



ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชา
ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

Proposed Policy for Chedi-bucha Canal Area Management as
The Creative Tourism Attraction of Nakorn Pathom Province

Received: May 12, 2021

Revised: May 20, 2021

Accepted: May 27, 2021

วายุภักษ์ วงศ์ศักดิ์รินทร์*

Wayupak Wongsakdirin

คณิต เขียววิชัย**

Kanit Kheovichai

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาบริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม 2) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม และ 3) เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงนโยบาย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมผสาน โดยในการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 359 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้นำชุมชนจำนวน 4 คน การสนทนากลุ่ม จำนวน 10 คน และการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) แบบสอบถามแบบประเมินค่า 2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับสภาพบริบทในพื้นที่ 3) แบบประเมินเพื่อรับรอง(ร่าง) ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า 1) บริบททั่วไปพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถนำมาจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ 2) การประเมินศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม อยู่ในระดับปานกลาง 3) ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 นโยบาย ดังนี้ (1) นโยบายด้านการบริหารจัดการ (2) นโยบายด้านการปรับปรุงทัศนียภาพ (3) นโยบายด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว (4) นโยบายด้านการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว และ (5) นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ : ข้อเสนอเชิงนโยบาย/ คลองเจดีย์บูชา/ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

* นักศึกษาปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Doctor of Philosophy Student Program in Development Education, Faculty of Education, Silpakorn University, Thailand

** อาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ดร. ภาควิชาพื้นฐานการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Advisor, Professor Dr., Department of Education Foundations, Faculty of Education, Silpakorn University, Thailand

Corresponding Author E-mail Address: ox18_neo@hotmail.com



Abstract

The purposes of this research were to 1) survey the environment of Chedi-Bucha Canal area for purposed policy of Chedi-Bucha Canal management as the creative tourism attraction of Nakorn Pathom Province; 2) study the potential of Chedi-Bucha Canal management as the creative tourism attraction of Nakorn Pathom Province; 3) do the proposed policy to related organizations as Chedi-Bucha Canal management model to the creative tourism attraction of Nakorn Pathom Province. This study is policy research employing mixed methodology: quantitative and qualitative research. For quantitative research, 359 samples were used. Content analysis was analyzed using mean ($\bar{X}$) and standard deviation (S.D.). For qualitative research, the key informants of in-depth interview was used with 4 local leaders, focus group discussion with 10 people and connoisseurship with 6 experts. Research tools consists of 1) questionnaires, 2) in-depth interview, and 3) purpose policy assessment and recognition (draft) of Chedi-Bucha Canal management as the creative tourism attraction of Nakorn Pathom Province.

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

Keywords : Proposed Policy/ Chedi-Bucha Canal/ Creative Tourism Attraction

บทนำ

ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลัก และเป็นกลไกหลักสำคัญในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง ฉันทวิช วรรณถนอม (Wannatanorm, 2009) ดังนั้นเพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ จึงได้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้น มีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 เป็นแผนพัฒนาฉบับแรกของประเทศ และปัจจุบันอยู่ในช่วงการดำเนินการของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 ที่ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ทั้งด้านคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งการสร้างสมดุลของการพัฒนา ทั้งในมิติของพื้นที่ เวลา กิจกรรม รูปแบบ และกลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนา เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่ ตลอดจนการให้ความสำคัญกับการทำงานอย่างบูรณาการระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน



.....
ประชาชน และระหว่างประเทศ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (The National Tourism Policy Commission, 2017)

จากแนวโน้มลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวในปัจจุบัน พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเริ่มปรับเปลี่ยนไปจากเดิมในยุคแรกๆ ที่มุ่งเน้นเยี่ยมชมสถานที่ หรือท่องเที่ยวพักผ่อนเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ (Sun-Sea-Sex Tourism) มาสู่การเดินทางท่องเที่ยวในยุคที่สอง ที่ให้ความสนใจกับวัฒนธรรม (Cultural Tourism) และใส่ใจกับผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนของชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว (Sustainable Tourism) และในปัจจุบันพัฒนาสู่รูปแบบการท่องเที่ยวแนวใหม่เป็นยุคที่สามที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์” (Creative Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ไม่ได้สนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่ยังส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวและคนในชุมชนตลอดจนผู้ประกอบการมีความเข้าใจและตระหนักในคุณค่า มีส่วนร่วมในการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ มีการจัดการอย่างเป็นระบบ กระตุ้นให้เกิดการบริโภคทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี สิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศของชุมชน สร้างแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นแหล่งเรียนรู้ เน้นย้ำถึงความผูกพัน (Engaged) ของนักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน-Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้/ปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ในพื้นที่ท่องเที่ยว (Active Participation) และเป็นผลให้เกิดความจดจำ และความประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place) คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (The National Tourism Policy Commission, 2017)

ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่สนับสนุนรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก กล่าวคือ มีแหล่งท่องเที่ยวกระจายอยู่ทั่วทุกภาคของประเทศ แหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงามติดอันดับของโลก และหลายแห่งมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีอัตลักษณ์ (Identity) และมีองค์ความรู้ท้องถิ่นที่น่าสนใจเป็นต้นทุนที่สามารถนำมาต่อยอดใช้ประโยชน์ได้ ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นี้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น สร้างความเติบโตทางเศรษฐกิจในท้องถิ่นนั้นๆ และพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทยตามยุทธศาสตร์แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติฉบับที่ 2 ดังกล่าวได้ และเมื่อพิจารณาถึงจังหวัดนครปฐมถือว่าเป็นจังหวัดที่น่าสนใจและมีความเหมาะสมที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ ด้วยเคยเป็นอู่อารยธรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ เป็นเมืองเก่าแก่ที่มีความเจริญรุ่งเรืองด้านพระพุทธศาสนาและเป็นเมืองโบราณที่มีความสำคัญมากแห่งหนึ่ง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร ซึ่งเป็นที่ตั้งขององค์พระปฐมเจดีย์และพระร่วงโรจนฤทธิ์ มีผลิตภัณฑ์ที่เป็นของขึ้นชื่อ คือข้าวหลาม ส้มโอ มะพร้าว น้ำหอม เป็นต้น ดังคำขวัญประจำจังหวัดคือส้มโอหวาน ข้าวสารขาว ลูกสาวงาม ข้าวหลามหวานมัน สนามจันทร์งามล้น พุทธมณฑลคู่ธานี พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า อีกทั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาจังหวัดนครปฐมได้โดยสะดวกทั้งโดยทางรถยนต์และทางรถไฟ และปัจจุบันจังหวัดนครปฐมได้มีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ. 2561-



.....
2564 ที่ได้กำหนดวิสัยทัศน์ (Vision) ในการพัฒนาจังหวัดนครปฐมไว้ว่า “เมืองเกษตรและอุตสาหกรรมปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม ศูนย์กลางการศึกษา และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี”

