



ทัศนคติของนักท่องเที่ยวดูสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

อริญชยา ทับทิมทอง

ปัญหาพิเศษนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการบริหารทั่วไป

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา

มิถุนายน 2551

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา



## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาเรื่อง ทศนคติของนักท่องเที่ยวดต่สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ผู้ทำปัญหาพิเศษขอกราบขอบคุณ ดร.ถาวร ทันใจ และ อาจารย์ อุษณากร ทาวะรัมย์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษ ที่ได้ให้คำปรึกษาและแนะนำตรวจแก้ไข ปัญหาพิเศษเป็นอย่างดีมาตลอด จนทำให้ปัญหาพิเศษฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นและสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ตลอดจนผู้บริหารสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ที่ให้ความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้

ผู้ทำปัญหาพิเศษขอกราบระลึกพระคุณ คุณพ่อทรงพล ทับทิมทอง, คุณแม่พิไร ทับทิมทอง พี่สาว น้องชาย และน้องสาว ที่ให้กำลังใจและสนับสนุนการทำปัญหาพิเศษครั้งนี้ รวมทั้งเพื่อน พี่ และน้อง ในสาขาวิชาการบริหารทั่วไปรุ่นที่ 8 ที่ได้ให้กำลังใจที่ดีตั้งแต่เริ่มต้นจนปัญหาพิเศษ สำเร็จลุล่วงได้

อริญชยา ทับทิมทอง



ชื่อปัญหาพิเศษ	ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”
ชื่อผู้เขียนปัญหาพิเศษ	อริญชยา ทับทิมทอง
สาขาวิชา	รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป)
ปีการศึกษา	2550

### บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่อง “ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละในการวิเคราะห์ผล ซึ่งผลการวิจัยพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนมากที่เดินทางมาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” จะเพศหญิง โดยส่วนใหญ่จะมาจากสถาบันการศึกษาและเป็นครอบครัว ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อนและทางอินเทอร์เน็ต นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานที่ตั้ง การเดินทางที่สะดวกสบาย และมีบรรยากาศเป็นธรรมชาติที่ดี และสวยงาม กิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในทุกกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ดี มีการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในและภายนอกสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ที่ดีในทุก ๆ ด้าน เช่น สถานที่จอดรถ ร้านค้า ห้องน้ำเพียงพอและสะอาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติว่าจะกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” แห่งนี้อีก และการได้มายังสถานที่แห่งนี้ ได้ความรู้ความบันเทิง และยังมีบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติตรงตามวัตถุประสงค์ และคนส่วนใหญ่ที่มาแล้วจะแนะนำเพื่อน ๆ หรือคนรู้จักที่ยังไม่ได้มา ให้ได้มาเที่ยว และทัศนศึกษายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ช
สารบัญภาพ.....	ซ
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	2
ขอบเขตการศึกษา.....	2
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	2
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
2 แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	4
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ.....	4
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์.....	15
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”.....	20
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	24
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	28
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	29
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	29
เครื่องมือใช้ในการวิจัย.....	30
การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	30
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	31
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	31



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	32
ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	32
ตอนที่ 2 ทักษะคิดด้านสถานที่แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”.....	34
ตอนที่ 3 ทักษะคิดด้านกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”.....	36
ตอนที่ 4 ทักษะคิดด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”.....	37
ตอนที่ 5 ความคิดเห็นด้านอื่น ๆ.....	39
5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	41
สรุปผลการวิจัย.....	41
อภิปรายผล.....	43
ข้อเสนอแนะ.....	44
บรรณานุกรม.....	46
ภาคผนวก.....	49
ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ.....	54



## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล.....	32
2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการมายัง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” .....	34
3 ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” .....	34
4 ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” .....	36
5 ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในของ แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” .....	37
6 ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านอื่น ๆ .....	39
7 นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” .....	40



## สารบัญภาพ

ภาพที่  
หน้า

1 การทำนาที่ไม่ใช้เครื่องจักรทันสมัย.....	20
2 ลานแสดงควาย.....	21
3 รูปแบบโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่.....	21
4 เรือนไทยหมู่ภาคกลาง.....	22
5 บ้านแพทย์แผนไทย.....	22
6 ลานแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย.....	23
7 สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก.....	23



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยกำหนดให้เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยว การพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยว ด้วยการปลูกฝังแนวคิด วิสัยทัศน์สำหรับการพัฒนาความรู้ ทักษะ ประสิทธิภาพ และความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ส่งเสริมให้ประชาชนในทุกพื้นที่ของประเทศไทยอนุรักษ์ฟื้นฟู สืบสานศิลปวัฒนธรรม และพัฒนาภูมิปัญญาไทยให้เป็นแหล่งการเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามวิถีชีวิตภูมิปัญญาไทยในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม ด้านการแพทย์แผนไทย ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านกองทุนและกิจกรรมชุมชน ด้านศิลปกรรม ด้านภาษา และวรรณกรรม ด้านปรัชญา ศาสนา และประเพณีท้องถิ่น

สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรีคือ บ้านควาย ซึ่งเป็นสถานที่ที่รวบรวมวิถีชีวิตแบบพื้นบ้านภาคกลาง ตั้งอยู่ที่ตำบลบ้านกร่าง อำเภอศรีประจันต์ ติดถนนทางหลวงหมายเลข 340 มีเนื้อที่ 70 ไร่ มีประชากรควาย ประมาณ 100 ตัว ด้วยแนวคิดที่จะอนุรักษ์ควายไทย ซึ่งเป็นเสมือนเพื่อนสนิทของชาวนา “บ้านควาย” จึงเกิดขึ้น เพื่อสะท้อนถึงวิถีการดำรงชีวิตของชาวนาไทยในชนบท สมัยก่อนที่ ทำนาโดยวิธีแบบ โบราณซึ่งมีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงกับควายเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ยังเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ รักษาขนบธรรมเนียมและวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมที่เป็นมรดกของชาติไว้ให้ อนุชนรุ่นหลัง ได้เห็นเป็นความรู้ และแสดงความน่ารัก แสนรู้ของควาย ที่เป็นทั้งเครื่องมือในการทำนา เป็นพาหนะในการเดินทาง และเป็นเพื่อนยากของชาวนาไทย ที่นับวันจะถูกทอดทิ้งและเลือนหายไปจากวิถีชีวิตของเรคนไทย

บ้านควาย - สุพรรณบุรี ถูกสร้างขึ้นเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และรักษาขนบธรรมเนียม และวัฒนธรรมซึ่งเป็นมรดกของประเทศไทย ซึ่งท่านสามารถเดินชมรอบ ๆ ภายในบริเวณที่เราจัดแสดงงาน พิธีต่าง ๆ อาทิเช่น การแต่งงานแบบไทย การทำขนมไทย การ





แสดงความสามารถพิเศษของควายไทย ชมวิธีการอนุรักษ์หมู่บ้านชวานาและบ้านเรือนไทยโบราณ พร้อมทั้งมีการจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองอีกมากมาย

การพัฒนาสถานที่เหล่านี้ให้มีความคงทนถาวรได้เป็นเรื่องสำคัญ เพื่อเป็นการสืบสาน วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีให้ชนรุ่นหลังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่สามารถช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ได้ก็คือการบริหารจัดการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่เข้าชมสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นการศึกษาทัศนคติที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวจะช่วยให้สามารถปรับปรุงหรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมต่อไปได้ ผู้วิจัยจึงได้ทำการศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

### ขอบเขตการศึกษา

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา : มุ่งศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” เกี่ยวกับ สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมที่มีการจัดขึ้นภายในสถานที่ท่องเที่ยว การบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยว
2. ขอบเขตด้านเวลา : มุ่งศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มาในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2551
3. ขอบเขตด้านพื้นที่และประชากร : มุ่งศึกษานักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” จังหวัดสุพรรณบุรี

### นิยามศัพท์เฉพาะ

ทัศนคติ หมายถึง ความคิด ความรู้สึกนึกคิด ท่าทีของบุคคลกับคนรอบข้าง ที่จะแสดงพฤติกรรมสนองตอบต่อวัตถุ สถานที่ สถานการณ์ ซึ่งมีผลมาจากสภาพแวดล้อมหรือประสบการณ์ที่ได้รับในด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก และความพร้อมที่จะแสดงออก เป็นความคิดเห็นหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ในการสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคมซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจนโบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ในท้องถิ่นด้วย



บ้านควาย หมายถึง โครงการที่ดำเนินการอยู่ที่อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกจิตสำนึกให้กับพี่น้องประชาชนได้ระลึกถึง “ควาย” สัตว์ที่มีบุญคุณ ช่วยในการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน และยังส่งเสริมและอนุรักษ์ให้ควายเป็นสัตว์ที่ได้รับความสนใจ และได้รับการเลี้ยงดูอย่างมีคุณค่าเพราะไม่ว่าวันข้างหน้าควายอาจกลับมามีบทบาทต่อชีวิตของพี่น้องเกษตรกรอีกก็ได้

หมู่บ้านชนบทชวาณาไทย หมายถึง จัดขึ้นเพื่อสะท้อนให้เห็นภาพชีวิตชวาณาไทยดั้งเดิมขึ้นอีกครั้ง คือภาพของการทำนาที่ไม่ใช้เครื่องจักรทันสมัยใด ๆ

ลานแสดงควาย หมายถึง ลานสำหรับแสดงถึงความสามารถของสัตว์ที่ใครหลายคนบอกไว้ว่าควายเป็นสัตว์ที่มีสมองน้อยที่สุด เมื่อได้รับการฝึกฝนแล้วสามารถเข้าใจคำสั่งและสามารถปฏิบัติตามได้

โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ หรือที่เรียกว่าโครงการเศรษฐกิจพอเพียง หมายถึง เป็นโครงการที่ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ทรงคิดเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับความเดือดร้อนจากที่ดินทำกินที่มีจำนวนจำกัด โดยทางโครงการหมู่บ้านควายได้จำลองรูปแบบไว้เพื่อให้ความรู้แก่ผู้เข้าชม

เรือนไทยหมู่ภาคกลาง หมายถึง เรือนไทยประกอบไปด้วย เรือนคหบดี เรือนแพทย์แผนไทย และเรือนโหราจารย์โดยทางโครงการมุ่งหวังที่จะนำเสนอรูปแบบในการดำเนินชีวิต โดยจำลองความเป็นอยู่ของคนไทยในอดีต

ลานแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย หมายถึง ซึ่งมีการแสดงฟ้อนรำของไทยจากภาคต่าง ๆ ประเพณีการแต่งงานไทย การแสดงร้องเพลงพื้นบ้านเพลง เช่น เพลงฉ่อย เพลงอีแซว การละเล่นของเด็กไทยภาคกลางสมัยก่อน

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”
2. ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในด้าน ความสะอาด บรรยากาศโดยรวม ความปลอดภัย ภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”
3. ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีการจัดขึ้นภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”
4. ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”



## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบเอกสารที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
3. สถานที่ท่องเที่ยว “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”
4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
5. กรอบแนวคิดในการวิจัย

