

แนวทางการพัฒนาภาคหนึ่งของคลองย้อม(จังหวัดตาก)
ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

GUIDELINES FOR DEVELOPMENT OF “NUNG YONGCLONG YARM”

MARKET, TAKAS THE SUSTAINABLE CONSERVATION TOURISM

พิชชารีย์ เครือพัก

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบตลาด กลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการ สถานการณ์การดำเนินงานปัจจุบันรวมทั้งเสนอแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง “ภาคหนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก) ” ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามโดยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ จากผู้ที่มาใช้บริการจำนวน 400 ราย และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบตลาดในแต่ละด้านมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในแต่ละด้านแตกต่างกัน ซึ่งผู้ให้บริการมีความพึงพอใจในรูปแบบตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยแบ่งรูปแบบตลาดออกเป็น 7 ด้าน

- 1) ด้านสถานที่มีจุดเด่นเป็นสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทางและมีการจัดวางตำแหน่งร้านค้าให้ผู้ให้บริการเดินชมได้สะดวก ควรปรับปรุงให้มีการบริการห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการจัดสถานที่จอดรถที่เหมาะสม
- 2) ด้านผลิตภัณฑ์ควรสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์ของสินค้าที่จำหน่ายให้เป็นที่น่าสนใจ
- 3) ด้านราคาของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีความเหมาะสมกับปริมาณที่ผู้ซื้อได้รับและผู้ประกอบการมีการติดป้ายราคาอย่างชัดเจน
- 4) ด้านความปลอดภัยเห็นควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้เหมาะสมกับจำนวนผู้มาใช้บริการและสามารถเข้าควบคุมเหตุฉุกเฉินได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามที่ต่างๆโดยรอบเพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้บริการ
- 5) ด้านการอำนวยความสะดวก ควรจัดห้องน้ำให้บริการที่มีความสะอาดและถูกสุขลักษณะ มีถึงขยะที่มีลักษณะที่เหมาะสม ไม่ส่งกลิ่นเหม็นและมีจำนวนที่เพียงพอ
- 6) ด้านสิ่งแวดล้อม สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์โดยขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการให้ใช้ภาชนะที่ย่อยสลายได้ง่าย มีการรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกและโฟม และนำยามหรือถุงผ้ามาใช้แทน
- 7) ด้านการจัดการและบริหารเป็นแบบสอบถามเฉพาะผู้ประกอบการ พบว่าความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งต้องมีการปรับปรุงโดยการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวโดยการประชาสัมพันธ์และนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่างๆ เช่น Facebook อย่างสม่ำเสมอ และมีการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไข ปัญหาที่เกิดขึ้นในภาคหนึ่งของ คลองย้อม(จังหวัดตาก) อยู่ตลอดเวลา

คำสำคัญ : การพัฒนา , แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ , พัฒนาอย่างยั่งยืน

ABSTRACT

This research aims to study the market model. The target group on the service, the current situation, as well as offering guidance on the development and improvement “Nung Yong ClongYarm market in Tak province” as a source of sustainable tourism. The instrument used for data collection was a questionnaire by accidental sampling from 400 customers and analyze the data by a percentage, the average and standard deviation. The results of the study that, the market format on each side effects the satisfaction of the users on different sides, which the satisfaction of customers is a Very satisfied. The market is divided into 7 aspects. 1) The location of the place is very easy to reach, and the shop location can be arranged to the users. Should be adjusted to provide adequate bathroom service. Provide the right parking space. 2) The product should create a highlight or identity as attractive. 3) The price of the products are suitable for volume buyers receive and operators are price tags clearly. 4) The security should be able to provide security guards to suitable the number of customers and can take control of emergencies appropriately, along with the installation of security cameras surrounding the safety of service customers. 5) For convenience, the bathroom should be equipped with a clean and hygienic service. There is a waste bin with the right characteristics. Do not send bad smells and have enough amount. 6) For environmental, the establishment of protection awareness requires entrepreneurs to cooperate to use digestible containers and reduce the use of plastic bags and foams and use cloth bag instead plastic bags to foams. 7) Management and operation of a particular query operators, Satisfaction is moderate, this needs to be improved by stimulating tourism by public relations and regularly provide travel products on social media such as Facebook and develop solutions to the problems occurring in Nung Yong ClongYarm market in Tak province all times.