ผู้วิจัยได้พิจารณาเลือกพื้นที่ที่เหมาะสมทางการศึกษาเพื่อจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ จังหวัดนครปฐม โดยเลือกคลองเจดีย์บูชา ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลนครนครปฐม ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ใกล้กับองค์พระปฐมเจดีย์ด้านถนนท้าวพระ ช่วงตั้งแต่สะพานท้าวพระดี ไปจนถึง สะพาน 7 (ถนนเทศบาล 7) มีถนนพิพิธปราชสาและถนนทิพากรเลียบขนานคลองทั้งสองฝั่ง โดยถนน พิพิธปราชสาขนานคลองด้านทิศเหนือและถนนทิพากรขนานคลองด้านทิศใต้ ระยะทาง 1,650 เมตร ผ่านพื้นที่ สี่ชุมชน ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต้นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 โดยมี เหตุผลการพิจารณาดังนี้

1. ความเหมาะสมในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ด้วยมีภูมิทัศน์ที่สามารถพัฒนาให้สวยงามเพื่อ จัดทำเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ อีกทั้งอยู่ในใจกลางเมืองนครปฐม มีการคมนาคมที่สะดวก
2. มีต้นทุนทางการท่องเที่ยว คือประวัติศาสตร์ของคลองเจดีย์บูชา ซึ่งมีความผูกพันเกี่ยวข้องกับ องค์พระปฐมเจดีย์เป็นอย่างมาก และมีแหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญ คือสถานที่ที่เคยเป็นที่ตั้งของพระราชวังปฐม นคร อยู่บริเวณที่ทำการเทศบาลนครนครปฐมเดิม สร้างในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (ปัจจุบันได้ ถูกรื้อไปแล้ว) และวิถีชีวิตของผู้นับในอดีตที่เกี่ยวข้องผู้พันกับคลองเจดีย์บูชาที่เคยเป็นตลาดน้ำและเป็นเส้นทางสัญจร
3. เป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป การเลือกพื้นที่นี้เพื่อจัดการให้เป็นแหล่ง ท่องเที่ยวจะเป็นการส่งเสริมโอกาสในการประกอบธุรกิจและพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนริมสองฝั่งคลอง

เพื่อให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 และแผนพัฒนา จังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ. 2561 - 2564 ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะทำการวิจัย เรื่อง ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัด การพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบาย ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปเป็นแนวทางในการจัดการคลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม อันจะนำมาซึ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คุณภาพชีวิตของคน ในชุมชน เกิดการพัฒนากระบวนเศรษฐกิจของจังหวัดและประเทศไทยต่อไป

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่คำนึงถึงความยั่งยืนเป็นสำคัญ โดยเน้นย้ำถึงความผูกพัน (Engaged) ของนักท่องเที่ยว (ผู้มาเยือน-Visitor-Guest) กับผู้ถูกท่องเที่ยว (เจ้าบ้าน-Host) ประสบการณ์แท้/ปฏิบัติการจริงที่มาจากการเรียนรู้ใน พื้นที่ท่องเที่ยว (Active Participation) และเป็นผลให้เกิดความจดจำ ประทับใจอย่างลึกซึ้งในพื้นที่ของการท่องเที่ยว (Understanding Specific Cultural of the Place)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีอุตสาหกรรมอื่น ๆ เข้ามา เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมจำนวนมาก ได้แก่ อุตสาหกรรมการขนส่ง อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมที่พักแรม อุตสาหกรรมนันทนาการ อุตสาหกรรมการผลิตสินค้าและบริการข้างเคียงต่าง ๆ โดย



.....
แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวที่นำมาศึกษาในงานวิจัยนี้ ประกอบด้วย แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการ แนวคิดเกี่ยวกับการปรับภูมิทัศน์ แนวคิดเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดเกี่ยวกับการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว และแนวคิดเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์

3. แนวคิดเกี่ยวกับข้อเสนอเชิงนโยบาย นโยบาย หมายถึง แนวทางที่ถูกกำหนดขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจของผู้บริหารองค์กร และเป็นแนวทางการปฏิบัติร่วมกันของหน่วยงาน เพื่อดำเนินงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือสำหรับผู้บริหารเพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนด ทิศทางและเป้าหมายเพื่อการพัฒนาองค์กร ซึ่งนำมาเป็นกรอบชี้นำการปฏิบัติ (Course of Action) การบริหารงานขององค์กรจะประสบผลสำเร็จมากน้อยเพียงใดขึ้นอยู่กับนโยบายขององค์กรนั้น นโยบายที่ดีจะต้องมีความชัดเจน มีความเข้าใจตรงกันทั้งของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติในองค์กร มีความครอบคลุมทุกส่วนงาน ประกอบด้วยเป้าหมาย แนวทางและกลวิธีที่ดี ช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างถูกทิศทาง ง่ายและมีประสิทธิภาพ และที่สำคัญเกิดประโยชน์ต่อองค์กรโดยรวม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบททั่วไปของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม
2. เพื่อศึกษาศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม
3. เพื่อจัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 การวิจัยเชิงปริมาณ

1.1.1 ประชากร (Population) ที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่มีบ้านพักอาศัยอยู่ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาใน 4 ชุมชน ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ต๋นแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7 จำนวน 3,535 คน

1.1.2 กลุ่มตัวอย่าง (Samples) ที่ใช้ในการศึกษาชั้นตอนนี้ ได้มาจากการคำนวณจากสูตรของ Yamane, 1973 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 359 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)



1.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

1.2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จำนวน 4 คน ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เป็นผู้นำชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชา ได้แก่ ชุมชนเทศา-ทิพากร ชุมชนสวนลำไย ชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงซอย 6 และชุมชนซอย 7

1.2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 10 คน ได้แก่ (1) ตัวแทนประชากรของชุมชน กล่าวคือ ชุมชนเทศา-ทิพากร จำนวน 2 คน ชุมชนสวนลำไย จำนวน 2 คน ชุมชนศาลเจ้าแม่ตันแจงซอย 6 จำนวน 2 คน และชุมชนซอย 7 จำนวน 2 คน รวม 8 คน และ (2) ตัวแทนผู้ประกอบการค้าขายในพื้นที่ที่ทำการศึกษา จำนวน 2 คน

1.2.3 การสัมภาษณ์กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 6 คน ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านประวัติศาสตร์ 1 คน ด้านการประมง 1 คน ด้านการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 1 คน ด้านวัฒนธรรม 1 คน ด้านการประชาสัมพันธ์ 1 คน และผู้ที่ปฏิบัติหรือเคยปฏิบัติหน้าที่หัวหน้าส่วนราชการในพื้นที่ที่ทำการศึกษา 1 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การวิจัยเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

2.1.1 แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ตรวจสอบและหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผลปรากฏว่าได้ค่าเท่ากับ 1 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มทดลองจำนวน 30 คน จากนั้นนำไปทดสอบวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม ผลปรากฏว่าได้ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่น (Coefficient of Reliability) ของแบบสอบถามรวมทั้งฉบับเท่ากับ 0.73

