีต่อกาปฏิบัติงาน					
12.ควรจัดให้มีการสัมมนาแบบนี้ในครั้งต่อไป					



ผนวก ๓  
สื่อสารสนเทศการท่องเที่ยวนครปฐม

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



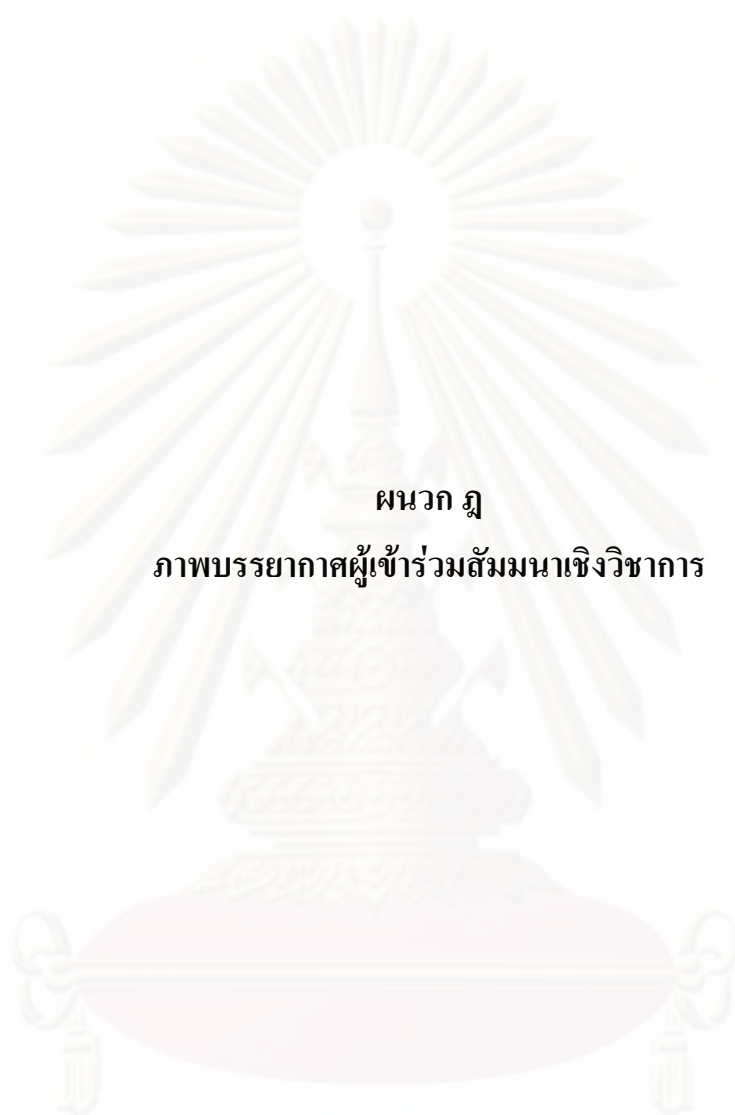




ภาพที่ 3 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4 ข้อมูลพื้นฐานจังหวัดนครปฐม



ผนวก ฎ

ภาพบรรยากาศผู้เข้าร่วมสัมมนาเชิงวิชาการ

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





ภาพที่ 1 การลงทะเบียนผู้เข้าร่วมสัมมนา



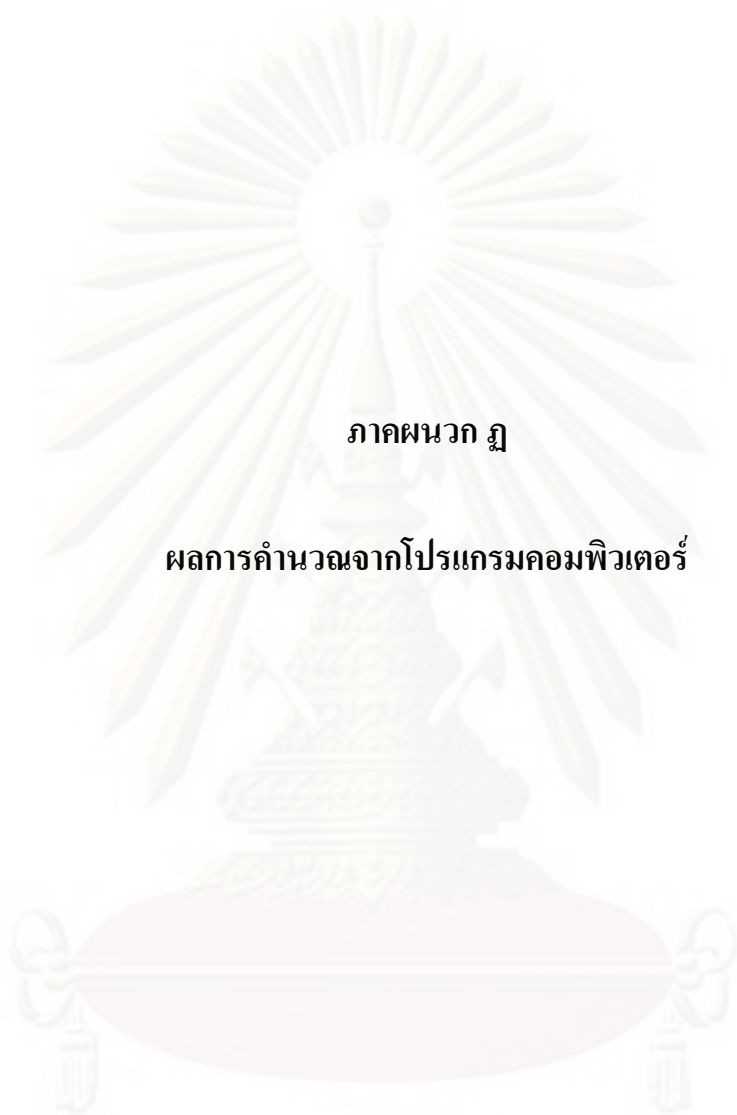
ภาพที่ 2 พิธีกรกล่าวเรียนเชิญประธานเปิดงาน