Keywords :Development, Conservation Tourism, Sustainable Improvement

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักอย่างหนึ่งที่สร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศไทย จากคำแถลงการณ์ของนายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กก.) แถลงผลงานด้านการท่องเที่ยวปี 2561 ว่าในปีพุทธศักราช 2561 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยมีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวน 38.27 ล้านคน ซึ่งก่อให้เกิดรายได้มากถึง 2 ล้านล้านบาทและคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศเป็นจำนวน 164 ล้านคน/ครั้ง สามารถสร้างรายได้ประมาณ 1,068 ล้านบาท ซึ่งเป็นผลมาจากการขับเคลื่อนตามนโยบายของรัฐบาล โดยเน้นสร้างตลาดคุณภาพ สร้างมาตรฐานการท่องเที่ยว ตามสโลแกน “สะดวก สะอาด ปลอดภัย ได้เอกลักษณ์และยั่งยืน” พร้อมกับส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจึงยังคงมุ่งมั่นเน้นนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรองอย่างต่อเนื่องถึงปีพุทธศักราช 2562 (สำนักข่าวไทย,2562)

จังหวัดตาก จัดว่าเป็นหนึ่งในเมืองรอง ตามนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,สำนักงานจังหวัดตาก,2561) ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย หนึ่งในนั้นคือ “กาดนึ่งของคลองย่าม” โดยเกิดจากแนวคิดของผู้ว่าราชการจังหวัดตาก(นายสมชัยรัฐ ทหะตันย์ติ) พร้อมกับจังหวัดตากได้กำหนดนโยบาย 3 คีน คือ “คีนธรรมชาติ คีนวัฒนธรรม คีนคนตาก” เป็นวาระจังหวัดเพื่อสนองตอบนโยบายด้านการปรองดองสมานฉันท์เพื่อการปฏิรูปประเทศของคณะกรรมการรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) และเพื่อให้การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติให้บังเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น จึงกำหนดโครงการถนนวัฒนธรรม “กาดนึ่งของคลองย่าม” จังหวัดตาก ปีงบประมาณ 2558 ขึ้นเพื่อเป็นการคีนวัฒนธรรมนำประเพณีที่ดีงามของท้องถิ่นให้เผยแพร่ออกสู่สาธารณชนภายใต้การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและเอกชน

ที่มาของชื่อ “กาดนึ่งของคลองย่าม” มาจากการที่กาดหรือตลาดแห่งนี้ ตั้งร้านด้วยแคร่ไม้ไผ่ด้วยความสูงประมาณเข้า ทำให้เวลาซื้อหรือเลือกชมสินค้า ต้องนั่งยองๆ อีกทั้งการตั้งร้านด้วยแคร่ยังทำให้ไม่บดบังทัศนียภาพทางธรรมชาติและสวนหย่อมริมแม่น้ำปิงที่สวยงาม ส่วนคำว่า คลองย่าม นั้น เนื่องจากจังหวัดตากมีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์และนิยมใช้ย่าม ซึ่งเป็นสินค้าที่ผลิตเองภายในท้องถิ่น และยังเป็นสินค้า OTOP ของจังหวัดตาก ดังนั้นการใช้ย่ามจึงเป็นการสนับสนุนให้มีการซื้อสินค้าพื้นเมืองมาใช้ ช่วยกระจายรายได้ให้พี่น้องกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ และการใช้ย่ามยังเป็นการลดใช้ถุงพลาสติก ลดการทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อคีนธรรมชาติให้เมืองตากอีกทางหนึ่งด้วย

ทั้งนี้ในช่วงที่ผ่านมา “กาดนึ่งของคลองย่าม (จังหวัดตาก)” ได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งประชาชนในพื้นที่ที่มีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อยๆ จากการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวผ่านสื่อโซเชียล ประกอบกับการใช้สถานที่แห่งนี้เป็นจุดรวมพลจัดกิจกรรมทั้งของภาครัฐ เอกชน นักเรียน นักศึกษา มูลนิธิ และองค์กรต่างๆ จึงทำให้กาดนึ่งของคลองย่าม เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไปของจังหวัดตาก ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมี

การบริหารจัดการที่ดีเพื่อรองรับการขยายตลาดต่อไปในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอารยา จันทร์สกุล ได้กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่คาดการณ์ว่าจะมีปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น แม้จะก่อให้เกิดรายได้ ขณะเดียวกันก็อาจส่งผลเสียหากมีการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวที่ไม่ดีพอ (Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน, หนาการณ์ประเทศไทย, 2561) ดังนั้น แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามเมืองรองจำเป็นต้องมีระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งในปัจจุบันมีแนวคิดในการจัดการระบบการท่องเที่ยวเพื่อลดปัญหาและเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ หนึ่งในนั้นคือ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืนเป็นกระบวนการจัดการการท่องเที่ยวแนวใหม่แบบหนึ่งที่ใช้ในการป้องกันและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญต่อการเรียนรู้ร่วมกัน และการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนท้องถิ่น สำคัญ ๆ ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นอยู่ที่การท่องเที่ยวและศึกษาเรียนรู้ในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีความดั้งเดิมของระบบนิเวศหรือมีระบบชุมชนและวัฒนธรรมที่อาศัยเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศเป็นหลักและมีการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนโดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในทุกๆระดับ ทุกขั้นตอนเป็นองค์ประกอบสำคัญ (จุลสารการท่องเที่ยว, 2545)

จากข้อมูลข้างต้นและจากการสังเกตพบว่า “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก)” มีความสำคัญ และสามารถพัฒนาไปสู่แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืนได้ แต่อย่างไรก็ตามในขณะนี้ยังไม่มีข้อมูลยืนยันว่ากิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นบริเวณกาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก) ได้รับความสนใจหรือตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเป็นอย่างไร ผู้ที่มาใช้บริการตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ หรือยังมีประเด็นอื่นใดที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ปรับปรุงหรือพัฒนาเพิ่มเติมเพื่อให้สอดคล้องหรือเหมาะสมกับความต้องการ ดังนั้นจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ จึงคาดว่าจะช่วยให้ได้ข้อมูลสำหรับเป็นแนวทางการพัฒนา “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก)” ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืนซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัด เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนชาวเมืองตาก และการอนุรักษ์เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติของจังหวัดตากให้เป็นมรดกตกทอดไปยังลูกหลานสืบไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาลักษณะรูปแบบตลาด “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก)”
2. เพื่อศึกษากลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการใน “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก)”
3. เพื่อศึกษาสถานการณ์การดำเนินงานปัจจุบันของ “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก)”
4. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก)” ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืน

สมมติฐานของการวิจัย

1. รูปแบบตลาดในแต่ละด้านมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในด้านต่างๆแตกต่างกัน
2. กลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดในแต่ละด้านแตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการตลาดที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการตลาดในแต่ละด้านแตกต่างกัน

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา
การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเพื่อหาแนวทางการพัฒนา "กาต๋นงของคล่องยาม (จังหวัดตาก) " ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืน
2. ขอบเขตด้านพื้นที่
กำหนดเขตพื้นที่การศึกษาในบริเวณโดยรอบถนนริมน้ำปิง บริเวณด้านหน้าจวนผู้ว่าราชการจังหวัดตาก ต.หนองหลวง อ.เมือง จ.ตาก ซึ่งเป็นสถานที่จัด "กาต๋นงของคล่องยาม (จังหวัดตาก)"
3. ขอบเขตด้านเวลา
ระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการศึกษาวิจัย คือ เดือนตุลาคม 2562 ถึง เดือนมีนาคม 2563
4. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้ใช้บริการและผู้ประกอบการ "กาต๋นงของคล่องยาม (จังหวัดตาก)" ในวันเสาร์ และวันอาทิตย์ ระหว่างช่วงเวลา 17.00 – 21.00 น.

แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวทางการพัฒนา "กาต๋นงของคล่องยาม (จังหวัดตาก) " ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืนผู้วิจัยได้ค้นคว้าและรวบรวม แนวคิด ทฤษฎีต่างๆที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบตลาด การประกอบการตลาดนัด มุมมองของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในด้านวิถีชีวิตและวิถีปฏิบัติเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา โดยมีแนวคิดและทฤษฎีรวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน , หลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ , ความหมายและประเภทของตลาด , ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix), แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคและการตัดสินใจซื้อ, แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ และแนวคิดและทฤษฎีการตัดสินใจ

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ผู้วิจัยศึกษาค้นคว้าจะมุ่งเน้นในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เช่น ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัด, ศึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้อและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อของที่ "ถนนคนเดินมีโชค" เชียงใหม่, การวิจัยศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ถนนคนเดินอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี,

การวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอดอนโตนและบ้านโตนป่าหนั้น เป็นต้น

วิธีดำเนินการงานวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) การสุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

1. กลุ่มประชากรและลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรที่ใช้บริการ “กาต๋นงยองคล้อยยาม (จังหวัดตาก)” ในช่วงปี พ.ศ.2561 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 80,000 คน (ที่มา: ข้อมูลสรุปจำนวนประชากรที่ใช้บริการตลาดกาต๋นงยองคล้อยยาม เทศบาลเมืองตาก 2561)

การสุ่มตัวอย่างการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือก สุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ในการคัดกรองกลุ่มตัวอย่างพิจารณาเพียง ประชากรที่ใช้บริการ “กาต๋นงยองคล้อยยาม (จังหวัดตาก) ” โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม (Self-Administered Questionnaires) จนครบตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้

2. กระบวนการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลประเภทต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ โดย ผู้วิจัยจะดำเนินการส่งแบบสอบถามให้กับผู้ตอบแบบสอบถามตามกลุ่มตัวอย่างพร้อมทั้งชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัยให้กับกลุ่มตัวอย่างทราบเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน แล้วจึงทำการตอบแบบสอบถามโดยจะให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง เพื่อดำเนินการจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป มีระยะเวลาเก็บรวบรวมข้อมูล คือเดือนธันวาคม 2562 ถึงมกราคม 2563

2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานรัฐ และเอกชน ได้แก่ บทความทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและวิธีทางสถิติที่ใช้

เมื่อรวบรวมแบบสอบถามได้ตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างมาตรวจคะแนน แล้วนำคะแนนมาวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิติด้วย เครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยตัวสถิติที่ใช้มีดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนา ใช้ตัวสถิติ ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (Percentage), ค่าเฉลี่ย (Mean), ค่าเฉลี่ย (Average) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อสรุปข้อมูลที่ได้จากการศึกษาบรรยายให้ทราบถึงลักษณะของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ ความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ และความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ “กาดนึ่งของคลองยาม(จังหวัดตาก)”

การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าการกระจายของข้อมูล (F-Test)และเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี LSD (Post Hoc) เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัยที่ 2 และ 3

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 26 – 35 ปี รักราชการ/รัฐวิสาหกิจ รายได้เฉลี่ย 5,001-15,000 บาท ต่อเดือน

ด้านพฤติกรรมการใช้บริการของผู้ใช้บริการ “กาดนึ่งของคลองยาม (จังหวัดตาก)” ผลการศึกษาพบว่า ผู้ใช้บริการ เป็นคนที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดตากมากที่สุด โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทาง โดยจักรยานหรือจักรยานยนต์ รวมถึงรู้จัก “กาดนึ่งของคลองยาม (จังหวัดตาก)” จากการบอกต่อและมักเดินทางมาพร้อมกับครอบครัว