2.1.2 แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ประเมินร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

2.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure) โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบ และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ผลปรากฏว่าได้ค่าเท่ากับ 1

3. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

3.1 การศึกษาระยะที่ 1 ศึกษาบริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

1) ระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจข้อมูลสภาพปัจจุบัน ศึกษาข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องจากเอกสาร (Document Analysis) และการลงสำรวจพื้นที่ที่ทำการศึกษา นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เนื้อหา



.....
(Content Analysis and Synthesis) โดยยึดความสอดคล้องของข้อมูล ซึ่งผลของการศึกษาจะนำมาเป็นข้อมูล
พื้นฐานในการสร้างแบบสอบถามในการสำรวจเชิงปริมาณ และการสำรวจเชิงคุณภาพ

2) ระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจเชิงคุณภาพบริบทของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็น
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
ทำการวิเคราะห์หาคุณลักษณะของข้อมูลที่จำแนกเป็นหัวข้อย่อยโดยพิจารณาความสอดคล้องกับคำถามการวิจัย
และเขียนคำบรรยายความหมายตามลักษณะข้อความที่ปรากฏและนำเสนอพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบ
เพื่อสะท้อนให้เห็นสาระสำคัญของกลุ่มข้อมูลแต่ละกลุ่ม

3) ระยะที่ 1 ขั้นตอนที่ 3 การสำรวจเชิงปริมาณการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบประเมินค่า (Rating Scale) วิเคราะห์ข้อมูล
ส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้ค่าความถี่ และร้อยละ และวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์
บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมาย
ของ Best, 1981

3.2 การศึกษาระยะที่ 2 ศึกษาศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม แบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอน ได้แก่

1) ระยะที่ 2 ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของพื้นที่คลองเจดีย์บูชาใน
การจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม (SWOT Analysis)

2) ระยะที่ 2 ขั้นตอนที่ 2 การสังเคราะห์ข้อมูลหาศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม โดยนำผลการศึกษาในระยะที่ 1 และระยะที่ 2 ขั้นตอนที่ 1 มาสังเคราะห์
หาศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมในด้านต่าง ๆ

3.3 การศึกษาระยะที่ 3 จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม แบ่งเป็น 4 ขั้นตอน ได้แก่

1) ระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 1 จัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมใน
การร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด
นครปฐม นำผลการสนทนากลุ่มมาวิเคราะห์หาคุณลักษณะของข้อมูลที่จำแนกเป็นหัวข้อย่อยโดยพิจารณาความ
สอดคล้องกับคำถามการวิจัย และเขียนคำบรรยายความหมายตามลักษณะข้อความที่ปรากฏและนำเสนอพร้อมทั้ง
ยกตัวอย่างประกอบเพื่อสะท้อนให้เห็นสาระสำคัญของกลุ่มข้อมูลแต่ละกลุ่ม เพื่อเป็นข้อมูลในการจัดทำร่าง
ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

2) ระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 2 จัดทำร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม นำผลการศึกษาระยะที่ 1 ระยะที่ 2 และระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 1
มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ จัดทำเป็นร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม



.....
3) ระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 3 การจัดสัมมนาอิงกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) นำร่างข้อเสนอ
เชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เสนอให้
ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบและมีความเห็น เพื่อปรับปรุงร่างข้อเสนอเชิงนโยบายให้ถูกต้องเหมาะสม

4) ระยะที่ 3 ขั้นตอนที่ 4 การประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์
บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม นำเสนอร่างข้อเสนอเชิงนโยบายที่ได้ปรับปรุงให้
ถูกต้องเหมาะสมแล้ว เสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญอีกครั้ง ทำการประเมินเพื่อรับรองร่างตามมาตรฐาน
การประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความเป็นประโยชน์

ผลการวิจัย

1. บริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

พื้นที่คลองเจดีย์บูชาที่มีจุดเด่นรวมถึงทรัพยากรที่สนับสนุนการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ คือประวัติศาสตร์ของคลองเจดีย์บูชา ความเป็นแหล่งธุรกิจการค้าที่สำคัญเป็นที่รู้จักโดยทั่วไปของ
จังหวัดนครปฐม ทักษะของคลองเจดีย์บูชาที่สามารถพัฒนาให้สวยงามได้ และผลการสำรวจความเห็นต่อ
การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม จำนวน 5 ด้าน ได้แก่
ด้านการบริหารจัดการ ด้านภูมิทัศน์ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ
ด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า ด้านที่อยู่ในระดับมาก คือ ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.03$, $S.D. =$
 0.33) และด้านอื่นๆ ได้รับการประเมินให้อยู่ในระดับปานกลางเรียงลำดับจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านการบริหาร
จัดการ ($\bar{X} = 3.26$, $S.D. = 0.23$) ด้านภูมิทัศน์ ($\bar{X} = 3.04$, $S.D. = 0.34$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.99$,
 $S.D. = 0.37$) และด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$, $S.D. = 0.43$) โดยในภาพรวม การจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชา
ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ได้รับการประเมินให้อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$,
 $S.D. = 0.21$) ซึ่งจากผลการศึกษาสรุปได้ว่า บริบททั่วไปพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสามารถนำมาจัดการให้เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้

2. ศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด นครปฐม

ศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม
ใน 5 ด้าน มีดังนี้

ด้านการบริหารจัดการ พื้นที่คลองเจดีย์บูชาที่มีศักยภาพในด้านการบริหารจัดการ อยู่ในระดับ
ปานกลาง ($\bar{X} = 3.26$, $S.D. = 0.23$) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ คือ คนในพื้นที่โดยส่วนใหญ่มีความสมัครสมาน
สามัคคี และความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนในพื้นที่รวมถึงระหว่างผู้นำชุมชนที่มีความสัมพันธ์อันดีต่อกัน แต่มีสิ่งที่เป็น
ปัญหาอุปสรรคคือ ประชาชนไม่มีความเชื่อมั่นในการทำงานของหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และในบางชุมชนที่
พบว่าคนในชุมชนไม่ค่อยจะให้ความร่วมมือ

ด้านภูมิทัศน์ พื้นที่คลองเจดีย์บูชาที่มีศักยภาพในด้านภูมิทัศน์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.04$, $S.D. =$
 0.34) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ ภูมิทัศน์ของคลอง ลักษณะของถนนและภูมิทัศน์โดยรอบที่สามารถ



.....
พัฒนาทัศนียภาพให้สวยงามเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้ แต่สิ่งที่ยังถือเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไข คือสภาพคลองเจดีย์บูชาในปัจจุบันที่มีสภาพเน่าเสียเต็มไปด้วยขยะ มีการทิ้งน้ำเสียและขยะลงคลอง

ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพ ในด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$, $S.D. = 0.33$) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ ประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ความเป็นแหล่งชุมนุมธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม สถานที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง อยู่ใกล้องค์พระปฐมเจดีย์ การคมนาคมสะดวก มีสถานที่ทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่สำคัญเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป อีกทั้งมีแผนพัฒนา จังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ. 2561-2564 ที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และ วัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว แต่สิ่งที่ยังถือเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการแก้ไข คือ ไม่มีการจัดระบบร้านค้าแผงลอยริมคลอง สามารถจับจองพื้นที่ได้อย่างอิสระ ไม่มีความเป็นระเบียบ การตั้งร้านค้า แผงลอยล้ำออกมาบนถนนไม่มีการควบคุมดูแล มีการทิ้งขยะ น้ำเสียลงคลอง

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่ให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว อยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 2.99$, $S.D. = 0.37$) โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ ได้แก่ สถานที่ตั้งอยู่ในเขตเมือง การคมนาคมสะดวก และมีแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี พ.ศ. 2561-2564 ที่มีเป้าหมายในการส่งเสริม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรมให้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานการท่องเที่ยว

ด้านการประชาสัมพันธ์ พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพการจัดการพื้นที่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ในด้านประชาสัมพันธ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.85$, $S.D. = 0.43$) โดยถือเป็นด้าน ที่มีศักยภาพน้อยที่สุดใน 5 ด้าน โดยปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมในด้านนี้ คือ คลองเจดีย์บูชาเป็นที่รู้จักของคนทั่วไปใน ฐานะที่เป็นคลองเก่าแก่มีประวัติศาสตร์คู่กับองค์พระปฐมเจดีย์ และพื้นที่ยังเป็นที่ยังเป็นที่รู้จักในฐานะความเป็นแหล่ง ชุมชนธุรกิจการค้าที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม แต่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อต่างๆ แต่อย่างใด

กล่าวโดยสรุป ศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด นครปฐมโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.23$, $S.D. = 0.21$) โดยด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือด้านการจัด กิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.03$, $S.D. = 0.33$) รองลงมาตามลำดับคือด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X} = 3.26$, $S.D. = 0.23$) ด้านภูมิทัศน์ ($\bar{X} = 3.04$, $S.D. = 0.34$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X} = 2.99$, $S.D. = 0.37$) และลำดับ สุดท้ายคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 2.85$, $S.D. = 0.43$)

3. ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของ จังหวัดนครปฐม

ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัด นครปฐม ประกอบด้วย 5 นโยบาย 30 กลยุทธ์สนับสนุนนโยบาย 42 มาตรการปฏิบัติ ดังนี้



.....
นโยบายที่ 1 การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 1 มี 6 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การกำหนดรูปแบบองค์กรจัดการ(Organizing) 2) การกำหนดแผนปฏิบัติการ (Planning) 3) การบังคับบัญชา (Commanding) 4) การประสานงาน (Coordination) 5) การกำกับดูแลการบริหารจัดการ (Controlling) 6) การพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

มาตรการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 1 จำนวน 6 มาตรการ ได้แก่ 1) จัดเวทีประชาคม โดยมีตัวแทนจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและจัดตั้งองค์กรบริหารจัดการการท่องเที่ยว 2) คณะกรรมการบริหารจัดการการท่องเที่ยว กำหนดนโยบาย และเป้าหมายการดำเนินการ วางโครงสร้างองค์กรและมีระเบียบปฏิบัติที่ชัดเจน 3) สรรหาและคัดเลือกแต่งตั้งบุคคลผู้มีความรู้ความสามารถเข้ามาปฏิบัติ โดยเน้นให้มาจากคนในชุมชนเป็นหลัก 4) จัดอบรมบุคลากรทั้งระบบในเรื่องการบริหารจัดการการท่องเที่ยว 5) มีการจัดการประชุมเป็นประจำ 6) มีการกำกับดูแลและควบคุมการจัดการท่องเที่ยว การปฏิบัติงานของแต่ละฝ่ายให้เป็นไปตามแผนปฏิบัติการ จัดให้มีการสำรวจประเมินความพึงพอใจ และมีการรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากช่องทางต่างๆ

นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับภูมิทัศน์พื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เหมาะสมในการจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 2 จำนวน 6 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของพื้นที่ให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม 2) การฟื้นฟู พัฒนาและปรับปรุงสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ 3) การพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงการก่อสร้างสิ่งปลูกสร้างต่างๆ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว 4) การออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดการท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า โดยแบ่งพื้นที่แยกออกเป็น ส่วน ๆ เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ 5) การดำเนินการต้องรับฟังความคิดเห็นจากคนในชุมชน รวมถึงให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดำเนินการทุกขั้นตอน 6) ประสานความร่วมมือจากทางภาครัฐ และภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อขอรับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 2 จำนวน 8 มาตรการ ได้แก่ 1) ลงสำรวจพื้นที่ รับฟังสภาพปัญหา ความเห็นและข้อเสนอแนะจากคนในชุมชนรวมถึงพ่อค้าแม่ค้าและประชาชนทั่วไป 2) วางแผนฟื้นฟูสภาพน้ำในคลองเจดีย์บูชา และปรับปรุงตลิ่งริมคลอง วางแผนการระบายน้ำ พัฒนาปรับปรุงพื้นที่ริมคลองทั้งสองด้านให้มีทัศนียภาพที่สวยงาม 3) ศึกษาประวัติศาสตร์คลองเจดีย์บูชา ตำแหน่งที่ตั้งสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และสถานที่สำคัญในพื้นที่ที่สามารถจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ 4) วางแผนปรับปรุงทางเท้า ออกแบบราวริมคลองที่ชำรุด ให้มีสภาพมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม เพื่อความปลอดภัย ปลูกต้นไม้เพื่อให้เกิดความร่มรื่นและติดตั้งไฟฟ้าโดยรอบ 5) ออกแบบพัฒนาปรับปรุงสะพานข้ามคลองเจดีย์บูชาทั้ง 10 แห่ง ให้มีรูปแบบที่สวยงาม 6) วางแผนออกแบบการใช้พื้นที่เพื่อจัดกิจกรรมท่องเที่ยวและการพัฒนาธุรกิจการค้า 7) จัดเวทีประชาคม นำแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ รวมถึงแผนออกแบบการใช้พื้นที่นำเสนอคนในชุมชน เพื่ออภิปราย แสดงความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ การปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้คนในชุมชนมีส่วนร่วม และเป็นไปเพื่อประโยชน์สำหรับชุมชนอย่างแท้จริง 8) นำเสนอแผนการพัฒนาและปรับภูมิทัศน์ต่อเทศบาลนครนครปฐม เพื่อขอรับการสนับสนุน



.....
งบประมาณ และการดำเนินการตามระเบียบทางราชการ รวมถึงนำเสนอต่อภาคเอกชน เพื่อขอรับการช่วยเหลือ
สนับสนุนอีกทางหนึ่ง

นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 3 จำนวน 7 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรม
การท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี 2) จัดรูปแบบการท่องเที่ยว
และกิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน 3) จัดรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรม
การท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิต ของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม ให้นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วม
(Active Participation) และเรียนรู้ประสบการณ์ (Learning Experience) ในวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในชุมชน
และมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกัน (Interaction) มีโอกาสแลกเปลี่ยนความคิดสร้างสรรค์และประสบการณ์กับคนใน
ชุมชน 4) จัดรูปแบบและจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่หลากหลาย
ทุกช่วงวัย 5) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับเทศกาลสำคัญในช่วงเวลาต่าง ๆ เช่น เทศกาล
สงกรานต์ เทศกาลปีใหม่ เทศกาลลอยกระทง เป็นต้น 6) ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและ
ได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว 7) การแสวงหาความร่วมมือจากภายนอกชุมชน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐมที่มี
ศักยภาพ เข้าร่วมกิจกรรมหรือสนับสนุนการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 3 จำนวน 8 มาตรการ ได้แก่ 1) จัดกิจกรรมแนะนำการ
ท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวก่อนเข้าพื้นที่ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักพื้นที่ก่อนที่จะเข้ามาท่องเที่ยว 2) จัดกิจกรรม
ตลาดน้ำให้มีลักษณะใกล้เคียงกับตลาดน้ำในอดีต 3) จัดให้มีตลาดถนนคนเดินในวันหยุดเสาร์อาทิตย์ 4) จัดให้มี
ลานวัฒนธรรม 5) จัดกิจกรรมพายเรือเที่ยวชมคลองเจดีย์บูชา 6) จัดเส้นทางท่องเที่ยว ไปตามจุดต่าง ๆ
ที่สำคัญ และจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ทำกิจกรรมร่วมกันเช่นการเผาข้าวหลาม เป็นต้น 7) เชิญชวนให้
หน่วยราชการหรือภาคเอกชนในพื้นที่จังหวัดนครปฐมร่วมจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 8) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่
เกี่ยวข้องกับเทศกาลสำคัญในช่วงเวลาต่างๆ เช่น กิจกรรมเล่นสาดน้ำ จัดขบวนแห่และทำบุญในเทศกาลสงกรานต์
กิจกรรมนับถอยหลังเพื่อเข้าสู่ปีใหม่ในวันขึ้นปีใหม่ การออกร้านค้าอาหารเจในเทศกาลกินเจ เป็นต้น

นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 4 จำนวน 6 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก
จะต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์ต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ทั้งแก่นักท่องเที่ยว พ่อค้าแม่ค้า
และคนในชุมชน 2) การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกจะต้องแสดงถึงอัตลักษณ์และสอดคล้องกับวัฒนธรรม
ประเพณี และชุมชน 3) การจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครอบคลุมถึงนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มทุกวัย 4) การนำ
ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ 5) ให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก
6) ส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 4 จำนวน 15 มาตรการ ได้แก่ 1) จัดทำสิ่งอำนวยความสะดวก
โดยให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ เสนอความคิดเห็น และให้สิทธิได้รับการจัดสรรประโยชน์แก่คน
ในชุมชนก่อน 2) จัดตั้งจุดบริการนักท่องเที่ยวและจัดให้มีมัคคุเทศก์ 3) จัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ประวัติศาสตร์คลอง
เจดีย์บูชา 4) จัดระบบการจราจร เส้นทางเข้าออกพื้นที่ พื้นที่จอดรถที่มีความสะดวก จัดให้มีบริการ



.....
รถสาธารณะพานักท่องเที่ยวเข้าสู่พื้นที่ 5) จัดทำสิ่งที่เป็นสัญลักษณ์แสดงถึงแหล่งท่องเที่ยว เช่น ป้าย ชุมประตูลูกสร้าง หรือสถาปัตยกรรมต่างๆ มีป้ายบอกสถานที่ ป้ายประชาสัมพันธ์และป้ายบอกทางที่มีความชัดเจน ตั้งอยู่ในจุดที่สังเกตได้ง่าย และมีหลายภาษา 6) จัดให้มีศูนย์อาหาร และศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชน จำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกต่างๆ รวมถึงศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เข้ามาเรียนรู้และร่วมทำกิจกรรม 7) จัดระเบียบร้านค้าแผงลอยในพื้นที่ โดยวางแผนกำหนดพื้นที่อนุญาตเป็นสัดส่วนชัดเจนและเป็นธรรมทั้งแก่ผู้ค้าเดิมและผู้ค้าใหม่ รวมถึงคนในชุมชน วางกฎระเบียบในการค้าที่เป็นธรรมแก่ทุกฝ่าย 8) ส่งเสริมให้คนในชุมชนเปิดกิจการโฮมสเตย์ โรงแรม หอพัก ที่มีมาตรฐาน 9) จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ดูแลนักท่องเที่ยว 10) ติดตั้งระบบรักษาความปลอดภัยทั่วพื้นที่ 11) จัดให้มีระบบจัดการรักษาความสะอาด 12) จัดให้มีห้องน้ำสาธารณะที่สะอาดและเพียงพอทั่วถึง 13) นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาใช้ เช่นป้ายบอกทางอัจฉริยะ ภาพสามมิติบรรยายประวัติศาสตร์หรือแหล่งท่องเที่ยว 14) จัดอบรมหลักสูตรการพัฒนาอาชีพให้แก่คนในชุมชน พ่อค้าแม่ค้า เพื่อพัฒนาศักยภาพในการประกอบอาชีพ การพัฒนาสินค้าและบริการ 15) ส่งเสริมให้มีการรักษามาตรฐานของสินค้าและบริการ

นโยบายที่ 5 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์เพื่อสนับสนุนนโยบายที่ 5 จำนวน 5 กลยุทธ์ ได้แก่ 1) การสร้างภาพลักษณ์คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การประชาสัมพันธ์ด้วยสารที่โน้มน้าวใจ 3) การนำเสนอสารด้วยการใช้ภาษาที่สร้างสรรค์ 4) การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) 5) การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย การใช้แพลตฟอร์มในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์

มาตรการการปฏิบัติสำหรับนโยบายที่ 5 จำนวน 5 มาตรการ ได้แก่ 1) ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชาในภาพลักษณ์ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 2) การโน้มน้าวใจด้วยการสร้างคุณค่าของเนื้อหาสาร โดยใช้วิธีการสร้างคุณค่าของเนื้อหาที่นำเสนอ 3) สร้างสรรค์ถ้อยคำอย่างสละสลวยภายใต้กรอบแนวคิดการจัดกิจกรรม ใช้วิธีการสร้างสารด้วยการใช้ภาษาพรรณารายละเอียดของการจัดกิจกรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นภาพเกิดความคล้อยตามและตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรมท่องเที่ยว 4) การใช้บุคคลมีชื่อเสียงเพื่อผลทางการตลาด (Celebrity Marketing) เช่น เชิญชวนยูทูบเบอร์ (Youtuber) ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมาท่องเที่ยวคลองเจดีย์บูชา วิวสถานที่ท่องเที่ยว ร่วมทำกิจกรรมท่องเที่ยว ชิมอาหาร 5) จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายเพื่อเพิ่มช่องทางในการประชาสัมพันธ์ เช่นป้ายโฆษณา สื่อโฆษณาทางวิทยุ สื่อวิดีโอคลิปยูทูบ (Youtube) การใช้แพลตฟอร์มที่เป็นที่นิยมในสื่อสังคมออนไลน์สร้างสื่อประชาสัมพันธ์ ได้แก่ เฟซบุ๊ก ทวิตเตอร์ อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ ดิกด็อก