ภาพที่ 3 บรรยากาศผู้เข้าร่วมสัมมนา



ภาพที่ 4 บรรยากาศผู้เข้าร่วมสัมมนา



ภาคผนวก ฎ

ผลการคำนวณจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

## Frequencies

### Statistics

	GENDER	AGE	DEGREE	POSITION	EXPERIEN
N	Valid	135	135	135	135
	Missing	0	0	0	0

### GENDER

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ชาย	71	52.6	52.6	52.6
	หญิง	64	47.4	47.4	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

### AGE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-30 ปี	28	20.7	20.7	20.7
	31-40 ปี	50	37.0	37.0	57.8
	41-50 ปี	45	33.3	33.3	91.1
	50 ปีขึ้นไป	12	8.9	8.9	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

### DEGREE

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ต่ำกว่าปริญญาตรี	11	8.1	8.1	8.1
	ปริญญาตรี	67	49.6	49.6	57.8
	ปริญญาโท	55	40.7	40.7	98.5
	ปริญญาเอก	2	1.5	1.5	100.0
	Total	135	100.0	100.0	

### POSITION

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ผู้กำหนดนโยบายด้านการท่องเที่ยว	26	19.3	19.3	19.3
	ผู้ปฏิบัติงาน	26	19.3	19.3	38.5
	ผู้บริหารองค์กรส่วนท้องถิ่น	29	21.5	21.5	60.0
	ผู้ปฏิบัติงานองค์กรส่วนท้องถิ่น	29	21.5	21.5	81.5
	ผู้ประกอบกิจการ	25	18.5	18.5	100.0
	Total	135	100.0	100.0	



**EXPERIEN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1-5 ปี	32	23.7	23.7	23.7
6-10 ปี	45	33.3	33.3	57.0
11-15 ปี	38	28.1	28.1	85.2
15 ปีขึ้นไป	20	14.8	14.8	100.0
Total	135	100.0	100.0	

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
A1_4	135	4.1332	.57229
A1	135	4.1574	.67866
A2	135	4.0550	.66274
A3	135	4.0833	.64826
A4	135	4.2370	.59120
Valid N (listwise)	135		

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
A11	135	4.1556	.79049
A12	135	4.1778	.77138
A13	135	4.1556	.71097
A14	135	4.2593	.87215
A15	135	4.3111	.82378
A16	135	4.3259	.85370
A17	135	4.0074	.97350
A18	135	3.8667	1.02068
A1	135	4.1574	.67866
Valid N (listwise)	135		

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
A16	135	4.3259	.85370
A15	135	4.3111	.82378
A14	135	4.2593	.87215
A12	135	4.1778	.77138
A13	135	4.1556	.71097
A11	135	4.1556	.79049
A17	135	4.0074	.97350
A18	135	3.8667	1.02068
Valid N (listwise)	135		



**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
A21	135	4.0963	.85409
A22	135	4.0593	.76063
A23	135	4.0296	.76237
A24	135	4.0593	.81738
A25	135	3.7407	.92206
A26	135	4.1037	.86623
A27	135	4.2963	.87310
A2	135	4.0550	.66274
Valid N (listwise)	135		

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
A27	135	4.2963	.87310
A26	135	4.1037	.86623
A21	135	4.0963	.85409
A22	135	4.0593	.76063
A24	135	4.0593	.81738
A23	135	4.0296	.76237
A25	135	3.7407	.92206
Valid N (listwise)	135		

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
A31	135	4.1111	.90328
A32	135	4.1111	.75968
A33	135	4.0593	.85312
A34	135	4.1481	.78720
A35	135	4.0963	.81839
A36	135	4.0519	.78530
A37	135	3.9630	.91755
A38	135	4.1259	1.01797
A3	135	4.0833	.64826
Valid N (listwise)	135		

