



ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย  
ขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตาม  
หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรังสิต  
ปีการศึกษา 2563



**FACTORS INFLUENCING THE EFFECTIVENESS OF THE THAI-WAY  
TOURISM PROMOTION POLICY OF KHO KRET SUB-DISTRICT  
ADMINISTRATIVE ORGANIZATION, NONTHABURI PROVINCE**

**BY  
PARANYOO DISAVANONT**

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT**

**OF THE REQUIREMENTS FOR**

**THE DEGREE OF MASTER OF PUBLIC ADMINISTRATION**

**INSTITUTE OF PUBLIC ADMINISTRATION AND PUBLIC POLICY**

**GRADUATE SCHOOL, RANGSIT UNIVERSITY**

**ACADEMIC YEAR 2020**

วิทยานิพนธ์เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย  
ขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

โดย  
ภรณ์ยู ดิสวนนท์

ได้รับการพิจารณาให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรังสิต

ปีการศึกษา 2563

ผศ. ดร. จิตภา ธีรศิริกุล  
ประธานกรรมการสอบ

รศ. ดร. จุมพล หนิมพานิช  
กรรมการ

ดร. เฉลิมพร เย็นเยือก  
กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษา

บัณฑิตวิทยาลัยรับรองแล้ว

(ผศ. ร.ต. หญิง ดร. วรณี สุขสาตร)  
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
30 พฤศจิกายน 2563

Thesis entitled

**FACTORS INFLUENCING THE EFFECTIVENESS OF THE THAI-WAY TOURISM  
PROMOTION POLICY OF KHO KRET SUB-DISTRICT ADMINISTRATIVE  
ORGANIZATION, NONTHABURI PROVINCE**

by

PARANYOO DISAVANONT

was submitted in partial fulfillment of the requirements  
for the degree of Master of Public Administration

Rangsit University  
Academic Year 2020

---

Asst. Prof. Jidapa Thirasirikul, Ph.D.  
Examination Committee Chairperson

Assoc. Prof. Jumpol Nimpanich, Ph.D.  
Member

---

Chalernporn Yenyuak, D.P.A  
Member and Advisor

Approved by Graduate School

(Asst.Prof.Plt.Off. Vannee Sooksatra, D.Eng.)

Dean of Graduate School

November 30,2020

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีความเมตตาและกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ที่ปรึกษา  
ดร.เฉลิมพร เย็นเยือกที่ได้ให้คำปรึกษาแนะนำ ให้ความช่วยเหลืออย่างสูงยิ่ง พร้อมทั้งแก้ไข  
ข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยดีมาโดยตลอด ซึ่งทำให้งานวิจัยฉบับนี้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบ  
ขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

กราบขอบพระคุณ ผศ.ดร. จิตภา ธิรศิริกุล ประธานกรรมการการสอบ และรศ.ดร. จุมพล  
หนิมพานิช กรรมการสอบ ที่กรุณาให้ข้อคิดและข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย กราบ  
ขอบพระคุณคณาจารย์ในคณะรัฐประศาสนศาสตร์ทุกท่านที่ได้ให้คำแนะนำแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด  
ขอขอบพระคุณคุณพ่อคุณแม่และครอบครัวทุกคนที่ให้กำลังใจมาโดยตลอด สนับสนุนทางด้าน  
กำลังทรัพย์ในการทำวิทยานิพนธ์ เพื่อให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี  
ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณประเสริฐของบิดามารดา และคณาจารย์ทุกท่านด้วยความเคารพ

ภรณ์ยู ดิศวนนท์  
ผู้วิจัย



5907930 : ภรณ์ยู ดิศวนนท์  
 ชื่อวิทยานิพนธ์ : ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย  
 ขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี  
 หลักสูตร : รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต  
 อาจารย์ที่ปรึกษา : ดร.เฉลิมพร เย็นเยือก

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย 2) ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และ 3) พัฒนาแนวทางในการยกระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีจำนวน 395 ตัวอย่าง แล้ววิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบสหสัมพันธ์เพียร์สัน และ สถิติถดถอยเชิงพหุ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 30 – 39 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ครอบคลุมจากการประกอบธุรกิจ มีรายได้ส่วนบุคคลระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท ต่อ เดือน และส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ และพนักงานวิชาชีพ ส่วนปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านการประชาสัมพันธ์และด้านทรัพยากร ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยด้านทรัพยากร มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ข้อเสนอแนะจากผลวิจัยเกี่ยวกับแนวทางในการยกระดับประสิทธิผลที่สำคัญได้แก่ การสร้างความร่วมมือกับชุมชน การพัฒนาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และ มาตรการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

(วิทยานิพนธ์มีจำนวน 124 หน้า)

คำสำคัญ: ประสิทธิผล, การนำนโยบายไปปฏิบัติ, นโยบายการท่องเที่ยว

ลายมือชื่อนักศึกษา ..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา .....

5907930 : Paranyoo Disavanont  
 Thesis Title : Factors Influencing The Effectiveness of The Thai-Way Tourism  
 Promotion Policy of Kho Kret Sub-district Administrative Organization,  
 Nonthaburi Province  
 Program : Master of Public Administration  
 Thesis Advisor : Chalernporn Yenyuak, D.P.A.

**Abstract**

The objectives of this study were to 1) study the level of effectiveness of Thai-way tourism promotion policy issued by Kho Kret Sub-district Administrative Organization, Nonthaburi Province., 2) investigate factors affecting the effectiveness of the policy, and 3) propose a guideline to enhance the effectiveness of the policy. This study was a quantitative research. The instrument was a questionnaire distributed to 395 tourists in Koh Kret, Nonthaburi Province. The statistics employed in this study were percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation. It was found that most of the respondents were single and female, aged 30 - 39. Most of them graduated with a bachelor's degree and worked as government officials, having an average monthly income of THB 20,000 – 30,000. The effectiveness of Thai-way tourism promotion policy issued by Kho Kret Sub-district Administrative Organization, Nonthaburi Province, was at a high level. In addition, the factors related to the public relation, target group, and resources positively influenced the effectiveness at a statistical significance level of 0.05. The methods used to enhance the effectiveness of Thai-way tourism promotion policy included enhancing collaboration with the community, improving the environment in tourist attractions, and determining tourism measures to meet the needs of tourists.

(Total 124 pages)

Keywords: Effectiveness, Policy Implementation, Tourism Promotion Policy

Student's Signature ..... Thesis Advisor's Signature .....

## สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญรูป	ณ
<b>บทที่ 1</b>	
<b>บทนำ</b>	<b>1</b>
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะและนิยามศัพท์ปฏิบัติการ	6
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	8
<b>บทที่ 2</b>	
<b>การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>9</b>
2.1 แนวคิดทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ	9
2.2 แนวคิดทฤษฎีประสิทธิผล	18
2.3 แนวคิดทฤษฎีและประชาสัมพันธ์	21
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด	25
2.5 การวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
2.6 กรอบแนวคิด สมมติฐาน และนิยามปฏิบัติการ	37
<b>บทที่ 3</b>	
<b>วิธีการดำเนินการวิจัย</b>	<b>42</b>
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	42
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	43
3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	44



## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	46
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	46
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	46
<b>บทที่ 4</b> ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	<b>49</b>
<b>บทที่ 5</b> สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ	<b>83</b>
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>91</b>
<b>ภาคผนวก</b>	<b>95</b>
ภาคผนวก ก ผลประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย(แบบสอบถาม)	96
ภาคผนวก ข แบบสอบถาม	116
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>124</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ	50
4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ	50
4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส	51
4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา	51
4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ครอบครัว	52
4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ตนเอง	52
4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งรายได้ตนเอง	53
4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ	53
4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมาเยือน	54
4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมาเยือน	54
4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมาเยือน	55
4.12 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมาเยือน	55
4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	56
4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย	58
4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านทรัพยากร	59
4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านประสิทธิผล	61

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.17 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ	64
4.18 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุ	64
4.19 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัย ประชากรศาสตร์ ด้านอายุ	64
4.20 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพ สมรส	66
4.21 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัย ประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรส	66
4.22 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา	67
4.23 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัย ประชากรศาสตร์ ด้านระดับการศึกษา	67
4.24 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ ครอบครัว	69
4.25 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัย ประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ครอบครัว	69
4.26 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ตนเอง	71
4.27 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัย ประชากรศาสตร์ ด้านรายได้ตนเอง	71
4.28 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านแหล่งรายได้ ตนเอง	73
4.29 แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัย ประชากรศาสตร์ ด้านแหล่งรายได้ตนเอง	73

## สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.30	แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ	75
4.31	แสดงการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัย ประชากรศาสตร์ ด้านอาชีพ	76
4.32	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการ ท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	78
4.33	เมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ. นนทบุรีทั้ง 4 ปัจจัย	80
4.34	ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผล	81

## สารบัญรูป

รูปที่

หน้า

2.1 กรอบแนวความคิด

37



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นกลไกหลักในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2554) ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559 เพื่อเป็นแผนหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาถึงแม้จะประสบความสำเร็จในแง่ของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ในด้านการพัฒนาสินค้าและบริการพบว่ามีข้อจำกัดหลายประการที่ทำให้การดำเนินงานไม่บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ สะท้อนให้เห็นได้จากตัวชี้วัดการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel and Tourism Competitiveness Index) ของ World Economic Forum หรือ WEF โดยในปี 2556 ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยอยู่ในอันดับ 43 จาก 140 ประเทศทั่วโลก หรืออันดับ 9 จาก 25 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยตัวชี้วัดด้านมาตรฐานการเดินทางและการท่องเที่ยวยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของประเทศไทย รองลงมา คือ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งแวดล้อมของภาคธุรกิจ

ประเด็นสำคัญที่ควรจะมีการพิจารณา คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยเดินมาถูกทิศถูกทางแล้วหรือไม่ และจะสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ซึ่งที่ผ่านมาถึงแม้ประเทศไทยจะประสบภาวะวิกฤตที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศ แต่เมื่อผ่านพ้นวิกฤตไปแล้วนักท่องเที่ยวก็ยังคงกลับมาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แสดงถึงความเชื่อมั่นที่นักท่องเที่ยวมีต่อเมืองไทย ในขณะที่เดียวกันภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูก การท่องเที่ยวไทยยังมีปัญหาสะสมมาอย่างยาวนานที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว ความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรท่องเที่ยว ขีดความสามารถ

ในการรองรับของแหล่ง รวมถึงปัญหาการบริหารจัดการของภาครัฐและการบูรณาการ เพื่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ ความล้ำสมัยของกฎหมายและการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น หากประเทศไทยยังจำเป็นต้องอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจหลักให้กับประเทศ รวมถึงเป็นแหล่งกระจายรายได้และการจ้างงานเพื่อช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนและสังคมไทยแล้วควรจะมีการทบทวนทิศทางการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริง ศักยภาพ และโอกาสที่จะเกิดขึ้นและเพื่อเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมสำคัญ ที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยและยังช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคม อย่างไรก็ดี สถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ได้มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ทำให้ประเทศไทยต้องปรับทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยยังก่อให้เกิดการพัฒนาในทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องทั้งระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานและสิ่งก่อสร้างต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่น ในขณะที่เดียวกันรัฐบาลยังได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางในทุกระดับตั้งแต่ระดับท้องถิ่นไปจนถึงระดับชาติอย่างไรก็ตามจะสังเกตได้ว่าการพัฒนาท่องเที่ยวของประเทศไทย แม้การพัฒนาและการส่งเสริมท่องเที่ยวที่กล่าวมาจะส่งผลดีต่อประเทศ ในทางกลับกันก่อให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากกลไกในการกระจายรายได้ไม่ก่อให้เกิดความยุติธรรมซึ่งส่วนใหญ่ไม่เข้าใจรายได้ ทำให้กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มธุรกิจใหญ่ทางธุรกิจที่ท่องเที่ยวโดยตรงและทางอ้อมจากปัญหาข้างต้นจึงเกิดแนวคิดที่ต้องการส่งเสริมท้องถิ่นให้ได้เข้ามามีส่วนร่วม (สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในปี 2561 สามารถเติบโตตามเป้าหมาย ด้วยยอดนักท่องเที่ยวต่างชาติหลังไหลทะลุ 38 ล้านคน กวาดรายได้ 2 ล้านล้านบาท ขณะที่เมืองท่องเที่ยวรองรับได้รับความนิยมอย่างล้นหลาม คาดการณ์ปี 2562 จะขยายตัวต่อเนื่อง ปี 61 ต่างชาติเที่ยวไทยทำรายได้ตามเป้า ดันรั้งอันดับ 4 ของโลก นับว่าประเทศไทยถือเป็นแบรนด์ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก ขณะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยก็เป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จากการเผยถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2561 โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระบุว่าไทยมีโอกาสต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 38,277,300 คน ขยายตัว 7.54% เมื่อเทียบกับปี 2560 ก่อให้เกิดรายได้ 2,007,503 ล้านบาท เติบโตขึ้น 9.63% ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเที่ยวไทยมีจำนวน 226.08 ล้านคน-ครั้ง สร้างรายได้ 1,068,180 ล้านบาท รวมรายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่ากว่า 3,075,683 ล้านบาท โดย นักท่องเที่ยวจีน เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวไทยมากที่สุดเป็นอันดับ 1 ด้วยจำนวน 10.53 ล้านคน ขยายตัว 7.44% มีการใช้จ่าย 5.8 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น 11.52% ซึ่งคิดเป็น 1 ใน 4 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด

รองลงมา อันดับ 2 มาเลเซีย 4.09 ล้านคน ขยายตัว 17.26% ใช้จ่าย 1.14 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น ถึง 20.42% ทั้งนี้ แม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาพรวมจะหลุดจากเป้าที่วางเอาไว้ 39 ล้านคน แต่ยังคงถือว่ามี การขยายตัวในเกือบทุกภูมิภาค ยกเว้นตะวันออกกลางที่มีปัญหาเศรษฐกิจและความขัดแย้งในภูมิภาค และเอเชียเนียบจากปัญหาเศรษฐกิจและการแข่งขันจากญี่ปุ่น ขณะที่ปัจจัยลบที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวจีนจากกรณีอุบัติเหตุเรือล่มที่ จ.ภูเก็ต และกลุ่มยุโรปจากการฟื้นตัวของตุรกี แต่ก็มีปัจจัยบวกจากการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวจีน จากมาตรการฟรีค่าธรรมเนียม VOA (Visa On Arrival) ที่ยังเกิดอานิสงส์ต่อการกระตุ้นนักท่องเที่ยวจากอินเดีย ซึ่งเป็นตลาดใหม่ ประกอบกับความเชื่อมั่นในรัฐบาลใหม่ของมาเลเซีย 6 รวมทั้งการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวยุโรปในช่วงปลายปี ทำให้รายได้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางเอาไว้ 2 ล้านล้านบาท สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตในเชิงคุณภาพ (บีแอลทีบางกอก, 2562)

นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ระบุว่าในรอบ 1 ปีที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว กระทรวงการท่องเที่ยวฯ ได้ขับเคลื่อนกิจกรรมต่าง ๆ จากนโยบายสำคัญ คือ 1. ให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ 2. การท่องเที่ยวต้อง “สะดวก สะอาด ปลอดภัย ได้เอกลักษณ์ และยั่งยืน” 3. การจัดตั้งคลินิกด้านการท่องเที่ยว และ 4. การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ ในขณะที่การตลาดเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง และตลาดเฉพาะกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง โดย กระทรวงการท่องเที่ยวฯ ได้ใช้การท่องเที่ยวแบบวิถีไทย เป็นตัวขับเคลื่อนด้านการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยกระจายนักท่องเที่ยวและรายได้สู่ชุมชนให้ทั่วถึง อีกทั้งยังเน้นการสร้าง ความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัย อำนวยความสะดวกให้ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รวมถึงช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติผ่านกองทุนช่วยเหลือเยียวยานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมถึงพัฒนากุศลกรเพื่อรองรับการเติบโตด้านการท่องเที่ยว และอบรมอาสาสมัครเพื่อการท่องเที่ยว หรือเจ้าบ้านที่ดี ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเติบโตแบบก้าวกระโดด จนปัจจุบันไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 4 ของโลก (กรุงเทพธุรกิจ, 2562)

ประเทศไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะเป็นเครื่องมือสำคัญในการช่วยรักษาเสถียรภาพและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยอาศัยข้อได้เปรียบของทำเลที่ตั้ง ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยว และความหลากหลายของวัฒนธรรมซึ่งรวมถึงความ



เป็นไทยเป็นจุดขายสำคัญในการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวอย่างยาวนาน และเพื่อให้ประเทศไทยมีกรอบทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจน สอดคล้องกับศักยภาพและโอกาสการพัฒนาใหม่ๆ ที่จะเกิดขึ้น ในระยะที่ผ่านมามีคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ (2554) จึงได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2555-2559 ขึ้น โดยการติดตามและประเมินผลการพัฒนาในระยะครึ่งแผน รวมทั้งการประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็นจากหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และประชาชนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) กับการท่องเที่ยวในส่วนภูมิภาค และท้องถิ่น เกี่ยวกับแนวทางการปฏิรูปการท่องเที่ยวของประเทศไทย และการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว 5 เขตพัฒนาการท่องเที่ยว ทำให้ได้ข้อมูลที่มีความสอดคล้องกันในการสะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการพัฒนาที่ผ่านมาเกาะเกร็ดเป็นตำบลหนึ่งของอำเภอเมืองปากเกร็ดจังหวัดนนทบุรีที่อยู่ภายใต้ นโยบายท่องเที่ยววิถีไทยของ อบต. เกาะเกร็ดให้จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มีศักยภาพเพียงพอในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเนื่องจากเกาะเกร็ดเป็นชุมชนเป็นชุมชนมอญโบราณที่ก่อตั้งมาเวลายาวนานไม่น้อยกว่า 350 ปีตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ในสมัยพระเจ้าตากสินมหาราชและสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธเลิศหล้านภาลัย

สำหรับเกาะเกร็ด เกาะกลางน้ำเจ้าพระยา แหล่งท่องเที่ยวที่ขึ้นชื่อในจังหวัดนนทบุรี รู้จักกันดีในฐานะแหล่งชุมชนคนมอญที่มีชื่อเสียง ในเรื่องของเครื่องปั้นดินเผา และประเพณีวัฒนธรรมแบบพื้นบ้านดั้งเดิม ที่ยังคงอนุรักษ์ไว้ได้เป็นอย่างดี เกาะเกร็ดเป็นสถานที่ขึ้นชื่อของชุมชนกลุ่มชาวมอญและมีเครื่องปั้นดินเผาชั้นดี เป็นสินค้าประจำของเกาะเกร็ด โดยมีพระเจดีย์มูเตาของวัดปรมัยยิกาวาส เป็น สัญลักษณ์ประจำฝั่งทำน้ำของเกาะ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวบนเกาะเกร็ด ก็จะมีทั้งมาเดินเที่ยว ซื้อสินค้า บ้างก็เลือกนั่งเรือชมรอบเกาะ สินค้าที่เป็นสัญลักษณ์เด่นของเกาะเกร็ดคือเครื่องปั้นดินเผา โอ่ง กระถาง เซรามิกรูปราง ต่าง ๆ เกาะเกร็ดมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากชุมชนชาวไทยอื่นๆ ทั้งในด้านศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม ชาวไทยเชื้อสายมอญที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาอาชีพดั้งเดิมของชุมชนเกาะเกร็ดคือการทำเครื่องปั้นดินเผาเจ็ดสามลวดลายอย่างสวยงามเรียกว่า หม้อน้ำลายวิจิตร ซึ่งนำไปเป็นตราประจำจังหวัดนนทบุรีจนถึงปัจจุบัน (สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี, 2559)

โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2541) ร่วมกับจังหวัดนนทบุรี และประชาชน ตำบลเกาะเกร็ด ได้ทำการศึกษาและวางแผนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามที่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 ที่ได้เน้นการพัฒนาชนบทและภูมิภาค เพื่อเสริมสร้างศักยภาพของคนและความเข้มแข็งของชุมชน โดยใช้กระบวนการ

มีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนา พร้อมกันนี้ก็ได้ให้ความสำคัญกับการกระจายกิจกรรมทางเศรษฐกิจไปสู่ชนบทประกอบกับนโยบายรัฐบาล ที่กำหนดให้ปี 2541-2542 เป็นช่วงปี อะเมซิ่งไทยแลนด์ ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นกิจกรรมหนึ่งในการที่จะสนับสนุนเศรษฐกิจและเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน จากแนวความคิดดังกล่าว สศช. จึงได้พิจารณาเลือกพื้นที่ ต.เกาะเกร็ด อ.ปากเกร็ด จ.นนทบุรี เป็นพื้นที่นำร่องเนื่องจากเกาะเกร็ดมีความน่าสนใจหลายประการ กล่าวคือ มีลักษณะเป็นเกาะ มีศิลปวัฒนธรรมมอญที่ยังคงรักษาไว้ มีโบราณสถานที่น่าสนใจ มีการทำศิลปหัตถกรรมด้านเครื่องปั้นดินเผา และอยู่ใกล้กรุงเทพฯ สะดวกต่อการเดินทาง ดังนั้น สศช. จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อเข้าไปส่งเสริมสนับสนุนให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ของตนเอง และพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน อันจะเป็นการสร้างงานและกระจายรายได้สู่ชนบท ตลอดจนช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรชาวบ้านและชุมชน และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม

สำหรับเป้าหมายของการพัฒนาและส่งเสริมสนับสนุนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่เกาะเกร็ดนี้มี 2 ประการคือ ประการแรก เพื่อก่อให้เกิดเศรษฐกิจในระดับชุมชน เช่นการส่งเสริมการผลิตสินค้าพื้นบ้านเพื่อขายให้แก่นักท่องเที่ยวอาชีพบริการต่าง ๆ ร้านอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากสมุนไพรและเกษตรธรรมชาติ เป็นต้น ประการที่สอง เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตและอาชีพความเป็นอยู่ของประชาชนในชุมชนต่าง ๆ เช่นในเรื่องของอนามัยสิ่งแวดล้อม การรักษาความสะอาด และการพัฒนาคุณภาพของสินค้า เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเกาะเกร็ด เพื่อที่จะได้นำมาพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะในการเพิ่มระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ อันจะทำให้เกิดสาธารณะประโยชน์ในภาพรวมต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

1.2.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

1.2.3 เพื่อพัฒนาแนวทางในการยกระดับประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

### 1.3 ขอบเขตของการวิจัย

#### 1.3.1 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ทำการศึกษาวินิจฉัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

#### 1.3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเอกสารตำราบทความเกี่ยวกับทฤษฎี แนวคิดและผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีไทย สํารวจบริบทจังหวัดนนทบุรี ทั้งด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคมและวัฒนธรรม และแนวคิดการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ

#### 1.3.3 ขอบเขตด้านสถานที่

พื้นที่ในการศึกษาวินิจฉัยในครั้งนี้ คือ พื้นที่เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

#### 1.3.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษานี้มีระยะเวลาในการศึกษาตั้งแต่เดือน สิงหาคม-มีนาคม 2562

### 1.4 นิยามศัพท์

**ประสิทธิผล (effectiveness)** หมายถึง การบรรลุตามวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่พึงปรารถนาหรือเป็นไปตามที่คาดหวังไว้ พูดย่างๆ ซัดๆ ก็คือ ประสิทธิภาพ พิจารณาจากการนำผลของงาน โครงการ หรือกิจกรรม ที่ได้รับเปรียบเทียบกับวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมาย

**แผนยุทธศาสตร์** หมายถึง นโยบายและแบบแผนโดยรัฐบาลเป็นผู้กำหนดโดยให้หน่วยงานรัฐเป็นผู้ปฏิบัติงาน

**ชุมชน** หมายถึง การรวมกันของบุคคลจำนวนหนึ่งเพื่ออาศัยทรัพยากรธรรมชาติในบริเวณนั้นในการดำเนินชีวิตที่มีการกำหนดรูปแบบความสัมพันธ์ร่วมกัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี มีดังนี้

**ประสิทธิผล** หมายถึง การบรรลุเป้าหมายของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีที่ได้รับการบริหารจัดการภายในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ตามที่ระบุในการจัดทำยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560 – 2564) ซึ่งประกอบด้วย

1) ความพึงพอใจการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารการท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารผ่านช่องทางสื่อสิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนเข้าในการท่องเที่ยว

2) ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

**ปัจจัยด้านทรัพยากร** หมายถึง หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกต่อการบริหารนโยบาย อาจรวมถึงเงินและสิ่งเสริมที่งบประมาณที่กำหนดไว้ในแผนงานอันจะช่วยส่งเสริม หรือช่วยให้ความสะดวกต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะพิจารณาจากองค์ประกอบย่อย 2 ประการ

1) ความเพียงพอของทรัพยากรด้านการคมนาคม

2) ความเพียงพอของทรัพยากรด้านผู้ประกอบการร้านค้า

**ปัจจัยด้านประชากร** หมายถึง ลักษณะของประชากร ได้แก่ขนาดขององค์ประกอบของครอบครัว เพศ อายุ การศึกษา ประสบการณ์ระดับ รายได้อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์การซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

**ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์** หมายถึง รูปแบบของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์และการติดต่อสื่อสาร และผลกระทบจากการประชาสัมพันธ์ที่มีต่อการปฏิบัติงานและกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วย

1) ความชัดเจนของการสื่อสารประชาสัมพันธ์

2) ความหลากหลายของการประชาสัมพันธ์

ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคล ชุมชน หรือนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.5.1 ได้ข้อมูลปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

1.5.2 ได้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจของชุมชน ต่อประสิทธิภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

1.5.3 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษา มาเป็นข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี



## บทที่ 2

### การทบทวนวรรณกรรมและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ผู้วิจัยได้ ศึกษารวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ประสิทธิผลการดำเนินนโยบายท่องเที่ยวในด้านวิถีไทย กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี

- 2.1 แนวคิดทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ
- 2.2 แนวคิดทฤษฎีประสิทธิผล
- 2.3 แนวคิดทฤษฎีประชาสัมพันธ
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด
- 2.5 การวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.6 กรอบแนวความคิด สมมติฐาน และ นิยามปฏิบัติการ

#### 2.1 แนวคิดทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัติ

นโยบายของรัฐบาลไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยใดก็ตาม ต้องอาศัยกลไก หรือเครื่องมือที่มีอยู่ และกลไกที่เป็นเครื่องมืออันถูกต้องชอบธรรมที่รัฐบาลในฐานะที่มาจากประชาชนได้ใช้ในการขับเคลื่อนนโยบายให้เกิดเป็นผลในทางปฏิบัติ ก็คือ ระบบราชการ หรือกลไกอำนาจรัฐ ซึ่งกลไกอำนาจรัฐนี้เอง จึงเปรียบได้เครื่องมือที่จะนำนโยบายที่เป็นเรื่องของกิจกรรม แนวทาง หรือการตัดสินใจไปสู่การปฏิบัติที่เห็นผล และด้วยกลไกอำนาจรัฐนี้ จึงถูกเรียกเป็นที่คุ้นเคยในหมู่นักรัฐประศาสนศาสตร์ว่า การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ ต่อจากนี้ไป จะได้ทราบถึงความหมาย ขั้นตอนปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จ และกลยุทธ์ที่จะนำนโยบายไปปฏิบัติ ดังจะได้กล่าวไปตามลำดับ

### 2.1.1 ความหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

การทำความเข้าใจความหมาย หรือการนิยามศัพท์ “การนำนโยบายไปปฏิบัติ” จะทำให้ทราบถึงสาระสำคัญเบื้องต้นของขอบข่าย ขอบเขตของเนื้อหาสาระในเรื่องดังกล่าว และในการนี้ มีนักวิชาการทั้งไทยและต่างประเทศได้ให้ความหมาย “การนำนโยบายไปปฏิบัติ” ดังนี้