ผลการประเมินเพื่อรับรองร่างข้อเสนอเชิงนโยบาย ใน 4 ด้าน

ในด้านความถูกต้อง พบว่า ในแต่ละนโยบายได้รับการประเมินมีทั้งอยู่ในระดับมากและมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ นโยบายที่ 2 ($\bar{X}=4.83$, S.D.=0.41) นโยบายที่ 5 ($\bar{X}=4.83$, S.D.=0.41) นโยบายที่ 3 ($\bar{X}=4.67$, S.D.=0.52) นโยบายที่ 4 ($\bar{X}=4.33$, S.D.=0.52) และ นโยบายที่ 1 ($\bar{X}=4.17$, S.D.=0.41) และมีผลการประเมินภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.57$, S.D. = 0.97)



.....
ในด้านความเหมาะสม พบว่า ในแต่ละนโยบายได้รับการประเมินอยู่ในระดับมากและมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ นโยบายที่ 1 ($\bar{X}=5.00$, $S.D.=0.00$) นโยบายที่ 2 ($\bar{X}=5.00$, $S.D.=0.00$) นโยบายที่ 3 ($\bar{X}=4.83$, $S.D.=0.41$) นโยบายที่ 4 ($\bar{X}=4.83$, $S.D.=0.41$) และนโยบายที่ 5 ($\bar{X}=4.33$, $S.D.=0.52$) และมีผลการประเมินภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.80$, $S.D.=0.126$)

ในด้านความเป็นไปได้ พบว่า ในแต่ละนโยบายได้รับการประเมินอยู่ในระดับมากและมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ นโยบายที่ 2 ($\bar{X}=4.83$, $S.D.=0.41$) นโยบายที่ 5 ($\bar{X}=4.67$, $S.D.=0.52$) นโยบายที่ 3 ($\bar{X}=4.50$, $S.D.=0.55$) นโยบายที่ 4 ($\bar{X}=4.33$, $S.D.=0.52$) และนโยบายที่ 1 ($\bar{X}=4.17$, $S.D.=0.41$) และมีผลการประเมินภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.50$, $S.D.=0.210$)

ในด้านความเป็นประโยชน์ พบว่า ในแต่ละนโยบายได้รับการประเมินอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยมากที่สุดไปน้อยที่สุด ได้แก่ นโยบายที่ 1 ($\bar{X}=4.67$, $S.D.=0.52$) นโยบายที่ 3 ($\bar{X}=4.67$, $S.D.=0.52$) นโยบายที่ 4 ($\bar{X}=4.67$, $S.D.=0.52$) นโยบายที่ 2 ($\bar{X}=4.50$, $S.D.=0.55$) และนโยบายที่ 5 ($\bar{X}=4.33$, $S.D.=0.52$) และมีผลการประเมินภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.57$, $S.D.=0.191$)

อภิปรายผลการวิจัย

1. บริบทพื้นที่คลองเจดีย์บูชาสำหรับการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีจุดเด่นรวมถึงทรัพยากรต่างๆ ที่สนับสนุนการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (Jittangwattana, 2005) ที่ได้กล่าวถึงแนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวว่า การจัดการท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก

2. ผลการประเมินศักยภาพการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

ผลจากการศึกษาการประเมินศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการบริหารจัดการ 2) ด้านภูมิทัศน์ 3) ด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว 4) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และ 5) ด้านประชาสัมพันธ์ พบว่าศักยภาพพื้นที่คลองเจดีย์บูชาในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.23$, $S.D.=0.21$) โดยด้านที่มีศักยภาพมากที่สุดคือด้านการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X}=4.03$, $S.D.=0.33$) รองลงมาตามลำดับคือด้านการบริหารจัดการ ($\bar{X}=3.26$, $S.D.=0.23$) ด้านภูมิทัศน์ ($\bar{X}=3.04$, $S.D.=0.34$) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}=2.99$, $S.D.=0.37$) และลำดับสุดท้ายคือ ด้านการประชาสัมพันธ์ ($\bar{X}=2.85$, $S.D.=0.43$) จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า พื้นที่คลองเจดีย์บูชามีศักยภาพสามารถจัดการให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมได้ สอดคล้องกับ ภูริวัจน์ เดชอุ่ม (Dech-um, 2013) ที่ได้กล่าวถึงมิติและปัจจัยสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่สำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ มิติที่ 1 พื้นที่ (Space) พื้นที่เป็น



.....
ปัจจัยพื้นฐานที่ก่อให้เกิดแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มิติที่ 2 การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) การปฏิสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวผ่านวัฒนธรรมที่เดินทางไปเยี่ยมชม และมิติที่ 3 ตัวกลาง (Agents) เป็นผู้ที่มีส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วยผู้มีความคิดสร้างสรรค์ในแต่ละสถานที่ ได้แก่คนในชุมชนหรือท้องถิ่น และปัจจัยกระบวนการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกันระหว่างชุมชนที่เป็นเจ้าบ้านกับนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์หรือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามวัฒนธรรม

3. ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจ็ดยู่ขาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม

3.1 ข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจ็ดยู่ขาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม ประกอบด้วย 5 นโยบาย 30 กลยุทธ์สนับสนุนนโยบาย 42 มาตรการปฏิบัติ สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

นโยบายที่ 1 การบริหารจัดการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและมีการบูรณาการร่วมกันกับทุกระดับและทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้องและทุกฝ่ายสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง มีความสอดคล้องกับแนวคิดบริหารจัดการ POCCC ขององรี ฟาโยล์ 5 ประการ (Fayol, 1949) ได้แก่ 1) การวางแผน (Planning) 2) การจัดองค์การ (Organizing) 3) การบังคับบัญชาสั่งการ (Commanding) 4) การประสานงาน (Coordination) และ 5) การควบคุม (Controlling) และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของรัตติยา พรหมกัลป์, พระเทพปริยัติเมธี และนัยนา เกิดวิชัย (Promkan, Phratheppariyattimedhi, and Girdwichai, 2018) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์ โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมเป็นสิ่งที่ประชาชนและผู้มีส่วนได้เสียมีส่วนร่วมที่เป็นอิสระโดยความสมัครใจ เพื่อนำไปสู่กระบวนการวางแผน และการตัดสินใจ ประกอบด้วยการร่วมทำร่วมรับผลประโยชน์ร่วมวางแผน และร่วมคิด