ด้านความคิดเห็นของผู้ใช้บริการ “กาดนึ่งของคลองยาม (จังหวัดตาก)” ที่มีต่อรูปแบบตลาด ผู้ใช้บริการมีความ คิดเห็นว่าลักษณะความปลอดภัยที่ควรมี คือ กล้องวงจรปิด รองลงมาคือ พนักงานรักษาความปลอดภัยและกองอำนวยการ/ศูนย์รับแจ้งเหตุ ควรมีกิจกรรมเพื่อเพิ่มความ น่าสนใจด้วยการจัดให้มีเวทีจัดกิจกรรมเป็นประจำ พร้อมส่งเสริมให้ผู้ประกอบการแต่งกายให้เป็นเอกลักษณ์และการจัดพื้นที่ที่จัดจำหน่าย เพื่อให้ผู้มาใช้บริการได้ ถ่ายภาพ เป็นที่ระลึก ควรจัดกิจกรรมในเทศกาลต่าง ๆ นอกเหนือจากวันเสาร์ – อาทิตย์ คือ เทศกาล สงกรานต์ เทศกาล ลอยกระทง รวมไปถึง วันหยุดนักขัตฤกษ์ ประเภทร้านค้าและบริการที่ควรมี คือ อาหารและเครื่องดื่ม เสื้อผ้า/ของใช้/เครื่องประดับและผัก/ผลไม้ และคิดเห็นว่า ควรสร้าง เอกลักษณ์ ด้วยอาหารพื้นถิ่น และการแต่งกายของผู้ประกอบการ พร้อมสร้างจุดเด่นด้วยการใช้ยามทั้งผู้ประกอบการและผู้มาใช้บริการ

ด้านความพึงพอใจ ของผู้ให้บริการ “กาดนึ่งของคลองยาม(จังหวัดตาก)” ในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก โดยผู้ให้บริการส่วนใหญ่พึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์สูงสุดซึ่งให้ความเห็นว่าอาหารและเครื่องดื่มมีรสชาติถูกปากเป็นสิ่งสำคัญในความพึงพอใจ และสถานที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง การจัดวางตำแหน่งร้านค้าให้ผู้บริการเดินชมได้ง่าย ราคาของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายมีความเหมาะสมกับปริมาณที่ผู้ซื้อได้รับจะส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ “กาดนึ่งของคลองยาม (จังหวัดตาก)” ในส่วนของผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในด้านการจัดการและบริหารอยู่ในระดับปานกลาง โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่พึงพอใจเมื่อมีการใช้สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อกระจายข่าวสารได้อย่างเหมาะสมผ่านทางFacebookและมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ

ในการทดสอบสมมติฐานว่ารูปแบบตลาดในแต่ละด้านมีผลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการใน “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก) ” พบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยมีความพึงพอใจในแต่ละด้านแตกต่างกัน ซึ่งส่วนใหญ่พึงพอใจมากในด้านผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือด้านราคา และด้านสถานที่

การทดสอบสมมติฐานว่ากลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการ “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก) ” ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละด้านแตกต่างกันนั้น พบว่า กลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการมีความพึงพอใจในรูปแบบตลาดแต่ละด้านแตกต่างกัน โดยค่าความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมายกับความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านความปลอดภัย มีค่าความน่าจะเป็นเท่ากับ 0.009, 0.005 และ 0.043 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการ “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก)” ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านต่างๆต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

การทดสอบสมมติฐานว่าปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการ “กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก) ” ที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในแต่ละด้านแตกต่างกันนั้น พบว่าเมื่อจำแนกตามอาชีพ อาชีพที่แตกต่างกันไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแต่ละด้าน แต่เมื่อจำแนกตามเพศ พบว่าเพศที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านอายุและรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการอำนวยความสะดวก ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

อภิปรายผล

กาดนึ่งของคลองย้อม (จังหวัดตาก) เป็นตลาดที่เปิดโอกาสให้คนในและนอกพื้นที่ได้แลกเปลี่ยนสินค้าและมีปฏิสัมพันธ์กัน มีทั้งเครื่องแต่งกาย อาหาร เครื่องดื่ม ผักปลอดสารพิษ รวมไปถึงผลิตภัณฑ์จากชุมชนต่างๆ โดยจัดกิจกรรมบนถนน เริ่มตั้งแต่ถนนริมน้ำบึง บริเวณหน้าจวนผู้ว่าราชการจังหวัดตลอดเส้นทางเป็นระยะทางประมาณ 700 เมตร โดยเริ่มขายตั้งแต่เวลา 17.00 น.จนถึงประมาณ 21.00 น. ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของสมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์ (2549) ที่ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบของถนนคนเดินที่ประสบความสำเร็จมากที่สุดในประเทศไทยคือถนนคนเดินแบบตลาดนัด (Street Market) ซึ่งพบมากในชุมชนชนบท การปิดถนนเพื่อใช้เป็นตลาดนัดเป็นการเปิดโอกาสให้คนในและนอกพื้นที่ได้แลกเปลี่ยนสินค้าและมีปฏิสัมพันธ์กัน โดยมีนัยสำคัญของการเอื้อให้คนได้ปลดปล่อยอิสระในพื้นที่สาธารณะ ซึ่งมีการกำหนดสถานที่และกำหนดวันเฉพาะวันใดวันหนึ่งในสัปดาห์ และเป็นเช่นนั้นไปเรื่อยๆจนเป็นที่รู้จักของคนในชุมชน เวลาที่ขายอาจมีเฉพาะช่วงเช้า เฉพาะช่วงเย็น หรืออาจขายทั้งวัน โดยการผลิตสินค้าในปัจจุบันต้องคำนึงถึงคุณภาพมากขึ้น สอดคล้องกับเตือนจิตต์ จิตต์อารี (2542) กล่าวว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตที่ดีโดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้า และผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้สินค้าและบริการ ส่งผลให้ผู้ผลิตต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆออกสู่ตลาดเพื่อการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่นๆและเพื่อตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้สูงสุด

การศึกษากลุ่มเป้าหมายที่มาใช้บริการใน “กาดนึ่งยongคลองยาม(จังหวัดตาก)” จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยมีอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 26 – 45 ปี เดินทางมาใช้บริการโดยรถจักรยานหรือจักรยานยนต์ ซึ่งบุคคลเหล่านั้นเป็นคนในพื้นที่ และส่วนมากเดินทางมาใช้บริการ “กาดนึ่งยongคลองยาม (จังหวัดตาก)” กับครอบครัวซึ่งการทดสอบนี้เพื่อต้องการทราบถึงลักษณะของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่จะเข้าถึงเพื่อเป็นการกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลนั้นๆ ได้ตรงตามเป้าหมายและเหมาะสม สอดคล้องกับศิริวรรณ เสรีรัตน์และคนอื่นๆ (2541) กล่าวว่า ลักษณะของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตประจำวันและส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อ ซึ่งประกอบไปด้วย ครอบครัวที่เป็นสถาบันที่มีการซื้อเพื่อการบริโภคที่สำคัญที่สุด นอกจากนั้นแล้วไม่ว่าจะเป็นปัจจัยด้านสรีระ จิตวิทยา ครอบครัว สังคม หรือแม้กระทั่งวัฒนธรรม ย่อมมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคทั้งสิ้น ตามคำกล่าวของสมจิตร์ ล้วนจำเริญ(2541)

การศึกษาศาสนาการดำเนินการดำเนินงานปัจจุบันของ “กาดนึ่งยongคลองยาม (จังหวัดตาก)” ทดสอบด้วยการให้ผู้ใช้บริการแสดงความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบตลาด ซึ่งตรงตามกับทฤษฎีของเคลย์ตัน แอลเดอร์เฟอร์ ว่าความต้องการของมนุษย์เกิดขึ้นได้โดยไม่จำเป็นต้องเรียงก่อน – หลัง เรื่องบางเรื่องอาจเกิดขึ้นพร้อมกันได้ จากผลการวิจัยพบว่าผู้ให้บริการส่วนมากมีความต้องการให้มีการจัดพื้นที่เพื่อถ่ายภาพพร้อมให้มีการจัดเวทีกิจกรรมเป็นประจำ ซึ่งตรงตามแนวคิดของสุมาณี อัมพันธ์ทรัพย์ (2546) ที่กล่าวว่า การเตรียมพื้นที่กิจกรรมทางสังคมเป็นสิ่งสำคัญของผู้ดูแลกิจการเพราะกิจกรรมทางสังคม ได้แก่ การพบประสังสรรค์ การชมการแสดง กิจกรรมทางศาสนา รวมไปถึงขนบธรรมเนียม ประเพณีและวัฒนธรรมต่างๆ ของชุมชนส่งผลต่อทัศนคติของผู้ที่มาใช้บริการซึ่งการทดสอบความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบตลาดในครั้งนี้ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงสร้างแรงจูงใจเพื่อเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยว โดยงานวิจัยของปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี (2556)กล่าวว่าแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องคำนึงถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยว การนำธรรมชาติมาเป็นจุดขายปรับปรุงภูมิทัศน์ให้สวยงามและสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติไปยังนักท่องเที่ยวและชาวบ้าน

การศึกษหาแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุง “กาดนึ่งยongคลองยาม (จังหวัดตาก)” ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืน พบว่าในด้านความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ทำให้ทราบว่าผู้ให้บริการพึงพอใจในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านสถานที่ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของวลาวัลย์ เวชอภิกุล (2551) เรื่องการวิจัยศึกษาเกี่ยวกับการเลือกซื้อและปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการเลือกซื้อของที่ “ถนนคนเดินมีโชค” เชียงใหม่โดยผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่ผู้ที่เดินทางมาตลาดทราบข่าวและรู้จักตลาดนี้ผ่านคำบอกต่อของเพื่อน ชื่นชอบตลาดนี้มีโชคเพราะสินค้ามีให้เลือกหลากหลายและราคาสินค้าไม่แพง โดยกาดนึ่งยongคลองยาม (จังหวัดตาก) มีจุดเด่นเป็นสถานที่ตั้งที่มีความสะดวกต่อการเดินทางและมีภูมิทัศน์ที่สวยงามเป็นธรรมชาติ การจัดวางตำแหน่งร้านค้าเอื้ออำนวยต่อการเดินชมได้สะดวก แต่ควรปรับปรุงให้มีการบริหารจัดการห้องน้ำให้เพียงพอต่อความต้องการ ผลิตภัณฑ์ควรสร้างจุดเด่นหรือเอกลักษณ์

เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของสินค้า โดยราคาที่กำหนดมีความเหมาะสมกับปริมาณที่ผู้ซื้อได้รับ มีการติดป้ายแสดงราคาอย่างชัดเจนเพื่อให้ผู้บริโภคได้มีโอกาสเปรียบเทียบราคาก่อนตัดสินใจซื้อ ด้านความปลอดภัยเห็นควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยให้เหมาะสมกับจำนวนผู้มาใช้บริการและสามารถเข้าควบคุมเหตุการณ์ฉุกเฉินได้อย่างเหมาะสม พร้อมทั้งมีการติดตั้งกล้องวงจรปิดตามที่ต่างๆ เพื่อช่วยทั้งในด้านการป้องกันทรัพย์สินและลดเหตุร้ายที่อาจจะเกิดขึ้นได้ รวมทั้งยังสามารถจับภาพและบันทึกวิดีโอที่อาจจะเป็นประโยชน์ในการชี้ตัวหรือเป็นหลักฐานต่างๆ ได้ ภายในบริเวณควรจัดให้มีถึงขยะที่มีลักษณะเหมาะสมเพื่อกักเก็บขยะได้ดี ไม่ให้ส่งกลิ่น มีความมิดชิด แข็งแรง ทนต่อทุกสภาพอากาศ กาดนึ่งยองคลองย้อม (จังหวัดตาก) เป็นถนนคนเดินที่อยู่ท่ามกลางบรรยากาศริมน้ำปิง เมื่อได้ชื่นชมกับธรรมชาติที่บริสุทธิ์จะส่งผลให้ตระหนักถึงผลกระทบต่อตนเองและสังคมที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม และเกิดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ โดยขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการให้ใช้ภาชนะที่ย่อยสลายได้ง่าย มีการรณรงค์ลดใช้ถุงพลาสติกและโฟม และนำยามหรือถุงผ้ามาใช้แทน ในส่วนของผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในด้านการจัดการและบริหารอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งส่วนใหญ่พึงพอใจในการใช้สื่อเพื่อกระจายข่าวสารได้อย่างเหมาะสม เช่น Facebook ซึ่งในปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยการสร้างแฟนเพจเฟซบุ๊ก จะช่วยเพิ่มโอกาสในการบอกต่อเรื่องราว ประสบการณ์ และบริการที่ได้ประสบพบเจอ ในสังคมเฟซบุ๊กทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นต่างๆ ออกมาได้ ไม่ว่าจะเป็นเชิงลบหรือเชิงบวก ซึ่งสามารถนำข้อมูลในส่วนนี้มาใช้ประโยชน์เพื่อหาข้อมูลที่จะทำให้คนกลุ่มนี้เกิดความประทับใจ ไม่ว่าจะเป็นตัวสินค้า รูปแบบของการบริการที่ต้องการ การอำนวยความสะดวกหรือความต้องการในด้านความปลอดภัยต่างๆ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเรื่อง แนวทางการพัฒนา “กาดนึ่งยองคลองย้อม (จังหวัดตาก)” ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่ยั่งยืน ดังนั้นจึงควรที่จะศึกษาเพิ่มเติมในส่วนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างๆ รวมไปถึงการขยายขอบเขตในการศึกษาให้ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดตาก ควรทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ เนื่องจากในปัจจุบันเริ่มมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาที่ “กาดนึ่งยองคลองย้อม (จังหวัดตาก)” มากขึ้น เพื่อนำข้อมูลไปใช้ในการปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพทำให้เกิดความประทับใจ และดึงดูดให้กลับมาเที่ยวซ้ำ ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้ให้กับคนท้องถิ่นและประเทศมากขึ้นด้วย และควรมีนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ที่มีความยั่งยืนโดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการระดมความคิดเห็นเพื่อการวางแผนและการดำเนินงานควรมีการสร้างเครือข่ายกับชุมชนเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาอย่างแท้จริงและนำไปปรับใช้ในการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ เพื่อให้กาดนึ่งยองคลองย้อม (จังหวัดตาก) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนตามเจตคติของผู้วิจัยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2539). *ความหมายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. กรุงเทพฯ: กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- กอบกาญจน์ เจริญทอง. (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำ อัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสยาม.
- เฉลิมพล ตันสกุล. (2541). *ความหมายของพฤติกรรม*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สหประชาพานิชย์.
- ดร.รชนี เอมพันธ์ และ สุรเชษฐ์ไชยธูมาส. *อุทยานแห่งชาติกับการอนุรักษ์*. กรุงเทพมหานคร. คณะวนศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เดือนจิตต์ จิตต์อารี. (2542). *การปรับตัวในยุคเทคโนโลยีสารสนเทศ*. กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ทิพย์วัลย์ สีจันทร์ และคณะ. (2546). *การคิดและการตัดสินใจ*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). *การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. พิมพ์ครั้งที่ 1. คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ปิยธิดา หงศ์ศรี และลินจง โพชารี. (2561). *แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ถนนคนเดินอำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ราช ศิริวัฒน์. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2562 จาก <https://doctemple.wordpress.com>
- ลาววัลย์ เวชอภิกุล. (2551). *พฤติกรรมผู้ซื้อในตลาดนัดกลางคืนมีโชค จังหวัดเชียงใหม่*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การวิจัยธุรกิจ*. กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

- สมจิตร ล้วนจำเริญ. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์. (2549). *ตลาดในชีวิต ชีวิตในตลาด*. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร.
- สำนักข่าวไทย. (2562). *สถานการณ์การท่องเที่ยวและแนวโน้มปี 2562*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2562. จาก <https://gnews.apps.go.th/news?news=34750>
- อารยา จันทรี่สกุล. (2561). *Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2562. จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ReasearchPaper/Overtourism.pdf>
- อุษาวดี พูลพิพัฒน์. (2545). *การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยชุมชนในประเทศไทย*. *จุลสารการท่องเที่ยว* 21. 4(ตุลาคม-ธันวาคม), 38-48.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. (2550). *นियามการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2562. จาก http://www.reo4.go.th/upload_M/REO4_M-94.pdf
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2545). *กลยุทธ์การตลาด*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Ceballos-Lascurain, H., (1991). *คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2562 จาก <http://www.dnp.go.th/park/sara/tour/eco.htm>
- Elizabeth Boo. (1991). *คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2562 จาก <http://www.dnp.go.th/park/sara/tour/eco.htm>
- Shirley, E. (1992). *My travels around the world*. Newton Aycliffe, UK: Heinemann.
- Tourism, Culture, Arts and Heritage Belfast City Council*. (2015). Belfast: Integrated Tourism Strategy Summary 2015-2020, Belfast