Pressman & Wildavsky (1973 อ้างถึงใน วชิรวรรุ งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น.1) ได้กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง กระบวนการของปฏิสัมพันธ์ระหว่างเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่มีการกำหนดไว้ก่อนหน้านั้นแล้ว กับการกระทำหรือปฏิบัติการทั้งหลายที่มุ่งให้บังเกิดผลไปตามนั้น หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง การนำนโยบายไปปฏิบัติ คือ ความสามารถในการจัดการและประสานสิ่งที่จะกระทำให้บังเกิดผลในลักษณะที่เป็นลูกโซ่ความสัมพันธ์เชิงเหตุและผล

Van Meter & Van Horn (1975 อ้างถึงใน วชิรวรรุ งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 1) ได้กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง การดำเนินการโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในภาครัฐหรือเอกชน ซึ่งการดำเนินดังกล่าวมุ่งที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จโดยตรงตามวัตถุประสงค์ของนโยบายที่ได้ตัดสินใจกระทำไว้ก่อนหน้านั้นแล้ว

Bardach (1980 อ้างถึงใน วชิรวรรุ งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น.1) ได้กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง กระบวนการของกลยุทธ์ที่แสดงการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มผลประโยชน์ทั้งหลายในอันที่จะต่อสู้เพื่อให้ได้มาซึ่งการบรรลุเป้าหมายของกลุ่มตน ซึ่งเป้าหมายที่กลุ่มเหล่านี้ต้องการให้เกิดขึ้นอาจสอดคล้องหรือไปกันได้หรือไม่ก็ได้กับเป้าหมายตามอาณัติ

วรเชช จันทรศร (2551 อ้างถึงใน บพิธ รัตนบุรี, 2552, น. 10) ได้ขยายความการศึกษาเรื่องเกี่ยวข้องกับนโยบายแม้จะมีผู้ศึกษามากมาย แต่ส่วนใหญ่เน้นไปที่การศึกษากระบวนการของการกำหนดนโยบายและศึกษาผลกระทบของนโยบายเป็นส่วนใหญ่ การนำนโยบายไปปฏิบัติซึ่งถือได้ว่าเป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญระหว่างการกำหนดนโยบายกับการประเมินนโยบาย กลับกลายเป็นช่องว่างที่ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควรซึ่งเป็นผลให้เกิดความล้มเหลวในการนำนโยบายไปปฏิบัติสมบัติ

Quade (1982 อ้างถึงใน วชิรวรรุ งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น.1) ได้กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง กระบวนการจัดการกับแบบแผนการนำเพื่อการเปลี่ยนแปลงโดยตรงตามอาณัติของนโยบาย โดยยอมรับต่อข้อกำหนดที่เกิดขึ้นจากการที่ได้มีการตัดสินใจไปก่อนแล้ว นั่นคือ การนำนโยบายไปปฏิบัติจะเริ่มเกิดขึ้นภายหลังที่มีการตัดสินใจยอมรับวิธีปฏิบัติเฉพาะเรื่องนั้นไปแล้ว

สมบัติ ชำรงธัญวงศ์ (2550 อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 2) ได้กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง ความพยายามที่จะตัดสินใจความสามารถในการรวบรวมคนและทรัพยากรทางการบริหาร และกระตุ้นบุคลากรให้ปฏิบัติงานบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

กล้า ทองขาว (2551 อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 2) ได้กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง การแสวงหาความรู้ ความเข้าใจ ปรากฏการณ์เป็นจริงที่เกิดขึ้นในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพื่อเป็นบทเรียนและพัฒนาแนวทาง สร้างกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มพูนศักยภาพและความสามารถขององค์กร และกลุ่มบุคคลที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ให้สามารถจัดการและประสานกิจกรรมให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของนโยบาย รวมทั้งสามารถหลีกเลี่ยงปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการบรรลุผลสำเร็จของนโยบาย

กล่าวโดยสรุป การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง กระบวนการเป็นผลต่อเนื่องมาจากขั้นตอนการกำหนดนโยบาย โดยต้องอาศัยขององค์กรที่รับผิดชอบทำความเข้าใจหรือศึกษาว่า ทำอย่างไรองค์กรหรือบุคคลที่มีหน้าที่รับผิดชอบในการปฏิบัติ จะสามารถนำและผลักดันให้ทรัพยากรการบริหารปฏิบัติงานเกิดผลสำเร็จได้ และสามารถประสานกิจกรรมให้บรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ของนโยบาย รวมทั้งสามารถหลีกเลี่ยงปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการบรรลุผลสำเร็จของนโยบาย

## 2.1.2 ขั้นตอนของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

วรเดช จันทรศร (2551 อ้างถึงใน บพิศ รัตนบุรี, 2552, น. 21) อธิบายถึงรายละเอียดของปฏิสัมพันธ์ ความเชื่อมโยงการพึ่งพา ตลอดจนความเป็นอิสระขององค์กรและบุคคลที่เกี่ยวข้องในขั้นตอนของการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยแบ่งการนำนโยบายไปปฏิบัติออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก คือ ขั้นตอนในระดับมหภาค (Macro) และขั้นตอนในระดับจุลภาค (Micro) ดังนี้

1) การนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับมหภาค (Macro Implementation) แบ่งการปฏิบัติออกเป็น 2 ขั้นตอนได้แก่ ขั้นตอนแรกเป็นการแปลงนโยบายออกเป็นแนวทางปฏิบัติหรือออกมาเป็นแผนงานหรือโครงการ โดยทั่วไปหน่วยงานที่รับผิดชอบมักได้แก่ กระทรวง ทบวง กรม หรือราชการบริหารส่วนกลาง ส่วนขั้นตอนที่สองเป็นการทำให้หน่วยงานระดับท้องถิ่นยอมรับแนวทาง แผนงาน โครงการ หรือผลของการแปลงนโยบายนั้นไปปฏิบัติต่อไป

2) การนำนโยบายไปปฏิบัติในระดับจุลภาค (Micro Implementation) เป็นจุดเริ่มต้นที่แท้จริงของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่นโยบายที่มาจากส่วนกลางถูกนำมาปฏิบัติใน



สภาพแวดล้อมของแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีความแตกต่างกัน ในขั้นตอนนี้มีความเกี่ยวข้องกับการยอมรับนโยบายของหน่วยงานในระดับท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การปรับปรุงวิธีการปฏิบัติงานของหน่วยงานให้สอดคล้องกับนโยบายและแนวทางปฏิบัติที่ส่วนกลางได้ดำเนินการในขั้นตอนแรกของระดับมหภาค ในระดับจุลภาคนี้มี 3 ขั้นตอนหลักที่ต้องปฏิบัติ คือ ขั้นตอนการระดมพลัง (Mobilization) เป็นขั้นตอนที่หน่วยงานระดับท้องถิ่นจะต้องพิจารณารับนโยบายและแสวงหาความสนับสนุนนโยบายจากท้องถิ่น ขั้นตอนการปฏิบัติ (Deliverer Implementation) ครอบคลุมถึงกระบวนการในการปรับเปลี่ยนโครงการที่ได้รับการยอมรับแล้วออกมาในรูปของการปฏิบัติจริง และขั้นตอนการสร้างอย่างต่อเนื่อง (Institutionalization or Continuation) ครอบคลุมถึงการแสวงหาวิธีการที่จะทำให้นโยบายถูกปรับเปลี่ยนและได้รับการยอมรับเข้าเป็นหน้าที่ประจำวันของผู้ปฏิบัติ

### 2.1.3 ปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

กล้า ทองขาว (2551 อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 3) ได้สรุปถึง ปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติที่สำคัญๆ มี 6 ประการ คือ ปัจจัยด้านข้อความนโยบาย ด้านการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจและกลุ่มหลากหลายในสังคม ปัจจัยด้านความสามารถและศักยภาพขององค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ปัจจัยด้านจิตสำนึกของผู้ปฏิบัติ ปัจจัยด้านผู้นำคนสำคัญและปัจจัยด้านการกำกับตรวจสอบ การประเมินผล และการให้แรงเสริมผู้ปฏิบัติ ดังมีรายละเอียดดังนี้

1) ปัจจัยด้านข้อความนโยบาย (Policy Statements) ข้อความนโยบาย หมายถึง ข่าวสารนโยบาย (Policy Messages) ที่ระบุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนโยบาย หรือระบุมাত্রฐานนโยบายหรือมาตรฐานแผนงาน หากพิจารณาถึงกลไกไปถึงแผนกลยุทธ์หรือแผนงานหรือโครงการที่รองรับนโยบาย ข้อความนโยบายจะหมายถึง เป้าหมายวัตถุประสงค์ รวมทั้งขั้นตอนหรือกลยุทธ์ต่างๆที่กำหนดไว้ หรืออาจหมายถึงแนวปฏิบัติที่อาจจัดทำเป็นคู่มือแก่ผู้รับผิดชอบเพื่อนำไปปฏิบัติให้เป็นไปตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบายนั้น ข้อความนโยบายจะหมายรวมการระบุมุ่งประสงค์รับผิดชอบ ขอบข่ายที่นโยบายครอบคลุมถึงแม้กระทั่งระเบียบวิธีการกำกับ ติดตามตรวจสอบ และประเมินผล หากข้อความนโยบายมีความชัดเจน ไม่คลุมเครือ โอกาสที่นโยบายจะประสบผลสำเร็จในขั้นนำไปปฏิบัติจะมีมาก แต่หากข้อความนโยบายมีความคลุมเครือ ไม่ชัดเจน เช่น วัตถุประสงค์ของนโยบายไม่ชัดเจนหรือขัดแย้งกัน อาจเป็นอุปสรรคในขั้นการนำไปปฏิบัติ ทำให้โอกาสที่นโยบายจะบรรลุผลสำเร็จเป็นไปได้ยาก

2) ปัจจัยด้านการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจและกลุ่มหลากหลายในสังคม ผู้นำหรือผู้มีอำนาจมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของนโยบายบางนโยบายแม้ผู้เกี่ยวข้องจะมองว่าเป็นนโยบายที่ดี หากแต่ผู้นำหรือผู้มีอำนาจบารมี (Charisma) ไม่เห็นด้วย จะทำให้สำเร็จได้ยาก เช่น นโยบายการจัดระเบียบการค้าขายบนทางเท้าในเขตเมือง หรือนโยบายปฏิรูปการศึกษา ถ้าผู้นำในสังคมไม่เห็นด้วยกับนโยบายนี้ เพราะเห็นว่าจะเป็นการบีบบังคับประชาชนผู้หาเช้ากินค่ำ หรือเป็นการบีบบังคับให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาทำงานหนักเกินไป เพราะไม่ชัดเจนว่านักเรียนและประชาชนจะได้อะไรจากการปฏิรูป จะทำให้ลำบากในขั้นนำไปปฏิบัติ ถ้าหากนโยบายใดได้รับการสนับสนุนจากผู้นำทุกๆ ระดับ โอกาสที่นโยบายนั้นจะประสบผลสำเร็จในขั้นการนำไปปฏิบัติเป็นไปได้สูง

3) ปัจจัยด้านศักยภาพและความสามารถขององค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ศักยภาพและความสามารถขององค์กรหรือหน่วยงานที่นำนโยบายไปปฏิบัติ พิจารณาที่ลักษณะสำคัญขององค์ประกอบต่างๆ ขององค์กร เช่น การมีโครงสร้างองค์กรเอื้อต่อกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ความรู้ความสามารถและทักษะของทีมงาน ความสามารถและประสบการณ์ของผู้นำองค์กร ระบบการไหลเวียนของข้อมูลข่าวสารภายในและระหว่างองค์กร การมีและใช้เทคโนโลยีการบริหารอย่างเหมาะสม ความเพียงพอของทรัพยากรทางการเงินและอุปกรณ์การบริหารรวมทั้งความคล่องตัวทางการเงินและอุปกรณ์เครื่องมือต่างๆ มาใช้ได้ทันเวลาและสถานการณ์ ความสำคัญของปัจจัยด้านนี้ คือ หากปราศจากองค์การรองรับนโยบาย การนำนโยบายไปปฏิบัติจะไม่มีโอกาสเกิดขึ้น หากองค์การรองรับนโยบายขาดความสามารถและความพร้อมความเป็นไปได้ที่นโยบายจะล้มเหลวก็มีมาก แต่ถ้านโยบายใดมีองค์กรเข้มแข็งรองรับ โอกาสที่นโยบายนั้นจะประสบผลสำเร็จจะมีสูง เพราะองค์กรหรือหน่วยงานที่รองรับรับนโยบายคือกลไกสำคัญในการนำเสนอ นโยบายให้ถึงกลุ่มเป้าหมายตามเจตจำนงของนโยบาย

4) ปัจจัยด้านจิตสำนึกของผู้ปฏิบัติ นโยบาย ความคิดหรือเจตคติต่อนโยบายและการนำนโยบายไปปฏิบัติของบุคคลระดับผู้ปฏิบัติการคือปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย หากผู้ปฏิบัติไม่เข้าใจหรือสงสัยในวัตถุประสงค์ของนโยบายว่าเพราะเหตุใดจึงต้องมีนโยบายอย่างนี้ หรือสงสัยว่าความต้องการที่แท้จริงของผู้กำหนดนโยบายคืออะไร นโยบายที่ทำอยู่มีประโยชน์อย่างไร ใครคือผู้ได้รับประโยชน์แท้จริงจากการดำเนินนโยบาย ฯลฯ ข้อสงสัยไม่เข้าใจนโยบายจะทำให้ผู้ปฏิบัติขาดความมั่นใจ ขาดความไว้วางใจต่อนโยบาย ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจที่จะทุ่มเทพลังความสามารถปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ ยิ่งไปกว่านั้น หากผู้ปฏิบัติมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อนโยบาย เพราะเห็นว่านโยบายที่รับผิดชอบไม่ค่อยเป็นประโยชน์ต่อองค์กร หรือไม่ค่อยเป็นประโยชน์ต่อคนส่วนใหญ่ หรือบางที่อาจเห็นว่าเป้าหมายของนโยบายดี แต่วิธีการปฏิบัติไม่ค่อยดี อาจปฏิบัติงานแบบเฉื่อยชา เพราะมีความรู้สึกไม่ชอบนโยบาย หากผู้ปฏิบัติส่วนใหญ่มี

ความรู้สึกก่อนนโยบายที่นำไปปฏิบัติเช่นนี้ นโยบายที่นำไปปฏิบัติมีโอกาสที่จะไม่สำเร็จสูง แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้านโยบายใดที่ปฏิบัติมีความเข้าใจวัตถุประสงค์และวิธีปฏิบัติชัดเจน รู้สึกพอใจสูง เพราะเห็นว่านโยบายที่ประกาศใช้จะเป็นประโยชน์ต่อส่วนรวมอย่างแท้จริง และองค์กรก็จะได้ประโยชน์จากการดำเนินนโยบายนี้ การมีพื้นฐานความคิดก่อนนโยบายเช่นนี้ จะทำให้ผู้ปฏิบัติตั้งใจจริงที่จะปฏิบัติ จะทุ่มเทความสามารถและอุทิศเวลาในการปฏิบัติ โดยอาจจะเข้าไปมีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นและเสนอแนะแนวปฏิบัติตามความเหมาะสม ตามสถานการณ์แห่งความเป็นจริงจะส่งผลให้นโยบายบรรลุผล

5) ปัจจัยด้านผู้นำคนสำคัญ ผู้นำคนสำคัญคือปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ในฐานะที่ผู้นำคนสำคัญอาจมีส่วนริเริ่มนโยบาย เขาจะแสดงบทบาทในการผลักดันนโยบายให้ได้รับการประกาศใช้ จะประสานความพยายามของบุคคลและองค์กรที่ร่วมรับผิดชอบในขั้นการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะคอยไกล่เกลี่ยและประนีประนอมปัญหาหรือความขัดแย้งที่เกิดขึ้นในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะแสวงหาและใช้กลยุทธ์ในการติดต่อประสานงานกับฝ่ายการเมือง นักกฎหมาย นักวิชาการ และบุคคลสำคัญอื่นๆ เพื่อจูงใจให้เห็นความสำคัญและให้การสนับสนุนนโยบาย นอกจากนั้น ผู้นำคนสำคัญยังจะแสดงความสามารถให้ฝ่ายที่ดูแลงบประมาณเห็นความสำคัญของนโยบายที่นำไปปฏิบัติจนพร้อมที่จะจัดสรรเงินให้ เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของนโยบาย จะส่งผลให้นโยบายที่นำไปปฏิบัติประสบความสำเร็จ เพราะผู้นำคนสำคัญจะได้รับเกียรติและยกย่องนับถือในหมู่ผู้ปฏิบัติ ทำให้ผู้ปฏิบัติมีความตั้งใจจริงที่จะทำงานให้บรรลุผล ถ้าหากนโยบายใดขาดแคลนผู้นำคนสำคัญที่เข้มแข็ง โอกาสที่นโยบายจะล้มเหลวมีความเป็นไปได้ค่อนข้างมาก

6) ปัจจัยด้านการกำกับตรวจสอบประเมินผล และการให้แรงเสริมแก่ผู้ปฏิบัติ การนำนโยบายไปปฏิบัติจำเป็นต้องมีระบบการกำกับ การตรวจสอบ การปฏิบัติงานของบุคคลและองค์กรที่รับผิดชอบ การกำกับ ตรวจสอบมุ่งที่จะให้เกิดประสิทธิภาพในการบริหารนโยบาย และป้องกันการบิดเบือนเป้าหมายและการหันเหทรัพยากรไปใช้ผิดทาง สำหรับการประเมินผลอย่างเป็นระบบ จะสามารถสะท้อนปัญหาในการกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติได้ทุกขั้นตอน สามารถที่จะนำผลการประเมิน ไปแก้ไขและปรับปรุงวิธีการปฏิบัติเพื่อให้นโยบายบรรลุผล ส่วนการให้แรงเสริมแก่ผู้ปฏิบัติงาน หากเป็นแรงเสริมทางบวกจะทำให้ผู้ปฏิบัติมีกำลังใจ มีขวัญในการทำงาน แรงเสริมทางบวกจะเป็นพลังจูงใจให้ผู้ปฏิบัติมุ่งมั่นตั้งใจทำงานในหน้าที่ของตนให้ดียิ่งขึ้น หากเป็นการให้แรงเสริมทางลบจะช่วยขจัดพฤติกรรมหรือการปฏิบัติที่ไม่พึงประสงค์จะเห็นว่า ปัจจัยด้านการกำกับ ตรวจสอบ ประเมินผล และการให้แรงเสริมแก่ผู้ปฏิบัติ มีความสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ เพราะนโยบายใดหากมิได้จัดระบบการกำกับ ตรวจสอบ ระบบการประเมินผลและการ

เสริมแรงผู้ปฏิบัติไว้ดีพอ โอกาสที่นโยบายจะบรรลุผลในขั้นการนำไปปฏิบัติจะมีความเป็นไปได้ค่อนข้างยาก

#### 2.1.4 กลยุทธ์การนำนโยบายไปปฏิบัติ

Pressman & Wildavsky (1973 อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น.6) พบว่า กลยุทธ์ทั่วไปในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จคือ 1) นโยบาย แผนงาน หรือโครงการที่นำไปปฏิบัติควรเริ่มต้นจากจุดเล็กในลักษณะ โครงการย่อยหรือโครงการทดลองโดยจัดเป็นโครงการนำร่องหรือโครงการทดลองขนาดเล็กก่อน 2) ขั้นตอนในกระบวนการนำนโยบายไปปฏิบัติ ควรใช้วิธีการที่เข้าใจง่ายๆ เพื่อที่จะทำให้เป้าหมายบรรลุผลให้มากที่สุด กล่าวคือพยายามหลีกเลี่ยงการกำหนดวิธีการปฏิบัติงานที่สลับซับซ้อน เพราะจะทำให้ยุ่งยากในการทำความเข้าใจกับผู้ปฏิบัติ และ 3) เพื่อขจัดความยุ่งยากในการบริหารนโยบายและแผน ควรเลือกกลยุทธ์ลักษณะกลไกตลาดมาใช้ในการปฏิบัติเป็นต้น

ในขณะที่การศึกษาแนวคิดของ Ingram & Mann (1980 อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 6) ในเรื่องของการวิเคราะห์สาเหตุแห่งความสำเร็จหรือล้มเหลวของนโยบาย ทำให้มองเห็นว่า การเลือกกลยุทธ์หรือเครื่องมือ นโยบาย (Policy Tools) ใดมาใช้เป็นแนวปฏิบัติ ผู้เลือกจะต้องเข้าใจปฏิกริยาหรือสัญญาณสะท้อนจากบุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่จะต้องปฏิบัติตามนโยบาย กล่าวคือ มาตรการควบคุมพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มบุคคลให้ปฏิบัติตามนโยบาย อาจจำเป็นต้องใช้มาตรการบังคับและมาตรการเสริมแรง โดยเฉพาะประเภทนโยบายกำกับการปกป้องเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม (Protective Regulatory Policies) ดังนั้น จากแนวคิดของ Ingram & Mann พอจะสรุปได้ว่า ประเภทและลักษณะนโยบายคือตัวกำหนดแนวทางการเลือกใช้กลยุทธ์ ซึ่งนักวิชาการทั้งสองเสนอให้เลือกกลยุทธ์หนึ่งเป็นกลยุทธ์หลักและกลยุทธ์อื่นๆ เป็นรอง ให้สอดคล้องกับประเภทและลักษณะนโยบาย และนโยบายหนึ่งๆ อาจเลือกใช้มากกว่าหนึ่งกลยุทธ์ จากกลยุทธ์ 3 ประการคือ 1) ให้การเสริมแรง (ทางเศรษฐกิจและจิตใจ) 2) ใช้การลงโทษและ 3) การให้ข้อมูลข่าวสารที่เอาจริงเอาจัง ทั้งสามกลยุทธ์หรือสามมาตรการที่เสนอนี้ เหมาะสำหรับที่จะนำไปใช้กับนโยบายที่ต้องการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์ที่ควรเลือกใช้มากที่สุดคือการให้การเสริมแรงทางบวก

กล้า ทองขาว (2551 อ้างถึงใน วชิรวัชร งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 9) เป็นอีกนักวิชาการท่านหนึ่งที่มีความสนใจในแนวคิดการนำนโยบายไปปฏิบัติ แต่กล้า ทองขาว ได้เน้นการวิจัยทางการศึกษา ซึ่งสะท้อนกลยุทธ์ทางด้านนิติการศึกษา และจัดได้ว่าเป็นการนำนโยบายทางด้าน

การศึกษาไปสู่การปฏิบัติ มีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันกับนโยบายด้านอื่นๆ เพียงแต่ว่า รายละเอียดปลีกย่อย อาจจะมีกลยุทธ์ที่ต่างกัน โดยที่เขาได้ยกงานวิจัยปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการนำเอานโยบายการรณรงค์การรู้หนังสือมาวิเคราะห์ให้เห็นประเด็นสำคัญที่สามารถเทียบเคียง และมีทิศทางไปในลักษณะของกลยุทธ์การนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติของนักวิชาการท่านอื่น ดังมีรายละเอียด ดังนี้

1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารนโยบาย นโยบายรณรงค์เพื่อการรู้หนังสือเป็นนโยบายที่รัฐบาลได้ทุ่มโหมงบประมาณประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง โดยอาศัยสื่อวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ ของกรมประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาของการนำนโยบายไปปฏิบัติ นอกจากนี้ สถานีวิทยุโทรทัศน์และวิทยุกระจายเสียงในสังกัดกองทัพ ที่ตั้งอยู่ในส่วนกลางและท้องถิ่น ต่างก็ร่วมมือกับรัฐบาลในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการดำเนินนโยบายการรู้หนังสือ สื่อประเภทหนังสือพิมพ์ แผ่นปลิว แผ่นพับต่างๆ ได้รับการนำมาใช้มาก ยิ่งไปกว่านั้น สื่อที่เข้าถึงประชาชน และกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดคือสื่อประเภทศิลปินพื้นบ้าน เช่น ลิเก หนังตะลุง หมอลำ ฯลฯ ก็ได้รับการนำมาใช้เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์นโยบายในทุกพื้นที่ ที่สำคัญอีกสื่อหนึ่งซึ่งเข้าถึงตัวกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดเช่นเดียวกันคือการประชาสัมพันธ์ผ่านหอกระจายข่าวประจำหมู่บ้าน การประชาสัมพันธ์นโยบายมีความสำคัญในการสร้างความเข้าใจให้ทั่วถึงกับผู้เกี่ยวข้อง ช่วยจูงใจบุคคล และหน่วยงานที่ร่วมรับผิดชอบให้เห็นความสำคัญและมีเจตคติที่ดีต่อนโยบาย กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์จะต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาของการนำนโยบายไปปฏิบัติ

2) การใช้ความสนับสนุนจากผู้นำและผู้มีอำนาจ การสนับสนุนจากผู้มีอำนาจเป็นกลยุทธ์สำคัญอย่างยิ่งดังที่เคยกล่าวถึงแล้ว สำหรับการนำนโยบายการรณรงค์เพื่อการรู้หนังสือแห่งชาติไปปฏิบัติ ได้รับการสนับสนุนอย่างดียิ่งจากผู้มีอำนาจในส่วนกลางคือ นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะนายกรัฐมนตรี จะแสดงตนเป็นผู้นำคนสำคัญในการผลักดันการนำนโยบายไปปฏิบัติ กล่าวคือ นายกรัฐมนตรีจะเข้าร่วมในฐานะประธานการประชุมสัมมนาในระดับชาติทุกครั้ง มีการเชิญผู้ว่าราชการจังหวัดทุกจังหวัดประชุมชี้แจงให้เข้าใจนโยบาย และสั่งการให้ดูแลเอาใจใส่ นโยบายเป็นระยะๆ นายกรัฐมนตรีเป็นผู้มอบรางวัลแก่บุคคลและองค์กรที่สนับสนุนนโยบาย มอบรางวัลแก่ผู้ว่าราชการจังหวัดที่มีผลงานรณรงค์ดีเด่น ส่วนรัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ ได้ให้ความสำคัญกับนโยบายนี้ เพราะเห็นว่านโยบายนี้เป็นนโยบายแก้ปัญหาสำคัญของชาติ สำหรับผู้นำในระดับภูมิภาค นโยบายนี้ได้รับการสนับสนุนและร่วมมืออย่างมากจากฝ่ายปกครอง โดยเฉพาะผู้ว่าราชการจังหวัดและนายอำเภอ นอกจากนี้ ผู้นำคนสำคัญในท้องถิ่นอื่นๆ ผู้นำทางศาสนา ผู้บริหารโรงเรียน ผู้นำชุมชน พระสงฆ์ ผู้นำอาสาในหมู่บ้าน ฯลฯ ยังให้ความสำคัญและร่วมมือค่อนข้างมาก จะเห็นว่า กลยุทธ์การใช้ความสนับสนุนจากผู้นำและผู้มีอำนาจคือปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้การนำนโยบายไปปฏิบัติประสบความสำเร็จ เพราะผู้มีอำนาจ

สามารถใช้อำนาจสั่งการตามกฎหมาย เพื่อให้มีและใช้บุคคล เครื่องมืองบประมาณ และสิ่งอำนวยความสะดวกความสะดวกราสนับสนุนโครงการหรือแผนงาน ในขณะที่ผู้นำในระดับต่างๆ มีอิทธิพลจูงใจให้บุคคลอื่นๆ เห็นความสำคัญของนโยบาย และพร้อมให้ความร่วมมือและสนับสนุนให้นโยบายปฏิบัติเพื่อบรรลุผลสำเร็จ