นโยบายที่ 2 นโยบายการปรับปรุงภูมิทัศน์พื้นที่คลองเจ็ดยู่ขาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม มีความสอดคล้องกับแนวคิดการปรับปรุงภูมิทัศน์ ซึ่ง Chen, Thapa, Kim and Yi (2017) ที่ได้เสนอว่า ในบริบทของปฏิสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวและระบบนิเวศ การวางแผนและการปรับปรุงภูมิทัศน์ให้เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบนิเวศ ในการพิจารณากระบวนการออกแบบภูมิทัศน์ประกอบด้วยความสัมพันธ์ระหว่างพื้นที่ กิจกรรม และสภาพแวดล้อมที่สามารถมองเห็นและรับรู้ได้ด้วยสายตา และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ณัฐนิภรณ์ น้อยเสงี่ยม และสาทิณี วัฒนกิจ (Noisangiam and Wattanakij, 2021) ที่ได้ทำการศึกษาแนวทางการออกแบบปรับปรุงภูมิทัศน์น้ำตกน้ำเค็ม จังหวัดตรัง เพื่อการท่องเที่ยวโดยมีส่วนร่วมของประชาชน โดยผลการวิจัยพบว่า แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกน้ำเค็มมีความเป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านสภาพแวดล้อมธรรมชาติและความสัมพันธ์กับตำนานท้องถิ่น การค้นหารูปแบบภูมิทัศน์ที่เหมาะสมคำนึงถึงความกลมกลืนกับสภาพแวดล้อม และนำอัตลักษณ์มาเป็นส่วนหนึ่งของการจัดวางองค์ประกอบภูมิทัศน์

นโยบายที่ 3 นโยบายการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความสอดคล้องกับ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (Jittangwattana, 2005) ที่ได้กล่าวถึงประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว ว่าการท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นสินค้าหลักทางการท่องเที่ยว พร้อมทั้งพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ



.....
ท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก สอดคล้องกับ
ผลการวิจัยของ เมทินี ทนงกิจ, ฐาศุภร์ จันประเสริฐ และศยามล เอกะกุลนันต์ (Tanongkit, Junprasert and
Akakulanun, 2018) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กรณีศึกษาวิสาหกิจ
ชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว โดยผลการวิจัยพบว่า การจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แบ่งได้ 4 ลักษณะ คือ
1) การนำทรัพยากรที่มีอยู่ในพื้นที่และมีเอกลักษณ์เฉพาะมาให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้ 2) รูปแบบกิจกรรมที่ให้นัก
ท่องเที่ยวพูดคุยแลกเปลี่ยนและลงมือทำด้วยตนเอง 3) บทบาทของผู้จัดการท่องเที่ยวเป็นผู้บอกเล่าเรื่องราว
และดำเนินกิจกรรม และ 4) ผลลัพธ์ที่เกิดจากการจัดการท่องเที่ยวเอื้อต่อเจ้าของพื้นที่และผู้มาเยือน และปัจจัย
ร่วมที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการทำงานด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ ความพร้อมด้านทรัพยากรการ
ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ และยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Suhartanto, Brien, Primiana, Wibisono
and Triyuni, (2019) ที่ได้ทำการศึกษาความภักดีของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บทบาทของ
คุณภาพของประสบการณ์ คุณค่า ความพึงพอใจและแรงจูงใจ ผลการศึกษาพบว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวที่สร้าง
ประสบการณ์ที่มีคุณภาพให้นักท่องเที่ยว รวมถึงการสร้างคุณค่า ความพึงพอใจและแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยว
จะมีผลถึงความภักดีของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาอีกครั้ง

นโยบายที่ 4 นโยบายการจัดทำสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว มีความสอดคล้องกับ
แนวคิดการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยว ที่ Collier and Harraway (1997) กล่าวว่า
การท่องเที่ยวจะบรรลุวัตถุประสงค์นั้นแหล่งท่องเที่ยวจะต้องประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกโดยความ
สะดวกสบายที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปถึงสถานที่ได้รวดเร็วปลอดภัยและสะดวกสบายยิ่งขึ้น และ
สอดคล้องกับผลการวิจัยของ วิทยา ชินบุตร (Chinnabut, 2018) ที่ได้ศึกษาการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดปทุมธานี เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากประชาคมอาเซียน ผลการวิจัยพบว่า แนวทาง
การพัฒนาการท่องเที่ยว ได้แก่ พัฒนาศูนย์ให้บริการข้อมูลประจำแหล่งท่องเที่ยว พัฒนาที่พักให้ได้มาตรฐาน
พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก ยกระดับมาตรฐานการรักษาความปลอดภัย พัฒนาระบบ
ขนส่งสาธารณะ จัดทำคู่มือสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาสินค้าพื้นถิ่น ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการด้าน
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แก่ชุมชน พัฒนาความสามารถด้านภาษาต่างประเทศแก่บุคลากรทั้งภาครัฐ
ภาคเอกชน และภาคประชาชน

นโยบายที่ 5 นโยบายด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสอดคล้องกับแนวคิดการประชาสัมพันธ์ที่
จินตวีร์ เกษมสุข (Kasemsook, 2020) ได้กล่าวว่า การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เป็นวิธีการดำเนินการที่จะ
สร้างความร่วมมือในการทำกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อนำไปสู่การยอมรับวิถีปฏิบัติให้แพร่กระจายออกไปอย่าง
กว้างขวางและต่อเนื่อง โดยวิธีการดังกล่าวต้องอาศัยการใช้สื่อต่างๆ อย่างหลากหลาย และสอดคล้องกับหลักการ
ประชาสัมพันธ์เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์องค์กร สอดคล้องกับผลการวิจัยของ เพ็ญกมล เกิดสมศรี และปรีชา
พันธุ์แน่น (Kerdsomsri and Phannan, 2019) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสาร
การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ “ตลาดชุมชนเพื่อธุรกิจท้องถิ่น” ประเทศไทย โดยผลการศึกษา
พบว่า กลยุทธ์การสื่อสารการประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ 14C (Clear, Consider, Consistency,
Confidence, Continue, Content Communication, Communication Tools, Communication Tactic, Corporate