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับทัศนคติ

#### ความหมายของทัศนคติ

ทัศนคติ (attitude) เป็นศัพท์ที่ทางจิตวิทยาการศึกษา เพื่อใช้เป็นเครื่องแสดงถึงพฤติกรรมและความสัมพันธ์ที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีผู้ให้คำนิยามศัพท์ไว้หลายท่านด้วยกัน

อูทุมพร จามรมาน (2537) ได้ให้ความหมายของทัศนคติไว้ว่า เป็นสภาวะทางจิตที่กำหนดการคิดที่มีพื้นฐานมาแล้ว โดยมีองค์ประกอบคือ

1. ความรู้สึก เช่น การชอบหรือไม่ชอบต่อคน หรือสิ่งนั้น ๆ
2. ความรู้สึกหรือความคิด เช่น ความรู้เกี่ยวกับคน สิ่งนั้นหรือเรื่องนั้น ๆ
3. การกระทำหรือพฤติกรรม เช่น ความตั้งใจจะแสดงกิริยาที่เกี่ยวกับคนหรือสิ่งนั้นออกมา

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2543, หน้า 78 - 79) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นสิ่งที่มิอิทธิพลต่อความเชื่อ ในขณะที่ความเชื่อก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติ ทัศนคติเป็นปัจจัยภายในที่นักจิตวิทยาหลายคนเชื่อว่า จะเป็นตัวที่ทำให้บุคคลมีการตอบสนองที่แตกต่างกัน สำหรับการศึกษานี้ในขั้นต้นนี้ เพื่อทำให้ง่ายขึ้น เราอาจให้คำสองคำนี้ทดแทนกันได้ในการศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อ ทั้งนี้ เพราะคำทั้งสองคำนี้ต่างส่งผลสะท้อนถึงความรู้สึกในทางบวกและทางลบต่อสินค้า บริการ หรือตราห้อยของสินค้านั้น



ธีระพร อุวรรณ โณ (2535, หน้า 4) สรุปลักษณะของนิยามทัศนคติไว้ 4 ด้านคือ

1. ทัศนคติมีที่หมาย (attitude object) ที่หมายเหล่านี้ ได้แก่ สิ่งของ คน สถานที่ แนวความคิด สถานการณ์ ฯลฯ
2. มีการระบุในแง่ดี ไม่ดี (evaluation aspect)
3. มีลักษณะค่อนข้างยั่งยืนคงทน (relative enduring)
4. ความพร้อมในการตอบสนอง (readiness for response)

ประภาเพ็ญ สุวรรณ (2536, หน้า 1) ให้ความหมายว่า ทัศนคติเป็นความเชื่อ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เช่น บุคคล สิ่งของ การกระทำ สถานการณ์ และอื่น ๆ รวมทั้งท่าทีที่แสดงออกมาบ่งถึงสภาพของจิตใจที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทัศนคติเป็นนามธรรม และเป็นส่วนที่ทำให้เกิดการแสดงออกด้านการปฏิบัติ แต่ทัศนคติไม่ใช่แรงจูงใจ (motive) แรงขับ (drive) หากแต่เป็นสภาพแห่งความพร้อมที่จะโต้ตอบ และแสดงให้เห็นทราบถึงแนวทางของการตอบสนองของบุคคลต่อสิ่งเร้า

สันติ ฌ พัทลุง (2545 อ้างถึงใน ชูดา จิตพิทักษ์, 2525, หน้า 65) ได้ศึกษาความคงที่ของทัศนคติและได้กล่าวว่า ทัศนคติสามารถเปลี่ยนแปลงได้ แต่ในบางกรณีมีการเปลี่ยนแปลงน้อยมากหรือเปลี่ยนแปลงได้ยากมาก และยังคงกล่าวอีกว่า ทัศนคติแสดงในพฤติกรรม 2 ลักษณะ คือ

1. ทัศนคติเชิงนิมิต หรือทางบวก เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะพึงพอใจ เห็นด้วย หรือชอบ อยากทำ อยากได้ อยากเข้าใกล้สิ่งนั้น
2. ทัศนคติเชิงนิเสธ หรือทางลบ เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะไม่พอใจ ไม่เห็นด้วย เบื่อหน่าย ชิงชัง อยากหนีไปให้พ้นสิ่งนั้น

สันติ ฌ พัทลุง (2545 อ้างถึงใน ชูดา จิตพิทักษ์, 2525, หน้า 70) กล่าวว่า ทัศนคติเป็นแกนกลางของจิตวิทยาสังคมยุคปัจจุบัน ซึ่งถือว่าทัศนคติมีความสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมในสังคม และได้อธิบายเกี่ยวกับทัศนคติ โดยการแยกอธิบายความหมายของทัศนคติออกเป็น 5 ลักษณะย่อย ๆ ดังนี้ คือ

1. เป็นภาวะทางจิตและประสาท ซึ่งอาจแสดงออกให้เห็นได้ทางพฤติกรรม เช่น โกรธเกลียด รัก เป็นต้น
2. เป็นความพร้อมที่จะตอบสนอง คือ เมื่อมีทัศนคติที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใดก็พร้อมจะตอบสนองต่อสิ่งนั้นตามลักษณะของทัศนคติที่เกิดขึ้น เช่น ชอบวิชาภาษาอังกฤษก็มีความต้องการที่จะเรียนหรือสนใจวิชาภาษาอังกฤษอยู่เสมอ



3. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเป็นระเบียบเกิดขึ้นเป็นกลุ่มและจัดระเบียบไว้แล้วในตัวเองคือ เมื่อเกิดทัศนคติต่อสิ่งใดแล้วก็จะเกิดขึ้นต่อเนื่องกันและจะติดตามมาด้วยพฤติกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน เช่น โกรธก็จะหน้าบึ้ง เป็นต้น

4. เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์ หมายความว่า ประสบการณ์มีส่วนช่วยในการสร้างทัศนคติได้ดีหรือเลว

5. เป็นพลังสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมที่แสดงออก

จากความหมายดังกล่าวข้างต้น พอสรุปได้ว่า ทัศนคติ หมายถึง ความคิด ความรู้สึกนึกคิดท่าทีของบุคคลกับคนรอบข้าง ที่จะแสดงพฤติกรรมสนองตอบต่อวัตถุ สถานที่ สถานการณ์ ซึ่งมีผลมาจากสภาพแวดล้อมหรือประสบการณ์ที่ได้รับในด้านความรู้ ความเข้าใจ ความรู้สึก และความพร้อมที่จะแสดงออก เป็นความคิดเห็นหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ในการสนับสนุนหรือต่อต้านสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง

#### องค์ประกอบของทัศนคติ

องค์ประกอบของทัศนคติ ดวงเดือน พันธมนาวิน (2534) ได้สรุปไว้ดังนี้

1. องค์ประกอบทางการรู้คิด (component) ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จะต้องประกอบด้วยความรู้สึก ความเชื่อของบุคคลที่เกี่ยวข้องเป้าหมายของทัศนคติ (attitude object) ที่อาจเป็นวัตถุ บุคคล หรือเหตุการณ์เป็นอันดับแรก และเป็นความรู้สึกที่มีทิศทางว่าสิ่งนั้นดี เลว มีคุณหรือมีโทษมากน้อยเพียงใด เป็นความรู้หรือความเชื่อที่ใช้อธิบายสิ่งนั้นได้ ไม่ได้เป็นเพียงข้อเท็จจริงโดยทั่วไปเท่านั้น

2. อารมณ์ของบุคคลเกี่ยวกับวัตถุทางทัศนคตินั้น เช่นเดียวกับองค์ประกอบแรก ความรู้สึกของบุคคลก็จะต้องมีทิศทางด้วย ซึ่งหมายถึง ความชอบ ความไม่ชอบสิ่งหนึ่ง หรือความพอใจ ไม่พอใจสิ่งหนึ่ง องค์ประกอบของทัศนคติต่อสิ่งใดของบุคคล จะต้องสอดคล้องกับทิศทางขององค์ประกอบแรกของเขาด้วย กล่าวคือถ้าบุคคลเชื่อว่าสิ่งใดมีประโยชน์ บุคคลก็จะชอบและพอใจสิ่งนั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลเชื่อว่าสิ่งนั้นเลวหรือมีโทษ บุคคลก็จะไม่ชอบไม่พอใจสิ่งนั้น องค์ประกอบนี้มีเนื้อหาที่อาจวัดได้ไม่หลากหลายเท่าองค์ประกอบแรก แต่ก็ใช้องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของทัศนคติในการวัดทัศนคติส่วนมาก ผู้วัดจะวัดความรู้และความรู้สึกของบุคคลไปพร้อมกัน คือวัดว่าบุคคลมีความรู้ ในเรื่องนั้นในทางดีหรือไม่ดีมากน้อยเพียงใด และมีความรู้สึกชอบหรือไม่ชอบสิ่งนั้นเพียงใด องค์ประกอบทางความรู้สึกนี้เป็นปัจจัยที่แยกทัศนคติออกจากความเชื่อ เป็นสิ่งที่แสดงถึงการประเมินค่าวัตถุทางทัศนคตินั้น ทัศนคติจึงเป็นความเชื่อที่ประกอบด้วยการประเมินค่าและความรู้สึกในเรื่องนั้น



3. องค์ประกอบทางการพร้อมกระทำ (action tendency component) เมื่อบุคคลมีความรู้เชิงประมาณค่า และมีความรู้สึกชอบไม่ชอบสิ่งนั้นแล้ว สิ่งที่สอดคล้องกันซึ่งติดตามมาก็คือความพร้อมที่จะทำการให้สอดคล้องกับความรู้สึกของตนต่อสิ่งนั้นด้วยองค์ประกอบทั้งสามประการของทัศนคติดังกล่าว มีลักษณะสำคัญหลายประการต่าง ๆ กันแต่ลักษณะที่องค์ประกอบทั้งสามมีร่วมกันนิยมนัดคือทิศทางและปริมาณขององค์ประกอบนั้น ๆ

ทิศทาง (direction) ทัศนคติมี 2 ขั้วหรือ 2 ทิศทาง หมายถึง การประเมินค่า การรู้คิด การรู้สึกและการพร้อมกระทำ ไปในทางที่เป็นบวกหรือลบ ซึ่งหมายถึงดีหรือเลว เช่น เกี่ยวกับองค์ประกอบทางการรู้คิด ก็สามารถวัดได้ว่าบุคคลมีความรู้สึกในประเด็นที่ต้องการวัดในทางที่ว่าสิ่งนั้นดีหรือเลวส่วนที่เกี่ยวกับองค์ประกอบทางการรู้สึกก็สามารถวัดว่าบุคคลมีความรู้สึก ต่อสิ่งนั้นไปในทางบวกหรือลบ หรือในทางชอบ พอใจ หรือไม่ชอบไม่พอใจ ส่วนที่เกี่ยวกับองค์ประกอบทางการพร้อมกระทำ ก็สามารถวัดได้ว่าบุคคลพร้อมที่จะกระทำต่อสิ่งนั้นในทางบวกหรือลบ ซึ่งทางบวกหมายถึงการพร้อมที่จะให้การสนับสนุนหรือช่วยเหลือ ส่วนทางลบก็หมายถึง ความพร้อมที่จะทำลายหรือขัดขวางความเจริญของสิ่งนั้น