3) การจัดองค์กรการบริหารและประสานงานที่บูรณาการลดหลั่นกันตั้งแต่ระดับชาติจนถึงระดับหมู่บ้าน โครงสร้างองค์กรแบบนี้มีลักษณะเด่น คือ ความคล่องตัวในการประสานนโยบายกับการปฏิบัติให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันทุกระดับ การไหลเวียนข้อมูลข่าวสารมีความคล่องตัว สามารถนำเสนอปัญหาอุปสรรคในระดับปฏิบัติขึ้นไปถึงระดับนโยบายได้อย่างรวดเร็ว ช่วยให้ฝ่ายนโยบายปรับแผนให้รับกับสถานการณ์ของปัญหาได้ทันเวลา ลักษณะสำคัญของโครงสร้างองค์กรที่นำมาใช้จะต้องมีความยืดหยุ่นสูง เป็นองค์กรเฉพาะกิจที่อาศัยการสื่อสารสัมพันธ์แบบไม่เป็นทางการนำแบบเป็นทางการ โดยมีองค์ประกอบของคณะบุคคลที่มาจากภาคราชการระดับหัวหน้าหน่วยงานผู้นำจากองค์กรเอกชน ผู้นำชุมชน รวมทั้งผู้นำจากสถาบันทางสังคมอื่นๆ เช่น ผู้นำศาสนา ประธานมูลนิธิ

4) การใช้เวทีประชุมอบรมหรือการสัมมนาปัญหา การประชุมอบรมมีจุดหมายเพื่อสร้างความเข้าใจและเพื่อจูงใจบุคคลและหน่วยงานที่ร่วมรับผิดชอบนโยบายให้เข้าใจเหตุผลและความสำคัญของนโยบาย และแสวงหาแนวทางการแก้ไขปัญหการนำนโยบายไปปฏิบัติให้สำเร็จร่วมกัน การประชุมอบรมโดยการเชิญผู้กำหนดนโยบายมาพบข้าราชการชั้นผู้ใหญ่ในภูมิภาคหรือผู้เกี่ยวข้องกับการนำนโยบายไปปฏิบัติระดับนำจะเป็นการขยายความรู้ ความคิด มีการแลกเปลี่ยนความเห็นต่อนโยบาย การประชุม การอภิปรายหรือการสัมมนาระหว่างการนำนโยบายไปปฏิบัติจะเป็นการเปิดโอกาสให้บุคคลสำคัญที่รับผิดชอบนโยบายได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ซึ่งกันและกัน การพบปะพูดคุยเพื่อให้คำปรึกษาหารือระหว่างผู้ปฏิบัติกับผู้รับผิดชอบนโยบายจะช่วยสร้างความเข้าใจและหาทางช่วยเหลือหากพบว่ามีปัญหาในทางปฏิบัติ

5) การใช้เอกสารคู่มือปฏิบัติงาน มีการจัดทำคู่มือสำหรับผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงาน แจกจ่ายแก่บุคลากรที่รับผิดชอบนโยบาย จัดประชุมชี้แจงแนวการปฏิบัติแก่ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติให้เข้าใจกระบวนการ ขั้นตอน และวิธีการปฏิบัติร่วมกัน ทำความเข้าใจ และคลี่คลายปัญหาแนวปฏิบัติหรือข้อบังคับข้อใจต่างๆ ในการใช้เอกสารคู่มือให้เข้าใจตรงกัน

6) การคัดเลือกผู้นำคนสำคัญ ผู้นำคนสำคัญที่รับผิดชอบงานบริหารโครงการแต่ละระดับได้รับการคัดเลือกจากผู้ที่มิภาวะผู้นำสูง มีเจตคติที่ดีต่อการบริหารงานแผนที่เน้นกระบวนการมีส่วนร่วม เป็นผู้ที่มิเจตคติที่ดีต่อนโยบายที่นำไปปฏิบัติ และเคยมีประสบการณ์เป็นผู้บริหารโครงการอื่นที่ประสบความสำเร็จมาแล้ว

7) การออกตรวจเยี่ยมผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ ผู้บริหาร โครงการมีแผนการตรวจเยี่ยมผู้ปฏิบัติงานตลอดระยะเวลาของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อการตรวจเยี่ยม การตรวจเยี่ยมเป็นกลยุทธ์ในการเสริมกำลังใจผู้ปฏิบัติงาน การตรวจเยี่ยมช่วยให้ผู้บริหารเข้าใจปัญหาการปฏิบัติในภาคสนาม

จากทฤษฎีการนำนโยบายไปปฏิบัตินั้นทำให้ทราบถึงปัจจัยที่จะส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบายการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนของปัจจัยในเรื่อง ขั้นตอนของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ที่แต่ละองค์กรต้องมีการประสานงานในการทำงานร่วมกันกับองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในทุกระดับ, ปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายไปปฏิบัติ คือปัจจัยต่างๆที่เกี่ยวข้องกับทั้งทฤษฎีและผู้ที่มีส่วนร่วมในการนำนโยบายไปเผยแพร่ รวมไปถึงผู้ที่มีผลต่อการชี้วัดความสำเร็จและล้มเหลวของนโยบาย, กลยุทธ์การนำนโยบายไปปฏิบัติ เป็นต้น ปัจจัยที่กล่าวมานี้จะทำให้ผู้วิจัยนำทฤษฎีข้างต้นไปวิเคราะห์ถึงประสิทธิผลในการนำนโยบายไปปฏิบัติว่าตัวนโยบายมีความชัดเจนตรงประเด็นต่อการทำให้ตัวนโยบายการท่องเที่ยวนั้นมีประสิทธิผลมาน้อยเพียงใดเมื่อนำไปปฏิบัติแล้ว และรวมไปถึงการนำนโยบายไปเผยแพร่ว่า นโยบายนั้นได้รับการเผยแพร่ต่อประชาชนได้ทั่วถึงในระดับใด

## 2.2 แนวคิดทฤษฎีประสิทธิผล

### 2.2.1 ความหมายของประสิทธิผล

ประสิทธิผล (Effectiveness) เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่า คือ ตัวการสำคัญที่จะเป็นเครื่องตัดสินใจขั้นสุดท้ายว่าการบริหารและองค์การประสบความสำเร็จมาน้อยเพียงใด แต่ก็ยังมีความแตกต่างอยู่ในความเข้าใจของนักวิชาการต่างสาขากันอยู่ ซึ่งความหมายโดยตรงของประสิทธิผลนั้น ได้มีผู้ให้ความหมายต่าง ๆ

วรัท พุกษากุลนนท์ (2550 อ้างถึงใน ทิรัศม์ชญา พิพัฒน์เพ็ญ และคณะ, 2557, น.

1) กล่าวว่า ประสิทธิผล (Effectiveness) หมายถึง การปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายที่ตั้งไว้ (Effectiveness is to do right things) หรือความสามารถในการดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ จุดสำคัญของประสิทธิผลอยู่ที่ความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตที่ถูกคาดหวังตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้และผลผลิตจริงที่มีขึ้น

ศูนย์ประกันคุณภาพการศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ (2545 อ้างถึงใน วัชริน ขวัญพะงุ้น, 2553, น. 1) กล่าวว่า ประสิทธิภาพ (Effectiveness) หมายถึง แนวทางหรือวิธีการกระบวนการหรือตัววัดนั้นสามารถตอบสนองจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ได้ดีเพียงใด การประเมินประสิทธิภาพต้องประเมินว่าสามารถบรรลุความต้องการได้ดีเพียงใดด้วยการใช้แนวทางที่เลือกการนำไปปฏิบัติ

### 2.2.2 การวัดประสิทธิภาพขององค์กร

Talcott (1964 อ้างถึงใน บรรจง โตเปาะ, 2559, น. 5) อธิบายแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ระบบขององค์กรเป็นเครื่องมือวัดความมีประสิทธิภาพขององค์กร โดยใช้ชื่อว่า AGIL ซึ่งระบุกิจกรรม 4 ประเภทซึ่งทุกองค์การจำเป็นจะต้องกระทำซึ่งประกอบไปด้วย การปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อม, การบรรลุถึงเป้าหมาย, การประสานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันซึ่งนำไปสู่ความมั่นคงทางสังคม, สิ่งที่ซ่อนเร้นอยู่ภายในซึ่งหมายถึงการรักษารูปแบบหรือการธำรงไว้ซึ่งเอกลักษณ์

Edgar (1970 อ้างถึงใน บรรจง โตเปาะ, 2559, น. 6) ให้ความเห็นว่า ประสิทธิภาพขององค์กรอยู่ที่ความสามารถในการผสมผสาน ส่วนย่อยขององค์กรเข้าด้วยกันทั้งหมดเพื่อไม่ให้เกิดการทำงานของแต่ละส่วนซึ่งแตกต่างกันภายในองค์กรเดียวกันขัดแย้งกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระหว่างเป้าหมายของบุคคลและเป้าหมายขององค์กร

Seldin (1988 อ้างถึงใน บรรจง โตเปาะ, 2559, น. 6) ให้ความเห็นว่า การวัดและประเมินประสิทธิภาพโดยทั่วไป เป็นการวัดเพื่อดูความแตกต่างระหว่างความคาดหวัง และผลการปฏิบัติ ถ้ามีความแตกต่างกันน้อยก็จะมีประสิทธิผลมากแต่ถ้ามีความแตกต่างมากจะมีประสิทธิผลน้อยหรืออาจจะดูความสอดคล้องกันระหว่างผลผลิต กับเป้าหมายที่ได้ระบุไว้การประเมินประสิทธิภาพขององค์กรสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทคือ

- 1) การวัดประสิทธิภาพขององค์กรโดยใช้ตัวบ่งชี้เดี่ยว (Single Criterion Measures of Effectiveness) เป็นการพิจารณาว่าองค์กรจะมีประสิทธิภาพหรือไม่นั้นขึ้นอยู่กับผลที่ได้รับว่าบรรลุเป้าหมายขององค์กรหรือไม่หรือการใช้เป้าหมายขององค์กรเป็นเกณฑ์ ซึ่งเป็นการใช้หลักการ อันใดอันหนึ่งในการประเมินผลขององค์กรเป็นเกณฑ์ ซึ่งเป็นการใช้หลักเกณฑ์อันใดอันหนึ่งในการประเมินประสิทธิภาพขององค์กร เช่น วัดจากความสามารถในการผลิตวัดจากผลกำไร ฯลฯ

- 2) การประเมินประสิทธิภาพในแง่ของระบบ-ทรัพยากร (The System Resource Model of Organization Effectiveness) เป็นการประเมินโดยพิจารณาความสามารถของ



องค์การในแสวงหาประโยชน์จากสภาพแวดล้อม เพื่อให้ได้มาซึ่งทรัพยากรที่ต้องการ อันจะทำให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ ซึ่งเป็นการเน้นที่ปัจจัยตัวป้อนเข้า (Input) มากกว่าผลผลิต (Output)

3) ประเมินประสิทธิผลโดยหลายเกณฑ์ (The Multiple Criteria of Effectiveness) เป็นการวิเคราะห์ประสิทธิผลขององค์การโดยใช้เกณฑ์หลายอย่างในการวัดประเมินผล ซึ่งพิจารณาจากตัวแปรที่อาจมีผลต่อความสำเร็จขององค์การ และพยายามแสดงให้เห็นว่าตัวแปรต่างๆ มีความสัมพันธ์ ผู้ที่ให้แนวคิดในการประเมินองค์การ โดยวิธีนี้

### 2.2.3 การวัดประสิทธิผลขององค์การในรูปแบบต่างๆ

การมณั้ เพียรภายลุน (2548 อ้างถึงใน บรรจง โตเปาะ, 2559, น. 8) กล่าวว่า การวัดประสิทธิผลขององค์การในรูปแบบต่างๆ โดยทั่วไปจะยึดหลักการดังต่อไปนี้

1) การวัดประสิทธิผลขององค์การ โดยใช้ความคิดระบบ (The System Approach) การใช้หลักการวัดประสิทธิผลขององค์การจากเป้าหมายขององค์การนั้น ทำให้นักวิชาการเพ่งความสนใจไปที่ปัจจัยนำออก (Outputs) ขององค์การการนำเอาความคิดระบบมาอธิบายองค์การ ทำให้เราตระหนักว่ายังมีส่วนอื่นขององค์การนอกจากปัจจัยนำออกที่มีความสำคัญต่อองค์การ และถ้าเราหันมาวัดประสิทธิผลขององค์การจากส่วนอื่นๆ ขององค์การ เช่นปัจจัยนำเข้า กระบวนการแปรปัจจัยนำเข้ามาปัจจัยนำออกแล้วจะทำให้เราสามารถสร้างเกณฑ์การวัดประสิทธิผลเกณฑ์ใหม่ขึ้น

2) วิธีวัดประสิทธิผลขององค์การ โดยดูจากความสามารถขององค์การในการชนะใจผู้มีอิทธิพล (The Strategic-constituencies Approach) ข้อสมมติฐานมีว่าองค์การได้รับความกดดันและข้อเรียกร้องจากกลุ่มผลประโยชน์ บุคคลต่างๆ ในสภาพแวดล้อมตลอดเวลา ในจำนวนบุคคลและกลุ่มผลประโยชน์ต่างๆ เหล่านี้มีเฉพาะบางส่วนเท่านั้นที่มีความสำคัญต่อองค์การ เพราะเป็นบุคคลและกลุ่มที่มีอิทธิพลสามารถกำหนดความเป็นความตายขององค์การได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าบุคคลและกลุ่มดังกล่าวสามารถควบคุมทรัพยากรต่างๆ ที่จำเป็นต่อการอยู่รอดขององค์การ ดังนั้น นักวิชาการจึงถือหลักว่า องค์การที่มีประสิทธิผลได้แก่ องค์การที่มีสายตาแหลมคมสามารถมองออกว่า บุคคลและกลุ่มผลประโยชน์ใดมีความสำคัญต่อองค์การและยังต้องเป็นองค์การที่สามารถชนะใจบุคคลและกลุ่มผลประโยชน์ที่สำคัญทั้งหลายเหล่านี้ ทำให้บุคคลและกลุ่มผลประโยชน์ที่สำคัญไม่ดำเนินการขัดขวางการทำงานขององค์การ องค์การที่เอาตัวรอดอยู่ได้จะเป็นองค์การที่กำหนดเป้าหมายขององค์การให้สอดคล้องกับความต้องการของบุคคลและกลุ่มผลประโยชน์ ซึ่งมีอำนาจควบคุมทรัพยากรที่จำเป็นต่อความอยู่รอดขององค์การ

3) การวัดประสิทธิผลขององค์การจากค่านิยมที่แตกต่างกันของสมาชิกองค์การ (The Computing – values Approach) นักวิชาการเชื่อว่าประสิทธิผลขององค์การ เป็นเรื่องของนานาจิตตังเกณฑ์วัดประสิทธิผลขององค์การที่จะใช้ขึ้นอยู่กับว่า ใครเป็นใครมีตำแหน่งอะไร และมีผลประโยชน์อย่างไรนั้น ดังนั้นจึงเป็นเรื่องธรรมดาที่องค์การจะมีเป้าหมายหลายเป้าหมายซึ่งขัดแย้งกัน เพราะบุคคลทั้งหลายที่กำหนดเป้าหมายขององค์การนั้น ต่างมีค่านิยมที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุนี้การวัดประสิทธิผลขององค์การจึงต้องพิจารณาค่านิยมต่างๆ ของผู้ประเมินผล องค์การซึ่งจะเป็นผู้เลือกว่าจะใช้มาตรวัดประสิทธิผลขององค์การแบบไหน ตัวอย่างเช่น สมาชิกองค์การ สาธารณะที่อยู่ในฝ่ายต่างกัน (ฝ่ายนักบริหารงานระดับสูง ฝ่ายนักบริหารงานระดับกลาง ฝ่ายปฏิบัติงานหลัก ฝ่ายสนับสนุน ฝ่ายเสนาธิการ) จะมีความคิดเห็นที่แตกต่างกันเกี่ยวกับการใช้เกณฑ์วัดประสิทธิผลขององค์การ

## 2.3 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการประชาสัมพันธ์

พรทิพย์ พิมลสินธุ์ (2551 อ้างถึงใน ฉัฐกฤตา บุญแสน, 2559, น. 5) การประชาสัมพันธ์มีความสำคัญต่อ เนื่องด้วยการ ประชาสัมพันธ์มีบทบาทสำคัญด้วยรูปแบบการดำเนินงานที่แตกต่างกัน ตามลักษณะขององค์การ

การประชาสัมพันธ์มาจากคำว่า “ประชา” กับ “สัมพันธ์” ซึ่งตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Public Relations” หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า “PR” และขยายความของคำว่า ประชาสัมพันธ์ให้เห็นเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงหมายถึง ความพยายามที่มีการวางแผนและเป็นการกระทำ ที่ต่อเนื่องในอันที่จะมีอิทธิพลเหนือความคิดจิตใจของประชาชนกลุ่มเป้าหมาย โดยการกระทำสิ่งที่ดีมีคุณค่าให้กับ สังคม เพื่อให้ประชาชนเหล่านี้มีทัศนคติที่ดีต่อหน่วยงาน กิจกรรมและบริการ หรือสินค้าของ หน่วยงานและเพื่อที่จะได้รับการสนับสนุน ความร่วมมือที่ดีจากประชาชนเหล่านี้ในระยะยาว

การประชาสัมพันธ์ จึงหมายถึง วิธีการ กระบวนการในการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์และความเข้าใจกันดีระหว่างองค์การกับประชาชนที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งระหว่างสมาชิกในองค์การด้วย เพื่อจะทำให้เกิดความร่วมมือและสนับสนุนการดำเนินงานของมหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภาคตะวันตก

### 2.3.1 กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธ

กระบวนการดำเนินงานประชาสัมพันธประกอบด้วยกิจกรรมหลัก 4 กิจกรรมหลัก ได้แก่ กระบวนการวิจัยรับฟังความคิดเห็น การพิจารณาและการตรวจสอบความรู้ความคิดเห็น ทศนคติ และพฤติกรรมของกลุ่มบุคคลหรือกลุ่มประชาชนเป้าหมาย ซึ่งเกี่ยวข้องและมีผลกระทบต่อการดำเนินงานและนโยบายขององค์กร กิจกรรมดังกล่าวนี้คือการวิเคราะห์สถานการณ์ซึ่ง Cutlip Center and Broom อธิบายว่าเป็นกิจกรรมพื้นฐานของกิจกรรมอื่นในกระบวนการประชาสัมพันธ เนื่องจากการวิเคราะห์สถานการณ์นั้นจะช่วยให้องค์กรรู้ว่าขณะนี้เกิดอะไรขึ้นกับองค์กรและควรดำเนินการอย่างไรต่อไป การระบุปัญหาหรือโอกาสในการประชาสัมพันธ หรือการวิเคราะห์สถานการณ์ดังกล่าวนี้กระทำได้โดยอาศัยการวิจัย Cutlip, Center, Broom (2006 อ้างถึงใน ฉัฐกฤตา บุญแสน ,2559, น. 5)

การวิจัยทางการประชาสัมพันธนั้น วิรัช ลภรัตนกุล (2546 อ้างอิงใน ฉัตรประภา สุวรรณภาศรี,2557 น.13) ได้กล่าวถึงการวิจัยทางการประชาสัมพันธที่สำคัญไว้ ดังนี้

1) การวิจัยประชาคมคือ การสำรวจภาพลักษณ์ที่ประชาชนมีต่อองค์กร โดยการสำรวจนี้อาจจะมุ่งเน้นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- 1.1) การสำรวจภาพลักษณ์
- 1.2) การวิจัยแรงจูงใจ
- 1.3) การสำรวจด้านประสิทธิผล
- 1.4) การวิเคราะห์เพื่อหาข่าวสาร
- 1.5) การศึกษาเฉพาะกลุ่ม

2) การวิจัยเกี่ยวกับการดำเนินงานประชาสัมพันธขององค์กรอื่นๆ เพื่อที่จะเรียนรู้เทคนิคและวิธีการดำเนินการประชาสัมพันธแล้วนำมาประยุกต์กับองค์กรของตนเอง

3) การวิจัยถึงอิทธิพลและสภาพแวดล้อมต่างๆ ที่มีต่อประชาคม เป็นการวิจัยแนวโน้มและผลกระทบต่างๆ ที่มีต่อประชาคม

4) การวิจัยประชาคมโดยบริษัทรับจ้างวิจัยภายนอก เพราะบริษัทเหล่านี้มีความรู้ความชำนาญ และประสบการณ์ด้านนี้โดยตรง

การวิจัยการประชาสัมพันธ จึงเป็นการรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่จำเป็นเพื่อระบุปัญหาและสถานภาพที่องค์กรเผชิญ เพื่อให้การกำหนดนโยบายด้านการประชาสัมพันธเป็นไป

อย่างเหมาะสมกับปัญหาที่องค์กรเผชิญอยู่ ข้อมูลสำคัญๆ ที่จำเป็นต้องรวบรวม ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับองค์กร ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายกลุ่มต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์กร ข้อมูลสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทั้งสถานการณ์เชิงบวกและเชิงลบที่ส่งผลกระทบต่อภารกิจงานขององค์กร ตลอดจนข้อมูลเกี่ยวกับโอกาสขององค์กรในตลาดการแข่งขัน ข้อมูลของปัญหาที่องค์กรกำลังเผชิญอยู่ เป็นต้น

กระบวนการวางแผน กิจกรรมนี้ดำเนินการต่อเนื่องจากกิจกรรมการวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูล เนื่องจากข้อมูลที่ได้ นั่นคือพื้นฐานในการตัดสินใจเกี่ยวกับกลุ่มประชาชนเป้าหมาย การกำหนดวัตถุประสงค์ กิจกรรม ตลอดจนกลยุทธ์ กลวิธี และเป้าหมายในการสื่อสาร นอกจากนั้นยังเป็นพื้นฐานในการกำหนดนโยบายและโครงการต่างๆ ขององค์กรด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่ากิจกรรมที่สองนี้คือการกำหนดกลยุทธ์ ซึ่งช่วยให้องค์กรสามารถตอบคำถามได้ว่าองค์กร ควรทำอย่างไร ควรสื่อสารกับกลุ่มประชาชนเป้าหมายอย่างไร และด้วยเหตุผลใด Cutlip, Center, Broom (2006 อ้างถึงใน ฉวีภักดา บุญแสน, 2559, น. 7)

วิมลพรรณ อาภาเวท (2553 อ้างถึงใน ธนารีย์ สะสุนทร, 2558, น. 9) การวางแผนในการประชาสัมพันธ์ของสถาบัน องค์กรนั้นอาจมีความแตกต่างกันในรายละเอียดปลีกย่อย อย่างไรก็ตามโดยหลักการและขั้นตอนการวางแผนการประชาสัมพันธ์นั้นประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

- 1) การศึกษาสภาพการณ์และสภาพปัญหา โดยต้องมีความเข้าใจสถานการณ์ของสถาบันองค์กรนั้น ตั้งแต่ภูมิหลังจนถึงปัจจุบัน โดยครอบคลุมถึงการศึกษาภาพลักษณ์ ประชาคม การวิเคราะห์เนื้อหาข่าวสาร เพื่อให้สามารถระบุปัญหาได้ชัดเจน และจัดลำดับความสำคัญของปัญหาว่าปัญหาใดควรได้รับการแก้ไขก่อน
- 2) กำหนดวัตถุประสงค์ของแผนการประชาสัมพันธ์ คือการกำหนดวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นแนวทางที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ โดยเป็นข้อความที่ชัดเจนแน่นอน ว่าสถาบันองค์กรต้องการสร้างสรรค์ความเข้าใจในสิ่งใด หรือต้องการแก้ปัญหาใดบ้าง เป็นต้น การกำหนดวัตถุประสงค์ และเป้าหมายต้องมีความชัดเจน
- 3) กำหนดกลุ่มประชาชนเป้าหมาย เพื่อให้ผู้วางแผนและผู้นำแผนไปปฏิบัติได้มีความรู้จักและเข้าใจประชาชนที่แผนนั้นจะเข้าถึง เพราะประชาชนแต่ละกลุ่มมีความแตกต่างกันในหลายด้าน เช่น การศึกษา ภูมิฐานะ รายได้ เป็นต้น ดังนั้นการคำนึงถึงกลุ่มประชาชนจะเกี่ยวข้องกับวิธีการที่จะเข้าถึงกลุ่มประชาชนเหล่านั้น ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) กำหนดวิธีการสื่อสารในแผนประชาสัมพันธ์ กิจกรรมสำหรับงานประชาสัมพันธ์สามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ (1) กิจกรรมประจำ คือ การปฏิบัติงานหรือการกระทำใดๆ ที่สถาบันต้องกระทำเป็นประจำ (2) กิจกรรมพิเศษ คือ การปฏิบัติงานหรือการกระทำใดๆ ที่ไม่ใช่งานประจำของการประชาสัมพันธ์ เช่น การแก้ไขปัญหาภายใน การแก้ไขภาพลักษณ์ เป็นต้น

5) การกำหนดระยะเวลา ซึ่งจะทำให้ผู้ปฏิบัติงานได้รู้ถึงขอบเขตของระยะเวลาว่าแผนการประชาสัมพันธ์จะเริ่มดำเนินการเมื่อไร และจะสิ้นสุดเมื่อไร อันจะส่งผลต่อความสำเร็จของแผนการประชาสัมพันธ์นั้นๆ

6) การกำหนดงบประมาณ ในการวางแผนการประชาสัมพันธ์จะต้องกำหนดงบประมาณที่จะใช้ในการดำเนินการให้ชัดเจน เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาภายหลัง เช่น งบประมาณไม่เพียงพอ การกำหนดงบประมาณนี้ยังรวมถึงค่าสิ่งของต่างๆ ที่จะใช้ในการดำเนินการด้วย

7) การประเมินผลและติดตามผลงาน เพื่อตรวจสอบผลการดำเนินงานในด้านประสิทธิภาพการประชาสัมพันธ์ ว่ามีการใช้ทรัพยากรการสื่อสารในการประชาสัมพันธ์เกิดประโยชน์สูงสุดและประหยัด ส่วนอีกด้านหนึ่งการตรวจสอบประสิทธิผลของแผน เพื่อจะได้ทราบว่าแผนประชาสัมพันธ์ดังกล่าวบรรลุวัตถุประสงค์หรือไม่

วิมลพรรณ อาภาเวท (2553 อ้างถึงใน ธนารีย์ สะสุนทร, 2558, น. 10) ประเภทของการวางแผนการประชาสัมพันธ์แบ่งได้โดยใช้หลักเกณฑ์ต่างๆ ซึ่งการวางแผน เช่น การแบ่งโดยอาศัยกลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์ การแบ่งโดยใช้เวลาเป็นเกณฑ์ และยุทธวิธีการดำเนินงานในที่นี้จะแบ่งโดยยึดกลุ่มเป้าหมายเป็นเกณฑ์ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1) การวางแผนการประชาสัมพันธ์ภายในการดำเนินกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานหรือองค์กรกับบุคลากรภายในหน่วยงานนั้น ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏกับข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างและนักศึกษา มีเพื่อวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความเข้าใจที่ดี ให้ความรู้ ความคืบหน้า ความเคลื่อนไหวของหน่วยงานว่า ใครทำอะไร เมื่อใด ที่ไหน ทำไม และทำอย่างไร ทั้งนี้ เพื่อบุคลากรภายในหน่วยงานจะได้เกิดความเข้าใจ และให้ความร่วมมือในการดำเนินงานนั้นๆ และเมื่อบุคลากรภายในเกิดความเข้าใจดีแล้ว ยังจะเป็นปากเสียงหรือกระบอกเสียงที่จะช่วยกันบอกกล่าวข่าวสาร/ประกาศ ให้ภายนอกหน่วยงานได้เข้าใจต่อไปด้วย การประชาสัมพันธ์ภายในจึงถือเป็นพื้นฐานที่ต้องปูทางหรือวางรางให้แน่น เพื่อจะได้เกิดความมั่นคงเป็นปึกแผ่นในหน่วยงานนั้นๆ ด้วย