.....
Social Responsibility, Comparison, Concrete, Competition, Collaborate with influencers and Concise) ส่วน
กลยุทธ์การดำเนินการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ กลยุทธ์ DMP ได้แก่ Digital Marketing, Media
Ethics and Psychology of Communication for Positive Relationship in Team และสอดคล้องกับ
ผลการวิจัยของ กันตภณ แก้วสง่า บุษบา สุธีธร และอภิษฐา อยู่ในธรรม (Kaewsanga, Suteetorn and
Yoonaitarma, 2020) ที่ได้ทำการศึกษาการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ผ่านเว็บไซต์เครือข่าย
สังคม ผลการวิจัยพบว่า 1) ทั้ง 3 แพลตฟอร์ม ได้แก่ แพลตฟอร์ม DASTA Thailand แพลตฟอร์ม Tourism Council of
Thailand และแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวโดยชุมชน CBT Thailand นำเสนอเนื้อหาที่มีความทันสมัยโดยมีรูปแบบการ
นำเสนอเนื้อหาที่ได้รับความนิยม 2) ประโยชน์ของเว็บไซต์ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ช่วยผ่อน
คลายความเครียดได้และมีความพึงพอใจต่อแพลตฟอร์มที่เข้าไปใช้เพราะมีความน่าสนใจ น่าเชื่อถือและมีความ
ต่อเนื่องในการนำเสนอ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ปรากฏข้อเท็จจริงจากผลการวิจัย ประชาชนยังไม่มีความเชื่อมั่นในการทำงานของหน่วยงาน
ภาครัฐในพื้นที่เท่าที่ควร ผู้บริหารของหน่วยงานภาครัฐจะต้องเร่งสร้างความน่าเชื่อถือและความมั่นใจให้กับ
ประชาชนด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานและการบริการให้เข้าถึงประชาชนให้มากขึ้น

1.2 ปรากฏข้อเท็จจริงจากผลการวิจัย มีบางชุมชนในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาที่การแสวงหาความ
ร่วมมือจากคนในชุมชนกระทำได้น้อย ขาดความเข้าใจ ควรมีการสร้างความรู้เข้าใจ ชี้ให้เห็นถึงโอกาสในการพัฒนาธุรกิจ
การค้าของคนในชุมชน และประโยชน์ที่จะได้รับ รวมถึงสร้างความสัมพันธ์อันดีกับคนในชุมชนดังกล่าวให้มาก

1.3 หากจะมีการนำข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว
เชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐมในงานวิจัยนี้ ไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่คลองเจดีย์บูชา เห็นควรนำผลการวิจัยนี้ไป
นำเสนอให้ภาคเอกชนในจังหวัดนครปฐมที่มีศักยภาพ เป็นการแสวงหาความร่วมมือจากภาคเอกชนอีกทางหนึ่ง

1.4 เห็นควรนำผลการวิจัยนี้ ไปเป็นรูปแบบในการพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาในช่วงอื่นๆ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดนครปฐม เพื่อให้เกิดการพัฒนาคลอง
เจดีย์บูชาอย่างเป็นระบบตลอดทั้งสาย

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการนำงานวิจัยนี้ไปพัฒนาต่อยอด ดำเนินการวิจัยและพัฒนา (Research and
Development) หารูปแบบการท่องเที่ยว (Model) ที่เหมาะสมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่
คลองเจดีย์บูชาต่อไป

2.2 ควรมีการวิจัยในเรื่องประวัติศาสตร์ รวมถึงภูมิปัญญาต่างๆ ในท้องถิ่นที่อาจสูญหายไป เพื่อ
เป็นประโยชน์ในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2.3 ควรมีการวิจัยและพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบายการจัดการพื้นที่คลองเจดีย์บูชาให้เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวในรูปแบบอื่นๆ เพื่อให้การจัดการท่องเที่ยวมีความทันสมัย ปรับตัวเข้ากับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนแปลง



.....
และสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวอยู่เสมอ เช่น การท่องเที่ยวแบบ New Normal ในช่วงเกิด
โรคระบาด การท่องเที่ยวแบบออนไลน์ เป็นต้น

References

- Best, John W. (1981). **Research in Education**. 4th ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Chen, L., Thapa, B., Kim, J. and Yi, L. (2017). **Landscape Optimization in a Highly Urbanized Tourism Destination: An Integrated Approach in Nanjing, China**. [Online]. Retrieved December 15, 2020, from https://www.researchgate.net/publication/321912199_Landscape_Optimization_in_a_Highly_Urbanized_Tourism_Destination_An_Integrated_Approach_in_Nanjing_China.
- Chinnabut, W. (2018). "Development of Creative Tourism Resources of Pathumthani Province to Accommodate ASEAN Tourists". **The Journal Development Administration Research** 8(1): 75-89. (in Thai)
- Collier, A. and Harraway, S. (1997). **The New Zealand Tourism Industry**. Auckland: Longman.
- Dech-um, P. (2013). "Creative Tourism Development: from Concepts to Practise for Thailand". **Silpakorn University Journal** 33(2): 329-364. (in Thai)
- Designated Areas for Sustainable Tourism. (2017). **Creative Tourism**. [Online]. Retrieved May 15, 2017, from <http://creativetourism.circlecamp.com/index.php?page=aboutus>.
- Fayol, H. (1949). **General and Industrial Management**. London: Sir Isaac Pitman & Sons.
- Jittangwattana, B. (2005). **Tourism industry**. Bangkok: Press and Design. (in Thai)
- Kaewsanga, K., Suteetorn., B. and Yoonatharma, A. (2020). "The Public Relations for Creative Tourism via Social Networking Sites". **Journal of Thai Hospitality and Tourism** 15(2): 18-28. (in Thai)
- Kasemsook, J. (2020). "Principles and Strategies in Public Relations". **Self-study Documentation of Community Affairs and Mass Relations Department**. [Online]. Retrieved October 15, 2020, <https://www.stou.ac.th/offices/Oce/kmoce1/pr249561.pdf>. (in Thai)
- Kerdsomsri, P. and Phannan, P. (2019). "Guidelines for Developing Communication Strategy of Public Relations by Using Social Media of Community Markets for Local Businesses Thailand". **Romphruek Journal** 38(1): 21-33. (in Thai)
- Noisangiam, N. and Wattanakij, S. (2021). "A Study of the Guidelines for Designing the Landscape of Namtok Namkhem in Trang Province for Tourism by Public Participation". **The Journal of Architectural/Planning Research and Studies (JARS)** 18(1): 65-81. (in Thai)



-
- Promkan, R., Phratheppariyattimedhi and Girdwichai, N. (2018). “Factors Influencing Creative Community-Based Tourism Management”. **Journal of Humanities and Social Sciences Surin Rajabhat University** 21(1): 13-28. (in Thai)
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono N. and Triyuni, N. (2019). **Tourist Loyalty in Creative Tourism: the Role of Experience Quality, Value, Satisfaction, and Motivation**. [Online]. Retrieved December 15, 2020, from <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13683500.2019.1568400>.
- Tanongkit, M., Junprasert, T. and Akakulanun, S. (2018). “Determinants of Success in Creative Tourism Case Study of Ban Nam Chieo Tourism Community Enterprise”. **Journal of International and Thai Tourism** 14(1): 77-109. (in Thai)
- The National Tourism Policy Commission. (2017). **The 2nd National Tourism Development Plan (2017-2021)**. Bangkok: The War Veterans Organization of Thailand Printing. (in Thai)
- Wannatanorm, C. (2009). **The Meaning and Significance of The Tourism Industry**. [Online]. Retrieved June 13, 2018, from <https://tourismatbuu.wordpress.com>.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: An Introductory Analysis**. 3rd ed. New York: Harper and Row Publications.