ปริมาณ (magnitude) หมายถึง ความเข้มข้นหรือความรุนแรงของทัศนคติต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในทางบวกหรือลบ กล่าวคือ บุคคลอาจมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งอย่างรุนแรงมาก แต่มีทัศนคติต่ออีกสิ่งหนึ่งเพียงเล็กน้อย ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับความสำคัญของสิ่งนั้นหรือขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของบุคคลกับสิ่งนั้น

อรรถกร ปิลันธน์โอวาท (2537, หน้า 23) กล่าวว่าทัศนคติโดยทั่วไปจะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่

1. องค์ประกอบด้านความรู้ (cognitive component or beliefs) เป็นความเข้าใจ ความเชื่อเกี่ยวกับสิ่งที่เราจะมีทัศนคติว่าดี มีประโยชน์ หรือเลว มีโทษ และเป็นองค์ประกอบแรกของการมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ ถ้าเราไม่มีความรู้เกี่ยวกับสิ่งนั้น ๆ เลย เราจะมีทัศนคติต่อสิ่งนั้น ๆ ไม่ได้ ความรู้หรือความเชื่อถื่อนี้ เป็นสิ่งที่บุคคลได้รับจากประสบการณ์ที่ผ่านมาแล้ว จึงมีอิทธิพลต่อการศึกษาความสิ่งต่าง ๆ ของบุคคล ความรู้ หรือความเชื่อนี้อาจถูก หรือผิดก็ได้ เราไม่คำนึงถึงความถูกต้องของสิ่งที่เราเชื่อ หากมีความรู้ หรือความคิดว่าสิ่งใดดี ก็จะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น แต่หากมีความรู้มาก่อนว่าสิ่งใดไม่ดี ก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

2. องค์ประกอบด้านความรู้สึก (affective component or emotions) เป็นการแสดงความรู้สึกหรืออารมณ์ต่อสิ่งที่เรามีทัศนคติ เป็นความรู้สึกชอบ ไม่ชอบ ดี ไม่ดี ที่บุคคลมีต่อเป้าหมายของทัศนคติโดยสิ่งที่จะเป็นเครื่องชี้ขาดว่าบุคคลจะมีความรู้สึก หรืออารมณ์อย่างไรต่อสิ่งที่เขา มีทัศนคติ คือ ความเชื่อ ประสบการณ์ หรืออารมณ์อื่น ๆ ที่มาผลักดันโดยบุคคลไม่รู้ตัว หากบุคคล



มีความรู้สึกด้านบวกต่อสิ่งใด ย่อมแสดงถึงความชอบสิ่งนั้น หรือหากบุคคลมีความรู้สึกด้านลบต่อสิ่งใด แสดงว่าไม่ชอบสิ่งนั้น

3. องค์ประกอบด้านพฤติกรรม (behavioral component or actions) เป็นองค์ประกอบสุดท้ายของทัศนคติ เป็นความพร้อมที่จะแสดงออกต่อสิ่งที่ตนมีทัศนคติ เป็นการแสดงออกทางวาจา และกริยาต่อสิ่งเร้าที่กำหนดให้ เป็นการแสดงพฤติกรรมต่อสิ่งที่ตนมีทัศนคติ โดยได้รับอิทธิพลจากความเชื่อ และความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งนั้น จะเห็นได้ว่าการที่บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งใด ๆ ต่างกัน ก็เนื่องจากบุคคล มีความเข้าใจ มีความรู้สึก หรือมีความคิดที่แตกต่างกัน

#### ลักษณะของทัศนคติ

พัชราภา เขียวขำ (2546, หน้า 32) มีลักษณะที่สำคัญ 4 ประการ คือ

1. ทัศนคติเป็นสภาวะก่อนพฤติกรรมได้ตอบ (predisposition to respond) ต่อเหตุการณ์หรือสิ่งหนึ่งสิ่งใดโดยเฉพาะหรือจะเรียกว่าเป็นสภาวะพร้อมที่จะปฏิบัติแล้ว
2. ทัศนคติจะมีความคงตัวอยู่ในช่วงระยะเวลา (persistent over time) คือ มีความมั่นคงถาวรพอสมควร เปลี่ยนแปลงได้ยาก แต่ไม่ได้หมายความว่า จะไม่มีการเปลี่ยนแปลง
3. ทัศนคติเป็นตัวแปรที่นำไปสู่ความสอดคล้องระหว่างพฤติกรรม กับความรู้สึกนึกคิด ไม่ว่าจะป็นรูปของการแสดงออกโดยวาจาหรือ การแสดงความรู้สึก ตลอดจนการที่จะต้องเผชิญหรือหลีกเลี่ยงต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง
4. ทัศนคติมีคุณสมบัติของแรงจูงใจในอันที่จะทำให้บุคคลประเมินเหตุการณ์ หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งหมายความต่อไปถึงการกำหนดพฤติกรรมจริงด้วย

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 106 - 107) กล่าวว่าลักษณะของ ทัศนคติ (attitude) หมายถึงความโน้มเอียงที่เรียนรู้เพื่อให้มีพฤติกรรมที่สอดคล้องกับลักษณะที่พึงพอใจ หรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรืออาจหมายถึงการแสดงความรู้สึกภายในที่สะท้อนว่าบุคคลมีความโน้มเอียง พพอใจหรือไม่พอใจต่อบางสิ่งบางอย่าง เช่น ตราสินค้า บริการ ร้านค้าปลีก เนื่องจากเป็นผลจากระบวนการทางจิตวิทยา ทัศนคติไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยตรงแต่ต้องแสดงว่าบุคคลกล่าวถึงอะไรหรือทำอะไรโดยมีลักษณะที่สำคัญ ดังนี้

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง ซึ่งสิ่งหนึ่ง ประกอบด้วย แนวความคิดการบริโภคเฉพาะอย่าง หรือแนวคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด
2. ทัศนคติเป็นเรื่องของสิ่งสะสมในสมองที่ได้เรียนรู้มา ได้แก่ ความรู้ ความเชื่อ ค่านิยม ทัศนคติที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลมาจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การเปิดรับจากสื่อมวลชน



3. ทศนคติไม่เปลี่ยนแปลง มีแนวโน้มจะคงเส้นคงวา คือ ทศนคติในทุก ๆ เรื่องมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออก แม้ว่าจะมีแนวโน้มลงที่แต่ทศนคติไม่จำเป็นจะต้องถาวรเสมอไป สามารถจะเปลี่ยนแปลงได้

4. ทศนคติเกิดขึ้นภายใต้สภาวะแวดล้อม ทศนคติเกิดขึ้นภายใต้เหตุการณ์และสถานการณ์ที่สิ่งแวดล้อมถูกระทบโดยสถานการณ์

สุรางค์ โก้วตระกูล (2533, หน้า 246 - 247) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะของทศนคติไว้  
ประการ คือ

1. ทศนคติเป็นสิ่งที่เรียนรู้
2. ทศนคติเป็นแรงจูงใจที่จะทำให้บุคคลกล้าเผชิญกับสิ่งเร้าหรือหลีกเลี่ยง ฉะนั้น ทศนคติจึงมีทั้งบวกและลบ
3. ทศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 อย่าง คือ องค์ประกอบเชิงความรู้สึกอารมณ์ (affective component) องค์ประกอบเชิงปัญญาหรือการรู้คิด (cognitive component) และองค์ประกอบเชิงพฤติกรรม (action tendency component)
4. ทศนคติเปลี่ยนแปลงได้ง่าย การเปลี่ยนแปลงอาจเปลี่ยนจากบวกเป็นลบ หรือจากลบเป็นบวก ซึ่งบางครั้งเรียกว่า การเปลี่ยนแปลงทิศทางของทศนคติ หรืออาจจะเปลี่ยนแปลงความเข้มข้น (intensity) หรือความมากน้อย ซึ่งทศนคติบางอย่างอาจจะหยุดเลิกได้
5. ทศนคติเปลี่ยนแปลงตามชุมชนหรือสังคมที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก เนื่องจากชุมชนหรือสังคมหนึ่ง ๆ อาจจะมีค่านิยมที่เป็นอุดมการณ์พิเศษเฉพาะ ฉะนั้นค่านิยมเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อทศนคติของบุคคลที่เป็นสมาชิก ในกรณีที่ต้องการเปลี่ยนทศนคติจะต้องเปลี่ยนค่านิยม
6. สังคมประภคิต (socialization) มีความสำคัญต่อพัฒนาการทศนคติของเด็ก โดยเฉพาะ ทศนคติต่อความคิดและหลักการที่เป็นนามธรรม อุดมคติ เช่น ทศนคติต่อเสรีภาพในการพูด การเขียน เด็กที่มาจากครอบครัวที่มีสภาพเศรษฐกิจสังคมสูงจะมีทศนคติทางบวกสูงที่สุด

#### **ปัจจัยที่ทำให้เกิดทศนคติ (attitude formation)**

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2526, หน้า 197) กล่าวว่า ทศนคติเป็นผลอันเกิดมาจากปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

**ประสบการณ์ส่วนบุคคล (personal experience)** ทศนคติของผู้บริโภคก่อตัวขึ้นมา เนื่องจากผลการเรียนรู้ของบุคคล องค์ประกอบหลายประการในประสบการณ์ของบุคคลกระทบต่อการก่อตัวของทศนคติดังนี้





ประการแรก ความต้องการและสิ่งจูงใจที่บุคคลมีอยู่นั้นมีส่วนร่วมอยู่มากทีเดียว ขณะที่ผู้บริโภคนิยมชมชอบสินค้าคุณภาพสูง ทัศนคติอันเกิดจากการเรียนรู้จะทำให้ผู้บริโภคนิยมชมชอบสินค้าที่ตรงกับความต้องการและสิ่งจูงใจทางร่างกายหรือทางอารมณ์ ผู้บริโภคอาจมีทัศนคติที่ดีต่อเพชรทั้ง ๆ ที่ขณะนั้นผลิตภัณฑ์อื่นมีประโยชน์ต่อเขามากกว่า

ประการที่สอง จำนวนประเภทและความเชื่อถือได้ของข่าวสารที่ผู้บริโภคนิยมชมชอบมีอิทธิพลต่อการก่อตัวของทัศนคติ อาจกล่าวได้ว่าทัศนคติทั้งหมดของผู้บริโภคเกิดจากข่าวสารเป็นส่วนใหญ่ ยิ่งถ้าผู้บริโภครู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือร้านค้ามากขึ้นเท่าใดก็จะเป็นการง่ายเข้าที่จะทำให้เขาเกิดความคิดเห็นขึ้น โดยปกติผู้บริโภคนิยมชมชอบที่มีทัศนคติไม่มั่นคงมักเกิดจากการที่เขาไม่เชื่อใจข่าวสารไม่เพียงพอหรือไม่ถูกต้อง

ประการที่สาม สภาพของการที่จะเลือกนึกเห็นภาพพจน์ของผู้บริโภค ซึ่งก็คือสืบเนื่องมาจากประสบการณ์ส่วนตัวของเขาก็มีอิทธิพลต่อการก่อตัวของทัศนคติเช่นกัน ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะละเลยไม่ประเมินราคาสินค้าในร้านค้าปลีกซึ่งแม้ว่าสินค้าบางรายจะขายราคาสูงมากถ้าเขานึกเห็นภาพของร้านค้านี้ว่าเป็นร้านค้าที่ขายของราคาย่อมเยา

ประการที่สี่ บุคลิกภาพที่ผู้บริโภคได้พัฒนาขึ้นมาในตัวเองกระทบต่อทัศนคติของเขา ผู้บริโภคบางคนมีความรู้สึกธรรมดาในบางทัศนคติ แต่ในบางทัศนคติเขามีความรู้สึกอ่อนไหวได้ง่าย คุณสมบัติต่าง ๆ ทางบุคลิกภาพของผู้บริโภคบางคนติดอยู่กับทัศนคติหนึ่ง แต่บางคนอาจผูกติดหรือสัมพันธ์กับทัศนคติอื่น ๆ

ประการสุดท้าย ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะมีทัศนคติที่สอดคล้องกับความปรารถนาที่ตนมีอยู่ ผู้บริโภครายได้ต่ำที่ต้องการยกระดับตนเองสู่ชั้นที่มีรายได้ปานกลาง มีแนวโน้มที่จะเลียนแบบทัศนคติของบุคคลรายได้ชั้นกลางที่มีต่อรถยนต์ บ้านและสไตล์ของการแต่งกาย ซึ่งความจริงข้อนี้จะกระทบไปถึงแบบของการตัดสินใจซื้อของบุคคลเหล่านั้น

**ผู้มีอิทธิพลจากแหล่งภายนอก (external authorities)** การก่อตัวของทัศนคติมักจะรับอิทธิพลจากภายนอกรวมทั้งเพื่อน นักเขียน ครูบาอาจารย์ บิดามารดา ญาติ เพื่อนร่วมงาน และแหล่งอื่น ๆ ด้วยแหล่งต่าง ๆ ดังกล่าวจะให้ข่าวสารแก่ผู้บริโภคในทำนอง “ความจริง” อย่างไรก็ตามทัศนคติที่ก่อตัวขึ้นมาอาจจะเกิดจาก “ความเป็นจริง” จำนวนหนึ่งซึ่งผู้บริโภคให้ความเชื่อเท่านั้น ปริมาณซึ่งผู้บริโภคนิยมชมชอบเชื่อ ในอิทธิพลของรายหนึ่งเหนือกว่าอีกรายหนึ่งขึ้นอยู่กับความรู้สึกเชื่อใจและความนับถือ ที่ผู้บริโภคนิยมชมชอบบุคคลเหล่านั้น นักโฆษณาบางรายได้ใช้ประโยชน์จากความจริงที่ว่าผู้บริโภคนิยมชมชอบจะระบุตนเองกับบุคคลอื่นที่เหมือนตนเองกับบุคคลอื่นที่เหมือนตนเองมากกว่าดารายานยนต์หรือผู้มีชื่อเสียงในวงสาธารณะ การระบุหรือแสดงตนเองอันนี้มาจากความจริงที่ผู้บริโภคนิยมชมชอบเชื่อความคิดเห็นของบุคคล ที่เหมือนตน เขาอาจรู้สึกว่าเป็นคนที่เหมือนเขาอย่างรู้



ปัญหาของเขาได้ดีกว่าคนอื่น ปัญหาจะเกิดขึ้นถ้าความจริงที่ผู้บริโภคได้รับนั้นมากกว่าผู้ที่อิทธิพลมากกว่าหนึ่งคน เช่น พนักงานขายที่ขายสินค้าแข่งกัน โฆษณาจากสองแหล่งข่าวสาร ถ้าความจริงเหล่านั้นสนับสนุนซึ่งกันและกันทัศนคติของบุคคลก็จะรับอิทธิพลแน่นแฟ้นขึ้นถ้าเกิดขัดกัน ผู้บริโภคจะเลือกผู้ที่น่าเชื่อถือมากกว่าหรือทำการปรับทัศนคติให้สอดคล้องกับลักษณะบางประการของผู้มีอิทธิพลทุกคนหรือทำการดัดแปลงความจริงเพื่อให้เหมาะสมกับทัศนคติของตนเอง

#### ผลจากวัฒนธรรมที่มีต่อการก่อตัวของทัศนคติ (cultural effects on attitude formation)

สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมทั้งในปัจจุบันและอดีต กระทบต่อการก่อตัวของทัศนคติ อิทธิพลอันเกิดมาจากวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และการเกี่ยวข้องกับสังคมจะทำให้เกิดเป็นทัศนคติที่มีต่อสถานการณ์ครั้งใหม่ ๆ ผู้บริโภคที่เติบโตในบรรยากาศสมัยโบราณที่ไม่มีการเปลี่ยนแปลงในตอนแรกจะมีแนวโน้มที่จะคัดค้านเกี่ยวกับแฟชั่นแต่งกายสมัยใหม่เอี่ยมซึ่งตรงกันข้ามกับแฟชั่นสมัยเก่าทั้งสไตล์และสีสันท้าให้เวลาที่ปรับตัวก็เป็นการแน่นอนที่ผู้บริโภคจะถูกจูงใจให้ยอมรับแฟชั่นใหม่ ทัศนคติปัจจุบันของผู้บริโภคที่จะยอมรับทัศนคติที่สอดคล้องกับค่านิยมที่ตนมีอยู่ในอดีตดังตัวอย่าง เช่น ผู้บริโภคซึ่งชอบประหยัดมักจะมีทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ราคาถูกซึ่งคุณภาพต่ำ

#### วิธีการวัดทัศนคติ

##### ความหมายของการวัดทัศนคติ

อูทุมพร จามรมาน (2537 อ้างถึงใน สุบิน ยุระรัช, 2550) ได้ให้ความหมายของการวัดไว้ว่า การวัด (measurement) หมายถึง ชุดของกระบวนการ หรือวิธีการที่กำหนดตัวเลขให้กับลักษณะของคน สัตว์ สิ่งของ ปรากฏการณ์ เหตุการณ์ ตามความมากน้อย และชนิดของสิ่งเหล่านั้นอย่างมีกฎเกณฑ์ การให้ตัวเลขตามกฎเกณฑ์ที่ต่างกัน ทำให้ได้มาตรและประเภทของการวัดที่ต่างกัน เนื่องจากทัศนคติมีความสัมพันธ์กับการแสดงออกทางพฤติกรรม

##### มาตรวัด (scale)

มาตรที่ใช้ในการวัดมีหลายระดับ ตั้งแต่มาตรจัดประเภท จัดอันดับอันตรภาค และอัตราส่วน สำหรับการวัดทัศนคติส่วนใหญ่ เป็นการวัดพฤติกรรมประเภท “มาตรจัดอันดับ (ordinal scales)” ซึ่งเป็นการกำหนดตัวเลขให้กับสิ่งของหรือพฤติกรรม เพื่อแสดงอันดับความมากน้อยเช่นจัดอันดับเพื่อนตามความชอบ สาเหตุที่กล่าวถึงมาตรวัด เนื่องมาจากมาตรวัดเป็นเครื่องมือวัดที่ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการศึกษาหรือการวัดทัศนคติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการศึกษาวิจัยทางสังคมศาสตร์

ความเที่ยง (reliability) และความตรง (validity) ได้ให้ความหมายของความเที่ยงและความตรงไว้ดังนี้

ความเที่ยง หมายถึง (ก) ความคงเส้นคงวาของการวัด 2 ครั้ง (ข) ความสอดคล้องภายในของการวัด 1 ครั้ง และ (ค) ความคงที่ของการวัด 2 ครั้งที่เป็นอิสระต่อกัน



ความตรง หมายถึง ความสอดคล้องกับสิ่งที่เห็น ที่วัด และที่นัย โดยมีการให้คำนิยามไว้ก่อน  
ในการวัดทัศนคตินี้ เราต้องการรู้ว่าการวัดนั้นมีความเที่ยงหรือไม่ วัดกี่ครั้งก็ได้ผล  
คล้ายคลึงกันหรือไม่ และต้องการรู้ว่า การวัดนั้นมีความแม่นยำหรือไม่ วัดในสิ่งที่ต้องการวัด  
หรือไม่

### ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

ดวงเดือน พันธุมนาวิน (2530 อ้างถึงใน จรรยา สิทธิपालวัฒน์, 2539) ได้กล่าวถึง  
ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ ซึ่งพอจะสรุปได้ดังนี้

1. วัดเพื่อทำนายพฤติกรรม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ข้อมเป็นเครื่องแสดง  
ให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่งทัศนคติ  
ของบุคคลนี้เองจะเป็นเครื่องทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทำนองใด นอกจากนี้  
ยังเป็นแนวทางให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อบุคคลนั้นได้อย่างถูกต้อง และอาจเป็นแนวทางให้ผู้อื่นสามารถ  
ควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั้นได้ด้วย
2. วัดเพื่อหาทางป้องกัน การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้น เป็นสิทธิของแต่ละบุคคล  
แต่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข บุคคลในสังคมนั้นควรมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ คล้ายคลึงกัน  
ซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน และไม่เกิดความแตกแยกขึ้นในสังคม
3. วัดเพื่อหาทางแก้ไข การวัดทัศนคติจะทำให้เราทราบว่า บุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่ง  
ไปในทิศทางใด ดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดังนั้น การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหนึ่ง  
จะช่วยให้เราสามารถวางแผนและดำเนินการแก้ไขลักษณะที่ไม่เหมาะสมของบุคคลนั้นได้
4. วัดเพื่อให้เข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็น  
สาเหตุภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปได้ต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจาก  
สิ่งแวดล้อมหรือสาเหตุภายนอกด้วยส่วนหนึ่ง

### ประเภทของการวัดทัศนคติ

การแบ่งประเภทของการวัด จะช่วยให้ผู้ศึกษาและผู้วัดสามารถเข้าใจลักษณะของเทคนิค  
วิธีวัดแบบต่าง ๆ ได้ชัดเจนขึ้น ตลอดจนสามารถเลือกนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ นักจิตวิทยา  
ได้แบ่งประเภทของการวัดตามหลักเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้



ศุภิน ยุระรัช (2550) ได้แบ่งประเภทของการวัดทัศนคติตามลักษณะการคำนวณ โดยแบ่งประเภทของเทคนิควิธีวัดเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

**1. มาตรการสำหรับการทำนายภายนอก (scales for external prediction)** เป็นมาตรที่ใช้คำถามเพื่อทำนายพฤติกรรมภายนอก เช่น พฤติกรรมการเลือกตั้ง พฤติกรรมผู้บริโภคน พฤติกรรมการใช้จ่าย เป็นต้น ตัวอย่างของการวัดในประเภทนี้ ได้แก่

- มาตรการวัดทัศนคติของเซอร์ส โคน หรือ มาตรการอันตรภาคเท่ากันตามปรากฏ (equal - appearing interval scale)
- มาตรการวัดทัศนคติของลิเคอร์ท หรือวิธีการประเมินแบบรวมค่า (method of summated rating)
- มาตรการวัดทัศนคติของออสกูต หรือมาตรวัดโดยอาศัยการจำแนกความหมายของคำ (semantic differential scale)
- มาตรการวัดทัศนคติสำหรับเด็กของบัดชินและแอนเดอร์สัน หรือมาตรหน้ายิ้ม (the smiling faces scales)

**2. มาตรการตัวแทน** เป็นการนำกระบวนการทางคณิตศาสตร์มาใช้ เพื่ออนุมานทัศนคติของบุคคล ตัวอย่างของการวัดในประเภทนี้ ได้แก่

- มาตรการตัดสินเปรียบเทียบของเซอร์ส โคน (thurstone's comparative judgment scale)
- มาตรการวัดความห่างทางสังคมของโบกาตัส (the bogardus social distance scale)
- มาตรการวัดความคงที่ของทัศนคติตามวิธีของกัทท์แมน (guttman scale หรือ cumulative scale)

การทำปัญหาพิเศษในครั้งนี้จะใช้มาตรการวัดทัศนคติของออสกูต

มาตรวัดทัศนคติของออสกูตมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “มาตรวัดโดยอาศัยการจำแนกความหมายของคำ (semantic differential scale)”

**วิธีสร้าง**

การสร้างคำถามในมาตรานี้ อาศัยคำต่าง ๆ เป็นตัวเร้า (stimulus words) ประกอบกับ มโนทัศน์ (concepts) ต่าง ๆ โดยในแต่ละข้อคำถามจะมีคำคุณศัพท์ที่มีความหมายตรงข้ามกันเป็นคู่ ๆ (bipolar) กำกับอยู่ที่ปลายทั้งสองข้างของมาตรา ซึ่งกำหนดไว้ 7 ระดับ เช่น

“การเรียนวิชาเอกสาขาจิตวิทยาสังคม”

ยาก ::::::::::: ง่าย

มีประโยชน์ ::::::::::: ไร้ประโยชน์



มาตรการวัดนี้วัดได้ทั้งด้าน คุณภาพ และ ปริมาณ รวมทั้ง ทิศทาง และความเข้ม  
ของปฏิบัติการทางด้านทิศทาง คือ ไปทางดีหรือเลว

ความเข้ม คือ มีลักษณะนั้น มาก - น้อยเพียงใด

ลักษณะของการใช้คำคุณศัพท์อาจจำแนกได้เป็น 3 มิติ คือ

1. มิติด้านการประเมินค่า (evaluation) เช่น ดี - เลว
2. มิติด้านศักยภาพ (potency) เช่น แข็งแรง - อ่อนแอ
3. มิติด้านกิจกรรม (activity) เช่น ว่องไว - เชื่องช้า

การใช้มาตรวัดโดยอาศัยการจำแนกความหมายของคำ การนำมาตรชนิดนี้ไปใช้เพื่อวัด  
ทัศนคติของกลุ่มที่ต้องการศึกษา อาจทำได้ 3 แบบ คือ

**แบบที่ 1** ใช้คำคุณศัพท์หลาย ๆ คู่ต่อหนึ่งมโนทัศน์

**แบบที่ 2** ใช้คำคุณศัพท์เพียงหนึ่งคู่ต่อหนึ่งมโนทัศน์

**แบบที่ 3** ใช้คำคุณศัพท์เพียงหนึ่งคู่ต่อหลายมโนทัศน์

(หมายเหตุ คำว่า “มโนทัศน์ (concept)” ในที่นี้อาจเขียนเป็นคำหรือวลี หรืออาจเขียนเป็น  
ประโยคยาว ๆ ก็ได้ แต่ควรให้มีความชัดเจนพอที่ผู้ตอบจะประเมินคำตอบได้

**แบบที่ 1** ใช้คำคุณศัพท์หลาย ๆ คู่ต่อหนึ่งมโนทัศน์

ตัวอย่าง

ท่านมีความคิดอย่างไรต่อ “ชวานา”

ยากจน ::::: ร่ำรวย

ฉลาด ::::: โง่

แข็งแรง ::::: อ่อนแอ

ใจดี ::::: ใจร้าย

(หมายเหตุ อาจใช้คำคุณศัพท์ทั้งหมดในชุดนี้กับมโนทัศน์อื่น ๆ ได้)

**แบบที่ 2** ใช้คำคุณศัพท์เพียงหนึ่งคู่ต่อหนึ่งมโนทัศน์

ตัวอย่าง

ท่านมีความรู้สึกร้อย่างไรต่อ “การคุมกำเนิด”

ปลอดภัย ::::: อันตราย

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ “ร้านอาหารในมหาวิทยาลัย”



สะอาด ::::::::::: สกปรก

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อ “เด็กวัยรุ่นในปัจจุบัน”

ฉลาด ::::::::::: โง่

**แบบที่ 3** ใช้คำคุณศัพท์เพียงหนึ่งคู่ต่อหลายมโนทัศน์

ตัวอย่าง

ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อบุคคลต่อไปนี้ ยกจนหรือร่ำรวยเพียงใด

1. ครู ยกจน ::::::::::: ร่ำรวย

2. นิสิตนักศึกษา :::::::::::

3. ทหาร :::::::::::

4. พ่อค้า :::::::::::

5. ชาวนา :::::::::::

จากแบบวัดทั้ง 3 แบบนี้ แบบที่ 1 เป็นแบบที่ดีที่สุด เนื่องจากในแต่ละมโนทัศน์สามารถวัดทัศนคติได้ในหลาย ๆ ด้าน เมื่อสรุปรวมเป็นค่าเฉลี่ยออกมาย่อมมีความหมายว่าการวัดเพียงด้านเดียว

### **แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**

#### **1. ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นแนวความคิดที่เพิ่งปรากฏขึ้นเมื่อไม่นานมานี้ และยังมีการใช้คำภาษาอังกฤษอื่น ๆ ที่ให้ความหมายเช่นเดียวกัน ที่สำคัญได้แก่ nature tourism, biotourism, green tourism เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวดังกล่าวล้วนแต่เป็นการบ่งบอกถึง การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ซึ่งจากการประชุม globe 1990 ณ ประเทศแคนาดา ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว แบบยั่งยืนว่า “การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวน รักษาโอกาสต่าง ๆ ของอนุชน รุ่นหลังด้วย การท่องเที่ยวนี้มีความหมายรวมถึงการจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็น ทางเศรษฐกิจสังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย” โดยมีลักษณะที่สำคัญคือ เป็นการท่องเที่ยว ที่ดำเนินการภายใต้ขีดจำกัดความสามารถของธรรมชาติ และต้องตระหนักถึงการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว อีกทั้งต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้ นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์ และสิ่งแวดล้อม แห่งประเทศไทย, 2539) สำหรับความหมายของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้มี



บุคคลหรือองค์กรต่าง ๆ ให้ความหมายและคำจำกัดความไว้มากมาย เป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่ง และได้รับการอ้างอิงถึงเสมอ ที่สำคัญมีดังนี้

เรสคูเรน (Lascurain, 1991 อ้างถึงใน *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศน์*, 2550, ออนไลน์) อาจจะเป็นคนแรกที่ได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า “เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยไม่ให้เกิดการรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ธรรมชาติ แต่มีวัตถุประสงค์ เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ เหล่านั้น”

บู (Boo, 1991 อ้างถึงใน *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศน์*, 2550, ออนไลน์) ให้คำจำกัดความ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า “การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและ สร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม”

เวสเทม (Western, 1993 อ้างถึงใน *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศน์*, 2550, ออนไลน์) ได้ปรับปรุงคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของ the ecotourism society ให้สั้นและกระชับ แต่มีความหมายสมบูรณ์มากขึ้นคือ “การเดินทางท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติซึ่งมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และทำให้ชีวิตความเป็น อยู่ของประชาชนท้องถิ่นดีขึ้น”

เสรี เวชบุษกร (2538 อ้างถึงใน *การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศน์*, 2550, ออนไลน์) ให้คำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า “การท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่เป็นธรรมชาติและต่อสิ่งแวดล้อมทางสังคม ซึ่งหมายรวมถึงวัฒนธรรมของชุมชนในท้องถิ่น ตลอดจน โบราณสถาน โบราณวัตถุที่มีอยู่ใน ท้องถิ่นด้วย”

จากการให้ความหมายและคำจำกัดความการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ดังกล่าวข้างต้น พอจะสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรมอย่างมีความรับผิดชอบ โดยไม่ก่อให้เกิด การรบกวนหรือทำความเสียหายแก่ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม แต่มีวัตถุประสงค์อย่างมุ่งมั่นเพื่อชื่นชม ศึกษา เรียนรู้ และเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติ นั้น อีกทั้งช่วยสร้างโอกาส ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเกิดประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นด้วย

## 2. แนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สุรเชษฐ์ เศษฐมาส และ ครรชนี เอ็มพันธุ์ (2538) ได้กล่าวถึงแนวคิด ที่เป็นพื้นฐานหรือหลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยสรุปได้ดังนี้



2.1 เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ (nature - based) รวมถึงแหล่งวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ ซึ่งมีความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น (identical or unique) และทรงคุณค่าในพื้นที่นั้น

2.2 เป็นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (responsibly travel) และมีการจัดการอย่างยั่งยืน (sustainable management) ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบ หรือส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ค่อนข้างต่ำ (no or low impact) และช่วยส่งเสริมการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ของแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืนตลอดไป

2.3 เป็นการท่องเที่ยวที่มีกระบวนการเรียนรู้ (learning) และการให้การศึกษา (education) เกี่ยวกับระบบนิเวศ และสิ่งแวดล้อมของ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มพูนความรู้ (knowledge) ความประทับใจ (appreciation) และประสบการณ์ (experience) ที่มีคุณค่า ซึ่งจะสร้างความตระหนัก และจิตสำนึกที่ถูกต้องทางด้านการอนุรักษ์ ทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

2.4 เป็นการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การกระจายรายได้ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น (involvement of local community or people participation) ในภาคบริการต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดผลประโยชน์ต่อท้องถิ่น (local benefit) มากกว่า การท่องเที่ยวที่เคยส่งเสริมกันมาตั้งแต่อดีตจนกระทั่งปัจจุบันที่เรียกว่า conventional tourism ซึ่งมักจะเป็น การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะใหญ่ ๆ (mass tourism) ที่ผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะตกอยู่กับผู้ประกอบการ หรือบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น

### 3. หลักการของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (conservation tourism) มีหลักการที่สำคัญคือ

3.1 จะต้องมีการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ให้คงสภาพเดิมไว้ให้มากที่สุด ไม่ถูกทำลายไป

3.2 กระตุ้นจิตสำนึกของคนในท้องถิ่นให้พยายามดูแลรักษาและปกป้องทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านั้น โดยไม่กระทำการใด ๆ ที่เป็นผลเสียต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว เพียงเพื่อหวังผลประโยชน์ส่วนตน

3.3 ให้ความรู้ความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตระหนักถึงคุณค่าและความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่ตนเดินทางเข้าไปเยือน และให้ความร่วมมือแก่ชุมชนในท้องถิ่นในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อันเป็นมรดกตกทอด ของคนในท้องถิ่นนั้น ๆ ให้คงสภาพที่ดีต่อไปนาน ๆ

### 4. องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์





ดรชนิ เอมพันธุ์ และ สุรเชษฐ์ เชษฐมาต (2539) กล่าวว่า โดยทั่วไปแล้วการวางแผนการท่องเที่ยวซึ่งรวมไปไปถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ด้วยนั้น จะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการ ดังนี้

#### 4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (natural resource tourism)

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เกี่ยวข้องกับธรรมชาติที่ยังดำรงไว้ซึ่งสภาพดั้งเดิมของระบบนิเวศ (first hand ecosystem) และวัฒนธรรมท้องถิ่น ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ส่วนใหญ่ จึงมักปรากฏอยู่ในพื้นที่พื้นที่อนุรักษ์ เช่น อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า และอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2539) กล่าวถึงแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ว่าเป็นแหล่งที่มีจุดเด่นเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว (nature attractions) และตัดขาดจากโลกภายนอก (solitude) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะไม่ได้ สัมผัสที่บ้าน นอกจากนี้ยังได้ให้ความหมายของทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวว่า หมายถึงแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมาย (destination) ของการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงพื้นที่ที่รองรับนักท่องเที่ยว พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวจะมีทรัพยากรที่เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ความดึงดูดใจ เหล่านั้นอาจเป็นความดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่ง แต่อาจไม่เป็นสิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวประเภทอื่น ดังนั้นสภาพทรัพยากรจึงมีความสัมพันธ์โดยตรงกับตลาดการท่องเที่ยว นอกจากความดึงดูดใจในทรัพยากรแล้ว ในบางพื้นที่ยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดังนั้น ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจึงหมายถึงสภาพในการประกอบกิจกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย โดยได้แบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ คือ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (nature destination) และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (cultural destination) ซึ่งรวมเอาแหล่งท่องเที่ยวศาสนา ประวัติศาสตร์ และ โบราณคดี (historical, archaeological and regions destination) และแหล่งท่องเที่ยวศิลป วัฒนธรรม และประเพณี (art, culture and traditional destinations) เข้าไว้ด้วยกัน ดังนั้น หากมองการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เป็นอุตสาหกรรมบริการอย่างหนึ่ง แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้นจัดได้ว่าเป็นวัตถุประสงค์เพื่อรองรับ การท่องเที่ยว และเป็นวัตถุประสงค์ประเภทใช้แล้วไม่หมดไป หรือสูญหายหากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนอย่างเป็นระบบ และนำไปสู่การ ปฏิบัติอย่างจริงจังและต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นการสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวยังประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืนโดยไม่เสื่อมโทรมลงไป ทั้งยังไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศจนเกินขีดความสามารถของระบบที่จะรองรับได้ (carrying capacity)

#### 4.2 นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย (2540) ระบุว่านักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สามารถจำแนกได้เป็น 4 ประเภท คือ



ประเภทที่ 1 นักท่องเที่ยวแบบหัวกระเทาะ (hard - core nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในการศึกษาค้นคว้าขณะที่เที่ยวชมธรรมชาติ

ประเภทที่ 2 นักท่องเที่ยวชมธรรมชาติแบบอุทิศตน (dedicated nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นเจาะจงไปที่สถานที่เที่ยวเฉพาะ โดยเฉพาะ เพื่อจะได้รู้ได้เข้าใจธรรมชาติ หรือประเพณีท้องถิ่น

ประเภทที่ 3 นักท่องเที่ยวชมธรรมชาติเป็นหลัก (mainstream nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ชอบไปสถานที่แปลก ๆ ที่ไม่เคยไปมาก่อน เช่น ไปเยือนลุ่มน้ำอเมซอน (amazon) อุทยานกอริลลาในรวันดา (rawanda gorilla park) หรือจุดหมายปลายทางอื่น ๆ ที่เป็นการริเริ่มสำหรับโปรแกรมท่องเที่ยวพิเศษ

ประเภทที่ 4 นักท่องเที่ยวชมธรรมชาติตามโอกาส (casual nature tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่บังเอิญต้องไปชมธรรมชาติ เพราะเป็นส่วนหนึ่งของโปรแกรมท่องเที่ยวที่ตนได้เลือกไป

นอกจากนี้ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ว่า จะต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับวัตถุประสงค์ในการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ เพื่อเสริมสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติ

#### 4.3 การตลาด

การตลาดนับเป็นส่วนสำคัญในการชักจูงนักท่องเที่ยวให้ไปท่องเที่ยว โดยเป็นสื่อกลางระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการ และแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในเชิงการตลาดจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนว่า การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีลักษณะอย่างไร โดยการให้ข้อมูลและสิ่งที่คาดหวังจากการท่องเที่ยว (expectation) อย่างถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวในลักษณะเช่นนี้เหมาะสม กับความสนใจ และตรงตามความต้องการของตนเองหรือไม่ และสามารถยอมรับกฎ หรือกติกาของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ได้หรือไม่

ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าการตลาดเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการเลือกสรรประเภทและคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมสนับสนุน การท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพ (qualitative tourism) มากกว่าการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ (quantitative tourism) อันจะเป็นหนทาง นำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งส่วนใหญ่งานด้านการส่งเสริมการตลาดเป็นหน้าที่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

#### 4.4 การบริการ

การท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยว แต่การท่องเที่ยว



เชิงอนุรักษ์นั้นต้องการบริการที่เน้นการให้ข้อมูลข่าวสาร และบริการเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ ความรู้ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นท้องถิ่น เช่น บริการด้านสื่อความหมายธรรมชาติ การมีส่วนร่วมของประชาชนท้องถิ่นในภาคบริการ ซึ่งได้แก่ การจัดที่พักที่สอดคล้องกลมกลืนกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น (ecolodge) เป็นมัคคุเทศก์นำทางในการเดินป่า เป็นต้น

### สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

#### รายละเอียดการท่องเที่ยวของ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

โครงการ “บ้านควาย” ดำเนินการอยู่ที่อำเภอศรีประจันต์ จังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อปลูกสำนึกให้กับพี่น้องประชาชนได้ระลึกถึง “ควาย” สัตว์ที่มีบุญคุณ ช่วยในการส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน และยังส่งเสริมและอนุรักษ์ให้ควายเป็นสัตว์ที่ได้รับความสนใจ และได้รับการเลี้ยงดูอย่างมีคุณค่า จึงได้เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นถึงคุณค่าของสัตว์กตัญญูที่มีคุณค่าต่อมนุษย์มากกว่าพันธุ์ตั้งแต่สมัยอาณาจักรทวารวดี ให้มีการดำรงชีวิตสืบทอดต่อเนื่องไปอย่างไม่ขาดสาย เพื่อเป็นข้อมูลให้เยาวชนได้ศึกษา และเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม ทางด้านการเกษตร อันจะทำให้ได้รับรู้ถึงความยิ่งใหญ่ ความน่ารักของสัตว์เลี้ยงชนิดนี้ที่มีคุณค่าต่อมนุษย์มาอย่างยาวนานภายใน “บ้านควาย” ซึ่งประกอบด้วยส่วนหลัก ๆ ดังนี้

**ส่วนที่ 1** คือ หมู่บ้านชนบททวารวดีไทย จัดขึ้นเพื่อสะท้อนให้เห็นภาพชีวิตชาวนาไทยดั้งเดิมขึ้นอีกครั้ง คือภาพของการทำนาที่ไม่ใช้เครื่องจักรทันสมัยใด ๆ



ภาพที่ 1 การทำนาที่ไม่ใช้เครื่องจักรทันสมัย

ส่วนที่ 2 คือ ลานแสดงควาย สำหรับแสดงถึงความสามารถของสัตว์ที่ใครหลายคนบอกไว้ว่าควายเป็นสัตว์ที่มีสมองน้อยที่สุด เมื่อได้รับการฝึกฝนแล้วสามารถเข้าใจคำสั่งและสามารถปฏิบัติตามได้



ภาพที่ 2 ลานแสดงควาย

ส่วนที่ 3 คือ ส่วนของรูปแบบโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ หรือที่เรียกว่าโครงการเศรษฐกิจพอเพียง ที่ทรงคิดเพื่อช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับความเดือดร้อน



จากที่ดินทำกินที่มีจำนวนจำกัด โดยทางโครงการหมู่บ้านควายได้จำลองรูปแบบไว้เพื่อให้ความรู้แก่ผู้ชม



ภาพที่ 3 รูปแบบโครงการเกษตรทฤษฎีใหม่

ส่วนที่ 4 คือ เรือนไทยหมู่ภาคกลาง ประกอบไปด้วย เรือนคหบดี เรือนแพทย์แผนไทย และเรือนโหราจารย์ โดยทางโครงการมุ่งหวังที่จะนำเสนอรูปแบบในการดำเนินชีวิต โดยจำลองความเป็นอยู่ของคนไทยในอดีต



ภาพที่ 4 เรือนไทยหมู่ภาคกลาง



- บ้านแพทย์แผนไทย บ้านแพทย์แผนไทย มียาสมุนไพรมากมายหลายชนิด จัดจำหน่ายภายในบ้านควายเหมาะสำหรับผู้ที่สนใจใช้ตัวยาบำบัดรักษาโรคต่าง ๆ จนเห็นผลมาแล้ว ซึ่งโรคบางชนิดสามารถรักษาหายได้โดยการใช้ยาที่ทำจากสมุนไพร เพราะมีสมุนไพรบางชนิดสามารถหยุดการแพร่และทำลายเชื้อโรคลงไปได้เร็วหลังจากนี้เราจะเห็นเครื่องมือและอุปกรณ์ปรุงยาสมัยโบราณพร้อมคำอธิบาย และจำหน่ายตัวยาที่สกัดจากสมุนไพรไทยอีกหลายชนิด



ภาพที่ 5 บ้านแพทย์แผนไทย

- บริการนวดแผนไทย การนวดเพื่อสุขภาพในบ้านควาย เราจัดเรือนไทยไว้สำหรับหมอนวดมืออาชีพที่ได้รับการอบรมทางด้านนวดแผนไทยโดยเฉพาะ คอยให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งสนใจการบิบนวดเพื่อสุขภาพ การนวดแก้โรคต่างๆ การนวดฝ่าเท้า และการนวดประคบด้วยสมุนไพร

ส่วนที่ 5 คือ ลานแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย ซึ่งมีการแสดงฟ้อนรำของไทยจากภาคต่างๆ นอกจากนี้ยังมีส่วนภัตตาคาร และร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมือง และสินค้าจากโรงงานโดยตรงที่ผลิตในจังหวัดสุพรรณบุรี

- ลานแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วยการเล่นของเด็กไทยในสมัยโบราณ อาทิเช่น การเล่นงูกินหาง มอญซ่อนผ้า รีรีข้าวสาร การร้องเพลงอีแซวและเพลงลำตัดพื้นบ้านภาคกลาง



ภาพที่ 6 ลานแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย

- สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก หัตถกรรมพื้นบ้าน ที่มีชื่อเสียงมากของสุพรรณ คือ เครื่องจักสาน ประเภทไม้ไผ่ และหวาย โดยเฉพาะลายดอกพิกุล และหนามทุเรียนสุพรรณ เป็นลายที่มีความสวยงาม และประณีต ไม้กวาดจากเส้นใยมะพร้าวและดอกหญ้า ผลิตภัณฑ์จากผักตบชวา และการทอผ้า ที่อำเภออู่ทอง อำเภอเมือง และอำเภอสองพี่น้อง ร้านขายสินค้าที่ระลึก จำหน่ายสินค้ามากมายหลายชนิดภายใต้โครงการ “หนึ่งผลิตหนึ่งตำบล” อาทิเช่น เครื่องนุ่งห่ม เสื้อผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา ของที่ระลึกทำจากเซรามิกซ์ เครื่องคัมไวน้ไทยผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา เครื่องจักสาน และพวกผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรธรรมชาติ



ภาพที่ 7 สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก

โดยสถานที่และกิจกรรมทั้งหมดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” จัดขึ้นเพื่อหวังให้นักท่องเที่ยวได้ตระหนักถึง ความสำคัญของ ข้าว ชวนา และควาย ที่อยู่เคียงคู่กับคนไทยมาเป็นเวลาอันยาวนาน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิรนุช ศิริรัตน์พิริยะ (2534) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวนโยบายของรัฐ ให้เอกชนรับสัมปทาน พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในเขตอุทยานแห่งชาติ



มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อนโยบายของรัฐให้เอกชน  
รับสัมปทานพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในเขตอุทยานแห่งชาติ เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัย  
เสนอต่อหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบการพิจารณากำหนดขอบเขตและรูปแบบการพัฒนา  
สิ่งอำนวยความสะดวกชนิดต่าง ๆ ในอุทยานแห่งชาติการรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามชนิดมาตราส่วน  
ประเมินค่า 5 ระดับ ที่แบ่งการวัดออกเป็น 4 ด้าน คือ ความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก  
ความสะดวกหลัก ๆ ที่มีอยู่ ความคิดเห็นต่อการลงทุนและการให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวก  
เฉพาะอย่าง โดยให้นักท่องเที่ยวที่เลือกเป็นตัวอย่างจำนวน 365 คน ที่เดินทางเข้าไปในอุทยาน  
แห่งชาติต่าง ๆ เป็นผู้กรอกแบบสอบถาม ผลการศึกษาสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นที่เห็นด้วย  
กับแนวความคิดพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การกำหนดขอบเขตสำหรับการพัฒนา ควาระระบุ  
ชนิด ปริมาณ และขนาดของสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับการลงทุนและการให้บริการในอนาคต  
พบว่าโดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวเห็นด้วยที่จะเปิดโอกาสให้เอกชนเป็นผู้ลงทุนพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก  
และให้บริการแต่ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขของรัฐ โดยเฉพาะด้านที่พักแรม ร้านอาหารและร้านขายของ  
ที่ระลึก นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรบางตัวของนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความคิดเห็นในด้านต่าง ๆ  
เกี่ยวกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกันด้วย

อภิวรรณ เกียงขวา (2534) ได้ศึกษา เรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการ  
ปรับปรุงและพัฒนาสถานที่พักแรม ที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบ  
ความคิดเห็นและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจเป็นแนวทางนำไปใช้พิจารณาดำเนินการเกี่ยวกับ  
ที่พักแรมและส่วนบริการที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษามีดังนี้ 1) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่  
เห็นด้วยกับสภาพทั่วไปของที่พักแรม และส่วนบริการมีความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ ยกเว้น  
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในห้องน้ำ - ห้องส้วม ปริมาณและคุณภาพของน้ำใช้ 2) นักท่องเที่ยว  
ส่วนใหญ่พอใจกับสภาพแวดล้อม ในบริเวณที่พักแรมและส่วนบริการในด้านต่าง ๆ ยกเว้น  
การบริการอาหาร - น้ำดื่ม ความสะอาดของห้องน้ำ - ห้องส้วม และการดูแลรักษาความปลอดภัย  
3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการปรับปรุงที่พักแรมและส่วนบริการในด้านต่าง ๆ แต่ใน  
ด้านการพัฒนาที่พักแรมเพิ่มขึ้นที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่มีนักท่องเที่ยวเห็นด้วยเพียงครั้งหนึ่ง และ  
มีนักท่องเที่ยวอีกครั้งหนึ่งไม่เห็นด้วยกับเรื่องนี้เพราะจะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมของพื้นที่หากมี  
การใช้ประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวมากเกินไป นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ  
การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง พาหนะในการเดินทาง ประเภท  
และสมาชิกในกลุ่มที่ต่างกันมีผลต่อความคิดเห็นในเรื่องการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่พักแรม  
แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05





วาชรัตน์ นันทเสน (2546) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้คือเพื่อที่จะศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ บริการต่าง ๆ และสภาพแวดล้อม ในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า ในการศึกษาได้ใช้ตัวอย่างจำนวน 397 รายเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม ทำการเก็บข้อมูลภาคสนามในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคม 2545 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา และวิธีการทางสถิติ t - test เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป และกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59.70 อายุเฉลี่ย 30.32 ปีมีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 58.50 อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 26.70 มีรายได้เฉลี่ยคนละ 15,106.83 บาทต่อเดือน ภูมิลำเนาส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานคร ร้อยละ 25.40 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 66.00 แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติ ภูหินร่องกล้า ที่มีความพร้อมมากคือ ผาซุง (3.54 คะแนน) และลานหินปุ่ม (3.52 คะแนน) การบริการที่พักมี (3.54 คะแนน) สภาพและคุณภาพอากาศ 3.64 คะแนน ปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม ที่มีผลทำให้ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การบริการต่าง ๆ และสภาพแวดล้อม อุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้าแห่งนี้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ .05 ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และประสบการณ์ในการท่องเที่ยว

เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล (2541) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ถูกด้อยในระดับปานกลาง สำหรับผลการวิเคราะห์การผันแปรทางเดียวพบว่า อายุ ระดับการศึกษา การให้คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่มีผลพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.001 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และอาชีพ วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วิรัตน์ จุฬามบก (2549) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อการให้บริการของศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์ ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นต่อการให้บริการของศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์



ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว พบว่า ในด้านปัจจัยบุคคล เพศ อายุ และการศึกษามีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว แต่ในส่วนของสถานภาพสมรส อาชีพ รายได้ ภูมิลำเนา ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ส่วนด้านปัจจัยด้านการท่องเที่ยวพบว่าคุณภาพความรู้ความเข้าใจในเรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์ และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์ มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว แต่ในเรื่องของประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์

สุมาลี สุขเขตต์ (2549) ได้ศึกษา เรื่องความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ที่มีต่อการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุไม่เกิน 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส อาชีพรับจ้าง รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,001 บาท พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมาเพื่อพักผ่อน แบบมาเช้าเย็นกลับ โดยรถยนต์ส่วนตัว มานานาน ๆ ครั้ง และเคยมากกว่า 10 ครั้ง จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2 - 5 คน รับรู้ข้อมูลจากเอกสารการท่องเที่ยว ต้องการพักรีสอร์ทระดับพอใช้ได้ โดยราคาค่าห้องพักต่ำกว่า 501 บาท รวมอาหารเช้า ความคิดเห็นในการพักขึ้นอยู่กับโอกาส นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีความต้องการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการบริการ ด้านราคา ด้านทำเลที่ตั้ง และด้านการส่งเสริมการตลาด เมื่อเปรียบเทียบความต้องการ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส และรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อความต้องการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ ไม่แตกต่างกัน สำหรับอายุ อาชีพ ต่างกัน มีผลต่อความต้องการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน การเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกับความต้องการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง การรับรู้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว วิธีการเดินทางระดับรีสอร์ตที่ต้องการพัก และลักษณะของราคาที่พักที่ต่างกันมีความต้องการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะในการเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทาง ราคาที่พัก และความคิดเห็นที่จะใช้บริการที่ต่างกันมีความต้องการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างกัน ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมนั้น เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กิตติศักดิ์ รัตนพล (2547) ได้ศึกษา เรื่องความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรม การท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยว



เชิงเกษตรชุมชน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางมาจากกรุงเทพ เหตุผลของการท่องเที่ยวเพราะสนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบนี้ และไม่เคยเที่ยวแบบนี้มาก่อน เพื่อนและญาติเป็นผู้ให้ข้อมูลในการท่องเที่ยว ที่สำคัญคือลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่เดินทางมาส่วนตัวกับเพื่อน เพื่อพักผ่อน โดยพักค้างคืนแบบโฮมสเตย์โดยเฉลี่ย 1 คืน ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 500 - 1,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง กับ ด้านผู้ให้บริการในระดับ มาก และมีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย กับ ด้านราคา และค่าใช้จ่าย ในระดับ ปานกลาง ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า อายุ ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย และวัตถุประสงค์ในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวและการคมนาคมขนส่ง ระดับการศึกษา รายได้อาชีพ ลักษณะในการเดินทางมา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยวบุคคลที่เดินทางมาด้วย และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา มีความสัมพันธ์กับ ความพึงพอใจด้านผู้ให้บริการ และอาชีพ ลักษณะในการเดินทางมาเที่ยว บุคคลที่เดินทางมาด้วย และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมา มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจด้านราคาและค่าใช้จ่าย

สนธยา บำรุงศักดิ์ (2545) ได้ศึกษา เรื่องความคิดเห็นของประชาชนต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ : ศึกษากรณีอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้ ประชาชนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 40 ปีขึ้นไป จบการศึกษาส่วนใหญ่ระดับมัธยมศึกษา ศาสนาส่วนใหญ่ ศาสนาพุทธอาชีพส่วนใหญ่เกษตรกรกรรมประชาชนส่วนใหญ่สมรสแล้วและประชาชนส่วนใหญ่อาศัยในเขตเทศบาลตำบลเบตง ประชาชนมีความตระหนักในสิ่งแวดล้อมในภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก โดยพฤติกรรมที่แสดงออกถึงความตระหนักสูงสุด คือ การให้ร่วมมือไม่ทิ้งขยะลงสู่ลำคลองอยู่ในระดับสูงมาก และข้อที่ได้คะแนนเฉลี่ยต่ำสุดคือ มีการปล่อยน้ำทิ้งจากโรงแรมปริมาณมากลงสู่ลำคลอง ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในภาพรวมอยู่ในระดับสูง เมื่อแยกพิจารณารายด้าน ด้านการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และด้านการมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว ซึ่งมีความคิดเห็นอยู่ในระดับสูง ประชาชนที่มีความตระหนักในสิ่งแวดล้อมต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทาง ประชาชนที่มีการศึกษาต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แตกต่างกัน

นาคม ชีรสวรรณจักร (2541) ได้ศึกษา เรื่องความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา : อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้ คือ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง สำหรับผลการวิเคราะห์การผันแปรทางเดียว พบว่า อายุ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น เป็นปัจจัย



ที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้คุณค่าต่อทรัพยากรธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

พิเชษฐ ไพบุญย์ศิริ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้ 1) เพื่อศึกษาถึงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนบ้านเกาะเกร็ด และ 3) เพื่อศึกษาถึงปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ผลการศึกษามีดังนี้ 1) การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในชุมชนเกาะเกร็ดอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่า ทั้ง 4 ด้าน อยู่ในระดับปานกลาง 2) ปัจจัยที่มีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ อายุ อาชีพ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การคาดหวังในผลประโยชน์ที่จะได้รับจากการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ความเชื่อถือในตัวผู้นำชุมชน และการเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้กำหนดแนวคิดในการวิจัยดังต่อไปนี้คือ ผู้วิจัยทำการศึกษา ทศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ใน 3 ด้านดังนี้คือ