แผนงานประชาสัมพันธ์ภายในอาจจำแนกเป็นแผนย่อยๆ หรือเป็นแผนเฉพาะกิจได้อีก ขึ้นอยู่กับความเหมาะสม และสภาพความเป็นจริงของสถาบัน องค์กร โดยพิจารณาถึงลักษณะโครงสร้าง

ขนาดของสถาบัน ตลอดจนนโยบายและลักษณะการดำเนินงานของหน่วยงานนั้นๆ ซึ่งอาจประกอบด้วย แผนพนักงานสัมพันธ์ แผนการเผยแพร่ภายในสถาบัน เป็นต้น

2) การวางแผนการประชาสัมพันธ์ภายนอก การดำเนินกิจกรรมระหว่างหน่วยงานกับบุคลากรภายนอกหน่วยงาน ซึ่งได้แก่ ประชาชนทั่วไปหรือกลุ่มบุคคลที่ติดต่อเกี่ยวข้องกับองค์กรหรือแม้แต่สื่อมวลชน เป็นต้น การประชาสัมพันธ์ภายนอกจึงเป็นเรื่องยากเพราะกลุ่มเป้าหมายมีความหลากหลาย ซึ่งแตกต่างกันทั้ง เพศ วัย ความรู้ ประสบการณ์ ฯลฯ การจะประชาสัมพันธ์อะไรให้คนที่มีความรู้พื้นฐานที่แตกต่างกันเกิดความเข้าใจและรับรู้ได้เหมือนกันจึงเป็นเรื่องที่ยาก จำเป็นต้องใช้ทฤษฎีในการดำเนินการที่เหมาะสม การประชาสัมพันธ์ภายนอกเป็นเรื่องของการสร้างชื่อเสียง ภาพลักษณ์ที่ดีของสถาบัน องค์กร และบทบาทหน้าที่ของประชาสัมพันธ์ในยุคปัจจุบันที่หน่วยงานต่างๆ มักจะให้ความสำคัญไม่น้อยกว่าบทบาทหน้าที่อื่นๆ การแสดงถึงความรับผิดชอบของสถาบัน และการ เข้ามามีส่วนร่วมต่อกิจการทางสังคมภายนอกหน่วยงาน

จากทฤษฎีนี้ทำให้ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ถึงกระบวนการในการนำนโยบายการท่องเที่ยงไปประชาสัมพันธ์ต่อประชาชน ซึ่งองค์กรที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการรับผิดชอบต่อการเผยแพร่ นโยบายมีการกำหนดเป้าหมายในการเผยแพร่อย่างไร เพื่อให้นโยบายเข้าถึงประชาชนได้ครอบคลุมมากที่สุดและประชาชนสามารถปฏิบัติตามนโยบายการท่องเที่ยงได้

## 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับตำบลเกาะเกร็ด

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี (2559) ตำบลเกาะเกร็ดมีพื้นที่มีแม่น้ำเจ้าพระยาล้อมรอบ มีเนื้อที่โดยประมาณ 4.2 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 2,265 ไร่ และตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของตำบลเกาะเกร็ดมีระยะห่างประมาณ 2 กิโลเมตรย่านเกาะเกร็ดเป็นชุมชนที่มีความเจริญมาตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลายเป็นทั้งชุมชนการค้าขายและเป็นที่ตั้งด่านตรวจเรือต่างๆ ที่จะเดินทางผ่านไป มา ยังกรุงศรีอยุธยา ซึ่งแม้ในปัจจุบันชาวบ้านยังเรียกบริเวณลัดเกาะตอนใต้ว่า “บ้านปากด่าน” ประจักษ์พยานที่บ่งชี้ถึงความเจริญมาแต่ก่อนก็คือวัดต่างๆ บนเกาะเกร็ด ล้วนมีความสวยงามและลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นลึงยืนยันว่าเป็นวัดที่สร้างขึ้นในสมัยอยุธยาตอนปลายทั้งสิ้น

### ลักษณะที่ตั้งและอาณาเขต

องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดเป็นพื้นที่ที่มีแม่น้ำล้อมรอบ อยู่ในเขตพื้นที่อำเภอปากเกร็ด จ.นนทบุรี มีฐานะเป็นองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) พื้นที่ตอนกลางว่างเปล่ามีน้ำท่วมมาถึงทั้งเกาะในช่วงฤดูฝน มีเนื้อที่ประมาณ 4.2 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 2,625 ไร่ ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของอำเภอปากเกร็ด ระยะห่างประมาณ 2 กิโลเมตร ประชากรประชากรทั้งสิ้น 5,728 คน แยกเป็นชาย 2,625 คน เป็นหญิง 3,103 คน มีจำนวนครัวเรือน 1,644 ครัวเรือน มีความหนาแน่นเฉลี่ย 1,342 คน/ตารางกิโลเมตร

### เขตพื้นที่ติดต่อของตำบลเกาะเกร็ด

- ทิศเหนือ ติดกับ แม่น้ำเจ้าพระยา และ ตำบลคลองพระอุดม อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- ทิศใต้ ติดกับ แม่น้ำเจ้าพระยา และ ตำบลท่าอิฐ อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- ทิศตะวันออก ติดกับ แม่น้ำเจ้าพระยา และ ตำบลปากเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
- ทิศตะวันตก ติดกับ แม่น้ำเจ้าพระยา และ ตำบลอ้อมเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

อาชีพทำสวน, เครื่องปั้นดินเผา, บางส่วนรับราชการ, รับจ้างทั่วไป, ค้าขาย เป็นต้น การเดินทาง

- 1) โดยทางรถยนต์ เดินทางไปที่ห้าแยกปากเกร็ด แล้วขับตรงไปยังท่าน้ำเตสบาต และข้ามฟาก โดยเรือข้ามฟากไปยังเกาะเกร็ด
- 2) โดยทางรถยนต์ ก่อนจะถึงท่าเรือเทศบาล จะมีถนนแยกไปท่าซ้าย ขับตรงไป จะมีท่าเรือข้ามฟากที่บริเวณวัดสนามเหนือซึ่งจะข้ามไปยังวัด ปรมย์ยิกาวาสวรรวิหาร
- 3) โดยทางเรือ ใช้บริการเรือด่วนเจ้าพระยาซึ่งเปิดบริการระหว่างเส้นทาง วัดราชสิงขร เขตยานนาวาถึงท่าหน้าวัดเตย อำเภอปากเกร็ดทุกวัน ตั้งแต่เวลา 06.00-18.00 น.

### สถานที่ที่น่าสนใจ

- 1) วัดต่างๆ เช่น วัดปรมย์ยิกาวาสวรรวิหาร วัดนิมพลี วัดไผ่ล้อม วัดเสาชงทอง
- 2) พิพิธภัณฑ์วัดปรมย์ยิกาวาสฯ
- 3) พิพิธภัณฑ์สมัย ร.5

- 4) ศูนย์วัฒนธรรมเกาะเกร็ด
- 5) โบสถ์ เจดีย์
- 6) วิถีชีวิตของชาวมอญ ม.1, ม.7, ม.6 (กลุ่มหัตถกรรมเครื่องปั้นดินเผาต่างๆ)
- 7) การทำอาหาร คาวหวานแบบพื้นบ้าน (รามัญ)
- 8) ศาลาริมเสด็จ
- 9) พระนันทามุนินทร์ (พระประจำจ.นนทบุรี)

สถิตินักท่องเที่ยวในตำบลเกาะเกร็ด

ข้อมูลตัวอย่างเก็บข้อมูล โดย อบต.เกาะเกร็ด เมื่อช่วงเดือนมิถุนายน ของทุกปี โดยการจัดเจ้าหน้าที่ทำการแจกนับจำนวนนักท่องเที่ยวบริเวณท่าเรือข้ามฟาก

ปี2555 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 11,200 คน /สัปดาห์

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 46,600 คน/ เดือน

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 537,600 คน/ปี

นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินในเกาะเกร็ด 400 บาท/ คน ดังนั้นมีเงินสะพัดในเกาะเกร็ดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

215,040,000 บาท/ปี

ปี2556 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 11,650 คน /สัปดาห์

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 46,600 คน/ เดือน

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 559,200 คน/ปี

นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินในเกาะเกร็ด 300 - 500 บาท/ คน ดังนั้นมีเงินสะพัดในเกาะเกร็ดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 167,760,000 - 279,600,000 บาท/ปี

ปี2557 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 11,300 คน /สัปดาห์

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 45,200 คน/ เดือน

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 542,400 คน/ปี

นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินในเกาะเกร็ด 300 - 500 บาท/ คน ดังนั้นมีเงินสะพัดในเกาะเกร็ดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 172,720,000 - 271,200,000 บาท/ปี

ปี2558 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 11,670 คน /สัปดาห์

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 46,680 คน/ เดือน

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 542,400 คน/ปี



นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินในเกาะเกร็ด 400 - 600 บาท/ คน ดังนั้นมีเงินสะพัดในเกาะเกร็ดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 224,064,000 - 336,096,000 บาท/ปี

ปี2559 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 12,270 คน /สัปดาห์

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 49,120 คน/ เดือน

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 575,200 คน/ปี

นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินในเกาะเกร็ด 400 - 700 บาท/ คน ดังนั้นมีเงินสะพัดในเกาะเกร็ดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 250,012,000 - 350,126,000 บาท/ปี

ปี2560 มีนักท่องเที่ยวประมาณ 12,400 คน /สัปดาห์

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 51,150 คน/ เดือน

มีนักท่องเที่ยวประมาณ 585,160 คน/ปี

## 2.5 การวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 2.5.1 งานวิจัยในประเทศ

อภิวัฒน์ วัชรภักดิ์ (2553) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1. ด้านพื้นที่ ระดับรัฐบาลควรจัดสรรงบประมาณในการปรับปรุงถนนที่ใช้ในการเดินทางมายังคลองมหาสวัสดิ์ให้มีความสะดวกมากยิ่งขึ้น และองค์การบริหารส่วนจังหวัดและองค์การบริหารส่วนตำบลควรจัดสรรงบประมาณในการปรับปรุงถนนที่เชื่อมต่อจุดท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น 2. ด้านการจัดการ ควรพัฒนาระบบการประสานงานในแต่ละจุดการท่องเที่ยวให้มีความคล่องตัวมากขึ้น โดยจัดทำโปรแกรมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวได้เลือกใช้บริการในการท่องเที่ยว และจุดจอดเรือ เพื่อป้องกันการสับสนในการท่องเที่ยวไปในแต่ละจุดการท่องเที่ยว 3. ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้ช่องทางสื่อสาธารณะที่มีอยู่ และเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ โดยจัดให้มีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาและความน่าสนใจในแต่ละจุดท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวในพื้นที่ 4. ด้านการมีส่วนร่วม ควรหาวิธีการหรือแรงจูงใจให้หน่วยงานในพื้นที่ให้ความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเฉพาะวัดซึ่งเป็นจุดขึ้น-ลงเรือ และเป็นจุดสำคัญที่จะทำให้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว

พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล (2553) ศึกษาเรื่องทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรัพยากรเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญใน จังหวัดปทุมธานี และเสนอแนะแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ในด้านทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมอญ ความคิดเห็นของภาคเอกชน ภาคประชาชน และ นักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ตลอดจนพฤติกรรม และ ทักษะคตินักท่องเที่ยว ผลการวิจัยสรุปได้ว่า จังหวัดปทุมธานีมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงโดดเด่นด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ของชาวมอญ ด้านประวัติศาสตร์ ด้านโบราณสถานและโบราณวัตถุ ได้แก่ วัดมอญ เต่าโอ่งอ่าง เครื่องปั้นดินเผา ตุ่มสาม โศก ตลอดจนด้านประเพณี เทศกาล ได้แก่ งานสงกรานต์ งานแห่เสาหงส์ชงตะขาบ และวิถีชีวิตของชุมชนชาวมอญ ได้แก่ อาหารการกิน การแต่งกาย แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี ควรเน้นการพัฒนาคุณค่า ทางศิลปวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญ อนุรักษ์และถ่ายทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ ให้คงอยู่อย่างต่อเนื่อง แนวทางการพัฒนาด้านกิจกรรมท่องเที่ยวของชุมชนชาวมอญ ควรพัฒนาด้านการคมนาคม โดยการปรับปรุงถนน และพัฒนาเส้นทางเดินทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงถึงกันตลอดจนพัฒนา ด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยการให้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว ควบคู่กับการให้ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

อัศวิน วิบูลย์ชาติ (2553) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตชาวบ้านริมแม่น้ำนครชัยศรี กรณีศึกษาตลาดน้ำลำพญา อ.บางเลน จ.นครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาข้อมูลด้านศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของพื้นที่ศึกษา และผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ คณะกรรมการตลาดน้ำ , ผู้ประกอบการขายสินค้าและบริการ , หน่วยงานของรัฐบาล และองค์กรเอกชนที่มีส่วนเกี่ยวข้อง , ผู้นำชุมชน , ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ศึกษา และนักท่องเที่ยว ร่วมกับ การศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง , การเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และการสังเกต เพื่อนำผลที่ได้รับจากการศึกษาข้อมูล มาสรุปเป็นแนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมสำหรับพื้นที่ศึกษา จากการศึกษาพบว่าตลาดน้ำลำพญามีฐานทรัพยากรในด้านต่างๆ ที่มีส่วนส่งเสริมให้การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทรัพยากรทางธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรมการบริหารงานเป็นไปในรูปแบบคณะกรรมการบริหารตลาด ซึ่งมีความคิดด้านการจัดการสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน ประกอบกับความร่วมมือของพ่อค้าแม่ค้าในตลาดซึ่งโดยส่วนใหญ่เป็นประชากรในพื้นที่ ทำให้ตลาดลำพญาได้รับความนิยมและ

ก่อให้เกิดประโยชน์โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจของท้องถิ่นเป็นอย่างมาก ผลการวิจัยสรุปได้ว่า จากการดำเนินงานที่ผ่านมาไม่ประสบปัญหารุนแรงอันเป็นผลจากการท่องเที่ยวในพื้นที่ ทั้งในด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม วัฒนธรรม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาตลาดน้ำลำพญา ได้แก่ ขีดจำกัดในด้านกายภาพ โดยบริเวณวัดมีพื้นที่จำกัด ไม่สามารถขยายพื้นที่ออกไปในบริเวณโดยรอบได้อีกเนื่องจากพื้นที่รอบด้านเป็นพื้นที่ของเอกชน ผลจากการศึกษาก่อให้เกิดข้อสรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนาตลาดน้ำลำพญาที่เหมาะสม คือ การเพิ่มกิจกรรมที่มีความสอดคล้องกับกิจกรรมที่ดำเนินอยู่ไปสู่บริเวณพื้นที่ข้างเคียงซึ่งมีศักยภาพเพียงพอ โดยเน้นการเข้ามามีส่วนร่วมของชุมชน เช่น การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และควรพัฒนาศูนย์บริการนักท่องเที่ยวในพื้นที่ศึกษาเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และเข้าใจ เกี่ยวกับพื้นที่ ทรัพยากร และวิถีชีวิต และมีส่วนร่วมกับกิจกรรมต่างๆ ในบริเวณพื้นที่ศึกษามากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ควรมีการวางแผนเตรียมความพร้อมเพื่อป้องกันปัญหาและผลกระทบต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคตตามแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยการดำเนินการควรเป็นในลักษณะของโครงการที่เกิดจากความร่วมมือของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาล หน่วยงานเอกชนที่ไม่แสวงหากำไร และภาคชุมชน เพื่อให้การดำเนินการประสบความสำเร็จเป็นรูปธรรม และเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ชุมชน

โสภณ สุขสำอางค์ (2554) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม : กรณีศึกษาตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตำบลสัมปทวน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานภาพทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง และศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ดำเนินการศึกษาโดยแบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง จำนวน 384 คน และการสัมภาษณ์เจ้าอาวาส คณะกรรมการวัด ผู้จัดการตลาดน้ำ นายกองค้การบริหารส่วนตำบลสัมปทวน กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้านที่อาศัยบริเวณโดยรอบวัดกลางคูเวียง และผู้ประกอบการร้านค้าในพื้นที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง เกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านโบราณสถาน และโบราณวัตถุที่สะท้อนถึงความงามเก่าแก่และมีชื่อเสียง รวมถึงบรรยากาศที่สงบร่มเย็น ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจรองลงมาคือ กิจกรรมเชิงศาสนา โดยเฉพาะการเข้าถึงและการบริการร้านอาหารเป็นด้านที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน ผลที่ได้จากการศึกษาใช้เป็นแนวทางในการ

พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมในพื้นที่ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตำบลสัมปทวน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม เพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวตลาดน้ำวัดกลางคูเวียงให้เกิดความยั่งยืน

อรวรรณ เกิดจันทร์ (2557) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม โดยวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม 2. ทดสอบความรู้ความเข้าใจของประชาชนท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 3. เปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ของประชาชนท้องถิ่นกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม และ 4. ศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม วิธีการศึกษา การวิจัยในครั้งนี้ ใช้หลักการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนคลองโคน และการวิจัยเชิงปริมาณ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวป่าชายเลนคลองโคน พบว่า ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับดี โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน และการชมวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ประกอบกับได้มีการกำหนดแผนงาน จัดกิจกรรมที่ช่วยให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ดูแล รักษาแหล่งท่องเที่ยว และที่สำคัญมีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น โดยมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวด้วยสื่อต่างๆ นอกจากนี้ทางศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลน คลองโคนนั้น ต้องการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน และผู้ประกอบการโฮมสเตย์และรีสอร์ทที่ต้องการโครงการเกี่ยวกับการรณรงค์การปลูกป่าชายเลนให้มืออย่างต่อเนื่อง

เฉลิมศรี ฤทธากัย (2558) ศึกษาเรื่องการนำนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติในกลุ่มชาติพันธุ์บรู บ้านท่าลั้ง ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาผลการนำนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติในกลุ่มชาติพันธุ์บรู บ้านท่าลั้ง ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี 2. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติในกลุ่มชาติพันธุ์บรูของทางภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่บ้านท่าลั้ง การดำเนินการวิจัย โดยใช้วิธีผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) มี

การผสมผสานระหว่างการอธิบายความ (Explanatory) การแปลความ (Interpretive) กับผลของการนำนโยบายการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ผลการศึกษาพบว่า การนำนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติในกลุ่มชาติพันธุ์บรู บ้านท่าล้ง ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม นั้น มีความชัดเจนต่อเนื่อง ซึ่งหน่วยงานปฏิบัติในพื้นที่ ให้ความร่วมมือและตอบสนองต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยให้การสนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ให้ความรู้ อบรม ทักษะศึกษาดูงาน ส่งเสริมให้เกิดการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นให้ได้มาตรฐานและสนับสนุนด้านสาธารณูปโภค โดยเพิ่มเส้นทางเชื่อมโยง ระหว่างจังหวัดลงสู่พื้นที่ทำให้การท่องเที่ยวของชุมชนบ้านท่าล้ง มีการเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น เกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่นตลอดจนรักษาวัฒนธรรม อัตลักษณ์ งานหัตถกรรม สานกระติบข้าว ภาษาบรูอันจะส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป

ดวงดา พรหมรักษา (2558) ศึกษาเรื่องการนำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ :กรณีศึกษา ชุมชนเกาะป็นหยี จังหวัดพังงา จากการศึกษาพบว่าผลกระทบจากการเติบโตของการท่องเที่ยว พบว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นจาก การนำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติในพื้นที่ ชุมชนเกาะป็นหยีซึ่งผลกระทบจากการท่องเที่ยว มีทั้งผลกระทบแง่บวกและผลกระทบแง่ลบ มีทั้งผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ล้วนเป็นผลที่เกิดขึ้นจากการนำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติโดย ส่วนผลกระทบในแง่บวก หน่วยงาน ที่เกี่ยวข้องควรให้การส่งเสริมและพัฒนาเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน อันจะเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ส่วนผลกระทบในแง่ลบ ควรเร่งให้ การแก้ไขเยียวยา เพื่อเป้าหมายที่สำคัญ นั่นคือ ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการนำนโยบายการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติในพื้นที่โดย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้ หน่วยงานที่มีความเกี่ยวข้องกับการนำนโยบาย การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ในพื้นที่ชุมชนเกาะ ป็นหยี ควรมีการปรับปรุงแนวนโยบายเกี่ยวกับการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนี้ 1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการปรับปรุงเป้าหมาย ของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว จากเดิมที่มุ่งเน้น เพียงการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่เปลี่ยนเป็น การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มีความยั่งยืนต่อ ชุมชน โดยในการกำหนดเป้าหมายดังกล่าว ควรเปิด โอกาสให้ประชาชนในพื้นที่ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าร่วมแสดงความคิดเห็น ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืนต่อชุมชน คือ นักท่องเที่ยวที่ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังชุมชน จะต้องมิจิตสำนึกใน การรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อม ให้ความสำคัญกับทรัพยากรชุมชน ไม่มีการ ละเมิด ประเพณีอันดีของชุมชน รวมทั้งนักท่องเที่ยวกับ ประชาชนในพื้นที่มีความเป็นมิตรไมตรีต่อกัน 2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดนโยบาย ในการรองรับผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ใน ด้านต่างๆอย่างครอบคลุม เช่น ในส่วนของผลกระทบ ด้านสังคมที่มีความเกี่ยวเนื่องกับยาเสพติด

ควรมีการ กำหนดนโยบายการป้องกันและปราบปรามยาเสพติดในพื้นที่ โดยอาจมีการแต่งตั้งอาสาสมัครชุมชน เพื่อคอยเฝ้าระวังเหตุการณ์ และประสานงานกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในพื้นที่ ส่วนผลกระทบที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งแวดล้อม ชุมชนควรมีการกำหนดกฎที่มีความเกี่ยวข้องกับการรักษาสิ่งแวดล้อม และการจัดการขยะภายในชุมชน ซึ่งอาจจะมีการเรียนรู้จากชุมชนอื่นที่มีความเข้มแข็งในด้านดังกล่าว เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ภายในพื้นที่

กัลยกร แสวงผล (2559) ศึกษาเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วม ผลการวิจัยการมีส่วนร่วมของชุมชน พบว่า พ่อค้าแม่ค้าที่มีระยะเวลาพำนัก และมีรายได้ที่แตกต่างกันจะมีระดับการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันในด้านการมีส่วนร่วมในการวางแผนและการมีส่วนร่วมในการดำเนินการแตกต่างกัน ส่วนด้านการมีส่วนร่วมในการรับทราบ/ศึกษาปัญหา การมีส่วนร่วมในการวางแผนการดำเนินการ และการมีส่วนร่วมในการติดตามและประเมินผลไม่แตกต่างกันผลการวิจัยทัศนคติของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อตลาดน้ำไทรน้อยในระดับกลาง โดยนักท่องเที่ยวมีทัศนคติด้านการเดินทางคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวกมากที่สุด อยู่ในระดับดี ทัศนคติด้านสถานที่ท่องเที่ยว ทัศนคติด้านกิจกรรมและสิ่งดึงดูดใจในการเดินทางและทัศนคติคุณภาพสินค้าและราคาอยู่ในระดับปานกลาง จากการทดสอบสมมติฐานการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่ต่างกัน มีทัศนคติทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยแตกต่างกัน ส่วนเพศที่ต่างกัน มีทัศนคติทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยไม่แตกต่างกัน

นิตยา งามยิ่งยง และ ละเอียด สีลน้อย (2560) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวก ในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว 2. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ 3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของชุมชน ในการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว 4. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของภาครัฐในการพัฒนาการท่องเที่ยว และ 5. เพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพจะใช้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 9 คนจากผู้มีบทบาทในชุมชนและเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีความรู้ และประสบการณ์การทำงานด้านการท่องเที่ยวในชุมชน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ผลการวิจัยสรุปได้ว่า 1. ชุมชนมีความคิดเห็นในการมีส่วนร่วมต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการประชุมประชาสมาคมเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการ

ปรึกษาหารือและผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว สร้างกฎกติกา ให้คนภายในพื้นที่ชายของ ประเมินผลจากการดำเนินกิจกรรมทุกครั้ง 2. ภาครัฐมีความคิดเห็นต่อการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน ด้วยการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สร้างจิตสำนึกสาธารณะกับคนในชุมชนและ นักท่องเที่ยว มีการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ด้วยการประชุมร่วมกันของภาครัฐและชุมชน ร่วมรักษาคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของทุกภาคส่วนให้ตระหนักรักษาคุณภาพของคลองดำเนิน สะดวกรักษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยการบริการอย่าง ยุติธรรม และมีการจัดการ ผลประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวร่วมกัน 3. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จะเน้นการพัฒนา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนตั้งแต่ร่วมวางแผน ร่วม ปฏิบัติการ ไปจนถึงร่วมประเมินผล และคำนึงถึงระเบียบและข้อกฎหมายจากภาครัฐทั้งในด้านการ วางแผน การจัดการ การอนุรักษ์และคงอัตลักษณ์รูปแบบวิถีชีวิตริมน้ำไว้ รวมถึงการรักษาความ พึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวไว้ได้และการกระจายรายได้ให้ทั่วถึงทุกภาคส่วนของชุมชน และได้รับการ สนับสนุนด้าน งบประมาณจากองค์กรบริหารในท้องถิ่น ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ด้าน การประชาสัมพันธ์ผ่าน สื่อ Social Media ต่าง ๆ

### 2.5.2 งานวิจัยต่างประเทศ

Mariutti, Giraldi, Moura and Crescitelli (2013) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว ของประเทศบราซิล: นักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกา พบว่า ประเทศบราซิลมีภาพลักษณ์ในเชิงบวก คือ มีธรรมชาติและสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ผู้คนเป็นมิตร ร่าเริงและมีอัธยาศัยไมตรีที่ดี มีชื่อเสียง ด้านฟุตบอล นักฟุตบอลมีชื่อเสียง เช่น โรนัลโด้ เปเล่ บุนด์เซ่น และซีโก้ เป็นต้น และมีภาพลักษณ์ ในเชิงลบ คือ ที่พักและโรงแรมไม่มีคุณภาพ การทำลายสิ่งแวดล้อม และความรุนแรงทางการเมือง

Prayag and Ryan (2012) ได้ศึกษาเรื่อง ความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว ต่อเกาะ มอริเชียส: บทบาทและอิทธิพลของภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สถานที่ไปเยือน การมีส่วนร่วม และ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยศึกษารูปแบบพื้นฐานทฤษฎีความสัมพันธ์ใน 4 สมมติฐาน คือ ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สถานที่ไปเยือน การมีส่วนร่วมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สํารวจ ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้าพักในโรงแรมบนเกาะมอริเชียสจำนวน 705 คน ผลการวิเคราะห์ห้วงค์ประกอบต่าง ๆ พบว่า ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สถานที่ไปเยือน และ การมี ส่วนร่วมมีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

Altinbasak and Yalçin (2010) ได้ศึกษาเรื่อง ภาพลักษณ์ของ พิพิธภัณฑ์และเมืองอิสตันบูล ประเทศตุรกี พบว่า นักท่องเที่ยวรับรู้ภาพลักษณ์ว่า อิสตันบูลเป็น เมืองประวัติศาสตร์ที่มีการผสมผสานของวัฒนธรรมแบบยุโรปและเอเชีย ซึ่งชอบในสถานที่ทาง ประวัติศาสตร์และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ์ พระราชวัง อนุสาวรีย์ เป็นต้น ข้อเสนอแนะ ภาครัฐและเอกชนควรมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศตุรกีและทั่วโลกเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของเมืองอิสตันบูล

Terán and Uscanga (2011) ได้ศึกษาเรื่อง Impact of services quality on customer satisfaction and repeat purchase attributes in hospitality industry หรือเรื่องผลกระทบของการบริการที่มีคุณภาพที่มีต่อ ความพึงพอใจของลูกค้า และการใช้บริการซ้ำในอุตสาหกรรมการโรงแรม อุตสาหกรรมการโรงแรม ทั่วโลกนั้นกำลังเผชิญปัญหาที่ยากในการบริหารการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ที่ถูกรควบคุมโดย พฤติกรรมการเปลี่ยนแบรนด์ของลูกค้าภายใต้สภาพแวดล้อมของการแข่งขัน โรงแรมที่มีคุณภาพพื้นฐานอยู่สองข้อคือการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนภายในอุตสาหกรรมนั้น คือ ราคาที่ต่ำ คุณภาพที่สูง และการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า งานวิจัยชิ้นนี้ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจของลูกค้า และพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของลูกค้าต่อการบริการ โรงแรมในประเทศเม็กซิโก ผู้วิจัยให้เหตุผลว่า ความจงรักภักดีของลูกค้า นั้น สามารถเกิดขึ้นได้จากการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าอย่างละเอียด วางแผนยุทธศาสตร์เพื่อตอบ โจทย์ความคาดหวังเหล่านั้นและ ประเมินการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อยุทธศาสตร์การแข่งขันเป็นระยะ

Jalilvand, Samiei, Dini and Manzari (2012) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการบอกต่อแบบปากอเล็กทรอนิกส์ (eWOM) ที่สอดคล้องกับ ภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และความตั้งใจที่จะเดินทางในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวในอิสตันบูลผ่านประเทศอิหร่าน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยโมเดล สมการ โครงสร้าง (SEM) ทดสอบที่มีการประมาณค่าความน่าจะเป็นสูงสุดที่ได้ดำเนินการใน การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรการวิจัย โดยใช้ 264 ตัวอย่าง ผลการศึกษาจากรูปแบบ โครงสร้างชี้ให้เห็นว่า 1) eWOM มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวและความตั้งใจเดินทาง ไปท่องเที่ยว 2) ภาพลักษณ์และทัศนคติของสถานที่ท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับ ความตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว 3) ภาพลักษณ์ส่งผลกระทบต่อทางบวกต่อการท่องเที่ยว และ 4) ลักษณะทางสังคมและประชากรมีอิทธิพลต่อการใช้อีWOM อยู่สองข้อคือการได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนภายในอุตสาหกรรมนั้น คือ ราคาที่ต่ำ คุณภาพที่สูง และการให้ความสำคัญแก่ลูกค้า งานวิจัยชิ้นนี้ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพึง

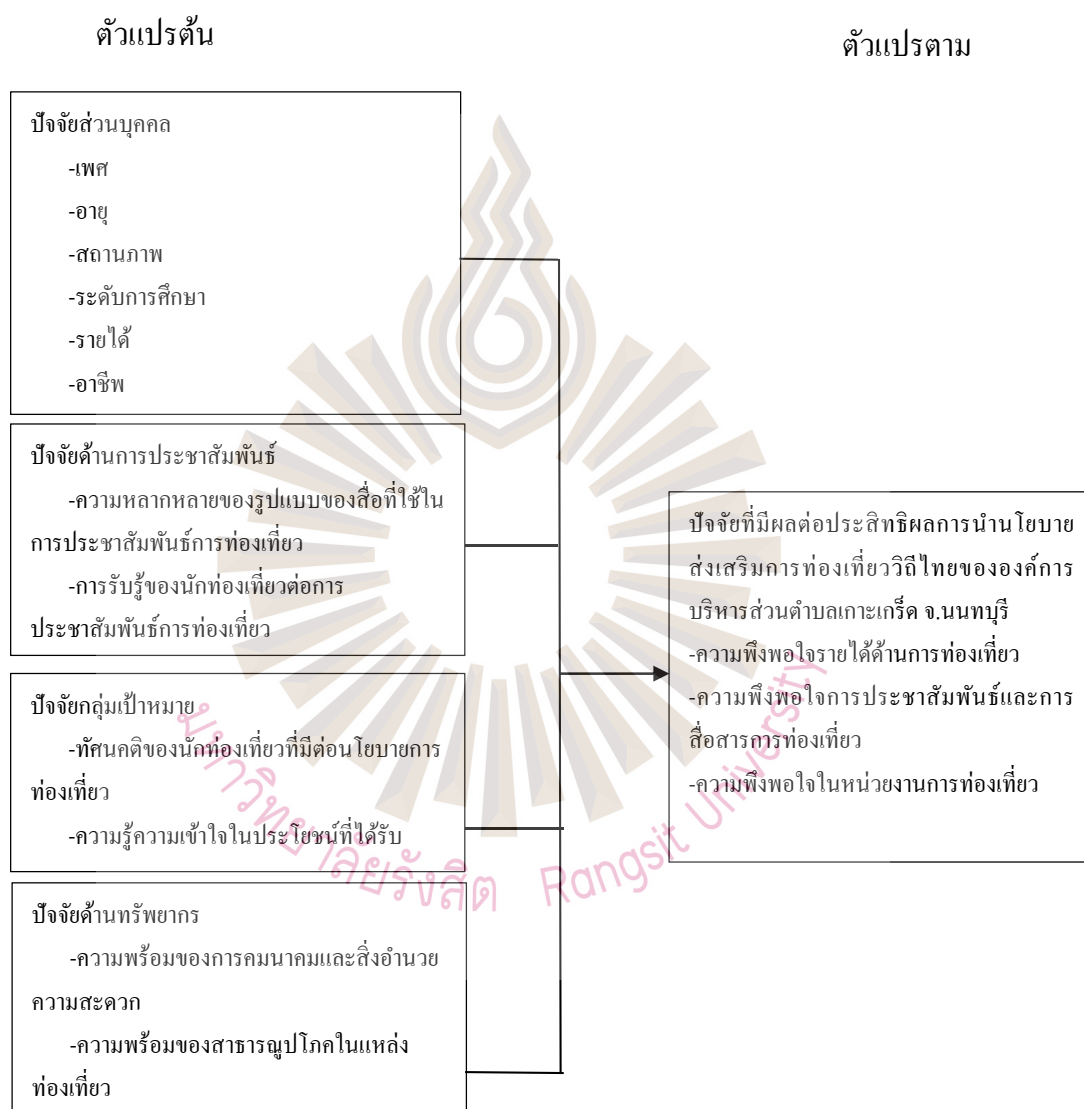


พอใจของลูกค้า และพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำของลูกค้าต่อการบริการ โรงแรมในประเทศเม็กซิโก ผู้วิจัยให้เหตุผลว่า ความจงรักภักดีของลูกค้านั้น สามารถเกิดขึ้นได้จากการเข้าใจความคาดหวังของลูกค้าอย่างละเอียด วางแผนยุทธศาสตร์เพื่อตอบ โจทย์ความคาดหวังเหล่านั้นและประเมินการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อยุทธศาสตร์การแข่งขันเป็นระยะ

Fujun, Mitch and Barry (2009) ได้ศึกษาเรื่อง คุณภาพ คุณค่า ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจก่อให้เกิดความภักดีในตราสินค้าที่บริษัท ไชนีสเทเลคอมได้อย่างไร (How quality, value, image and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom) โดยการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพบริการการรับรู้ด้านค่านิยม การรับรู้ด้านภาพลักษณ์ ความพึงพอใจของลูกค้าและความจงรักภักดีของผู้บริโภคในประเทศจีน โดยทำการเก็บข้อมูลจาก ลูกค้าของบริษัทที่ทำธุรกิจทางด้านโทรศัพท์มือถือในประเทศจีน จำนวน 118 คน ผลจากงานวิจัย พบว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลโดยตรงต่อการรับรู้ด้านค่านิยมและการรับรู้ด้านภาพลักษณ์ ซึ่ง การรับรู้ด้านค่านิยมและการรับรู้ด้านภาพลักษณ์มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ส่วนความรู้สึก ที่ลูกค้ามีต่อตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการรับรู้ด้านค่านิยม ซึ่งทั้งความพึงพอใจของลูกค้าและการรับรู้ ด้านค่านิยม ทั้งสองปัจจัยนี้มีความสำคัญต่อความจงรักภักดี ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ระหว่างคุณภาพ บริการ และความรู้สึกที่ลูกค้ามีต่อตราสินค้า มีผลกระทบในระดับปานกลางต่อความจงรักภักดี ของลูกค้า

## 2.6 กรอบแนวความคิด สมมติฐาน และคำอธิบายสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวความคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง นำมาเป็นกรอบแนวความคิดในการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี



รูปที่ 2.1 กรอบแนวคิด

### 2.6.1 สมมติฐานในการวิจัย

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

สมมติฐานที่ 1 : ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 : ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

สมมติฐานที่ 3 : ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายก่อนนโยบายการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

สมมติฐานที่ 4 : ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

สมมติฐานที่ 5 : ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านทัศนคติก่อนนโยบาย และ ปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว สามารถพยากรณ์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

### 2.6.2 คำอธิบายสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ต่างกัน

ความหมาย ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับ การศึกษา สถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ ที่มีความแตกต่างทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกัน

เหตุผลที่เป็นเช่นนั้น วรเดช จันทรศร (2551 อ้างถึงใน บพิช รัตนบุรี, 2552, น. 20) อธิบายว่ากระบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีเนื้อหาครอบคลุมไปถึง พฤติกรรมและการปฏิบัติปฏิสัมพันธ์ของบุคคล กลุ่มบุคคล สมรรถนะ รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกิดขึ้นและอาจมีผลกระทบต่อกระบวนการเป้าหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ นอกจากนี้งานวิจัยของ กัลยกร แสงผล (2559)

นักท่องเที่ยงที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่ต่างกัน มีทัศนคติทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยแตกต่างกัน ส่วนเพศที่ต่างกัน มีทัศนคติทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์มีการส่งเสริมการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ความหมาย ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์มีการส่งเสริมการนำนโยบายไปปฏิบัติ ซึ่งประกอบด้วยความชัดเจนของการสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์นั้น ยังมีความชัดเจนของการสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์มากเท่าใดก็ยิ่งทำให้ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี จังหวัดนนทบุรีเกิดขึ้นมากเท่านั้น

เหตุผลที่เป็นเช่นนั้น Van Meter & Van Horn (1975 อ้างถึงใน วชิรวรรค์ งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 4) ได้อธิบายไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ ปัจจัยการสื่อสารระหว่างองค์การและการบังคับใช้กฎหมาย (Inter-Organizational Communication and Enforcement Activities) การติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความรู้ความเข้าใจในความมุ่งหวังของนโยบายที่ตรงกันเพื่อให้การกำหนดแนวทางปฏิบัติมีความชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่วนการบังคับใช้กฎหมายในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จจะต้องมีกลไกและกระบวนการ เพื่อให้เจ้าหน้าที่ระดับรัฐบาลกลางและระดับท้องถิ่นปฏิบัติให้สอดคล้องกับมาตรฐานนโยบาย นอกจากนั้น วรเดช จันทรศร (2551 อ้างถึงใน บพิศ รัตนบุรี, 2552, น. 19) ได้บูรณาการตัวแบบการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ได้เสนอว่า ปัจจัยการสื่อสารมีความสำคัญต่อการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จ โดยองค์ประกอบของปัจจัยดังกล่าวที่ผู้วิจัยได้นำมาประยุกต์ใช้ ประกอบด้วย ความชัดเจนของการสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และ ความหลากหลายของช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ อีกทั้งงานวิจัยที่พบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญต่อผลสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ อภิวัฒน์ วัชรารักษ์ (2553) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรมศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้ช่องทางสาธารณะที่มี

อยู่ และเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ โดยจัดให้มีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาและความน่าสนใจในแต่ละจุดท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวในพื้นที่

สมมติฐานข้อที่ 3 ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายต่อนโยบายการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ความหมาย ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายต่อนโยบายไปปฏิบัติความเข้าใจในประโยชน์ที่ได้รับ และผลเสียที่อาจเกิดขึ้นยังปัจจัยด้านทัศนคติมีมากเท่าใดก็ยังมีปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีมากเท่านั้น

เหตุผลเป็นเช่นนั้น Van Meter & Van Horn (1975 อ้างถึงใน วชิรวรรณ งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 4) ได้กล่าวว่า การนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง การดำเนินการโดยบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในภาครัฐหรือเอกชน ซึ่งการดำเนินดังกล่าวมุ่งที่จะก่อให้เกิดความสำเร็จโดยตรงตามวัตถุประสงค์ของนโยบายที่ได้ตัดสินใจกระทำไว้ก่อนหน้านั้นแล้ว เช่นเดียวกับ อรรถพร เกิดจันทร์ (2557) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศป่าชายเลนคลองโคกน จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวป่าชายเลนคลองโคกน พบว่า ทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับดี โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน และการชมวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ประกอบกับได้มีการกำหนดแผนงาน จัดกิจกรรมที่ช่วยให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ดูแล รักษาแหล่งท่องเที่ยว และที่สำคัญมีการกระจายรายได้ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น โดยมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวด้วยสื่อต่างๆ

สมมติฐานข้อที่ 4 ปัจจัยด้านทรัพยากรทางการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ความหมาย ปัจจัยด้านทรัพยากรความเพียงพอของทรัพยากรทางการเงิน ความพร้อมด้านวัสดุ อุปกรณ์ เครื่องมือที่ใช้และสถานที่ ความเหมาะสมการจัดทรัพยากรทางการเงินกระจายทรัพยากรไปหน่วยงานต่างๆ ยังมีปัจจัยด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวมากเท่าใดก็ยังมีปัจจัยที่มีผลต่อ

ประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีมากเท่านั้น

เหตุผลเป็นเช่นนั้น วรเดช จันทรศร (2551 อ้างถึงใน บพิช รัตนบุรี, 2552, น. 21) ได้กล่าวว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง เป็นเรื่องของการศึกษาว่า องค์กรที่รับผิดชอบสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหาร ตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งหมดปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่เพียงใด รวมไปถึง เฉลิมศรี ฤทธากัย (2558) ศึกษาเรื่องการนำนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติในกลุ่มชาติพันธุ์บรู บ้านท่าลั้ง ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งหน่วยงานปฏิบัติในพื้นที่ ให้ความสำคัญและตอบสนองต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยให้สนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นให้ได้มาตรฐาน และสนับสนุนด้านสาธารณูปโภค โดยเพิ่มเติมเชื่อมโยง ระหว่างจังหวัดลงสู่พื้นที่ที่ทำให้การท่องเที่ยว มีการเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น เกิดจากกระจายรายได้ในท้องถิ่น ส่งผลเกิดการท่องเที่ยวยั่งยืนต่อไป



### บทที่ 3

#### วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการน่าน โยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยของ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี เป็นวิจัยเชิงปริมาณ(Quantitative research) ด้วยวิธี เชิงสำรวจ (Survey research) โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม(Quantitative) โดยกำหนดเครื่องมือ ในการเก็บข้อมูลในการศึกษาวิจัยดังต่อไปนี้

- 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น สถิติ ณ ปี 2561

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดขนาดตัวอย่างจากประชากร คือ นักท่องเที่ยวปี 2560 มีจำนวนทั้งสิ้น 585,160 คน เพื่อคำนวณหากลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดตัวอย่างของ Taro Yamane ภายใต้วความเชื่อมั่น 95 % (Yamane, 1967) ดังนี้

$$n = \frac{N}{1+Ne^2} \quad (3-1)$$

โดย  $n$  = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

$$\begin{aligned}
 N &= \text{ขนาดหรือจำนวนของประชากรในการศึกษา} \\
 e &= \text{ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ หรือระดับนัยสำคัญ 0.05} \\
 \text{แทนค่า } n &= 585,160 \\
 &= \frac{585,160}{1+(585,160 \times 0.05^2)} \\
 N &= 395
 \end{aligned}$$

กลุ่มตัวอย่างครั้งนี้ จำนวน 395 ตัวอย่าง และในการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้เก็บแบบสอบถามเพิ่มเป็น 400 ตัวอย่างเผื่อกรณีแบบสอบถามที่เก็บมาได้ไม่สมบูรณ์

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยให้ผู้ตอบเป็นผู้กรอกแบบสอบถาม (Self-administered Questionnaire) แบ่งทั้งหมดออกเป็น 4 ส่วนคือ ในส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด ส่วนที่ 4 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการปรับปรุงประสิทธิผล.ประสิทธิผลต่อนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม โดยได้ดำเนินการดังนี้

- 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีจากตำรา เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) ใช้ข้อมูลที่ศึกษามา รวบรวมและประมวลเป็นกรอบแนวความคิดและใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานเพื่อสร้างเครื่องมือ
- 3) ทำการสร้างเครื่องมือ โดยมีการตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหา ภาษา และวัตถุประสงค์การทำวิจัย เพื่อเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและทำการปรับปรุง
- 4) นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบแบบสอบถาม (Pre-test) กับประชากรกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ซึ่งกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ทดสอบเป็นพื้นที่ที่มีลักษณะเดียวกันกับพื้นที่ที่จะศึกษา จำนวน 395 ตัวอย่าง

ลักษณะของคำถามเป็นแบบสอบถามโดยใช้มาตรวัดทัศนคติตามวิธีของ “ลิเคิร์ท” โดยทำการให้คะแนนข้อคำถามออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้



เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เท่ากับ 5 คะแนน
เห็นด้วย	เท่ากับ 4 คะแนน
ไม่แน่ใจ	เท่ากับ 3 คะแนน
ไม่เห็นด้วย	เท่ากับ 2 คะแนน
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เท่ากับ 1 คะแนน

ในการหาค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งระดับประสิทธิผลออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้

$$(3-2) \quad \begin{aligned} & \text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด} \\ & \hline & \text{จำนวนอัตราก้าว} \\ & = \frac{5-1}{5} \\ & = 0.8 \end{aligned}$$

เกณฑ์การศึกษาระดับประสิทธิผลการ ที่กำหนดไว้ ดังนี้ แก่เป็นของตัวเอง  
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 4.21 ขึ้นไป หมายถึงประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวที่สุด  
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 3.41 – 4.20 หมายถึงประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวสูง  
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 2.61 – 3.40 หมายถึงประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวปานกลาง  
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.81 – 2.60 หมายถึงประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวต่ำ  
คะแนนเฉลี่ยตั้งแต่ 1.80 ลงมา หมายถึงประสิทธิผลการจัดการท่องเที่ยวต่ำที่สุด

### 3.3 การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการตรวจสอบเครื่องมือผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

3.3.1 ตรวจสอบโดยการนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จ นำส่งอาจารย์ที่ปรึกษาพิจารณา ตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อให้เกิดความเข้าใจแก่ผู้ตอบแบบสอบถาม และเหมาะสม ซึ่งให้ตรงกับวัตถุประสงค์ที่ต้องการทำวิจัยในครั้งนี้

3.3.2 การตรวจสอบความตรง IOC ขั้นตอนการตรวจสอบมีดังนี้คือ

3.3.2.1 ผู้เชี่ยวชาญเทียบเคียงผลการสร้างคำถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นกับกรอบแนวคิด ซึ่งรายชื่อผู้เชี่ยวชาญในการประเมินเครื่องมือแบบสอบถามประกอบด้วย

- 1) รศ.ดร.วัลลภ รัฐฉัตรานนท์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์
- 2) ผศ.ดร.วรวลัยช์ โรจนพล มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช
- 3) นาย ชนุตร์ นาคทรานนท์ มหาวิทยาลัยรังสิต

3.3.2.2 ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาข้อคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ในการวัด โดยให้คะแนน ดังนี้

- +1 หมายความว่า แน่ใจ ว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 0 หมายความว่า ไม่แน่ใจ ว่าคำถามสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด
- 1 หมายความว่า แน่ใจ ว่าคำถามไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการวัด

3.3.3 นำคะแนนที่ได้จากผู้เชี่ยวชาญ หาค่า IOC รายข้อจากสูตร

$$IOC = \frac{\sum R}{N} \quad (3-3)$$

เมื่อ IOC = ค่าดัชนีความสอดคล้อง

R = คะแนนความเห็นของผู้เชี่ยวชาญของแต่ละท่าน

N = จำนวนผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

การตัดสินใจค่าดัชนีความสอดคล้องตามเกณฑ์ต่อไปนี้ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์, 2544, น.240 ; อุทุมพร จามรมาน, 2541, น. 67)

1) ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าตั้งแต่ 0.50 ถึง 1.00 แสดงว่าข้อคำถามนั้นเป็นตัวแทนของวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด สามารถนำไปทดสอบของการนำไปใช้งานได้

2) ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าน้อยกว่า 0.50 แสดงว่าข้อคำถามไม่เป็นตัวแทนของวัตถุประสงค์ที่ต้องการวัด ต้องทำการปรับปรุง หรือ ตัดข้อคำถามนี้ทิ้ง

3) ข้อคำถามที่มีค่าดัชนีวัดความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.71-1.00 ถือว่าผ่านเกณฑ์การทดสอบ

จากการตรวจค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ของคำถามแล้ว ได้นำมาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยปรับปรุงเนื้อหาคำถามแต่ละข้อให้มีความเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยต่อไป

### 3.4 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ผู้ศึกษาได้สำรวจจำนวนประชากร หน่วยงานในพื้นที่เขตรับผิดชอบ
- 2) ผู้ศึกษานำแบบสอบถามส่งให้ตรงกับกลุ่มตัวอย่าง ตามจำนวนที่กำหนดไว้ และขอความร่วมมือกับกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม รวบรวมแบบสอบถาม พร้อมตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน เพื่อเตรียมการวิเคราะห์ข้อมูล

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสาร ผู้ศึกษาได้นำมาประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

- 1) การคัดเลือกแบบสอบถาม โดยอาศัยหลักเกณฑ์ในการคัดเลือก จากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 395 ชุด
- 2) ประมวลผลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อทราบลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- 3) นำผลจากโปรแกรมวิเคราะห์ สรุปและนำเสนอในรูปแบบของตาราง ประกอบคำบรรยาย

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

- 1) สถิติพื้นฐาน หรือสถิติวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Statistical Analysis) โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในตาราง เพื่ออธิบายข้อมูลตามสมมติฐาน

#### 1.1 ค่าร้อยละ(Percentage) โดยใช้สูตร

$$P = \frac{f}{n} \times 100 \quad (3-4)$$

เมื่อ P = ร้อยละหรือ % (Percentage)

F = ค่าความถี่ที่ต้องการเปลี่ยนแปลงให้เป็นร้อยละ

$n$  = จำนวนความถี่ทั้งหมดหรือจำนวนประชากร

1.2 ค่าเฉลี่ย (Mean) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, น.40)

$$\frac{\sum x}{X} = n$$

(3-5)

เมื่อ  $X$  แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum x$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

$n$  แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, น.40)

$$S = \sqrt{\frac{N \sum x^2 - (\sum x)^2}{n(n-1)}} \quad (3-6)$$

เมื่อ  $S$  แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน

$\sum x^2$  แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum x)^2$  แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$n$  แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2) การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach, 1990)

3) สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

ใช้สถิติอนุมาน (Inference Statistics) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติทดสอบตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ทดสอบสมมติฐาน หากความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีต่อประสิทธิผลการส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดนนทบุรี โดยใช้วิธีการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) และ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยวิธี Stepwise

4) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุจะต้องทดสอบความเหมาะสมของข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์นี้ โดยจะมีการทดสอบเงื่อนไข 5 ข้อต่อไปนี้

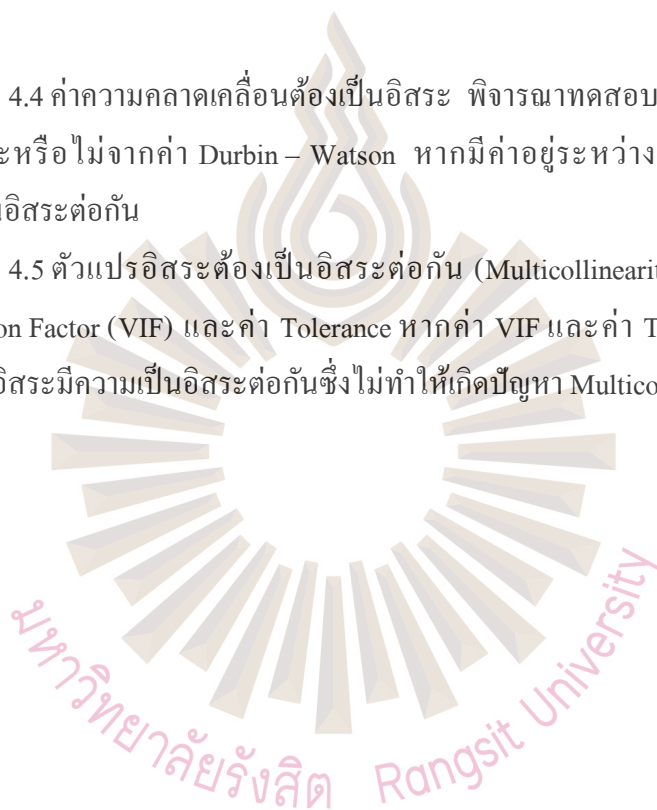
4.1 การทดสอบความเหมาะสมของสมการถดถอยเชิงเส้น ทำการทดสอบค่า F-test ซึ่งพิจารณาจากมีความสัมพันธ์กันในรูปแบบเชิงเส้น ตาราง ANOVA ถ้าค่า Sig น้อยกว่า 0.05 แสดงว่าตัวแปรอิสระและตัวแปรตามที่ทำการศึกษา

4.2 ค่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแทนที่มีการแจกแจงปกติ ทำการทดสอบด้วยวิธี Kolomogorov – Smirnov Test ถ้าระดับนัยสำคัญมีมากกว่า 0.05 แสดงว่าความคลาดเคลื่อนเป็นตัวแทนที่มีการแจกแจงปกติ

4.3 ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่ พิจารณาจากแผนภาพ Scatter Plot หรือพิจารณาจากการกระจายระหว่างค่าความคลาดเคลื่อนนั่นเอง หากค่าความคลาดเคลื่อนมีการกระจายค่ารอบๆ ศูนย์ หรือค่าความคลาดเคลื่อนมีค่าในช่วงแคบๆ ไม่ว่าตัวแปรต้นหรือตัวแปรจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร แสดงว่า ค่าความแปรปรวนของความคลาดเคลื่อนเป็นค่าคงที่

4.4 ค่าความคลาดเคลื่อนต้องเป็นอิสระ พิจารณาทดสอบค่าความคลาดเคลื่อนแต่ละตัวเป็นอิสระหรือไม่จากค่า Durbin – Watson หากมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 แสดงว่า ค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน

4.5 ตัวแปรอิสระต้องเป็นอิสระต่อกัน (Multicollinearity) พิจารณาทดสอบค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance หากค่า VIF และค่า Tolerance มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระมีความเป็นอิสระต่อกันซึ่งไม่ทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity



## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ” ครั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี และเพื่อศึกษาระดับของประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านประชาสัมพันธน์ ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยด้านทรัพยากร โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 395 ชุด ซึ่งผู้วิจัยสามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ตามลำดับหัวข้อดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ตอนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ใช้สัญลักษณ์ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

n	คือ	จำนวนตัวอย่าง
$\bar{x}$	คือ	ค่าเฉลี่ย (Mean)
SD	คือ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)
*	คือ	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
Sig.	คือ	ค่าสถิติแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส ระดับการศึกษา รายได้ของครอบครัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเอง แหล่งรายได้ตนเอง และอาชีพ ซึ่งนำเสนอวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้จำนวน และร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 4.1 ถึงตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	169	42.8
หญิง	226	57.2
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.1 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	16	4.1
20-29 ปี	112	28.4
30-39 ปี	133	33.7
40-49 ปี	78	19.7
50 ปีขึ้นไป	56	14.2
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.1</b>

จากตารางที่ 4.2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 20-29 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.4 อายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 อายุ 50 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 14.2 และ อายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามสถานภาพสมรส

สถานภาพสมรส	จำนวน	ร้อยละ
โสด	200	50.6
อยู่ร้าง	16	4.1
สมรส	171	43.3
แยกกันอยู่	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีสถานภาพ โสด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 รองลงมา มีสถานภาพ สมรส จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 43.3 อยู่ร้าง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และแยกกันอยู่ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยม	4	1.0
มัธยม	16	4.1
ปริญญาตรี	276	69.9
สูงกว่าปริญญาตรี	87	22.0
ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา	12	3.0
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.9 รองลงมาคือ สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 มัธยมจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 ประกาศนียบัตร/อนุปริญญา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และต่ำกว่ามัธยม จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ



ตารางที่ 4.5 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ครอบครัว

รายได้ครอบครัว	จำนวน	ร้อยละ
กำไรจากการประกอบธุรกิจ	156	39.5
เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน	148	37.5
เงินโบนัส	12	3.0
เงินประกันชีวิต	4	1.0
อื่นๆ	75	19.0
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>
<b>รวม</b>	<b>รวม</b>	<b>395</b>

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวจากกำไรจากการประกอบธุรกิจ จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 รองลงมาคือเงินเดือนของสมาชิกในบ้าน จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 บาท รายได้ครอบครัวอื่นๆ จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 เงินโบนัส จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และเงินประกันชีวิต จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามรายได้ตนเอง

รายได้ตนเอง	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10000 บาท	80	20.3
10001-20000 บาท	72	18.2
20001-30000 บาท	146	37.0
30001-40000 บาท	43	10.9
40001-50000 บาท	34	8.6
50001 บาทขึ้นไป	20	5.1
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.1</b>

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 20001-30000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า 10000 บาท จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 รายได้ระหว่าง 10001-20000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 รายได้ระหว่าง 30001-40000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 รายได้ระหว่าง 40001-50000 บาท จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 และรายได้ระหว่าง 50001 ขึ้นไป จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.1

ตารางที่ 4.7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามแหล่งรายได้ตนเอง

แหล่งรายได้ตนเอง	จำนวน	ร้อยละ
บุตรส่งเสีย	27	6.8
เบี้ยยังชีพคนชรา	12	3.0
เงินบำนาญ	4	1.0
เงินบำเหน็จ	27	6.8
เงินประกันชีวิต	32	8.1
เงินเดือน	293	74.2
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>99.9</b>

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีแหล่งรายได้ตนเองจากเงินเดือน จำนวน 293 คน คิดเป็นร้อยละ 74.2 รองลงมาเงินประกันชีวิต จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.1 บุตรส่งเสียและเงินบำเหน็จ จำนวนเท่ากันที่ 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.8 เบี้ยยังชีพคนชรา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 และเงินบำนาญ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	80	20.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	78	19.7
ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	181	45.8
พนักงานบริษัทเอกชน	36	9.1
ไม่ได้ประกอบอาชีพ	4	1.0
อื่นๆ	16	16
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>111.9</b>

จากตารางที่ 4.8 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8 รองลงมาคืออาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.7 พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1 อาชีพอื่นๆ 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.1 และไม่ได้ประกอบอาชีพ 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

ตารางที่ 4.9 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมาเยือน

ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดบ่อยเพียงใด	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ครั้ง	141	35.7
3-4 ครั้ง	137	34.7
5-6 ครั้ง	54	13.7
มากกว่า 6 ครั้ง	63	15.9
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.9 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยมาท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 35.7 รองลงมาคือเคยมาท่องเที่ยว 3-4 ครั้ง จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 เคยมาท่องเที่ยวมากกว่า 6 ครั้ง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 15.9 และเคยมาท่องเที่ยว 5-6 ครั้ง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมาเยือน

ท่านใช้จ่ายครั้งละเท่าไร	จำนวน	ร้อยละ
ไม่เกิน 1000 บาท	224	56.7
1001-1500 บาท	64	16.2
1501-2000 บาท	81	20.5
2000 บาทขึ้นไป	26	6.6
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.10 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่เกิน 1000 บาท จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 56.7 รองลงมาคือ 1501-2000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1001-1500 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 และใช้จ่าย 2000 บาทขึ้นไป จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.6 คน ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมาเยือน

ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดด้วยวิธีใด	จำนวน	ร้อยละ
รถยนต์ส่วนตัว	214	54.2
รถจักรยานยนต์	28	7.1
เรือโดยสาร	72	18.2
รถประจำทาง	77	19.5
อื่นๆ	4	1.0
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>100.0</b>

จากตารางที่ 4.11 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาคือเดินทางด้วยรถประจำทาง จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 เดินทางด้วยเรือโดยสาร จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.2 เดินทางด้วยรถจักรยานยนต์ จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และเดินทางด้วยยานพาหนะอื่นๆ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.12 จำนวนและร้อยละ ของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามพฤติกรรมการมาเยือน

กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดที่ท่านสนใจเป็นพิเศษ	จำนวน	ร้อยละ
ปั่นจักรยานรอบเกาะ	52	13.2
เดินชื้อของกินของใช้	205	51.9
นั่งเรือรอบเกาะ	12	3.0
ทำบุญไหว้พระ	118	29.0
อื่นๆ	8	2.0
<b>รวม</b>	<b>395</b>	<b>99.1</b>

จากตารางที่ 4.12 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่สนใจเดินชื้อของกินของใช้มากที่สุด จำนวน 205 คน คิดเป็นร้อยละ 51.9 รองลงมาคือทำบุญไหว้พระ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 ปั่นจักรยานรอบเกาะ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.2 นั่งเรือรอบเกาะ จำนวน 12 คิดเป็นร้อยละ 3.0 และกิจกรรมพิเศษอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ในงานวิจัยนี้ แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยด้านทรัพยากร ซึ่งแบบสอบถามมีลักษณะเป็นอันตรภาคชั้น 5 ระดับ โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานดังแสดงในตารางที่ 4.7 ถึงตารางที่ 4.10 ซึ่งกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21-5.00	กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41-4.20	กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61-3.40	กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81-2.60	กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.80	กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

n = 395				
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
1.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี อย่างชัดเจนสม่ำเสมอ	3.90	.782	มาก	1
2.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ที่น่าดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว	3.60	.879	มาก	6
3.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการสื่อสารให้ข้อมูลตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ดได้อย่างชัดเจน	3.77	.908	มาก	3
4.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการแสดงแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ชัดเจน มีการจัดแผนผัง แผนที่การให้ข้อมูล เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว	3.80	.867	มาก	2

ตารางที่ 4.13 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ (ต่อ)

n = 395				
ปัจจัยด้านประชาสัมพันธ์	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
5.มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบสื่อสารสาธารณะและสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย	3.71	.875	มาก	5
6.มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งกับชาวไทยและชาวต่างชาติ	3.76	.862	มาก	4
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>.670</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปีอย่างชัดเจนสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.90 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .782) รองลงมาคือ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการแสดงแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ชัดเจน มีการจัดแผนผัง แผนที่การให้ข้อมูล เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว มีเฉลี่ยเท่ากับ 3.80 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .867) องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการสื่อสารให้ข้อมูลตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ดได้อย่างชัดเจน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .908) มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งกับชาวไทยและชาวต่างชาติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .862) และมีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบสื่อสารสาธารณะและสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .875) โดยในแต่ละรายข้อมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง .78-.90 ซึ่งเป็นค่าในระดับปกติ

ตารางที่ 4.14 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย

n = 395				
ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
1. ท่านเห็นว่าบุคคลด้านการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีบทบาทสำคัญด้านการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด	3.92	.843	มาก	3
2. ท่านเห็นว่านโยบายด้านการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมีส่วนสำคัญในการพัฒนาอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น	3.86	.912	มาก	5
3. ท่านเห็นว่านโยบายการท่องเที่ยวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวไทยต่อชาวต่างชาติ	3.90	1.00	มาก	4
4. ท่านได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดอย่างละเอียด	3.83	.812	มาก	6
5. ท่านทราบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะเกร็ด โดยรู้ถึงพฤติกรรมที่พึงและงดปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว	3.97	.810	มาก	1
6. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี	3.96	.774	มาก	2
<b>รวม</b>	<b>3.91</b>	<b>.650</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ท่านทราบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะเกร็ด โดยรู้ถึงพฤติกรรมที่พึงและงดปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว เช่นกรณีโบราณสถานเก่าแก่ทรุดโทรม อาจทำให้ทรุดได้หรือเสียหาย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.97 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .810) รองลงมาคือ ท่านมีความรู้

เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .774) ท่านเห็นว่าบุคคลด้านการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีบทบาทสำคัญด้านการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.92 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .843) ท่านเห็นว่านโยบายการท่องเที่ยวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวไทยต่อชาวต่างชาติ มีค่าเท่ากับ 3.90 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.00) ท่านเห็นว่านโยบายด้านการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมีส่วนสำคัญในการพัฒนาอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.86 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .912) และท่านได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดอย่างละเอียด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .812) โดยในแต่ละรายช้อมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง .77-1.0 ซึ่งเป็นค่าในระดับปกติ

ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเห็นเกี่ยวกับมีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านทรัพยากร

n = 395				
ปัจจัยด้านทรัพยากร	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
1.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขมาตรฐานได้ครบถ้วนเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ-สุขาสะอาดเพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	3.65	.726	มาก	4
2.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง เช่น ที่จอดรถโดยสารสาธารณะ	3.57	.870	มาก	5
3.ท่านคิดว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด มีการจัดบุคลากรการท่องเที่ยว	3.54	.909	มาก	6
4.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านข้อมูลความรู้เชิงประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว	3.91	.690	มาก	2



ตารางที่ 4.15 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเห็นเกี่ยวกับมีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านทรัพยากร (ต่อ)

n = 395

ปัจจัยด้านทรัพยากร	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
5.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น อาทิ OTOP เครื่องปั้นดินเผา	3.95	.777	มาก	1
6.องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมีการดูแลเกี่ยวกับ ผู้ประกอบการด้านที่พักและการบริการด้านที่พักได้น่าประทับใจ	3.88	.835	มาก	3
รวม	3.75	.594	มาก	

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับมีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านปัจจัยด้านทรัพยากรในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.75 และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น อาทิ OTOP เครื่องปั้นดินเผา มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.95 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .777) รองลงมาคือ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านข้อมูลความรู้เชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.91 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .690) องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมีการดูแลเกี่ยวกับ ผู้ประกอบการด้านที่พักและการบริการด้านที่พักได้น่าประทับใจ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.88 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .835) แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขมูลฐานได้ครบถ้วนเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ-สุขาสะอาด เพียงพอด่อนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .726) แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง เช่น ที่จอดรถ โดยสาธารณะ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.57 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .870) และท่านคิดว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด มีการจัดบุคลากรการท่องเที่ยว เช่น ยู่ะมักคุเทศน์ ไกด์ เหมาะสม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.54 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .909) โดยในแต่ละรายข้อมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง .69-.90 ซึ่งเป็นค่าในระดับปกติ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ผลการศึกษาปรากฏดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านประสิทธิผล

ประสิทธิผล	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
1.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความหลากหลายกิจกรรมในพื้นที่	3.82	.735	มาก	3
2.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความสนุกสนานและบันเทิง	3.59	.922	มาก	8
3.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ กิจกรรมการขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึกเพียงพอและสวยงามและสะอาด	3.81	.875	มาก	4
4.สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี มีความสวยงามและสะดวกสบาย เหมาะสมความต้องการและคาดหวังของท่าน	3.74	.795	มาก	5

ตารางที่ 4.16 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านประสิทธิผล (ต่อ)

n = 395				
ประสิทธิผล	$\bar{x}$	SD	ระดับ	อันดับ
5.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านได้รับ	3.92	.684	มาก	1
6.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจริงในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับที่ท่านและครอบครัววางแผนไว้	3.66	.863	มาก	7
7.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องการเดินทางให้เช่าจักรยานชมรอบเกาะเกร็ด และเรือข้ามฝั่งเหมาะสมคุ้มค่า	3.84	.778	มาก	2
8.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องสถานที่และของที่ระลึกเหมาะสมคุ้มค่า	3.73	.980	มาก	6
<b>รวม</b>	<b>3.76</b>	<b>.614</b>	<b>มาก</b>	

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ด้านประสิทธิผล อยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.76 และเมื่อพิจารณาเป็นปัจจัย พบว่า ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านได้รับ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเท่ากับ 3.92 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ .684) รองลงมาคือ ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องการเดินทางให้เช่าจักรยานชมรอบเกาะเกร็ด และเรือข้ามฝั่งเหมาะสมคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .778) กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความหลากหลายกิจกรรมในพื้นที่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.82 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .735) กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ กิจกรรมการขายอาหารและ

เครื่องคั้ม ร้านค้าของที่ระลึกเพียงพอและสวยงามและสะอาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.81 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .875) สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี มีความสวยงามและสะดวกสบาย เหมาะสมความต้องการและคาดหวังของท่าน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.74 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .795) ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องสถานที่และของที่ระลึกเหมาะสมคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.73 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .980) ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจริงในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับที่ท่านและครอบครัววางแผนไว้ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .863) และกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความสนุกสนานและบันเทิง มีค่าเท่ากับ 3.59 (ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ .922) โดยในแต่ละรายช้อมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระหว่าง .68-.98 ซึ่งเป็นค่าในระดับปกติ

#### ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ผลการศึกษาปรากฏตาม 4.1 – 4.3

4.1) การทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์และประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ในการทดสอบความแตกต่างระหว่างปัจจัยประชากรศาสตร์จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ครอบครัว รายได้ตนเอง แหล่งรายได้ตนเอง และอาชีพ ที่มีต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ผลการทดสอบ ปรากฏดังตารางที่ 4.12- 4.17

ตารางที่ 4.17 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านเพศ

เพศ	N	$\bar{x}$	SD	T	Df	Sig.
ชาย	169	3.77	.490	.305	.393	.761
หญิง	226	3.76	.694			

จากตารางที่ 4.17 พบว่า เพศแตกต่างกัน มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีไม่แตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ตารางที่ 4.18 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ

ANOVA	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	9.104	4	2.276	6.345	.000
ภายในกลุ่ม	139.899	390	.359		
รวม		394			

จากตารางที่ 4.18 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ

ตัวแปรตาม	(I)อายุ	(J)อายุ	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	ต่ำกว่า 20ปี	20-29	.254	.640
		30-39	.361	.269
		40-49	-.016	1.00
		50ปีขึ้นไป	.066	.997

ตารางที่ 4.18 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ (ต่อ)

ตัวแปรตาม	(I)อายุ	(J)อายุ	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	20-29 ปี	ต่ำกว่า20ปี	-.254	.640
		30-39	.107	.746
		40-49	-.271	.053
		50ปีขึ้นไป	-.187	.455
	30-39 ปี	ต่ำกว่า20ปี	-.361	.269
		20-29	-.107	.746
		40-49	-.378	.001*
		50ปีขึ้นไป	-.294	.051
	40-49 ปี	ต่ำกว่า20ปี	.016	1.00
		20-29	.271	.053
		30-39	.378	.001*
		50ปีขึ้นไป	.083	.959
	50 ปีขึ้นไป	ต่ำกว่า20ปี	-.066	.997
		20-29	.187	.455
		30-39	.294	.051
		40-49	-.083	.959

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอายุ ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุระหว่าง 30-39 ปีและ40-49 ปี มีระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=0.01 และ 0.01 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.20 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านสถานภาพสมรส

ANOVA	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4.604	3	1.535	4.155	.006
ภายในกลุ่ม	144.399	391	.369		
รวม	149.003	394			

จากตารางที่ 4.20 พบว่า สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.20

ตารางที่ 4.21 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์สถานภาพสมรส

ตัวแปรตาม	(I)สถานภาพ	(J)สถานภาพ	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	โสด	อย่าร้าง	-.152	.817
		สมรส	.197	.022*
		แยกกันอยู่	-.027	.999
	อย่าร้าง	โสด	.152	.817
		สมรส	.350	.184
		แยกกันอยู่	.125	.973
	สมรส	โสด	-.197	.022*
		อย่าร้าง	-.350	.184
		แยกกันอยู่	-.225	.789
	แยกกันอยู่	โสด	.027	.999
		อย่าร้าง	-.125	.973
		สมรส	.225	.789

จากตารางที่ 4.21 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านสถานภาพสมรส ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพ โสด และสมรส มีระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยของ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 (Sig.=.022)

ตารางที่ 4.22 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา

ANOVA	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	13.730	4	3.433	9.896	0.00
ภายในกลุ่ม	135.273	390	.347		
รวม	149.003	394			

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันที่ระดับ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ระดับ การศึกษา

ตัวแปรตาม	(I)ระดับ การศึกษา	(J)ระดับ การศึกษา	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริม การท่องเที่ยวไทยขององค์การ บริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ. นนทบุรี	ต่ำกว่ามัธยม	มัธยม	-1.18	.012*
		ปริญญาตรี	-.563	.462
		สูงกว่าปริญญา ตรี	-.869	.082
		อนุปริญญา	-.333	.915



ตารางที่ 4.23 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ระดับการศึกษา (ต่อ)

ตัวแปรตาม	(I)ระดับการศึกษา	(J)ระดับการศึกษา	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	มัธยม	ต่ำกว่ามัธยม	1.18	.012*
		ปริญญาตรี	.623	.002*
		สูงกว่าปริญญาตรี	.318	.415
		อนุปริญญา	.854	.007*
	ปริญญาตรี	ต่ำกว่ามัธยม	.563	.462
		มัธยม	-.623	.002*
		สูงกว่าปริญญาตรี	-.305	.002*
		อนุปริญญา	.230	.779
	สูงกว่าปริญญาตรี	ต่ำกว่ามัธยม	.869	.082
		มัธยม	-.318	.415
		ปริญญาตรี	.305	.002*
		อนุปริญญา	.535	.070
	ประกาศนียบัตร/อนุปริญญาตรี	ต่ำกว่ามัธยม	.333	.915
		มัธยม	-.854	.007*
		ปริญญาตรี	-.230	.779
		สูงกว่าปริญญาตรี	-.535	.070

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.23 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา ต่ำกว่ามัธยม มัธยม ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี และประกาศนียบัตร/อนุปริญญา มีระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะ

เกรด จ.นนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=.002 .007 และ .012 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.24 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ครอบครัว

ANOVA	SS	df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	13.270	4	3.318	9.532	.000
ภายในกลุ่ม	135.733	390	.348		
รวม	149.003	394			

จากตารางที่ 4.24 พบว่า รายได้ครอบครัวที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ครอบครัว

ตัวแปรตาม	(I)รายได้ครอบครัว	(J)รายได้ครอบครัว	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	กำไรจากการประกอบธุรกิจ	เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน	-.406	.000*
		เงินโบนัส	-.257	.714
		เงินประกันชีวิต	.201	.978
		อื่นๆ	-.180	.316
เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน	กำไรจากการประกอบธุรกิจ	เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน	.406	.000*
		เงินโบนัส	.149	.949
		เงินประกัน	.608	.389
		อื่นๆ	.226	.122

ตารางที่ 4.25 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ครอบครัว(ต่อ)

ตัวแปรตาม	(I)รายได้ครอบครัว	(J)รายได้ครอบครัว	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	เงินโบนัส	กำไรจากการประกอบธุรกิจ	.257	.714
		เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน	-.149	.949
		เงินประกันชีวิต	.458	.770
		อื่นๆ	.076	.996
	เงินประกันชีวิต	กำไรจากการประกอบธุรกิจ	-.201	.978
		เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน	-.608	.389
		เงินโบนัส	-.458	.770
		อื่นๆ	-.381	.811
	อื่นๆ	กำไรจากการประกอบธุรกิจ	.180	.316
เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน		-.226	.122	
เงินโบนัส		-.076	.996	
เงินประกันชีวิต		.381	.811	

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.25 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านระดับการศึกษา ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ครอบครัว กำไรจากการประกอบธุรกิจ และเงินเดือนของสมาชิกในบ้าน มีระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=.000)

ตารางที่ 4.26 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ตนเอง

ANOVA	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	12.153	5	2.431	6.909	.000
ภายในกลุ่ม	136.849	389	.352		
รวม	149.003	394			

จากตารางที่ 4.26 พบว่า รายได้ตนเองที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.27

ตารางที่ 4.27 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ตนเอง

ตัวแปรตาม	(I)รายได้ตนเอง	(J)รายได้ตนเอง	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	ต่ำกว่า 10000 บาท	10001-20000	-.468	.000*
		20001-30000	-.236	.149
		30001-40000	.064	.997
		40001-50000	-.173	.843
		50001 บาทขึ้นไป	-.012	1.00
		10001-20000 บาท	ต่ำกว่า 10000 บาท	.468
	10001-20000 บาท	20001-30000	.231	.197
		30001-40000	.532	.001*
		40001-50000	.294	.339
		50001 บาทขึ้นไป	.455	.103

ตารางที่ 4.27 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน รายได้ตนเอง (ต่อ)

ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี		ต่ำกว่า 10000 บาท	.236	.149
		10001-20000	-.231	.197
		30001-40000	.300	.133
		40001-50000	.062	.997
		50001 บาทขึ้นไป	.223	.776
	30001- 40000 บาท	ต่ำกว่า 10000 บาท	-.064	.997
		10001-20000	-.532	.001*
		20001-30000	-.300	.133
		40001-50000	-.237	.692
		50001 บาทขึ้นไป	-.076	.999
	40001-50000 บาท	ต่ำกว่า 10000 บาท	.173	.843
		10001-20000	-.294	.339
		20001-30000	-.062	.997
		30001-40000	.237	.692
		50001 บาทขึ้นไป	.161	.968
	50001 บาทขึ้นไป	ต่ำกว่า 10000 บาท	.012	1.00
		10001-20000	-.455	.103
		20001-30000	-.223	.776
		30001-40000	.076	.999
		40001-50000	-.161	.968

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.27 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านรายได้ตนเอง ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ตนเองต่ำกว่า 10,000 บาท กับ 10,001-20,000 บาท และ 10,000-20,000 กับ 30,001-40,000 บาท มีระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=.000 และ .001 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.28 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านแหล่งรายได้ตนเอง

ANOVA	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	9.875	5	1.975	5.522	.000
ภายในกลุ่ม	139.128	389	.358		
รวม	149.003	394			

จากตารางที่ 4.28 พบว่า แหล่งรายได้ตนเองที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ Scheffe ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.29

ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านแหล่งรายได้ตนเอง

ตัวแปรตาม	(I)แหล่งรายได้ตนเอง	(J)แหล่งรายได้ตนเอง	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	บุตรส่งเสีย	เบี้ยยังชีพคนชรา	-.226	.945
		เงินบำนาญ	-.060	1.00
		เงินบำเหน็จ	-.111	.993
		เงินประกันชีวิต	-.732	.001*
		เงินเดือน	-.343	.152

ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน  
แหล่งรายได้ตนเอง (ต่อ)

ตัวแปรตาม	(I)แหล่งรายได้ ตนเอง	(J)แหล่งรายได้ ตนเอง	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทย ขององค์การบริหารส่วน ตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	เบี้ยยังชีพ คนชรา	บุตรส่งเสีย	.226	.945
		เงินบำนาญ	-.166	.999
		เงินบำเหน็จ	.115	.997
		เงินประกันชีวิต	-.505	.287
		เงินเดือน	-.116	.994
		บุตรส่งเสีย	.226	.945
	เงินบำนาญ	บุตรส่งเสีย	.060	1.00
		เบี้ยยังชีพคนชรา	-.166	.999
		เงินบำเหน็จ	-.050	1.00
		เงินประกันชีวิต	-.671	.483
		เงินเดือน	-.282	.971
		บุตรส่งเสีย	.060	1.00
	เงินบำเหน็จ	บุตรส่งเสีย	.111	.993
		เบี้ยยังชีพคนชรา	-.115	.997
		เงินบำนาญ	.050	1.00
		เงินประกันชีวิต	-.620	.008*
		เงินเดือน	-.231	.591
	เงินประกัน ชีวิต	บุตรส่งเสีย	.732	.001*
		เบี้ยยังชีพคนชรา	.505	.287
		เงินบำนาญ	.671	.483
เงินบำเหน็จ		.620	.008*	
เงินเดือน		.389	.034*	

ตารางที่ 4.29 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน  
แหล่งรายได้ตนเอง (ต่อ)

ตัวแปรตาม	(I)แหล่งรายได้ ตนเอง	(J)แหล่งรายได้ ตนเอง	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ขององค์การบริหารส่วน ตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	เงินเดือน	บุตรส่งเสีย	.343	.152
		เบี้ยยังชีพคนชรา	.116	.994
		เงินบำนาญ	.282	.971
		เงินบำเหน็จ	.231	.591
		เงินประกันชีวิต	-.389	.034*

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.29 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัย  
ประชากรศาสตร์ด้านแหล่งรายได้ตนเอง ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีแหล่ง  
รายได้ตนเอง บุตรส่งเสีย เงินบำเหน็จ เงินประกันชีวิต และเงินเดือน มีระดับประสิทธิผลของ  
นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่าง  
กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=.001 .008 และ .034 ตามลำดับ)

ตารางที่ 4.30 แสดงการทดสอบสมมติฐานปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ

ANOVA	SS	Df	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	10.804	5	2.161	6.082	.000
ภายในกลุ่ม	138.199	389	.355		
รวม	149.003	394			

จากตารางที่ 4.30 พบว่า อาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริม  
การท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันที่ระดับ  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ (Post Hoc Test) ด้วยวิธีการของ  
Scheffe ผลการทดสอบดังตารางที่ 4.31



ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ

ตัวแปรตาม	(I)อาชีพ	(J)อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	นักเรียน/ นักศึกษา	ธุรกิจส่วนตัว	-.229	.320
		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	-.307	.013*
		พนักงาน บริษัทเอกชน	-.413	.038*
		ไม่ได้ประกอบอาชีพ	.656	.466
		อื่นๆ	-.500	.097
		ประกอบ ธุรกิจ ส่วนตัว	นักเรียน/นักศึกษา	.229
	ข้าราชการ/ พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	-.077	.969
		พนักงาน บริษัทเอกชน	-.183	.802
		ไม่ได้ประกอบอาชีพ	.886	.138
		อื่นๆ	-.270	.742
		นักเรียน/นักศึกษา	.307	.013*
		ธุรกิจส่วนตัว	.077	.969
	พนักงาน บริษัทเอกชน	พนักงาน	-.106	.966
		บริษัทเอกชน	.963	.072
		ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-.192	.908
อื่นๆ				

ตารางที่ 4.31 แสดงการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน อาชีพ(ต่อ)

ตัวแปรตาม	(I)อาชีพ	(J)อาชีพ	Mean Difference (I-J)	Sig.
ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	พนักงานบริษัทเอกชน	นักเรียน/นักศึกษา	.413	.038*
		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	.183	.802
		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.106	.966
		ไม่ได้ประกอบอาชีพอื่นๆ	1.06	.043*
		ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-0.86	.999
		อื่นๆ		
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	-0.656	.466
		ประกอบธุรกิจส่วนตัว	-0.886	.138
		ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	-0.963	.072
		พนักงานบริษัทเอกชน	-1.06	.043*
		ไม่ได้ประกอบอาชีพ	-1.15	.036*
		อื่นๆ		
อื่นๆ	นักเรียน/นักศึกษา	.500	.097	
	ธุรกิจส่วนตัว	.270	.742	
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	.192	.908	
	พนักงานบริษัทเอกชน	.086	.999	
	ไม่ได้ประกอบอาชีพ	1.15	.036*	
	อื่นๆ			

หมายเหตุ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.31 เมื่อดำเนินการทดสอบรายคู่ ((Post Hoc Test) จำแนกตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอาชีพ ด้วยวิธีการของ Scheffe พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา อาชีพอื่นๆ พนักงานบริษัทเอกชน และไม่ได้ประกอบอาชีพ มีระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Sig.=.013 .036 .038และ .043 ตามลำดับ)

จากผลการทดสอบข้างต้นสามารถสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ได้ว่า สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ ครอบครัว รายได้ตนเอง แหล่งรายได้ตนเอง และอาชีพ ทำให้ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้านเพศ ทำให้ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีไม่แตกต่างกัน

#### 4.2) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 2-4 ทดสอบโดยการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ ด้วยเทคนิคสหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) ดังตารางที่ 4.32

ตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	
	(r)	Sig.
1) ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์	.734	.000
2) ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย	.631	.000

ตารางที่ 4.32 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี (ต่อ)

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	
	(r)	Sig.
3) ปัจจัยด้านทรัพยากร	.582	.000

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ที่ระดับ .734 โดยค่า Significance เท่ากับ .000 แสดงว่าปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีซึ่งเป็นตัวแปรตาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ที่ระดับ .631 โดยค่า Significance เท่ากับ .000 แสดงว่าปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีซึ่งเป็นตัวแปรตาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ได้ว่ายอมรับสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ปัจจัยด้านทรัพยากร มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีที่ระดับ .582 โดยค่า Significance เท่ากับ .000 แสดงว่าปัจจัยด้านทรัพยากร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีซึ่งเป็นตัวแปรตาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถสรุปผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ได้ว่ายอมรับ สมมติฐานที่ 4 ปัจจัย

ด้านทรัพยากร มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

#### 4.3) การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

การตรวจสอบปัญหาเส้นตรงร่วมพหุคูณ (Multicollinearity) ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นเพื่อศึกษาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปร ซึ่งเรียกว่า Multicollinearity โดยใช้วิธีการ Correlation Analysis ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ทั้ง 4 ปัจจัย ดังตารางที่ 4.33

ตารางที่ 4.33 เมตริกซ์สหสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ทั้ง 4 ปัจจัย

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี	(X1)	(X2)	(X3)
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์(X1)	1	.712*	.691*
ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย(X2)		1	.679*
ปัจจัยด้านทรัพยากร(X3)			1

หมายเหตุ \* อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.33 ผลการวิจัยพบว่าตัวแปรต้นหรือตัวแปรอิสระทั้งหมดไม่ปรากฏว่ามีความสัมพันธ์คู่ใดที่มีค่าความสัมพันธ์เกินกว่า 0.85 ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 จึงถือว่าตัวแปรต้นทั้งหมดไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองหรือไม่มีปัญหา Multicollinearity จึงสามารถศึกษาวิเคราะห์ตัวแปรต้นทั้งหมดที่ส่งผลต่อตัวแปรตามด้วยเทคนิคการวิเคราะห์สมการพหุคูณถดถอย (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของตัวแปรต้นที่มีต่อตัวแปรตามได้

ในการทดสอบสมมติฐานตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวคือ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์(X1) ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย(X2) และปัจจัยด้านทรัพยากร(X3) มีตัวใดตัวหนึ่งซึ่งสามารถทำนายปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.

นนทบุรี ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) โดยวิธีการ Stepwise

ตารางที่ 4.34 ค่าสัมประสิทธิ์และค่าสถิติทดสอบปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผล ของนโยบายส่งเสริมการ ท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การ บริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ. นนทบุรี	Unstandarddized Coefficients		Standarddized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่	.968	.131		7.343	.000
ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ (X1)	.529	.044	.557	12.11	.000
ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย(X2)	.208	.045	.220	4.616	.000
R = .750    R <sup>2</sup> = .562    SE <sub>est</sub> = ± .408    F = 457.709    Sig. = .000					

R แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ

R<sup>2</sup> แทนค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์

SE<sub>est</sub> แทนความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์

F แทนสถิติที่ใช้เปรียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบเอฟเพื่อทราบนัยสำคัญของ R

จากตาราง 4.34 สามารถสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ได้ว่า ตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร คือ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์(X1) และปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย(X2) สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี โดยปัจจัยทั้ง 2 ค่า R = .750 มีค่าเข้าใกล้ 1.00 แสดงว่ามีความสัมพันธ์สูง สามารถใช้ตัวแปรต้นทั้งหมดพยากรณ์ตัวแปรตามได้ดีและสามารถอธิบายปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี (R<sup>2</sup>) ได้ร้อยละ 56.0 และมีความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (SE<sub>est</sub>) เท่ากับ 40.81 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยค่าสถิติจากตารางนำมาสร้างเป็นสมการพยากรณ์ประสิทธิผลของนโยบาย

ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ได้ดังนี้

สมการในรูปแบบคะแนนดิบ

$$Y = 0.968 - 0.529X_1 + 0.208X_2$$

สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$Y^{\wedge} = 0.557X_1 + 0.220X_2$$



## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี และเพื่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี เพื่อนำไปสู่การทำงานที่มีประสิทธิภาพก่อให้เกิดความเชื่อมั่น และก่อให้เกิดการทำงานที่เป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวมากที่สุด

#### 5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี สามารถสรุปผลการวิจัย โดยนำเสนอตามผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคล ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ซึ่งเป็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ซึ่งเป็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 ได้ดังนี้

##### 5.1.1 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 226 คน คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.8 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 30-39 ปี มากที่สุด จำนวน 133 คน คิดเป็นร้อยละ 33.7 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มากที่สุด จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.6 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 69.9 ส่วนใหญ่มีรายได้ครอบครัวจากกำไรจากการประกอบธุรกิจ มากที่สุด จำนวน 156 คน คิดเป็น



ร้อยละ 39.5 ส่วนใหญ่มีรายได้ตนเองเฉลี่ยต่อเดือนระหว่าง 20001-30000 มากที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 แหล่งรายได้ส่วนใหญ่มาจากเงินเดือน มากที่สุด จำนวน 293 คิดเป็นร้อยละ 74.2 และส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.8

### 5.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

จากการศึกษาพบว่า พบว่าความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมายอยู่ในลำดับมากที่สุด รองลงมาเป็น ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านทรัพยากร ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในแต่ละปัจจัย พบว่า

5.1.2.1 ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดเรื่อง องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปีอย่างชัดเจนสม่ำเสมอ รองลงมาคือ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการแสดงผลงานป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ชัดเจน มีการจัดแผนผัง แผนที่การให้ข้อมูล เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการสื่อสารให้ข้อมูลตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ดได้อย่างชัดเจน มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งกับชาวไทยและชาวต่างชาติ มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบสื่อสารสาธารณะและสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย และองค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ที่น่าดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว

5.1.2.2 ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดเรื่อง ท่านทราบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะเกร็ด โดยรู้ถึงพฤติกรรมที่พึงและงดปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว เช่นกรณีโบราณสถานเก่าแก่ทรุดโทรม อาจทำให้ทรุดได้หรือเสียหาย รองลงมาคือ ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี ท่านเห็นว่าบุคคลด้านการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีบทบาทสำคัญด้านการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด ท่านเห็นว่านโยบายการท่องเที่ยวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยว

ไทยต่อชาวต่างชาติ ท่านเห็นว่านโยบายด้านการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมีส่วนสำคัญในการพัฒนาอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น และท่านได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดอย่างละเอียด

5.1.2.3 ปัจจัยด้านทรัพยากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดเรื่อง แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น อาทิ OTOP เครื่องปั้นดินเผา รองลงมาคือ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านข้อมูลความรู้เชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมีการดูแลเกี่ยวกับ ผู้ประกอบการด้านที่พัก และการบริการด้านที่พักได้นำประทับใจ แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน สาธารณสุขมูลฐานได้ครบถ้วนเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ-สุขาสะอาด เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง เช่น ที่จอดรถ รถโดยสารสาธารณะ และท่านคิดว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด มีการจัดบุคลากรการท่องเที่ยว เช่น ยุวมัคคุเทศน์ ไกด์ เหมาะสม

### 5.1.3 ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยของ องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ซึ่งเป็นการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นสูงสุดคือ ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านได้รับ รองลงมาคือ ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องการเดินทางให้เช่าจักรยานชมรอบเกาะเกร็ด และเรือข้ามฝั่งเหมาะสมคุ้มค่า กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความหลากหลายกิจกรรมในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ กิจกรรมการขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึกเพียงพอและสวยงามและสะอาด สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี มีความสวยงามและสะดวกสบาย เหมาะสมความต้องการและคาดหวังของท่าน ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องสถานที่และของที่ระลึกเหมาะสมคุ้มค่า ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจริงในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับที่ท่านและครอบครัววางแผนไว้ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความสนุกสนานและบันเทิง

### 5.1.4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

5.1.4.1 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน ทำให้ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ครอบครัว รายได้ตนเอง แหล่งรายได้ตนเอง และอาชีพ ทำให้ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.4.2 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2-4 โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สัน พบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย และปัจจัยด้านทรัพยากร มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.1.4.3 ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 5 โดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) ด้วยวิธี Stepwise ผลการศึกษาพบว่า มีสมการในรูปแบบคะแนนคือ  $Y = 0.964 - 0.529X_1 + 0.220X_2$  และ สมการในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน คือ  $Y^{\wedge} = 0.044X_1 + 0.220X_2$  กล่าวคือ ตัวแปรอิสระ คือ ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์( $X_1$ ) และปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย( $X_2$ ) สามารถพยากรณ์ ประสิทธิภาพการนำประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

## 5.2 อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี” ผู้วิจัยจะอภิปรายในแต่ละตัวแปรต้นดังต่อไปนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา รายได้ครอบครัว รายได้ตนเอง แหล่งรายได้ตนเอง และอาชีพ ทำให้ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ ปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันด้านเพศ ทำให้ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรีไม่แตกต่างกัน ผลการวิจัย

ดังกล่าวสอดคล้องกับ วรเดช จันทรศร (2551 อ้างถึงใน บพิช รัตนบุรี, 2552, น. 20) อธิบายว่า กระบวนการของการนำนโยบายไปปฏิบัติ มีเนื้อหาครอบคลุมไปถึง พฤติกรรมและการปฏิบัติ ปฏิสัมพันธ์ของบุคคล กลุ่มบุคคล สมรรถนะ รวมถึงปัจจัยอื่นๆ ที่เกิดขึ้นและอาจมีผลกระทบต่อ การบรรลุเป้าหมายของการนำนโยบายไปปฏิบัติ นอกจากนี้งานวิจัยของ กัลยกร แสงวงผล (2559) นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่ต่างกัน มีทัศนคติ ทางการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยแตกต่างกัน ส่วนเพศที่ต่างกัน มีทัศนคติทางการท่องเที่ยวตลาด น้ำไทรน้อยไม่แตกต่างกัน

ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่ง ประกอบด้วย ความหลากหลายของรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีผลเชิงบวก กล่าวคือ ยิ่งมีความ หลากหลายของรูปแบบของสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และการรับรู้ของ นักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ยิ่งมากเท่าใดก็ยิ่งมีผลต่อประสิทธิผลการนำ นโยบายไปปฏิบัติ และสามารถร่วมกับตัวแปรต้นอื่นๆ ในการพยากรณ์ประสิทธิผลของนโยบาย ส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ผลการศึกษา ดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีของ Van Meter & Van Horn (1975 อ้างถึงใน วชิรวชิร งามละม่อมและสถาบัน TDRM, 2561, น. 4) ได้อธิบายไว้ว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการนำนโยบายไป ปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ ปัจจัยที่สำคัญประการหนึ่งก็คือ ปัจจัยการสื่อสารระหว่างองค์การและ การบังคับใช้กฎหมาย (Inter-Organizational Communication and Enforcement Activities) การ ติดต่อสื่อสารระหว่างองค์การเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ ช่วยให้ผู้ที่มีส่วน เกี่ยวข้องในการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความรู้ความเข้าใจในความมุ่งหวังของนโยบายที่ตรงกัน เพื่อให้การกำหนดแนวทางปฏิบัติมีความชัดเจนและเป็นมาตรฐานเดียวกัน ส่วนการบังคับใช้ กฎหมายในการนำนโยบายไปปฏิบัติให้ประสบความสำเร็จต้องมีกลไกและกระบวนการ เพื่อให้ เจ้าหน้าที่ระดับรัฐบาลกลางและระดับท้องถิ่นปฏิบัติให้สอดคล้องกับมาตรฐานนโยบาย นอกจากนี้ วรเดช จันทรศร (2551 อ้างถึงใน บพิช รัตนบุรี, 2552, น. 21) ได้บูรณาการตัวแบบการ นำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ ได้เสนอว่า ปัจจัยการสื่อสารมีความสำคัญต่อการนำนโยบาย สาธารณะไปปฏิบัติให้ประสบผลสำเร็จ โดยองค์ประกอบของปัจจัยดังกล่าวที่ผู้วิจัยได้นำมา ประยุกต์ใช้ ประกอบด้วย ความชัดเจนของการสื่อสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และความ หลากหลายของช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ อีกทั้งงานวิจัยที่พบว่าปัจจัยดังกล่าวมี ความสำคัญต่อผลสำเร็จของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ อภิวัฒน์ วัชรารักษ์ (2553) ศึกษาเรื่อง

แนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยใช้ช่องทางสื่อสาธารณะที่มีอยู่ และเพิ่มป้ายประชาสัมพันธ์แนะนำแหล่งท่องเที่ยวภายในพื้นที่ โดยจัดให้มีป้ายให้ความรู้เกี่ยวกับความเป็นมาและความน่าสนใจในแต่ละจุดท่องเที่ยว รวมทั้งส่งเสริมให้มีมัคคุเทศก์นำเที่ยวในพื้นที่

ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย ผลการศึกษาซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งประกอบด้วยทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจในประโยชน์ที่ได้รับ มีผลเชิงบวก กล่าวคือ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนโยบายการท่องเที่ยว และความรู้ความเข้าใจในประโยชน์ที่ได้รับ ยิ่งมากเท่าใดก็ยิ่งมีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ และสามารถร่วมกับตัวแปรต้นอื่นๆ ในการพยากรณ์ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี เหตุผลการดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎีของกล้า ทองขาว (2551 อ้างถึงใน บพิธ รัตนบุรี, 2552, น. 19) ได้อธิบายว่า ถึง ปัจจัยกำหนดความสำเร็จหรือความล้มเหลวของการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติที่สำคัญๆ มี 6 ประการ คือ ปัจจัยด้านข้อความนโยบาย ด้านการสนับสนุนจากผู้มีอำนาจและกลุ่มหลากหลายในสังคม ปัจจัยด้านความสามารถและศักยภาพขององค์กรที่นำนโยบายไปปฏิบัติ ปัจจัยด้านจิตสำนึกของผู้ปฏิบัติ ปัจจัยด้านผู้นำคนสำคัญและปัจจัยด้านการกำกับตรวจสอบ การประเมินผล และการให้แรงเสริมผู้ปฏิบัติ นอกจากนี้งานวิจัยของ อรรวรรณ เกิดจันทร์ (2557) ศึกษาเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ป่าชายเลนคลองโคน จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวป่าชายเลนคลองโคน พบว่าทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนั้น มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในระดับดี โดยจัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน และการชมวิถีชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น ประกอบกับได้มีการกำหนดแผนงาน จัดกิจกรรมที่ช่วยให้คนในชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ดูแล รักษาแหล่งท่องเที่ยว และที่สำคัญมีการกระจายรายได้ ให้กับคนในชุมชนท้องถิ่น โดยมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวด้วยสื่อต่างๆ นอกจากนี้ทางศูนย์อนุรักษ์ป่าชายเลน คลองโคนนั้น ต้องการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน และผู้ประกอบการ โฮมสเตย์และรีสอร์ทต้องการโครงการเกี่ยวกับการรณรงค์การปลูกป่าชายเลนให้มืออย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยด้านทรัพยากร ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทรัพยากร ซึ่งประกอบด้วย ความพร้อมของการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก และความพร้อมของสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว มีผลเชิงบวก กล่าวคือความพร้อมของการคมนาคมและสิ่งอำนวยความสะดวก และความพร้อมของสาธารณูปโภคในแหล่งท่องเที่ยว ยิ่งมากเท่าใดก็ยิ่งมีผลต่อประสิทธิผลการนำนโยบายไปปฏิบัติ และสามารถร่วมกับตัวแปรต้นอื่นๆในการพยากรณ์ประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี ผลการศึกษาดังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดทฤษฎี วรรเดช จันทรศร (2551 อ้างถึงใน บพิธ รัตนบุรี, 2552, น. 21) ได้กล่าวว่าการนำนโยบายไปปฏิบัติ หมายถึง เป็นการศึกษาที่ว่า องค์กรที่รับผิดชอบสามารถนำและกระตุ้นให้ทรัพยากรทางการบริหาร ตลอดจนกลไกที่สำคัญทั้งหมดปฏิบัติงานให้บรรลุตามนโยบายที่ระบุไว้หรือไม่เพียงใด นอกจากนั้นงานวิจัยของ เฉลิมศรี ฤทธากัญ (2558) ศึกษาเรื่องการนำนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติในกลุ่มชาติพันธุ์บ้านท่าลี่ ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งหน่วยงานปฏิบัติในพื้นที่ ให้ความร่วมมือและตอบสนองต่อการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยให้สนับสนุนข้อมูลเกี่ยวกับ แนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นให้ได้มาตรฐาน และสนับสนุนด้านสาธารณูปโภค โดยเพิ่มเส้นเชื่อมโยง ระหว่างจังหวัดลงสู่พื้นที่ทำให้การท่องเที่ยว มีการเดินทางสะดวกยิ่งขึ้น เกิดจากกระจายรายได้ในท้องถิ่น ส่งผลเกิดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนต่อไป

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย และเชิงปฏิบัติการ

5.3.1.1 ควรมีการพัฒนานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น รวมไปถึงพัฒนานโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

5.3.1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้มีความสำคัญต่อสภาพแวดล้อม ความสะอาด และความสะดวกปลอดภัย เป็นสิ่งที่หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบควรต้องปรับปรุง พัฒนาให้มีความพร้อมต่อการเข้ามาของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

5.3.1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีการประสานงานกับประชาชนในชุมชนในการมีส่วนร่วม โดยการรณรงค์ให้ประชาชนช่วยกันดูแลพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวบนเกาะให้มีสภาพแวดล้อมที่ดี สะอาด และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

5.3.1.4 ผู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการท่องเที่ยวหรือกลุ่มประชาชนในชุมชน อาจมีการจัดทำแบบสำรวจความคิดเห็นอย่างง่าย ในการทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในชุมชนเกาะเกร็ด เพื่อประโยชน์ในการปรับปรุง พัฒนาการท่องเที่ยวให้ตรงจุดมากที่สุด

5.3.1.5 มีการเพิ่มรูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหลากหลายกลุ่มและเชื้อชาติ

### 5.3.2 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็น หากมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลแบบอื่นเข้ามาด้วย เช่น การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก จะช่วยให้ได้รับข้อมูลที่ครอบคลุมและชัดเจนมากยิ่งขึ้น

5.3.2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบ และแนวทางแก้ไขปัญหาการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ ในจังหวัดอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

5.3.2.3 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับมิติองค์ประกอบด้านอื่นๆ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ เพื่อให้งานวิจัยมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

## บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (2562). การขับเคลื่อนกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวรอบปี 2561. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/825468>
- กัลยกร แสงวงผล. (2559). การพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดน้ำไทรน้อยโดยชุมชนมีส่วนร่วม (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2554). แผนพัฒนาการท่องเที่ยว 2555-2559. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/download/ImplementationOfThePolicy>
- ฉัตรประภา สุวรรณภาศรี. (2557). พฤติกรรมเปิดรับสื่อประชาสัมพันธ์การใช้ก๊าซธรรมชาติในเขตกรุงเทพมหานคร (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.
- เฉลิมศรี กุทธากัย. (2558). การนำนโยบายการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไปปฏิบัติในกลุ่มชาติพันธุ์ที่บ้านท่าลี่ ตำบลห้วยไร่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 7(13).
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ : ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ณัฐกฤตา บุญแสน. (2559). การวางแผนเพื่อประชาสัมพันธ์งาน ล่อง เซอร์วิสตอว์ด์ ประจำปี 2560 ของธนาคารกรุงศรีอยุธยา (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- ดวงตา พรหมรักษา. (2558). การนำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติ : กรณีศึกษา ชุมชนเกาะปันหยี่ จังหวัดพังงา. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 9(19), 17-28.
- ทริศม์ชญา พิพัฒน์เพ็ญ และคณะ. (2557). การประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการปฏิบัติราชการของเทศบาลนครสงขลา (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
- ธนารีย์ สะสุนทร. (2558). ปัญหาและการแก้ปัญหาทางานประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกลุ่มภูมิภาคตะวันตก (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยสยาม, กรุงเทพฯ.
- นิตยา งามยิ่งยง และละเอียด ศิลาน้อย. (2560). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบริเวณริมฝั่งคลองดำเนินสะดวกในจังหวัดสมุทรสาครและจังหวัดราชบุรี. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 11(1), 149-166.



### บรรณานุกรม(ต่อ)

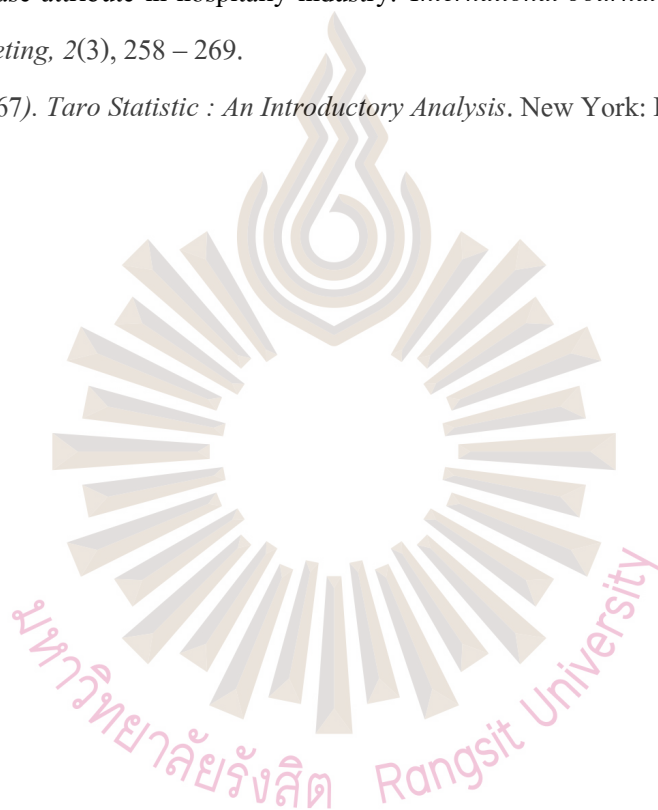
- บพิช รัตนบุรี. (2552). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการนำนโยบายการให้บริการแบบศูนย์บริการ  
จุดเดียวเบ็ดเสร็จ (One Stop Service) ไปปฏิบัติ ศึกษากรณี สำนักงานเขตสายไหม  
กรุงเทพมหานคร (Unpublished Master's thesis). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,  
กรุงเทพฯ.*
- บรรจง โตเปาะ. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดการสำนักงานประกันสังคมจังหวัด  
สมุทรสาคร (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล  
รัตนโกสินทร์, นครปฐม.*
- บีแอลทีบางกอก (BLT Bangkok). (2562). *ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยประจำปี  
2561. สืบค้นจาก <https://www.bltbangkok.com/poll/4619/>*
- พรทิพย์ กิจเจริญไพศาล. (2553). *ทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนชาวมอญเพื่อส่งเสริม  
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดปทุมธานี (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัย  
ศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.*
- วชิรวัชร งามละม่อม และสถาบัน TDRM. (2561). *การนำนโยบายไปปฏิบัติ. สืบค้นจาก  
[www.trdm.co.th](http://www.trdm.co.th)*
- วัชริน ขวัญพะงุ่น. (2553). *ความหมายของประสิทธิภาพและประสิทธิผล. สืบค้นจาก  
<http://gotoknow.org/blog/watcharin2008/226830>*
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.). (2541). *ทำการศึกษาและ  
วางแผนการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. สืบค้นจาก <https://www.ryt9.com/s/nesd/179609>*
- สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนนทบุรี. (2559). *สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. สืบค้นจาก  
[https://www.m-culture.go.th/nonthaburi/ewt\\_news.php?nid=181&filename=index](https://www.m-culture.go.th/nonthaburi/ewt_news.php?nid=181&filename=index)*
- สำนักเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559). *ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของ  
ไทย. สืบค้นจาก <https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/policy/group2.php>*
- สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2544). *สถิติสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : บริษัท ฟ็องฟ้า  
พริ้นติ้ง จำกัด.*
- โสภณ สุขสำอาง. (2554). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม : กรณีศึกษา  
ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตำบลลัมปทาน อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม (Unpublished  
Master's thesis). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.*

### บรรณานุกรม(ต่อ)

- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด. (2561). ข้อมูลเกี่ยวกับตำบลเกาะเกร็ด. สืบค้นจาก [www.kohkred-sao.go.th](http://www.kohkred-sao.go.th)
- อภิวัฒน์ วัชรภักดิ์. (2553). แนวทางการพัฒนาเชิงนโยบายการท่องเที่ยวเชิงเกษตร กรณีศึกษา คลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- อรวรรณ เกิดจันทร์. (2557). การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ป่าชายเลนคลองโคก จังหวัดสมุทรสงคราม (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, กรุงเทพฯ.
- อัศวิน วิบูลย์ชาติ. (2553). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมกับชีวิตชาวบ้านริมแม่น้ำนครชัยศรี กรณีศึกษาตลาดน้ำลำพญา อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม (Unpublished Master's thesis). มหาวิทยาลัยศิลปากร, กรุงเทพฯ.
- อุทุมพร จามรมาน. (2541). การประกันคุณภาพระดับอุดมศึกษาตามเกณฑ์ของทบวงมหาวิทยาลัย (Unpublished Master's thesis). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- Altinbasak, I., & Yalcin, E. (2010). City image and museums: *the case of Istanbul*, *Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 241-251.
- Cronbach, L. J. (1990). *Essentials of Psychology Testing* (5th ed.). New York : Harper Collins Publishers Inc.
- Fujun, L., Mitch, G., & Barry, J. B. (2009). How quality, value, image and satisfaction create loyalty at a Chinese telecom. *Journal of Business Research*, 62(10), 980-986.
- Girish, P., & Chris, R. (2012). Antecedents of Tourists' Loyalty to Mauritius The Role and Influence of Destination Image, Place Attachment, Personal Involvement, and Satisfaction. , *Journal of Travel Research First Published May 30, 2011., Vol 51, Issue 3, 2012.*
- Jalilvand, M. R., Samiei, N., Dini, B., & Manzari, P. Y. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1, 134-143.

### บรรณานุกรม(ต่อ)

- Mariutti, F.G., Giraldi, J.E., Moura, D., and Crescitelli, E. (2013).The image of Brazil as a tourism destination : An exploratory study of the American market. *International Journal of Business Administration*, 4(1), Retrieved from [http:// search. proquest. com/docview](http://search.proquest.com/docview)
- Teran, A. and Uscanga, S. (2011).Impact of services. *quality on customer satisfaction and repeat purchase attribute in hospitably industry. International Journal of leisure and Tourism Marketing*, 2(3), 258 – 269.
- Yamane, T. (1967). *Taro Statistic : An Introductory Analysis*. New York: Harper & row.





ภาคผนวก ก

ผลประเมินเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (แบบสอบถาม)

มหาวิทยาลัยรังสิต Rangsit University

## แบบประเมินแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบเครื่องมือคุณภาพในการวิจัย

1. รศ.ดร.วัลลภ รัฐนัตรานนท์
2. ผศ.ดร. วรวิทย์ โรจนพล
3. ชนุตร์ นาคทรานนท์

### คำชี้แจง

ขอให้ท่านผู้เชี่ยวชาญได้กรุณาแสดงความคิดเห็นของท่านที่มีต่อแบบสอบถาม โดยใส่เครื่องหมายถูก ลงในช่องความคิดเห็นของท่านพร้อมเขียนข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการนำเสนอพิจารณาปรับปรุงต่อไป ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

เกณฑ์การประเมินความสอดคล้องถูกต้องตรงกับตั้งแปรที่ต้องการวัดกำหนดค่าตัวเลขดังนี้

- +1 เหมาะสมคือเมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์
- 0 ไม่แน่ใจคือเมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามนั้นสอดคล้องเหมาะสมกับวัตถุประสงค์
- 1 ไม่เหมาะสมคือเมื่อแน่ใจว่าข้อคำถามนั้น ไม่มีความสอดคล้องเหมาะสมกับ

วัตถุประสงค์



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบล  
เกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาข้อมูลและทำการค้นคว้าวิจัยของนักศึกษาหลักสูตรรัฐ  
ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยรัฐกิจ  
มหาวิทยาลัยรังสิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยของ  
องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี มีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถี  
ไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยของ  
องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

2. ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการ  
วิจัยที่มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามมา  
 ณ โอกาสนี้

ภรณ์ยู ดิสุวรรณนท์

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์

วิทยาลัยรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

## 8. อาชีพ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา            | <input type="checkbox"/> 4. พนักงานบริษัทเอกชน |
| <input type="checkbox"/> 2. ประกอบธุรกิจส่วนตัว          | <input type="checkbox"/> 5. ไม่ได้ประกอบอาชีพ  |
| <input type="checkbox"/> 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ | <input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ.....        |

## ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ให้ตรงกับคำตอบที่ท่านเลือก

## 9. ท่านเคยเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดบ่อยเพียงใด

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1-2 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 3. 5-6 ครั้ง       |
| <input type="checkbox"/> 2. 3-4 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 6 ครั้ง |

## 10. ท่านใช้จ่ายครั้งละเท่าไร

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3. 1,501-2,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2. 1,001-1,500 บาท   | <input type="checkbox"/> 4. 2,000 บาทขึ้นไป |

## 11. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดด้วยวิธีใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 4. รถประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> 2. รถจักรยานยนต์ | <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ      |
| <input type="checkbox"/> 3. เรือโดยสาร    |  |

## 12. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดที่ท่านสนใจเป็นพิเศษ

- |  |  |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 1. ปั่นจักรยานรอบเกาะ     | <input type="checkbox"/> 3. ทำบุญไหว้พระ |
| <input type="checkbox"/> 2. เดินช้อปปิ้งกิน-ของใช้ | <input type="checkbox"/> 4. อื่นๆ        |
| <input type="checkbox"/> 5. นั่งเรือรอบเกาะ        |  |

## ตอนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

- 5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด  
 4 คะแนน หมายถึง มาก  
 3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง  
 2 คะแนน หมายถึง น้อย  
 1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด



คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
<b>ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์</b>			
1.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี อย่างชัดเจนสม่ำเสมอ	✓		
2.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ที่น่าดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว	✓		
3.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการสื่อสารให้ข้อมูลตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ด ได้อย่างชัดเจน	✓		
4.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการแสดงแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ชัดเจน มีการจัดแผนผัง แผนที่การให้ข้อมูล เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว	✓		
5. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบสื่อสารสาธารณะและสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย	✓		
6. มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งกับชาวไทยและชาวต่างชาติ	✓		
<b>ปัจจัยกลุ่มเป้าหมาย / ประชาชนผู้รับบริการ</b>			
1. ท่านเห็นว่าบุคคลด้านการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีบทบาทสำคัญด้านการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด	✓		
2. ท่านเห็นว่านโยบายด้านการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมีส่วนสำคัญในการพัฒนาอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น	✓		
3. ท่านเห็นว่านโยบายการท่องเที่ยวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวไทยต่อชาวต่างชาติ	✓		
4. ท่านได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดอย่างละเอียด	✓		
5. ท่านทราบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะเกร็ด โดยรู้ถึงพฤติกรรมที่พึงและงดปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว เช่นกรณีโบราณสถานเก่าแก่ ทรุดโทรม อาจทำให้ทรุดได้หรือเสียหาย	✓		
6. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี	✓		

คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
<b>ปัจจัยด้านทรัพยากร</b>			
1.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขมูลฐานได้ครบถ้วนเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ-สุขาสะอาด เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	✓		
2. แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง เช่น ที่จอดรถ โดยสารสาธารณะ	✓		
3. ท่านคิดว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด มีการจัดบุคลากรการท่องเที่ยว เช่น วิทยากรไกด์ เหมาะสม	✓		
4. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านข้อมูลความรู้เชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว	✓		
5.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านร้านค้า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น อาทิ OTOP เครื่องปั้นดินเผา	✓		
6. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมีการดูแลเกี่ยวกับผู้ประกอบการด้านที่พัก และการบริการด้านที่พักได้น่าประทับใจ	✓		

ตอนที่ 4: แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มาก

3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง น้อย

1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
<b>ความพึงพอใจเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>			
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความหลากหลายในพื้นที่	✓		
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความสนุกสนานและบันเทิง	✓		
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ กิจกรรมการขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึกเพียงพอและสวยงามและสะอาด	✓		
4. สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี มีความสวยงามและสะดวกสบาย เหมาะสมความต้องการและคาดหวังของท่าน	✓		
<b>ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว</b>			
1. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านได้รับ	✓		
2. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจริงในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับที่ท่านและครอบครัววางแผนไว้	✓		
3. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องการเดินทางให้เข้าจครยานชมรอบเกาะเกร็ด และเรือข้ามฝั่งเหมาะสมคุ้มค่า	✓		
4. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องสถานที่และของที่ระลึกเหมาะสมคุ้มค่า	✓		

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ


.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

ลงชื่อผู้ประเมิน.....  
(.....รศ.ดร.วิมลภ รัชชัตรานนท์.....)  
วันที่.....เดือน.....พ.ศ. ....





### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ประสิทธิภาพของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาข้อมูลและทำการค้นคว้าวิจัยของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์กรบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ

2. ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวิจัยที่มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ภรณ์ยู ดิควานนท์

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์

วิทยาลัยรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ให้ตรงกับคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ
 

<input type="checkbox"/> 1. ชาย	<input type="checkbox"/> 2. หญิง
---------------------------------	----------------------------------
2. อายุ
 

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 20 ปี	<input type="checkbox"/> 4. 40-49 ปี
<input type="checkbox"/> 2. 20-29 ปี	<input type="checkbox"/> 5. 50 ปีขึ้นไป
<input type="checkbox"/> 3. 30-39 ปี	
3. สถานภาพ
 

<input type="checkbox"/> 1. โสด	<input type="checkbox"/> 3. สมรส
<input type="checkbox"/> 2. หย่าร้าง	<input type="checkbox"/> 4. แยกกันอยู่
<input type="checkbox"/> 5. ม่าย	
4. ระดับการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 3. สูงกว่าปริญญาตรี
<input type="checkbox"/> 2. ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> 4. ไม่เคยศึกษา
5. รายได้ของครอบครัว
 

<input type="checkbox"/> 1. กำไรจากการประกอบธุรกิจ	<input type="checkbox"/> 4. เงินประกันชีวิต
<input type="checkbox"/> 2. เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน	<input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ .....
<input type="checkbox"/> 3. เงินโบนัส	
6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเอง
 

<input type="checkbox"/> 1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	<input type="checkbox"/> 5. 30,001-40,000 บาท
<input type="checkbox"/> 2. 10,001-20,000 บาท	<input type="checkbox"/> 6. 40,001-50,000 บาท
<input type="checkbox"/> 3. 20,001-30,000 บาท	<input type="checkbox"/> 7. 50,001 บาทขึ้นไป
<input type="checkbox"/> 4. ไม่มีรายได้	
7. แหล่งรายได้ของตนเอง
 

<input type="checkbox"/> 1. บุตรตั้งเตี้ย	<input type="checkbox"/> 4. เงินบำนาญ
<input type="checkbox"/> 2. เบี้ยยังชีพคนชรา	<input type="checkbox"/> 5. เงินประกันชีวิต
<input type="checkbox"/> 3. เงินบำนาญ	<input type="checkbox"/> 6. อื่นๆ.....
8. อาชีพ
 

<input type="checkbox"/> 1. นักเรียน/นักศึกษา	<input type="checkbox"/> 4. พนักงานบริษัทเอกชน
<input type="checkbox"/> 2. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	<input type="checkbox"/> 5. ไม่ได้ประกอบอาชีพ
<input type="checkbox"/> 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	<input type="checkbox"/> 6. อื่น ๆ.....

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ให้ตรงกับคำตอบที่ท่านเลือก

9. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดบ่อยเพียงใด

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1-2 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 3. 5-6 ครั้ง       |
| <input type="checkbox"/> 2. 3-4 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 6 ครั้ง |

10. ท่านใช้จ่ายครั้งละเท่าไร

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3. 1,501-2,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2. 1,001-1,500 บาท   | <input type="checkbox"/> 4. 2,000 บาทขึ้นไป |

11. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดด้วยวิธีใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 3. เรือโดยสาร |
| <input type="checkbox"/> 2. รถจักรยานยนต์ | <input type="checkbox"/> 4. รถประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ         |  |

12. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดที่ท่านสนใจเป็นพิเศษ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ปั่นจักรยานรอบเกาะ    | <input type="checkbox"/> 3. นั่งเรือรอบเกาะ |
| <input type="checkbox"/> 2. เดินซื้อของกิน-ของใช้ | <input type="checkbox"/> 4. ทำบุญไหว้พระ    |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ                |   |

ตอนที่ 3: แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของค้การ  
บริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มาก

3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง น้อย

1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
<b>ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์</b>			
1.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปีอย่างชัดเจนสม่ำเสมอ	/		
2.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ที่น่าดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว	/		
3.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการสื่อสารให้ข้อมูลตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ดได้อย่างชัดเจน	/		
4.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการแสดงแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ชัดเจน มีการจัดแผนผัง แผนที่การให้ข้อมูล เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว	/		
5. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบสื่อสารสาธารณะและสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย	/		
6. มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งกับชาวไทยและชาวต่างชาติ	/		
<b>ปัจจัยกลุ่มเป้าหมาย / ประชาชนผู้รับบริการ</b>			
1. ท่านเห็นว่าบุคคลด้านการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีบทบาทสำคัญด้านการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด		/	
2. ท่านเห็นว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมีส่วนสำคัญในการพัฒนาอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น		/	
3. ท่านเห็นว่า นโยบายการท่องเที่ยวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวไทยต่อชาวต่างชาติ		/	
4. ท่านได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดอย่างละเอียด		/	
5. ท่านทราบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะเกร็ด โดยรู้ถึงพฤติกรรมที่พึงและงดปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว เช่นกรณี โบราณสถานเก่าแก่ ทรุดโทรม อาจทำให้ทรุดได้หรือเสียหาย		/	
6. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี		/	



คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
<b>ปัจจัยด้านทรัพยากร</b>			
1.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขมาตรฐานได้ครบถ้วนเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ-สุขาสะอาด เพียงพอด่านนักท่องเที่ยว		/	
2. แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง เช่น ที่จอดรถ โดยสารสาธารณะ		/	
3. ท่านคิดว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด มีการจัดบุคลากรท่องเที่ยว เช่น ชูวมัคคุเทศน์ ไกด์ เหมาะสม		/	
4. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านข้อมูลความรู้เชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว		/	
5.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น อาทิ OTOP เครื่องปั้นดินเผา		/	
6. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมีการดูแลเกี่ยวกับผู้ประกอบการด้านที่พัก และการบริการด้านที่พักได้น่าประทับใจ		/	

ตอนที่ 4: แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มาก

3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง น้อย

1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
<b>ความพึงพอใจเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>			
1.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความหลากหลายในพื้นที่		/	
2.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความสนุกสนานและบันเทิง		/	
3.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ กิจกรรมการขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึกเพียงพอและสวยงามและสะอาด		/	
4. สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี มีความสวยงามและสะดวกสบาย เหมาะสมความต้องการและคาดหวังของท่าน		/	
<b>ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว</b>			
1.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านได้รับ		/	
2. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจริงในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับที่ท่านและครอบครัววางแผนไว้	/		
3.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องการเดินทางให้เข้าจากรายชามรอบเกาะเกร็ด และเรือข้ามฝั่งเหมาะสมคุ้มค่า	/		
4.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องสถานที่และของที่ระลึกเหมาะสมคุ้มค่า	/		

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง ประสิทธิภาพของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด  
จังหวัดนนทบุรี

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาข้อมูลและทำการค้นคว้าวิจัยของนักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่น ๆ

2. ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวิจัยที่มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

ขอกราบขอพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ภรณ์ยู ดิสุวรรณท์

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์

วิทยาลัยรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ให้ตรงกับคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ

1. ชาย  2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี  4. 40-49 ปี  
 2. 20-29 ปี  5. 50 ปีขึ้นไป  
 3. 30-39 ปี

3. สถานภาพ

1. โสด  3. สมรส  
 2. หย่าร้าง  4. แยกกันอยู่  
 5. ม่าย

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่าปริญญาตรี  3. สูงกว่าปริญญาตรี  
 2. ปริญญาตรี  4. ไม่เคยศึกษา

5. รายได้ของครอบครัว (บาท)

1. กำไรจากการประกอบธุรกิจ  4. เงินประกันชีวิต  
 2. เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน  5. อื่นๆ .....  
 3. เงินโบนัส

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเอง

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท  5. 30,001-40,000 บาท  
 2. 10,001-20,000 บาท  6. 40,001-50,000 บาท  
 3. 20,001-30,000 บาท  7. 50,001 บาทขึ้นไป  
 4. ไม่มีรายได้

7. แหล่งรายได้ของตนเอง

1. บุตรส่งเสีย  4. เงินบำนาญ  
 2. เบี้ยยังชีพคนชรา  5. เงินประกันชีวิต  
 3. เงินบำนาญ

8. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา  4. พนักงานบริษัทเอกชน  
 2. ประกอบธุรกิจส่วนตัว  5. ไม่ได้ประกอบอาชีพ  
 3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ  6. อื่นๆ.....

๐๖๓ ๒๖ (๕๖) ๙

ตอนที่ 2 : แบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ให้ตรงกับคำตอบที่ท่านเลือก

9. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดบ่อยเพียงใด

- |                                       |   |
|---------------------------------------|---|
| <input type="checkbox"/> 1. 1-2 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 3. 5-6 ครั้ง       |
| <input type="checkbox"/> 2. 3-4 ครั้ง | <input type="checkbox"/> 4. มากกว่า 6 ครั้ง |

10. ท่านใช้จ่ายครั้งละเท่าไร

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ไม่เกิน 1,000 บาท | <input type="checkbox"/> 3. 1,501-2,000 บาท |
| <input type="checkbox"/> 2. 1,001-1,500 บาท   | <input type="checkbox"/> 4. 2,000 บาทขึ้นไป |

11. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดด้วยวิธีใด

- |   |  |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> 1. รถยนต์ส่วนตัว | <input type="checkbox"/> 3. เรือโดยสาร |
| <input type="checkbox"/> 2. รถจักรยานยนต์ | <input type="checkbox"/> 4. รถประจำทาง |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่นๆ         |  |

12. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดที่ท่านสนใจเป็นพิเศษ

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 1. ปั่นจักรยานรอบเกาะ    | <input type="checkbox"/> 3. นั่งเรือรอบเกาะ |
| <input type="checkbox"/> 2. เดินชื้อของกิน-ของใช้ | <input type="checkbox"/> 4. ทำบุญไหว้พระ    |
| <input type="checkbox"/> 5. อื่น ๆ                |   |

ตอนที่ 3 : แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวองค์กรบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มาก

3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง น้อย

1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
<b>ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์</b>			
1.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี อย่างชัดเจนสม่ำเสมอ	1		
2.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว		0	
3.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการสื่อสารให้ข้อมูลตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ดได้อย่างชัดเจน		0	
4.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการแสดงแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ชัดเจน มีการจัดแผนผัง แผนที่การให้ข้อมูล เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว		0	
5. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบสื่อสารสาธารณะและสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย	1		
6. มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งกับชาวไทยและชาวต่างชาติ	1		
<b>ปัจจัยกลุ่มเป้าหมาย / ประชาชนผู้รับบริการ</b>			
1. ท่านเห็นว่าบุคคลด้านการท่องเที่ยวขององค์กรปกครองส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีบทบาทสำคัญด้านการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด	1		
2. ท่านเห็นว่า นโยบายด้านการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมีส่วนสำคัญในการพัฒนาอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น	1		
3. ท่านเห็นว่า นโยบายการท่องเที่ยวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวไทยต่อชาวต่างชาติ	1		
4. ท่านได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดอย่างละเอียด		0	
5. ท่านทราบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะเกร็ด โดยรู้ถึงพฤติกรรมที่พึงและงดปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว เช่นกรณีโบราณสถานเก่าแก่ทรุดโทรม อาจทำให้ทรุดได้หรือเสียหาย	1		
6. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี		0	

13/18

คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
ปัจจัยด้านทรัพยากร			
1.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขมาตรฐานได้ครบถ้วนเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ-สุขาสะอาด เพียงพอต่อนักท่องเที่ยว	1		
2. แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง เช่น ที่จอดรถ รถโดยสารสาธารณะ	1		
3. ท่านคิดว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด มีการจัดบุคลากรการท่องเที่ยว เช่น ขวัญกุหลาบ ไกด์ เหมาะสม	1		
4. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านข้อมูลความรู้เชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว	1		
5.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้าน ร้านค้า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น อาทิ OTOP เครื่องปั้นดินเผา	1		
6. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมีการดูแลเกี่ยวกับ ผู้ประกอบการด้านที่พัก และการบริการด้านที่พักได้นำประทับใจ	1		

6

ตอนที่ 4: แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มาก

3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง น้อย

1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

4/8

คำถาม	IOC		
	+1	0	-1
<b>ความพึงพอใจเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>			
1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความหลากหลายในพื้นที่	1		
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความสนุกสนานและบันเทิง		0	
3. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ กิจกรรมการขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึกเพียงพอและสวยงามและสะอาด		0	
4. สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี มีความสวยงามและสะดวกสบาย เหมาะสมความต้องการและคาดหวังของท่าน	1		
<b>ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว</b>			
1. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านได้รับ	1		
2. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจริงในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับที่ท่านและครอบครัววางแผนไว้		0	
3. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องการเดินทางให้เข้าจากรถยนต์รอบเกาะเกร็ด และเรือข้ามฝั่งเหมาะสมคุ้มค่า		0	
4. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องสถานที่และของที่ระลึกเหมาะสมคุ้มค่า	1		

๗

๘

2

2

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้







## แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง ประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วน ตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

#### คำชี้แจง

1. แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาข้อมูลและทำการค้นคว้าวิจัยของนักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี มีทั้งหมด 3 ขั้นตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

ตอนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมอื่นๆ

2. ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริงและครบทุกข้อ เพื่อให้ได้ข้อมูลในการวิจัยที่มีความเที่ยงตรงและเกิดประโยชน์อย่างแท้จริง

ขอกราบขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงที่กรุณาเสียสละเวลาอันมีค่าตอบแบบสอบถามมา ณ โอกาสนี้

ภรณ์ยู ดิศวนนท์

สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์  
วิทยาลัยรัฐกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ให้ตรงกับคำตอบที่ท่านเลือก

1. เพศ

1. ชาย

2. หญิง

2. อายุ

1. ต่ำกว่า 20 ปี

4. 40-49ปี

2. 20-29 ปี

5. 50 ปีขึ้นไป

3. 30-39 ปี

3. สถานภาพ

1. โสด

4. แยกกันอยู่

2. หย่าร้าง

5. ม่าย

3. สมรส

4. ระดับการศึกษา

1. ต่ำกว่ามัธยม

4. สูงกว่าปริญญา

ตรี

2. มัธยม

5. อนุปริญญา

3. ปริญญาตรี

5. รายได้ของครอบครัว

1. กำไรจากการประกอบธุรกิจ

4. เงินประกันชีวิต

2. เงินเดือนของสมาชิกในบ้าน

5. อื่น ๆ.....

3. เงินโบนัส

6. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของตนเอง

1. ต่ำกว่า 10,000 บาท

5. 40,001-50,000

บาท

2. 10,001-20,000 บาท

6. 50,001 บาทขึ้นไป

ไป

3. 20,001-30,000 บาท

7. ไม่มีรายได้

4. 30,001-40,000 บาท

7. แหล่งรายได้ของตนเอง

1. บุตรส่งเสีย

4. เงินบำเหน็จ

2. เบี้ยยังชีพคนชรา

3. เงินบำนาญ

5. เงินประกันชีวิต

6. เงินเดือน

8. อาชีพ

1. นักเรียน/นักศึกษา

4. พนักงาน

บริษัทเอกชน

2. ประกอบธุรกิจส่วนตัว

5. ไม่ได้ประกอบ

อาชีพ

3. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

6. อื่น ๆ.....

**ตอนที่ 2 :** แบบสอบถามเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเกร็ด

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ให้ตรงกับคำตอบที่ท่านเลือก

9. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดบ่อยเพียงใด

1. 1-2 ครั้ง

3. 5-6 ครั้ง

2. 3-4 ครั้ง

4. มากกว่า 6 ครั้ง

10. ท่านใช้จ่ายครั้งละเท่าไร

1. ไม่เกิน 1,000 บาท

3. 1,501-2,000

บาท

2. 1,001-1,500 บาท

4. 2,000 บาทขึ้นไป

ไป

11. ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวเกาะเกร็ดด้วยวิธีใด

1. รถยนต์ส่วนตัว

4. รถประจำทาง

2. รถจักรยานยนต์

5. อื่นๆ

3. เรือโดยสาร

12. กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดที่ท่านสนใจเป็นพิเศษ

1. ปั่นจักรยานรอบเกาะ

4. ทำบุญไหว้พระ

2. เดินซื้อของกิน-ของใช้

5. อื่นๆ

3. นั่งเรือรอบเกาะ

**ตอนที่ 3:** แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดจ.นนทบุรี

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มาก

3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง น้อย

1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์</b>					
1.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลกิจกรรมการท่องเที่ยวตลอดปี อย่างชัดเจนสม่ำเสมอ					
2.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดทำสื่อการประชาสัมพันธ์ที่น่าดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว					
3.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการสื่อสารให้ข้อมูลตอบคำถามให้กับนักท่องเที่ยวในพื้นที่เกาะเกร็ดได้อย่างชัดเจน					
4.องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการแสดงแผ่นป้ายประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้ชัดเจน มีการจัดแผนผัง แผนที่การให้ข้อมูล เพื่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายข้อมูลข่าวสารกิจกรรมการท่องเที่ยว					
5. มีการประชาสัมพันธ์โดยใช้เทคโนโลยีสารสนเทศผ่านระบบสื่อสารสาธารณะและสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงได้ง่าย					
6. มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวทั้งกับชาวไทยและชาวต่างชาติ					
<b>ปัจจัยกลุ่มเป้าหมาย / ประชาชนผู้รับบริการ</b>					
1.ท่านเห็นว่าบุคคลด้านการท่องเที่ยวขององค์การปกครองส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีบทบาทสำคัญด้านการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเกาะเกร็ด					

2.ท่านเห็นว่านโยบายด้านการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดมีส่วนสำคัญในการพัฒนาอนุรักษ์วัฒนธรรมในท้องถิ่น					
3.ท่านเห็นว่านโยบายการท่องเที่ยวช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวไทยต่อชาวต่างชาติ					
4.ท่านได้รับข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดอย่างละเอียด					
5.ท่านทราบประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในพื้นที่เกาะเกร็ด โดยรู้ถึงพฤติกรรมที่พึงและงดปฏิบัติแก่นักท่องเที่ยว เช่นกรณี โบราณสถานเก่าแก่ ทรุดโทรม อาจทำให้ทรุดได้หรือเสียหาย					
6.ท่านมีความรู้เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดเป็นอย่างดี					
<b>ปัจจัยด้านทรัพยากร</b>					
1.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสาธารณสุขมูลฐานได้ครบถ้วนเพียงพอ เช่น ห้องน้ำ-สุขาสะอาด เพียงพอด่อนักท่องเที่ยว					
2. แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการเดินทาง เช่น ที่จอดรถ โดยสาธารณะ					
3. ท่านคิดว่า องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด มีการจัดบุคลากรการท่องเที่ยว เช่น ยู่ะมักคุเทศน์ ไกด์ เหมาะสม					
4. องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ดมีการจัดอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการด้านข้อมูลความรู้เชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว					
5.แหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านร้านค้า ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าท้องถิ่น อาทิ OTOP เครื่องปั้นดินเผา					
6. องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นมีการดูแลเกี่ยวกับ ผู้ประกอบการด้านที่พัก และการบริการด้านที่พักได้นำประทับใจ					

**ตอนที่ 4:** แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลของนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยววิถีไทยขององค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเกร็ด จ.นนทบุรี

**คำชี้แจง :** กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนนที่ตรงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด โดยมีระดับคะแนนดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มากที่สุด

4 คะแนน หมายถึง มาก

3 คะแนน หมายถึง ปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง น้อย

1 คะแนน หมายถึง น้อยที่สุด

คำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
<b>ความพึงพอใจเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยว</b>					
1.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความหลากหลายกิจกรรมในพื้นที่					
2.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ความสนุกสนานและบันเทิง					
3.กิจกรรมการท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีตรงกับความต้องการและคาดหวังของท่านในแง่ กิจกรรมการขายอาหารและเครื่องดื่ม ร้านค้าของที่ระลึกเพียงพอและสวยงามและสะอาด					
4. สภาพแวดล้อมภายในแหล่งท่องเที่ยวเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรี มีความสวยงามและสะดวกสบาย เหมาะสมความต้องการและคาดหวังของท่าน					
<b>ความพึงพอใจด้านค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว</b>					
1.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ท่านได้รับ					
2. ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นจริงในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับที่ท่านและครอบครัววางแผนไว้					
3.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องการเดินทางให้เข้าจากรถยนต์รอบเกาะเกร็ด และเรือข้ามฝั่งเหมาะสมคุ้มค่า					
4.ท่านเห็นว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ในเรื่องสถานที่และของที่ระลึกเหมาะสมคุ้มค่า					

**ตอนที่ 5** ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบพระคุณที่ได้สละเวลาในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้





## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ	ภรณ์ยู ดิสวนนท์
วัน เดือน ปีเกิด	28 พฤศจิกายน 2532
สถานที่เกิด	จังหวัดกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
ประวัติการศึกษา	มหาวิทยาลัยรังสิต ปริญญาโทศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาวิทยุกระจายเสียงและ วิทยุโทรทัศน์, 2556
ที่อยู่ปัจจุบัน	51(101) ซ.พินุลสงคราม22 (ซอยวัดกำแพง) ถ.พินุลสงคราม ต.ตลาดขวัญ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