**Descriptive Statistics**

	N	Mean	Std. Deviation
A34	135	4.1481	.78720
A38	135	4.1259	1.01797
A32	135	4.1111	.75968
A31	135	4.1111	.90328
A35	135	4.0963	.81839
A33	135	4.0593	.85312
A36	135	4.0519	.78530
A37	135	3.9630	.91755
Valid N (listwise)	135		

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
A41	135	4.3407	.63672
A42	135	4.4148	.61554
A43	135	4.0889	.69612
A44	135	4.3259	.64449
A45	135	4.2593	.67980
A46	135	4.3556	.76750
A47	135	4.2667	.79363
A48	135	4.1407	.87386
A49	135	4.1111	.89498
A410	135	4.0667	.86559
A4	135	4.2370	.59120
Valid N (listwise)	135		

## Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
A42	135	4.4148	.61554
A46	135	4.3556	.76750
A41	135	4.3407	.63672
A44	135	4.3259	.64449
A47	135	4.2667	.79363
A45	135	4.2593	.67980
A48	135	4.1407	.87386
A49	135	4.1111	.89498
A43	135	4.0889	.69612
A410	135	4.0667	.86559
Valid N (listwise)	135		

ศูนย์วิทยทรัพยากร

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก ฐ  
รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนา

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

### รายนามผู้เข้าร่วมการฝึกอบรม

1. นาย ขจรศักดิ์ สิงโตกุล รองผู้ว่าราชการจังหวัดนครปฐม
2. นาย วิเชียร จันทโรนัย หัวหน้าสำนักงานจังหวัดนครปฐม
3. นาย โสภณ เพ็ชรพวง รองผู้อำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา  
นครปฐม เขต 1
4. นาย เลื่อน เกิดแก้ว เกษตรจังหวัดนครปฐม (แทน)
5. นาย ประสาร ถนอมพันธ์ ประชาสัมพันธ์จังหวัดนครปฐม
6. นางสาว จิตติมา คงแจ่ม พัฒนาการจังหวัดนครปฐม (แทน)
7. นางสาว สุพัทรา ตะโกทา ประธานชมรมการท่องเที่ยวนครปฐม
8. นาง อรอนงค์ วัฒโน ผู้จัดการทั่วไปพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ  
การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัด  
นครปฐม
10. นายประทีป ปรียาผล การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการจังหวัด  
นครปฐม
11. นางสาว พิธา มั่นตระกูล พาณิชจังหวัดนครปฐม
12. นาย ปรีชา บริสุทธิ์ นายองค์การบริหารส่วนจังหวัดนครปฐม
13. นาย วันชัย สวัสดิ์แดง ประธานเครือข่าย OTOP จังหวัดนครปฐม
14. รศ.ดร. ชลินรัตน์ พุทหน่วย อธิการบดีมหาวิทยาลัยคริสเตียน (แทน)
15. นางสาว อุมารณณ์ เกตุสร้อย ผู้อำนวยการแขวงการท่องเที่ยว  
ผกก. สภ. เมืองนครปฐม (แทน)
16. ร.ต.ท. พิษณุ เข็ดโถม โยธาธิการและผังเมืองจังหวัดนครปฐม (แทน)
18. นาย เฉลิมพล ทองเสื่อง นายอำเภอเมืองนครปฐม (แทน)
19. นาง กาญจนา สงแทน ผู้อำนวยการพัฒนาการ
20. นางรัศมี ลักษณะาวรรณ์ พัฒนาการอำเภอเมืองนครปฐม
21. นางลัดดา จุฑากนก สำนักงานเกษตรจังหวัดนครปฐม
22. นางสาว กุลธิดา ประพฤติชอบ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
23. ผศ.ดร. เกศินี จุฑาวิจิตร มหาวิทยาลัยคริสเตียน
24. นางสาวรัศมี พิมโสภณ มหาวิทยาลัยคริสเตียน
25. อ. กาญจนา สวากะผู มหาวิทยาลัยคริสเตียน
26. อ. กัลป์ยกร สันติธรรม มหาวิทยาลัยคริสเตียน
27. นางสาว สุทิมา ตะโกแทน พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
28. นาย ธีรยุทธ พันธุ์รัตน์ ศูนย์การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม





## ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

ชื่อ-สกุล	นาย คมปราชน์ บุตรศรี
วัน/เดือน/ปี เกิด	27 มีนาคม 2525
สถานที่เกิด	โรงพยาบาลเลย
การศึกษา	2544-2547 ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ 2550-2552 กำลังศึกษาต่อที่คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ประสบการณ์การทำงาน	2547-2548 รองผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท Beauty Gems 2548-2549 รองผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท Assess Plus
ผลงานทางวิชาการ	การประชุมวิชาการ สารศาสตร์ครั้งที่ 12 การประชุมวิชาการ สารศาสตร์ครั้งที่ 13
ปัจจุบัน	นิสิตภาควิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รองผู้จัดการฝ่ายขาย บริษัท National Best Food

ศูนย์วิทยทรัพยากร  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย