



แบบเสนอโครงการวิจัย ประจำปี 2563

ชื่อโครงการ (ภาษาไทย) แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
(ภาษาอังกฤษ) The Guidelines of The Local Wisdom Product Development for
Promoting Health Tourism in Wat Nong Muang Community, Nong
Klap Subdistrict, Nong Bua District, Nakhon Sawan Province

หน่วยงาน หลักสูตรการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว คณะบริหารและการจัดการ

1. ลักษณะโครงการวิจัย

☒ โครงการวิจัยใหม่

☐ โครงการวิจัยต่อเนื่องระยะเวลา ปี ปีนี้เป็นปีที่ รหัสโครงการวิจัย

ความสอดคล้องของโครงการวิจัย

1) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2564)

โครงการวิจัยนี้ มีความสอดคล้องกับ ส่วนที่ 4 ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน หัวข้อย่อยที่ 3.2.3 การพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดยมีการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ มีแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว โดยดำเนินการ (1) ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากอัตลักษณ์และเอกลักษณ์แห่ง ความเป็นไทยที่สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นและวิถีชีวิตชุมชน อาทิ การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะเป็นการกระจายรายได้ไปสู่คนในชุมชนและท้องถิ่นทั่วประเทศอย่างทั่วถึงและเป็นธรรม รวมทั้งส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับของระบบนิเวศเพื่อให้เกิดความสมดุล และยั่งยืนในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยตลอดจนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่มนุษย์สร้าง ขึ้นเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพจากทั่วโลก (2) พัฒนากลุ่มคลัสเตอร์ท่องเที่ยว ตามศักยภาพของพื้นที่ เชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด อาทิ การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น และ(3) ดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาดทั้งเชิงรับและเชิงรุกในตลาดเป้าหมายทั้งตลาดศักยภาพเดิมและตลาดใหม่ โดยมุ่งเน้นนักท่องเที่ยวคุณภาพเพื่อให้สอดคล้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้เกิดความคุ้มค่าต่อประสบการณ์มากกว่าการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน รวมทั้งสนับสนุนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นเพื่อลดการพึ่งพิงตลาดต่างประเทศ

และนอกจากนี้ ตามหัวข้อย่อย 5.22 ยังระบุถึง แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวรายสาขา อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวทางน้ำและทางรถไฟ โดยมีสาระสำคัญวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความแตกต่าง หลากหลาย ตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมทั้ง

กระแสความนิยมของสังคม ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่จึงได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น อาทิ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นำการนวดแผนโดยปราชญ์ชาวบ้านมาร่วมด้วย และสปาเป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมทั้งในส่วนของกิจกรรมประเพณี ตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอัตลักษณ์ด้วยความแตกต่างของรูปแบบกิจกรรมและปัจจัยสนับสนุนของการท่องเที่ยวแต่ละรายสาขา จึงมีความจำเป็นต้องการจัดทำแผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพให้เกิดความสนใจกิจกรรมท่องเที่ยวรายสาขาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

2) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560 – 2564)

โครงการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 3 : ส่งเสริมและสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาในภาคเอกชน ซึ่งมีเป้าประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนภาคเอกชน เพิ่มพูนศักยภาพ เพิ่มการลงทุน และขยายการวิจัยและพัฒนา จนเกิดผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยให้เป็นประโยชน์ด้านการผลิต การพาณิชย์ และบริการที่สนองต่อความต้องการของภาคเอกชนและการพัฒนาประเทศ รวมถึงสามารถช่วยลดต้นทุน การผลิต เพิ่มผลิตภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ

และ กลยุทธ์ที่ 3 ของยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 3 ยังกล่าวถึง การพัฒนาและส่งเสริมระบบและกลไกความร่วมมือ และร่วมลงทุนระหว่าง ภาคเอกชน ภาครัฐ และภาคการศึกษาในการวิจัยและพัฒนาและการใช้ประโยชน์ รวมถึงกลไกการดำเนินงานการวิจัยร่วมระหว่างบุคลากรของภาครัฐ ต่างหน่วยงาน ภาครัฐกับภาคเอกชน และภาคการศึกษาที่ภาคเอกชนที่ได้ผลในทางปฏิบัติ

นอกจากนี้ยังมีความสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 4 : ส่งเสริมกลไกและกิจกรรมการกระบวนกรวิจัย ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริง โดยความร่วมมือของ ภาคส่วนต่าง ๆ ซึ่งมีเป้าประสงค์เพื่อให้อุตสาหกรรม/พาณิชย์ สังคม/ชุมชน วิชาการ และนโยบายใช้ประโยชน์จากกระบวนการวิจัย ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยี จากงานวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม และตรงตามความต้องการที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศ

สุดท้ายนี้ ประเด็นวิจัยมุ่งเน้นตามนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560-2564) ได้มุ่งเน้นในประเด็นวิจัยด้านการท่องเที่ยว : การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับมหภาค อุปสงค์และอุปทานทางการตลาดการท่องเที่ยว ฐานข้อมูลทางการท่องเที่ยว **การพัฒนาศักยภาพของพื้นที่และการเชื่อมโยง กิจกรรมการท่องเที่ยวตามความต้องการของตลาด** เช่น ท่องเที่ยวเชิงเกษตร ท่องเที่ยวสีเขียว ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ ท่องเที่ยวเชิงกีฬา ท่องเที่ยวกลุ่มมุสลิม ท่องเที่ยวชุมชน **ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว การบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วม พฤติกรรม นักท่องเที่ยว กลไกการจัดการการท่องเที่ยว และการพัฒนาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าและบริการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน ระบบโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว **และประเด็นวิจัยด้านสุขภาพ** : การพัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านการแพทย์ เพื่อรับมือกับโรคสำคัญของคนไทย การรักษาและตรวจวินิจฉัยโรคที่แม่นยำ (Precision Medicine) การสร้าง ระบบป้องกันโรค การผลิตวัคซีนเพื่อทดแทนการนำเข้า **การแพทย์ทางเลือก สมุนไพรไทย อาหารเสริม สปา และการเสริมสร้างคุณภาพที่ผสมผสานภูมิปัญญาไทย** นวัตกรรมการผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่ดีต่อสุขภาพ การพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อเชื่อมโยงฐานข้อมูลต่าง ๆ ของรัฐเข้ากับระบบสาธารณสุขไทยเพื่อบริการทางการแพทย์ ระบบประกันสุขภาพ ระบบและนโยบายด้านสุขภาพ

มาตรการด้านสุขภาพ ประเทศไทย ปลอดพยาธิใบไม้ตับ (Fluke Free Thailand) การจัดการภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุข รวมถึงสาธารณสุขชุมชน

3) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ

โครงการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับ ยุทธศาสตร์ที่ 1 : เร่งส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสนองตอบต่อประเด็นเร่งด่วนตามยุทธศาสตร์และแผนพัฒนาประเทศ และภารกิจของหน่วยงาน โดยรัฐลงทุนเพื่อการวิจัยและพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

และกลยุทธ์ที่ 3 : เสริมสร้างสังคมวิจัยในระดับท้องถิ่นและชุมชนที่มีศักยภาพเข้มแข็งในการวิจัย และพัฒนาเพื่อยกระดับการพัฒนาและแก้ไขปัญหาในพื้นที่

4) ระบุความสอดคล้องของโครงการวิจัยกับยุทธศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

1. โครงการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาการจัดการด้านการท่องเที่ยวแบบองค์รวม ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (ปี พ.ศ. 2560 – 2564) ของ กรมการท่องเที่ยว โดยระบุไว้ว่า การพัฒนาและเผยแพร่องค์ความรู้และสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการการท่องเที่ยวพร้อมทั้งการส่งเสริมบทบาทหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวบนพื้นฐานความสมดุลทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งทิศทางเป้าหมายของกรมการท่องเที่ยวในอนาคต คือ การพัฒนาอัตลักษณ์และเรื่องราวของพื้นที่เพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Identities and Local Stories) ซึ่งจะส่งผลให้การพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละพื้นที่มีทิศทางในการพัฒนาที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ อีกทั้งสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีเรื่องราว (Story) ที่น่าสนใจสอดแทรกซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยว มีการส่งเสริมรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ใส่ใจสุขภาพทำให้กระแสดูสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้การสรุปประเด็นสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังกล่าวถึง การพัฒนาแนวทางลดการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักกระจายนักท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวรอง และการเตรียมความพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในการรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุอีกด้วย

2. โครงการวิจัยนี้มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครสวรรค์ พ.ศ.2561-2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาศักยภาพการผลิตทางการเกษตร อุตสาหกรรมเกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมฐานชีวภาพ และอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว และตามวิสัยทัศน์ “จังหวัดนครสวรรค์เป็น ศูนย์กลางด้านเกษตรและอุตสาหกรรมเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และธรรมชาติ สังคมมีความเข้มแข็ง และสิ่งแวดล้อมที่ดี ภายในปี พ.ศ. 2564” และพันธกิจ คือ พัฒนาจังหวัดนครสวรรค์ ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและธรรมชาติ

ผลงานของโครงการนี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ใน (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ เชิงนโยบาย (ระบุ)

☐ เชิงพาณิชย์ (ระบุ)

☐ เชิงวิชาการ (ระบุ)

☒ เชิงพื้นที่ (ระบุ) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมของชุมชน มาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่เกี่ยวข้องกับสมุนไพร ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหารเพื่อสุขภาพ จนนำไปสู่การสร้างเส้นทาง

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ให้เป็นที่รู้จักและรับรู้ถึงสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปที่รักสุขภาพหรือกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นต้น

- ☐ เชิงสาธารณะ/สังคม (ระบุ)
- ☐ อื่น ๆ (ระบุ)

2. องค์ประกอบในการจัดทำโครงการวิจัย

1) ผู้รับผิดชอบ (คณะผู้วิจัย บทบาทของนักวิจัยแต่ละคนในการทำวิจัย และสัดส่วนที่ทำการวิจัย (%))

รายละเอียดของหัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) อาจารย์ชนิตา โตบุญมา
(ภาษาอังกฤษ) Chanita Tobunma

สถานที่ทำงาน : หลักสูตรการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา

โทรศัพท์ / E-mail Address : 062-9426653/ Chanita.t@cpu.ac.th

หน้าที่หรือความรับผิดชอบในโครงการ : ทบทวนวรรณกรรม พัฒนาและออกแบบงานวิจัย ดำเนินการ

วิจัย สร้างและพัฒนาเครื่องมือในการวิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูล สรุปและอภิปรายผล

เวลาที่ใช้ในโครงการวิจัย : ปีการศึกษา 2563

สัดส่วนที่ทำการวิจัย (%) : 100%

2) ประเภทการวิจัย

- การวิจัยเชิงสำรวจ

3) สาขาวิชาการและกลุ่มวิชาที่ทำการวิจัย

- สาขาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

4) คำหลัก (Keyword) ของโครงการวิจัย

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวชุมชน (Community Tourism)

ภูมิปัญญาท้องถิ่น (Local Wisdom) กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism Activities)

เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism Route)

5) ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังคงมีบทบาทและเป็นฟันเฟืองหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งนี้หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่างศึกษาหาวิธีในการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ขึ้นมาอยู่เสมอ เพื่อเป็นการสร้างจุดขาย เสริมความแข็งแกร่ง และตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยว นำไปสู่การออกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศให้มากขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2557)

ในช่วงที่ผ่านมามีกระแสการดูแลสุขภาพของผู้คนในสังคมยังคงมาแรงอย่างต่อเนื่อง จนพัฒนา กลายเป็นพฤติกรรมและเกิดกลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อสินค้าและบริการต่างๆ ที่ต้องปรับตัวตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และนั่นรวมไปถึงธุรกิจการท่องเที่ยวด้วยเช่นกันที่ต่างต้องปรับตัวและสร้างจุดขายใหม่ๆ เพื่อรองรับกับกระแสดังกล่าว จนนำไปสู่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่อย่าง “Health Tourism” เทรนด์การท่องเที่ยวที่กำลังมาแรง และมีอัตราการเติบโตที่น่าจับตามอง ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพแบบ

องค์รวม เพื่อสร้างความสมดุลทั้งร่างกายและจิตใจ มีการผนวกกิจกรรมด้านสุขภาพเข้ามารวมอยู่ในการท่องเที่ยวด้วย เช่น โยคะ สปา อาหารเพื่อสุขภาพ และบริการทางการแพทย์ เป็นต้น (Hall, C. M, & Howat, G, 2011)

กระแสการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเติบโตอย่างรวดเร็ว แม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจโลกจะถดถอย แต่ธุรกิจนี้ก็กลับเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยในปี 2560 ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ทั่วโลกมีมูลค่าประมาณ 124 ล้านล้านบาท ใหญ่กว่า GDP ประเทศไทย 9,000 เท่า มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 10.6% ซึ่งโตกว่าภาพรวมการท่องเที่ยวโลกถึง 2 เท่า และยังมีแนวโน้มที่จะโตอย่างต่อเนื่อง

สำหรับประเทศไทยนับเป็นอีกหนึ่งตลาดที่โดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพราะมีความได้เปรียบด้วยต้นทุนที่ดีทั้งในแง่ของการบริการด้านสุขภาพ บริการ ค่าใช้จ่าย ภูมิปัญญาท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โดยข้อมูลจาก Global Wellness Institute ระบุว่า ปี 2560 มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของประเทศไทยใหญ่เป็นอันดับที่ 13 ของโลก สามารถสร้างรายได้ไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านบาท มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาใช้บริการกว่า 9.7 ล้านครั้ง ไม่เพียงเท่านั้นนักท่องเที่ยวชาวไทยก็ให้ความสนใจเข้ารับบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยเช่นกัน จากสถิติและแนวโน้มดังกล่าวถือเป็นโอกาสทางธุรกิจท่องเที่ยวที่น่าจะมองเห็นและเร่งพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อรองรับกับความต้องการของตลาด และสร้างเงินหมุนเวียนขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจในประเทศ ซึ่งปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐได้ออกมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อจูงใจให้เกิดการใช้จ่ายภายในประเทศ รวมทั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ร่วมกับผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยวได้ผนึกกำลังจัดโปรโมชั่นด้านราคา แพคเกจท่องเที่ยว เป็นแรงหนุนสำหรับช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น และไม่เพียงเท่านั้นยังมีการออกมาตรการกระตุ้นอย่างต่อเนื่อง ในการทำการตลาดเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ที่น่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและวิถีชีวิตของชุมชนในจังหวัดรองและทั่วทุกภาคภูมิภาคในประเทศมากยิ่งขึ้น โดยรัฐบาลมีจุดมุ่งหมายต้องการดึงศักยภาพที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นออกมาเพื่อพัฒนา อาทิเช่น สมุนไพรไทย ภูมิปัญญาชาวบ้าน นวดแผนโบราณ สปา และอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น ส่งเสริมให้เกิดเป็นการท่องเที่ยวชุมชนที่มีการนำเอาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นของตนออกมาใช้ และสร้างเป็นจุดขายเพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวในชุมชนได้ในที่สุด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2561)

ในปัจจุบันรัฐบาลได้ผลักดันมุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน เกิดการพัฒนาและยกระดับแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนเมืองรองให้ได้มาตรฐานที่แสดงถึงความเป็นวิถีชีวิตของชุมชน เกิดการกระจายรายได้ ส่งผลให้ชุมชนท้องถิ่น มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น มีความมั่นคง มั่งคั่งและก่อให้เกิดความยั่งยืนในอนาคต และเช่นกันจังหวัดนครสวรรค์เป็นจังหวัดหนึ่งใน 55 จังหวัดเมืองรองที่มีความพร้อมทั้งศักยภาพ และความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม และรวมไปถึงประเพณีวิถีชีวิต วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละชุมชนท้องถิ่น จากการศึกษาสำรวจพื้นที่เบื้องต้นที่ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ผู้วิจัยได้สังเกตเห็นถึงทรัพยากรที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรทางธรรมชาติที่สามารถหยิบยกมาพัฒนาเป็นกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น การจักสาน ดนตรีพื้นบ้าน แปลงผักชีวภาพ หรือพืชผักที่ปลูกโดยธรรมชาติ แปลงสมุนไพรพื้นบ้าน มีการทำยาหม่อง ลูกประคบ เมนูอาหารเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และรวมถึงสามารถเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ได้ โดยที่จะ

สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่รักและสนใจในการดูแลสุขภาพหรือนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงจะศึกษาหัวข้อวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจองค์ประกอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และเพื่อศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสุดท้ายเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำไปสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

6) วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อสำรวจองค์ประกอบทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ณ ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์
2. เพื่อศึกษาจุดอ่อน จุดแข็ง อุปสรรค และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น
3. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น นำไปสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

7) ขอบเขตของโครงการวิจัย

ขอบเขตด้านพื้นที่ ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

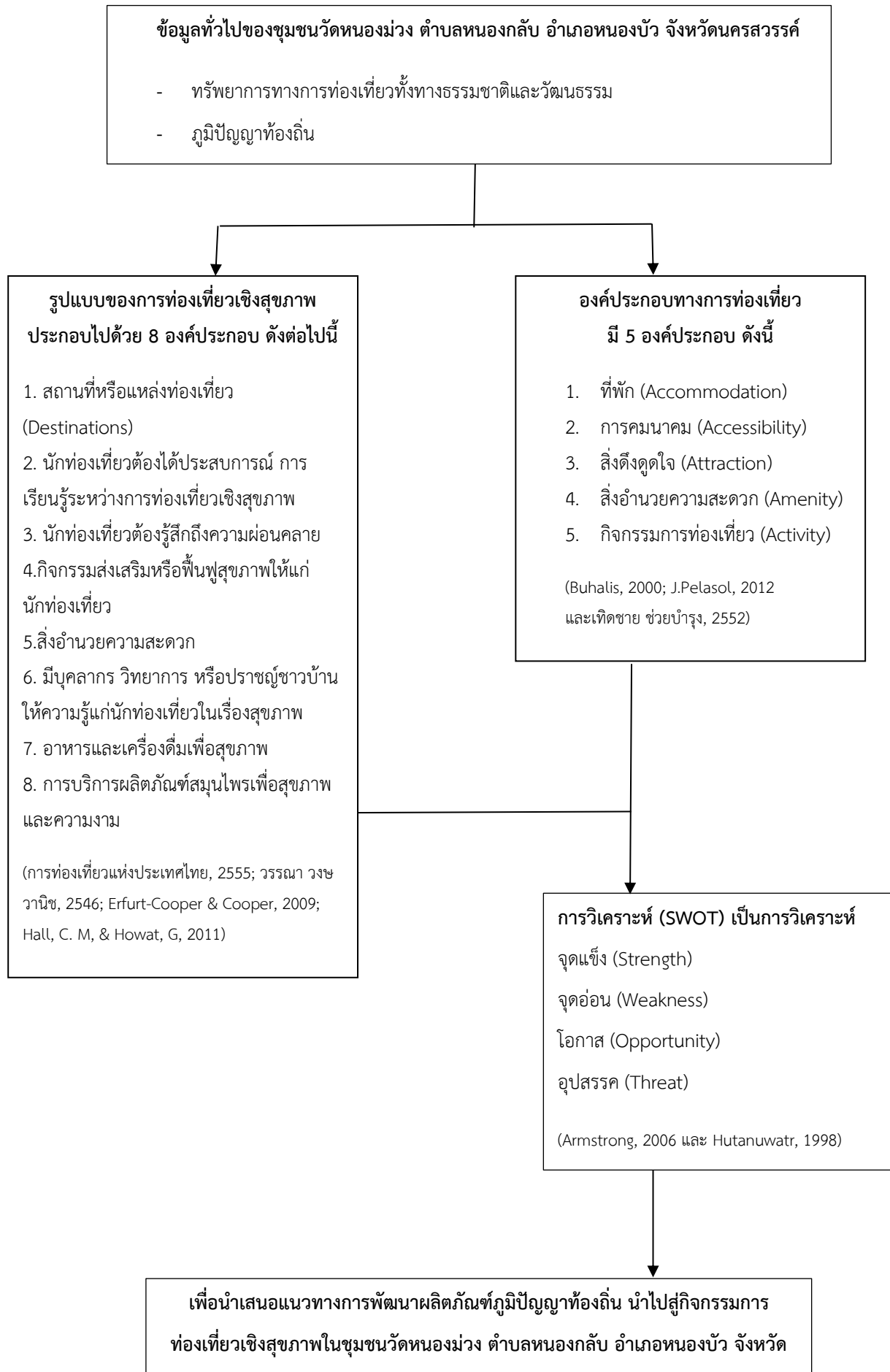
ขอบเขตด้านเนื้อหา แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น แนวคิดองค์ประกอบและผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ SWOT

ขอบเขตด้านประชากร ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของประชากรออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) หน่วยงานภาครัฐ โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อิงทฤษฎีความน่าจะเป็น มีวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครสวรรค์ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองกลับ และนายกเทศบาลอำเภอนองบัว เป็นต้น

(2) ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่ม คนในท้องถิ่น ปราชญ์ชาวบ้าน

8) ทฤษฎี สมมติฐาน (ถ้ามี) กรอบแนวคิดของโครงการวิจัย



9) การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศที่เกี่ยวข้อง

9.1 แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555) ได้แบ่งประเภทและรูปแบบของการจัดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในประเทศไทยเป็น 2 ประเภท คือ *ประเภทแรก* คือ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยกิจกรรมทางการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกหลักวิชาการและมาตรฐาน หรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น วารีบำบัด การนวดแผนไทย การอบ การอาบน้ำแร่ การประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ การฝึกกายบริหารท่าฤๅษีดัดตน การเล่นเกมโยคะ การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นต้น *ประเภทที่สอง* การท่องเที่ยวเชิงบำบัดการรักษาสภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตทางวัฒนธรรม และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสภาพ การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การรักษาสภาพฟัน การทำศัลยกรรมความงาม การฟื้นฟูรักษาโรค เป็นต้น (Hall, C. M, & Howat, G, 2011)

จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้ง 2 ประเภทนี้ คือ การฟื้นฟูและส่งเสริมบำรุงรักษาสภาพกายและสุขภาพจิต การบำบัดรักษาพยาบาล ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และสังสรรค์ทางสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับบุคคลอื่นในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ทักษะคติ ค่านิยมและพฤติกรรมในการส่งเสริม และรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้สมบูรณ์ด้วยตัวเองมากยิ่งขึ้น (Erfurt-Cooper & Cooper, 2009)

(วรรณ วรชวานิช, 2546) ได้กล่าวถึง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เรียนรู้วิถีการใช้พลังงานจากธรรมชาติ มาบำบัดและเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง จิตใจสดชื่นแจ่มใสควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้เห็นถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น และนำสิ่งที่ได้รับมาปรับปรุงคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น โดยสวนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปพักผ่อนยังต่างจังหวัด ซึ่งปัจจุบันนิยมนักท่องเที่ยวในรูปแบบของศูนย์สุขภาพ โดยมีหลักสำคัญ ดังนี้

- 1.) สถานที่นั้นควรมีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม รมรื่น สะอาด ปราศจากมลพิษต่าง ๆ
- 2.) มีสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย
- 3.) มีบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านสุขภาพ อนามัย สุขภาพกาย สุขภาพจิตที่พร้อมจะช่วยให้ความช่วยเหลืออยู่ตลอดเวลา
- 4.) มีระบบการจัดการด้านการออกกำลังกายและสันทนาการที่ถูกต้องและปลอดภัย โดยจัดแบ่ง เวลาให้เหมาะสม มีกิจกรรมที่ส่งผลต่อการพัฒนาสุขภาพทางด้านร่างกาย และจิตใจ
- 5.) นักท่องเที่ยวได้รับประโยชน์ ความรู้ประสบการณ์ด้านต่าง ๆ พร้อมทั้งจะกลับไปพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองให้ดีขึ้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ผู้วิจัยจึงสรุปได้ว่า รูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบไปด้วย 8 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้ 1. สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว (Destinations) 2. นักท่องเที่ยวต้องได้ประสบการณ์การเรียนรู้ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3. นักท่องเที่ยวต้องรู้ถึงความปลอดภัย 4. กิจกรรมส่งเสริมหรือฟื้นฟูสุขภาพให้แก่ักท่องเที่ยว 5. สิ่งอำนวยความสะดวก 6. มีบุคลากร วิทยากร หรือปราชญ์ชาวบ้านให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในเรื่องสุขภาพ 7. อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ 8. การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพร

เพื่อสุขภาพและความงาม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555; วรรณ วทวณิช, 2546; Erfurt-Cooper & Cooper, 2009; Hall, C. M, & Howat, G, 2011)

9.2 แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น

ภูมิปัญญาตรงกับคำศัพท์ภาษาอังกฤษว่า Wisdom ซึ่งหมายความว่าความรู้ ความสามารถ ความเชื่อ ความสามารถทางพฤติกรรม และความสามารถในการแก้ไขปัญหาของ มนุษย์ ส่วนคำว่า “ภูมิปัญญาท้องถิ่น” เป็นคำที่ใช้ในความหมายที่ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Local wisdom” หรือ “ภูมิปัญญาชาวบ้าน” (Indigenous knowledge) (Setiyadi & Bambang, 2013) ไม่เพียงเท่านั้นภูมิปัญญาท้องถิ่นยังหมายถึง องค์ความรู้ ความสามารถและทักษะของคนไทยอันเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่าน กระบวนการเรียนรู้ เลือกรสร รุ่งแต่ง พัฒนา และถ่ายทอดสืบต่อกันมา เพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาชีวิตของผู้คนให้สมดุลกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัย ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะเป็นองค์รวม ลักษณะองค์รวมของภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความเด่นชัดในหลายด้าน เช่น ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ด้านการแพทย์แผนไทย ด้านการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ด้านกองทุนและธุรกิจชุมชน ด้านศิลปกรรม ด้านภาษาและวรรณกรรม ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณี และด้านโภชนาการ (Dahlani, D, 2010)

ขณะเดียวกันภูมิปัญญาท้องถิ่นยังสามารถจำแนกประเภทตามลักษณะได้ 10 ประเภท ดังต่อไปนี้ (จิราภรณ์ เวฬุวนารักษ์, 2556)

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับประเพณีและพิธีกรรม ภูมิปัญญาประเภทนี้มี ความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตในสังคมโดยเฉพาะประเพณีและพิธีกรรมที่เป็นการเพิ่มขวัญกำลังใจ นับเป็นสิ่งที่ดึงดูดที่คนไทยในท้องถิ่นสร้างขึ้นเพื่อเอื้อต่อการดำเนินชีวิตของคนในสังคมอย่างมีความสุข
2. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปะพื้นบ้าน เพื่อถ่ายทอดงานศิลปะที่มีลักษณะที่มีคุณค่าเฉพาะถิ่น ด้วยการสร้างสรรค์งานจากทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาประยุกต์ใช้
3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับอาหารและผักพื้นบ้าน การนำเทคนิคการถนอมอาหาร และการปรุงอาหารมาใช้เป็นภูมิปัญญาอีกประเภทหนึ่งที่สำคัญต่อการดำรงชีวิตเพื่อให้อาหารที่มีมากเกินไป ความต้องการสามารถเก็บไว้บริโภคได้เป็นเวลานานยิ่งขึ้น
4. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการละเล่นพื้นบ้าน ส่วนใหญ่จะใช้อุปกรณ์ในการละเล่นที่ประดิษฐ์มาจากธรรมชาติซึ่งแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติ การละเล่นพื้นบ้านถือว่าเป็นการผ่อนคลาย และยังสามารถรักษาวินัยธรรมการละเล่นพื้นบ้านให้คงอยู่อีกด้วย
5. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม เกิดจากการสร้างสรรค์ของคนในท้องถิ่น ซึ่งแต่ละภาคในประเทศไทยสามารถพบหลักฐานจากร่องรอยของศิลปวัฒนธรรมที่ปรากฏ กระจายตัวอยู่ทั่วไป เช่น สถาปัตยกรรม ประติมากรรม จิตรกรรม เป็นต้น เป็นเครื่องสะท้อนให้เห็นถึงเทคนิค ความคิด ความเชื่อของบรรพชนได้เป็นอย่างดี
6. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับเพลงพื้นบ้าน ภูมิปัญญานี้ส่วนใหญ่จะแสดงออกถึงความสนุกสนาน และยังเป็นคติสอนใจสำหรับคนในสังคมที่แตกต่างกันออกไปในแต่ละภูมิภาค สะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ
7. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับสมุนไพรและตำรายาพื้นบ้าน ซึ่งเป็นภูมิปัญญาสำคัญเพราะเป็นปัจจัยที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ ภูมิปัญญาประเภทนี้เกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ของคนในอดีต และถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลัง

8. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับประดิษฐ์กรรมและหัตถกรรมพื้นบ้าน เครื่องมือ หรือสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนไทยในแต่ละภาคนั้นถือเป็นประดิษฐ์กรรมและหัตถกรรมชั้นเยี่ยม
9. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิตตามสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ คนไทยจำนวนไม่น้อยมีการประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะการทำนา ทำไร่ จึงทำให้เกิดภูมิปัญญาที่เกี่ยวกับความเชื่อและพิธีกรรมในการดำรงชีวิตเพื่อแก้ปัญหา หรืออ่อนน้อมให้เกิดความอุดมสมบูรณ์ในการเพาะปลูก และเพื่อเพิ่มผลิตผลทางการเกษตร
10. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับความเชื่อและศาสนา จากความหลากหลายทาง การนับถือศาสนา และพื้นฐานทางความเชื่อที่ต่างกันในประเทศไทย ทำให้ภูมิปัญญาประเภทนี้มีลักษณะแตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกี่ยวกับความเชื่อในพระพุทธศาสนาเป็น หลักจะช่วยสร้างสรรค์สังคมด้วยการผสมผสานกับความเชื่อดั้งเดิมจนกลายเป็นลักษณะเฉพาะของ แต่ละท้องถิ่น

9.3 องค์ประกอบทางการท่องเที่ยว (5A)

(Buhalis, 2000; J.Pelasol, 2012 และเทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว คือ ความพร้อมด้านการท่องเที่ยวสามารถที่จะรองรับนักท่องเที่ยว หรือช่วยในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมาสู่สถานที่แห่งนั้น ถึงแม้ว่าจะไม่ใช่สิ่งที่ตอบสนอง ความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงแต่ก็มีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเลือกเดินทางมายังสถานที่นั้น ดังนั้นองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวทั้ง 5 องค์ประกอบที่กล่าวด้านล่างนี้ จึงจะทำให้ทราบได้ว่าแหล่งท่องเที่ยวที่ศึกษามีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการกำหนดแนวทางการพัฒนาความพร้อมทางการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในพื้นที่อย่างต่อเนื่องได้ ซึ่งองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวมี 5 องค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. *ที่พัก (Accommodation)* หมายถึง สถานที่ที่จัดไว้เพื่อให้คนเดินทางหรือ นักท่องเที่ยวได้เข้าพัก พร้อมการบริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งปัจจุบันธุรกิจที่พักได้พัฒนาเรื่อยมา โดยมีรูปแบบการจัดบริการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้าอย่างสูงสุด มีการบริหารงาน ในระบบเครือข่ายทั้งในรูปแบบของเครือข่ายท้องถิ่นและเครือข่ายระหว่างประเทศมากขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาธุรกิจที่พักรูปแบบต่าง ๆ ยังเป็นแรงผลักดันให้มีการแข่งขันกันสูงขึ้นทั้งในระบบมาตรฐานการ บริการที่สูงขึ้น และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่การ กับบริหารจัดการที่เอื้อประโยชน์ต่อ นักท่องเที่ยว ระบบเศรษฐกิจของประเทศชาติ และมีความยั่งยืนของการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2. *การคมนาคม (Accessibility)* เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญเนื่องจากมีบทบาทในการเคลื่อนย้าย นักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลก ซึ่งการคมนาคมในปัจจุบันได้ถูกพัฒนาให้สามารถตอบสนอง การเดินทางท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบเช่น ธุรกิจการบิน การเดินเรือ และ การคมนาคมขนส่งทางรถยนต์ รถโดยสารรถไฟ รถไฟฟ้า เป็นต้น

3. *สิ่งดึงดูดใจ (Attraction)* หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดให้ นักท่องเที่ยวเดินทาง ไปท่องเที่ยวได้ เช่น สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ได้แก่ ทะเล ภูเขา น้ำตก เกาะ แม่น้ำ หาดทราย ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจประเภทวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี ได้แก่ ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง งานแห่เทียนพรรษา เป็นต้น ซึ่งสิ่งดึงดูดใจนี้หมายรวมถึง สิ่งที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงหรือมีความโดดเด่น และเป็นที่น่าสนใจกว่าแหล่งอื่น ๆ เช่น ทะเลหมอก ทะเลแหวก บ่อน้ำพุร้อน เป็นต้น

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenity) หมายถึง สิ่งที่จัดขึ้นเพื่อให้เอื้อประโยชน์และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา โทรศัพท์ แผนที่ อินเทอร์เน็ต ศูนย์ ให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

5. กิจกรรมต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว (Activity) หมายถึง ผลิตรายการทางการท่องเที่ยวที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากการไปเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น โดยรูปแบบของกิจกรรมต่าง ๆ จะแตกต่างกัน ตามประเภทของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น การเดินป่า การนั่งช้าง การดูนก ฯลฯ กิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น การดำน้ำ การตกปลา เป็นต้น

9.4 การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในและภายนอก (SWOT)

(Armstrong, 2006 และ Hutanuwatr, 1998) ได้กล่าวว่า การวิเคราะห์ (SWOT) เป็นการวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) อุปสรรค (Threat) เป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการตลาด ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด สิ่งจำเป็นเริ่มแรกก็คือ การวิเคราะห์การตลาด ซึ่งเป็นกิจกรรมสำคัญที่นำไปสู่การตัดสินใจการตลาด การวิเคราะห์การตลาดเป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในที่ควบคุมได้และสภาพแวดล้อมที่ควบคุมไม่ได้ การวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนของกิจการจะสามารถวิเคราะห์ได้จากสภาพแวดล้อมภายใน กิจการซึ่งประกอบด้วย วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมาย วัตถุประสงค์การตลาด นโยบายการตลาด ตลาดเป้าหมาย และส่วนประสมการตลาด ส่วนการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจะสามารถวิเคราะห์ได้จากสภาพแวดล้อมภายนอกของกิจการซึ่งประกอบด้วยสภาวะแวดล้อมมหภาค ซึ่งได้แก่ สภาวะแวดล้อมด้านประชากรศาสตร์ สภาวะแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ สภาวะแวดล้อมด้านสังคมและวัฒนธรรม สภาวะแวดล้อมด้านการเมืองและกฎหมาย สภาวะแวดล้อมทางเทคโนโลยี สภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ และสภาวะแวดล้อมจุลภาค ซึ่งได้แก่ ซัพพลายเออร์หรือผู้จัดจำหน่ายวัสดุ ผู้จัดจำหน่าย หรือคนกลางที่นำผลิตภัณฑ์ไปช่วยจัดจำหน่ายลูกค้า คู่แข่งขัน สาธารณชน

การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strength) เป็นการพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ ภายในกิจการที่มีผลทำให้กิจการได้เปรียบหรือเหนือกว่าคู่แข่ง อาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเหนือกว่าตราสินค้าเป็นที่นิยมมากกว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์สวยงามกว่า ซึ่งเป็นจุดเด่นที่เหนือกว่าผู้อื่นอันเป็นประโยชน์ทางด้านการตลาด การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ทุกด้านภายในของกิจการ อาจจะเป็นชื่อเสียง ฐานะทางการเงิน ความสามารถของพนักงาน ความสามารถของผู้บริหาร หรือองค์ประกอบของส่วนประสมทางการตลาดทุกกิจกรรม ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย หรือการส่งเสริมการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็งจะเป็นข้อมูลสำคัญเพื่อใช้ในการวางแผนการตลาดเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน และการกำหนดกลยุทธ์การตลาดต่อไป

การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weakness) เป็นการวิเคราะห์ข้อด้อยหรือข้อเสียของกิจการ เปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด การวิเคราะห์จุดอ่อนเป็นการพิจารณาในด้านตรงข้ามกับการวิเคราะห์จุดแข็งจะทำการพิจารณาปัจจัยภายในต่าง ๆ ของกิจการในทุกแง่มุม ไม่ว่าจะเป็นข้อเสียที่ไม่ดี ฐานะทางการเงินแย่ รวมทั้งองค์ประกอบของส่วนประสมการตลาดทุกกิจกรรม เพื่อหาจุดด้อย หรือข้อเสีย ซึ่งข้อมูลที่ได้ก็จะนำมาใช้ในการวางแผนเพื่อหลีกเลี่ยงหรือหลบหลีกการเผชิญกับคู่แข่งในส่วนที่กิจการด้อยกว่า

สรุปแล้ว การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน เป็นการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในที่สามารถควบคุมได้

การวิเคราะห์โอกาส (Opportunity) เป็นการวิเคราะห์โอกาสที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อม ภายนอกที่เป็นปัจจัยจุลภาคและปัจจัยมหภาค ปัจจัยแวดล้อมจุลภาคได้แก่ ลูกค้า คนกลาง ผู้จัดจำหน่าย ซัพพลายเออร์

คู่แข่งและหน่วยงานสาธารณะ ส่วนปัจจัยมหภาคได้แก่ การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนประชากร การเปลี่ยนแปลงของอัตราการเกิด อัตราการตายของประชากร ลักษณะรูปแบบของครอบครัว อาชีพของประชากร เชื้อชาติ ลักษณะความต้องการของตลาด รวมทั้งปัจจัยแวดล้อมทางเศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย เทคโนโลยี สังคม ปัจจัยแวดล้อมทางกายภาพ และอื่น ๆ ซึ่งปัจจัยภายนอกเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ทั้งสิ้น โอกาสที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมดังกล่าวเป็นโอกาสที่ธุรกิจสามารถตอบสนองโอกาสทางการตลาดได้ดังนี้

โอกาสในการเจาะตลาด เป็นโอกาสที่นักการตลาดสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ของตนเองเข้าไปในตลาดที่มีผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งแล้ว เช่นในภาวะที่ผลิตภัณฑ์ในการตลาดไม่เพียงพอที่จะสนองความต้องการของผู้บริโภค หรือเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ในตลาด โดยปรับส่วนประสมการตลาดให้เหมาะสมกับโอกาสที่เอื้อต่อการแข่งขันชิงลูกค้าจากคู่แข่งให้มาเป็นลูกค้าของกิจการ

โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นโอกาสที่นักการตลาดสามารถนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดใหม่ เช่น การนำผลิตภัณฑ์ขยายตลาดออกไปยังเขตภูมิภาค หรือกลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยการสร้างให้เกิดความต้องการ รวมทั้งการขยายตลาดเข้าไปสู่ท้องที่ที่ผลิตภัณฑ์ของกิจการยังเข้าไปไม่ถึงการพัฒนาตลาดอาจกระทำได้โดยการโฆษณา การส่งเสริมการขาย และทำการประชาสัมพันธ์ เข้าไปในพื้นที่เป้าหมายที่กิจการไม่เคยดำเนินการมาก่อน

โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นโอกาสที่นักการตลาดสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย ซึ่งเป็นโอกาสที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกกิจการที่ทำให้เอื้อต่อการตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกิจการ เช่น ภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง แต่ยังคงมีความต้องการในผลิตภัณฑ์อยู่ นักการตลาดจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีต้นทุนต่ำลง แต่ยังคงสภาพผลิตภัณฑ์ตามที่ผู้บริโภคต้องการ เช่น พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารบรรจุขวดมาเป็นผลิตภัณฑ์บรรจุถุง เป็นต้น

โอกาสในการขยายชนิดผลิตภัณฑ์ เป็นโอกาสที่เกิดจากปัจจัยแวดล้อมภายนอกกิจการที่เอื้อต่อการขยายชนิดผลิตภัณฑ์ของกิจการให้สามารถเข้าสู่ตลาดใหม่ของกิจการได้ เช่น การเพิ่มของจำนวนประชากรผู้สูงอายุของประเทศไทยทำให้กิจการด้านบริการสาธารณสุขสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะสถานบริการด้านกายภาพบำบัดสามารถเปิดบริการเฉพาะด้านเพื่อสนองความต้องการของตลาดที่เปิดโอกาสดังกล่าวโดยไม่ต้องไปเปิดเฉพาะโรงพยาบาลเท่านั้น

การวิเคราะห์อุปสรรค (Threat) เป็นการพิจารณาข้อเสียเปรียบ ข้อจำกัด หรือปัญหาของกิจการในการทำการตลาดที่เกิดจากผลกระทบของสภาวะแวดล้อมภายนอกที่ธุรกิจไม่สามารถควบคุมได้ เช่น ภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนไป สังคม กฎหมาย การเมือง เทคโนโลยี คู่แข่งขัน อัตราดอกเบี้ยที่เพิ่มสูงขึ้น ขนาดของครอบครัวที่เล็กลง การออกกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค มีการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่มาใช้กับอุตสาหกรรม เป็นต้น สภาวะแวดล้อมเหล่านี้ทำให้เกิดแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่ธุรกิจไม่พึงประสงค์เป็นสภาวะแวดล้อมที่ธุรกิจจะต้องเตรียมตัวปรับปรุงแก้ไขเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต สภาวะแวดล้อมที่เป็นอุปสรรคอาจทำให้ธุรกิจประสบกับภาวะล้มเหลวจนอาจทำให้ไม่สามารถอยู่รอดต่อไปได้ นักการตลาดจึงจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์เพื่อความอยู่รอด นักการตลาดจำเป็นต้องคาดคะเนความรุนแรงของเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นและมีโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์เลวร้ายเหล่านั้นได้มากน้อยเพียงใด เพื่อจะได้วางแผนป้องกันตัวเองหรือรับมือกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต นอกจากนี้แล้วนักการตลาดต้องรู้จักช่วงชิงจังหวะโดยนำอุปสรรคที่จะเกิดขึ้นมาทำการวิเคราะห์เพื่อปรับปรุงวิกฤตให้เป็นโอกาสทางการตลาดของธุรกิจ เพราะในสภาวะที่เกิด

วิกฤตทุก ๆ ธุรกิจจะต้องหยุด และระมัดระวังในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งก็เป็นโอกาสสำหรับกิจการที่จะฉกฉวยจังหวะเพื่อช่วงชิงสร้างเป็นโอกาสของธุรกิจได้

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ผู้บริหารการตลาดสามารถนำไปใช้ในการกำหนดวัตถุประสงค์การตลาด การเลือกตลาดเป้าหมาย การกำหนดกลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสมต่อไป

10) การสืบค้นจากฐานข้อมูลสถิติบัตร

11) เอกสารอ้างอิงของโครงการวิจัย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2555). ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559. [ออนไลน์].

สืบค้นเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2563. จาก <http://www.senate.go.th>

จิราภรณ์ เวฬุวนารักษ์. (2556). ภูมิปัญญาท้องถิ่นคืออะไร มีกี่ประเภท อะไรบ้าง. สืบค้น จาก

http://jirapornaon616.blogspot.com/2013/03/blog-post_12.html

เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนบน

ฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.

วรรณ วาษวณิช. (2546). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัย

ศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ ฯ.

Armstrong, M. (2011). Armstrong's handbook of strategic human resource management.

Kogan Page Publishers.

Buhalis, D. (2000). "Marketing the competitive destination in the future." Tourism

Management. 21,1:97-116.

Dahliani, D. (2010). Local Wisdom Inbuilt Environment in Globalization Era. Local Wisdom

Inbuilt Environmentinglobalization Era, 3(6).

Erfurt-Cooper, P., & Cooper, M. (2009). Health and wellness tourism: Spas and hot springs.

Channel View Publications.

Hall, C. M., Voigt, C., Brown, G., & Howat, G. (2011). Wellness tourists: in search of

transformation. Tourism Review.

Hutanuwatr, N. (1998). *Strategy Formulation Through SWOT Analysis: A Case Study of Three*

Rural People Business Organizations in Northeast Thailand (Doctoral dissertation, Asian Institute of Technology).

Pelasol, J. (2012). "Igcabugao: A Potential Tourist Destination in the Southern Part of Iloilo, Philippines.International." JPAIR Multidisciplinry Research is being certified for QMS ISO 9001:2008 by the Anglo Japanese American Registrars of the United Kingdom. 8, March 2012: 90-97.

Setiyadi, D. P., & Bambang, D. (2013). Discourse analysis of Serat Kalatidha: Javanese cognition system and local wisdom. Asian Journal of Social Sciences & Humanities, 2(4).

12) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ เช่น ด้านวิชาการ ด้านนโยบาย ด้านเศรษฐกิจ/พาณิชย์ ด้านสังคมและชุมชน รวมถึงการเผยแพร่ในวารสารวิชาการ จดสิทธิบัตร ฯลฯ และหน่วยงานที่ใช้ประโยชน์จากผลการวิจัย

12.1 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับต่อวิชาการ

- การได้มาซึ่งองค์ความรู้จากผลงานวิจัยสามารถไปทำประโยชน์ต่อยอดทางการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนอื่น ๆ ได้

12.2 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับต่อสังคมและชุมชน

- องค์ความรู้จากผลงานวิจัย ชุมชนจะมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถนำไปใช้ได้จริง
- องค์ความรู้จากผลงานวิจัย ชุมชนจะมีเส้นทางทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถนำไปใช้ได้และสามารถสร้างเป็นจุดขายให้แก่ชุมชน นำมาซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่รักสุขภาพหรือผู้สูงอายุให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชุมชนวัดหนองม่วงได้

- องค์ความรู้จากผลงานวิจัย ชุมชนได้ซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถนำไปใช้ได้ และจะนำมาซึ่งเศรษฐกิจที่ดีขึ้นแก่ชุมชนวัดหนองม่วง

- องค์ความรู้จากผลงานวิจัยสามารถทำให้ชุมชนมีความแตกต่างและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวหรือชุมชนอื่น ๆ ได้

12.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับต่อหน่วยงานภาครัฐ

- หน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยว สามารถนำเอาผลจากงานวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวสุขภาพภายในภูมิภาค หรือประเทศได้

- หน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวจังหวัดนครสวรรค์ สามารถนำเอาผลจากงานวิจัยนี้ไปเพิ่มศักยภาพการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาคได้ รวมทั้งเพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมภาพลักษณ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดได้อีกด้วย

12.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับต่อหน่วยงานภาคเอกชน

- หน่วยงานภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำเอาองค์ความรู้จากผลงานวิจัยไปใช้ในการวางแผนธุรกิจ และนำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนำไปใช้เพื่อพัฒนาหรือส่งเสริมธุรกิจของตนได้

- หน่วยงานภาคเอกชน หรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สามารถนำเอาองค์ความรู้จากผลงานวิจัยไปแนวทางในการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของธุรกิจตนเองได้

13) แผนการถ่ายทอดเทคโนโลยีหรือผลการวิจัยสู่กลุ่มเป้าหมาย

-

14) วิธีการดำเนินการวิจัย และสถานที่ทำการทดลอง/เก็บข้อมูล

การวิจัยโครงการนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ซึ่งผู้วิจัยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี ของการจัดทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจะนำไปสู่เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Routing) โดยมีรายละเอียดดังนี้

14.1) ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่เก็บข้อมูลที่ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ซึ่งมีทรัพยากรที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางวัฒนธรรม และทรัพยากรทางธรรมชาติที่สามารถหยิบยกมาพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ ไม่ว่าจะเป็นแปลงผักชีวภาพ หรือพืชผักที่ปลูกโดยธรรมชาติ แปลงสมุนไพรพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีการทำยาหม่อง ลูกประคบ

เมนูอาหารเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย เป็นต้น ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และรวมถึงเกิดเป็นเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ได้

14.2) ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้วิจัยมีการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลักในการทำวิจัยครั้งนี้โดยเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากผู้ให้ข้อมูลหลักมีหน้าที่ความรับผิดชอบโดยตรงกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และมีความรู้เกี่ยวกับทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ ดังนั้นในการเก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลักออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

(1) หน่วยงานภาครัฐ ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 5 คน ดังนี้

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครสวรรค์	1 คน
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครสวรรค์	1 คน
องค์การบริหารส่วนตำบลหนองกลับ	1 คน
องค์การบริหารส่วนจังหวัดนครสวรรค์	1 คน
เทศบาลอำเภอนองบัว	1 คน

(2) ผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน ผู้ให้ข้อมูลหลัก มีจำนวน 18 คน ดังนี้

ผู้บริหารท้องถิ่น คือ ผู้ใหญ่บ้าน และสมาชิก อบ.ต.	3 คน
ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้นำชุมชน ผู้นำกลุ่มภูมิปัญญาต่างๆ	10 คน
ผู้มีส่วนร่วมในท้องถิ่น	5 คน

รวมจำนวนกลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้ง 2 กลุ่มเป็นจำนวน 23 คน

14.3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ประกอบไปด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi - Structure Interview)

เครื่องมือเชิงคุณภาพที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง (Semi - Structure Questionnaire) และแบบสังเกตการณ์ ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงปัจจัยอื่นๆเพื่อนำมาพัฒนาเป็นเครื่องมือวิจัยได้ดังนี้

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ซึ่งจะใช้กับกลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลหลัก ทั้ง 2 กลุ่ม คือ หน่วยงานภาครัฐ และผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน

แบบสังเกตการณ์ ซึ่งเป็นการสังเกตพื้นที่ สถานที่ ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต อาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้คนในท้องถิ่น เป็นต้น

14.4) การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้กำหนดประเภทของแหล่งข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท คือ

ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลพื้นที่ ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ที่ได้สำรวจลักษณะทางกายภาพ การสังเกตการณ์ และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย เอกสารทางวิชาการ หนังสือ ตำรา วารสาร เป็นต้น ซึ่งการวิจัยนี้ผู้วิจัยใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- (1.) สมุดบันทึก และอุปกรณ์เครื่องเขียน เพื่อใช้เขียนจดบันทึกใจความสำคัญในการสัมภาษณ์ และบันทึกการสังเกตการณ์
- (2.) กล้องถ่ายรูปที่ใช้ในการบันทึกภาพ โดยบันทึกภาพถ่ายต่างๆระหว่างการดำเนินการวิจัย และบันทึกภาพถ่ายกิจกรรมภูมิปัญญาต่างๆของท้องถิ่น แต่ทั้งนี้ต้องมีการขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญก่อนการบันทึกภาพ
- (3.) เครื่องบันทึกเสียง โดยจะใช้บันทึกเสียงสัมภาษณ์ระหว่างผู้วิจัยและผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญ แต่ทั้งนี้ต้องมีการขอความยินยอมจากผู้ให้ข้อมูลหลักสำคัญก่อนในการบันทึกเสียง
- (4.) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก หรือแบบบันทึกข้อมูลภาคสนาม ซึ่งมีการได้จัดเตรียมไว้ก่อนการไปสัมภาษณ์ โดยเป็นการรวบรวมข้อมูลต่างๆจากแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยนำออกมาสร้างเป็นประเด็นคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi - Structure Interview)

15) ระยะเวลาทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย (ให้ระบุขั้นตอนอย่างละเอียด)

เดือนพฤษภาคม - เดือนมิถุนายน รวบรวมข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

เดือนกรกฎาคม - เดือนสิงหาคม สำรวจและค้นหาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

เดือนสิงหาคม - เดือนตุลาคม ลงพื้นที่เก็บข้อมูล จากการสังเกตการณ์ การประชุมกลุ่มย่อย และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ และกลุ่มผู้มีส่วนได้เสียในชุมชน

เดือนพฤศจิกายน - เดือนธันวาคม นำข้อมูลมาวิเคราะห์ จัดหมวดหมู่ของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อนำมาจัดทำเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอนองบัว จังหวัดนครสวรรค์

ลำดับ	รายละเอียด	ระยะเวลา							
		พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
1.	รวบรวมข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	←→							
2.	สำรวจและค้นหาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญาท้องถิ่น			←→					
3.	ลงพื้นที่เก็บข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม (รอบที่ 1-3)				←→				
4.	ลงพื้นที่เก็บข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม (รอบที่ 4-6)					←→			
5.	ลงพื้นที่เก็บข้อมูล และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 2 กลุ่ม (รอบที่ 6-10)						←→		
6.	วิเคราะห์ผล							←→	
7.	สรุปและอภิปรายผล								←→

16) งบประมาณของโครงการวิจัย

รายการ	จำนวนเงิน
1. หมวดค่าตอบแทน	
1.1 ค่าตอบแทนนักวิจัย (10% ของวงเงินวิจัย ทั้งนี้ไม่เกิน 10,000 บาท)	10,000
1.2 ค่าตอบแทนผู้ช่วยนักวิจัย (7 เดือน x 1,500)	10,500
1.3 ค่าตอบแทนผู้ทรงคุณวุฒิ	
2. หมวดค่าใช้จ่าย	
2.1 ค่าเผยแพร่ผลงานวิจัย (การประชุมสัมมนาวิชาการและการตีพิมพ์บทความทางวิชาการ)	8,000
2.2 ค่าแปลภาษาอังกฤษ	2,000
2.3 ค่าขอหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (3,000 บาท)	3,000
2.4 ค่าเบี้ยเลี้ยงการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ (3 คน x 120 บาท x 10 วัน)	3,600
2.5 ค่าเบี้ยเลี้ยงการเก็บข้อมูล ลงพื้นที่ (3 คน x 120 บาท x 10 วัน)	3,600
2.6 ค่าเชื้อเพลิง	10,000
3. หมวดค่าวัสดุ	
3.1 ค่าวัสดุสำนักงานทั่วไป (กระดาษ หมึกพิมพ์ เครื่องเขียน ฟลิปชาร์ต ฯลฯ)	2,500
3.2 ค่าจัดทำรูปเล่มรายงานผลการวิจัย	1,000
รวมงบประมาณทั้งสิ้น	54,200

17) ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

17.1 ด้านวิชาการ ได้มาซึ่งองค์ความรู้ที่เป็นระบบของภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวทั้งวัฒนธรรม และทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ

17.2 ด้านสังคม/ชุมชน ได้มาซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ชุมชนวัดหนองม่วง ตำบลหนองกลับ อำเภอหนองบัว จังหวัดนครสวรรค์ สามารถนำไปใช้ได้จริง

17.3 ด้านเศรษฐกิจ สามารถสร้างงานให้แก่คนในท้องถิ่น เพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน ลดปัญหาการว่างงาน และปัญหาการย้ายถิ่น ได้อีกด้วย

17.4 ด้านนโยบาย หรือภาครัฐ สามารถนำองค์ความรู้จากผลงานวิจัยไปใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวสุขภาพระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค และระดับประเทศ

(ลงนาม).....

หัวหน้าโครงการวิจัย

วันที่ เดือน.....พ.ศ.

(ลงนาม).....

คณบดี

วันที่ เดือน.....พ.ศ.

เป้าหมาย ผลผลิต ตัวชี้วัด และผลการดำเนินงานโครงการวิจัย

[illegible]

[illegible]