1. ด้านสถานที่
2. ด้านกิจกรรม
3. ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก



## วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิง ปริมาณ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของ  
นักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับ  
วิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
“บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในช่วงเดือน เมษายน พ.ศ. 2551 แต่เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบกลุ่ม  
ประชากรในช่วงเดือน เมษายน จึงได้ทำการประมาณค่าจากยอดนักท่องเที่ยวในเดือน มีนาคม คือ  
700 คน (อ้างอิงข้อมูลจาก “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว  
เชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ซึ่งใช้การสุ่มโดยการบังเอิญ (accidental sampling) (บุญเรียง  
ขจรศิลป์, 2543) การสุ่มโดยบังเอิญนี้ผู้วิจัยจัดเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมในทุกช่วงเวลาที่มีนักท่องเที่ยว  
ทั้งปริมาณหนาแน่น และเบาบาง โดยได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดคำนวณ โดยใช้สูตรทางสถิติ  
ได้แก่สูตรของยามานะ (Yamane) ซึ่งมีสมการ ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยที่

$n$  แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$N$  แทน ขนาดของประชากร

$e$  แทน ความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง 254 คน

การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คำนวณ โดยเทียบขนาดของกลุ่ม  
ประชากรเทียบกับสถิติในเดือนมีนาคม 2551 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว  
“บ้านควาย - สุพรรณบุรี” นี้ โดยเฉลี่ยมีประมาณ 700 คน ดังนั้นในการคำนวณหาขนาดของ  
กลุ่มตัวอย่าง จึงแทนขนาดของประชากร ด้วย 700 คน สำหรับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่าง  
ในครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ .05 ซึ่งจากการคำนวณได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 254 คน ดังนี้

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ &= 700 \end{aligned}$$



$$\frac{1 + 700(.5)^2}{254}$$

## เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามทัศนคติของนักเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ซึ่งแบ่งเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (check lists) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 ด้านสถานที่แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (check lists) จำนวน 4 ข้อ

ตอนที่ 3 ด้านกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (check lists) จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 4 ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (check lists) จำนวน 9 ข้อ

ตอนที่ 5 ด้านอื่น ๆ มีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (check lists) จำนวน 4 ข้อ

## การสร้างและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามฉบับนี้มีขั้นตอนในการสร้าง ดังนี้

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องทัศนคติ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ จากนั้นนำมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย กำหนดนิยาม และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม
2. สร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด และตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามให้ครอบคลุมและตรงตามวัตถุประสงค์ จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้อง และนำมาปรับปรุงแก้ไข
3. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ
4. นำแบบสอบถามที่ได้ไปใช้

## การเก็บรวบรวมข้อมูล



ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามแก่นักท่องเที่ยวหลังจากที่นักท่องเที่ยวกำลังจะเดินทางออกจากสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในช่วงระหว่างวันที่ 19 - 20 เมษายน 2551 เริ่มเก็บตั้งแต่เวลา 9.00 - 16.00 น.

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 300 ชุด เพื่อให้ได้ปริมาณของแบบสอบถามใกล้เคียงกับขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ โดยมีแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา และมีความสมบูรณ์ จำนวน 250 ชุด คิดเป็น 83 เปอร์เซ็นต์ ของจำนวนแบบสอบถามที่แจกไป

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ทศนคดีด้านสถานที่แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ทศนคดีด้านกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ทศนคดี ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ร้อยละ
2. ข้อคำถามปลายเปิด ที่ให้นักท่องเที่ยวตอบในแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) สรุปความตามประเด็นสำคัญ



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การวิจัย ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในช่วงวันที่ 19 - 20 เมษายน 2551 ตั้งแต่เวลา 9.00 - 16.00 น. ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ทัศนคติด้านสถานที่แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

ตอนที่ 3 ทัศนคติด้านกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

ตอนที่ 4 ทัศนคติด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นด้านอื่น ๆ

#### ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในตอนที่ 1 นี้เป็นการนำเสนอข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว การรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” และตามวัตถุประสงค์ของการมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	112	44.80
หญิง	138	55.20
รวม	250	100.00





ตารางที่ 1 (ต่อ)

สถานภาพส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
อายุ		
ต่ำกว่า 12 ปี	15	6.00
12 - 20 ปี	85	34.00
20 - 30 ปี	42	16.80
30 - 40 ปี	41	16.40
40 - 50 ปี	38	15.20
มากกว่า 50 ปี	29	11.60
รวม	250	100.00
ประเภทกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว		
ครอบครัว	75	30.00
เพื่อน	27	10.80
สถาบันการศึกษา	98	39.20
สถานที่ทำงาน	35	14.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	250	100.00
แหล่งรับทราบข้อมูล		
เพื่อนแนะนำ	105	42.00
สื่อโฆษณา	25	10.00
อินเทอร์เน็ต	78	31.20
เอกสารการท่องเที่ยว	42	16.80
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	250	100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 55.20 มีอายุ 12 - 20 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือในช่วงอายุ 20 - 30 ปี และ 30 - 40 ปี ร้อยละ 16.80 และ 16.40 ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นสถาบันศึกษา ร้อยละ 39.20 รองลงมาคือ เดินทางมาเป็น



ครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 39.00 ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากการแนะนำ  
ของเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมาคือทางอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 31.20

ตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการมายัง  
สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

วัตถุประสงค์	จำนวน	ร้อยละ
พักผ่อน	35	14.00
ศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน	82	32.80
ทัศนศึกษา/ ดูงาน	98	39.20
พบปะสังสรรค์	0	0.00
ประชุม/ สัมมนา	35	14.00
อื่น ๆ	0	0.00
รวม	250	100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย -  
สุพรรณบุรี” เพื่อทัศนศึกษา/ ดูงาน เป็นส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 39.20 รองลงมา คือ ต้องการศึกษ  
วัฒนธรรมพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 32.80 นอกจากนี้ยังเดินทางมาเพื่อพักผ่อน และประชุมสัมมนา

ตอนที่ 2 ทัศนคติด้านสถานที่แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย -  
สุพรรณบุรี”

ในตอนที่ 2 นี้ เป็นการนำเสนอทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ของแหล่ง  
ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

ประเด็น	ทัศนคติของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ความสะดวกในการเดินทางมายัง สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”	สะดวก	218	87.20
	ไม่สะดวก	32	12.80
รวม		250	100.00



## ตารางที่ 3 (ต่อ)

ประเด็น	ทัศนคติของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
2. บรรยากาศโดยรวมในสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”	ดี	235	94.00
	ไม่ดี	15	6.00
รวม		250	100.00
3. ความปลอดภัยโดยรวมภายใน สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”	ปลอดภัย	225	90.00
	ไม่ปลอดภัย	25	10.00
รวม		250	100.00
4. ความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”	สะอาด	212	84.80
	ไม่สะอาด	38	15.20
รวม		250	100.00

ผู้ตอบแบบสอบถามมีทัศนคติต่อด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”  
ในด้านต่าง ๆ สรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยว  
เชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ว่าสะดวกคิดเป็นร้อยละ 94.00 และเห็นว่าไม่สะดวก คิดเป็น  
ร้อยละ 6.00
2. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อบรรยากาศโดยรวมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย -  
สุพรรณบุรี” ว่ามีบรรยากาศที่ดี คิดเป็นร้อยละ 94.00 และคิดว่าไม่ดี คิดเป็นร้อยละ 6.00
3. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อความปลอดภัยโดยรวมภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
“บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ว่ามีความปลอดภัยคิดเป็นร้อยละ 90.00 และคิดว่าไม่ปลอดภัย คิดเป็น  
ร้อยละ 10.00
4. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย -  
สุพรรณบุรี” ว่ามีความสะอาดคิดเป็นร้อยละ 84.80 และคิดว่าไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 15.20



### ตอนที่ 3 ทักษะคดีด้านกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

ในตอนที่ 3 นี้ เป็นการนำเสนอทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4 ทักษะคดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

กิจกรรม	ทัศนคติ	
	ดี (ร้อยละ)	ไม่ดี (ร้อยละ)
1. ลานแสดงควาย	250 (100.00)	- (0.00)
2. ลานแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย	240 (96.00)	10 (4.00)
3. หมู่บ้านชนบทชาวนาไทย	225 (90.00)	25 (10.00)
4. เรือนไทยหมู่ภาคกลาง	210 (84.00)	40 (16.00)
5. โครงการเกษตรทฤษฎีใหม่ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ	202 (80.80)	48 (19.20)

นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในทุกกิจกรรมโดยเฉพาะลานแสดงควายทุกคนเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ดี คิดเป็นร้อยละ 100.00 รองลงมาคือ ลานแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย คิดเป็นร้อยละ 96.00 และ หมู่บ้านชนบทชาวนาไทย คิดเป็นร้อยละ 90.00 ตามลำดับ



#### ตอนที่ 4 ทักษะคดีด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยว เชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

ในตอนที่ 4 นี้ เป็นการนำเสนอทักษะคดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5 ทักษะคดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในของแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

ประเด็น	ทักษะคดีของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. สถานที่จอดรถ	เพียงพอ	250	100.00
	ไม่เพียงพอ	0	0.00
รวม		250	100.00
2. ความสะอาดภายในสถานที่จอดรถ	สะอาด	243	97.20
	ไม่สะอาด	7	2.80
รวม		250	100.00
3. ราคาของบัตรเข้าชม	เหมาะสม	230	92.00
	ไม่เหมาะสม	20	8.00
รวม		250	100.00
4. บุคลากรแนะนำสถานที่	เหมาะสม	198	79.20
	ไม่เหมาะสม	52	20.80
รวม		250	100.00
5. ปริมาณของห้องน้ำ	เพียงพอ	220	88.00
	ไม่เพียงพอ	30	12.00
รวม		250	100.00
6. ความสะอาดของห้องน้ำ	สะอาด	192	76.80
	ไม่สะอาด	58	23.20
รวม		250	100.00
7. ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	เพียงพอ	180	72.00
	ไม่เพียงพอ	70	28.00



รวม	250	100.00
-----	-----	--------

ตารางที่ 5 (ต่อ)

ประเด็น	ทัศนคติของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
8. ราคาอาหารและเครื่องดื่ม	เหมาะสม	223	89.20
	ไม่เหมาะสม	27	10.80
รวม		250	100.00
9. ป้ายบอกทิศทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ	ชัดเจน	234	93.60
	ไม่ชัดเจน	16	6.40
รวม		250	100.00

1. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านสถานที่จอดรถภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีที่จอดรถเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 100.00
2. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อสถานที่จอดรถในเรื่องความสะดวกสบายภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีความสะดวก คิดเป็นร้อยละ 97.20 และไม่สะดวก คิดเป็นร้อยละ 2.80
3. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติ ต่อด้านราคาของบัตรเข้าชมภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 92.00 และไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 8.00
4. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้าน บุคลากรที่ช่วยแนะนำสถานที่ภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 79.20 และไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 20.80
5. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านห้องน้ำภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีปริมาณเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 88.00 และไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 12.00
6. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านความสะอาดของห้องน้ำภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีความสะอาด คิดเป็นร้อยละ 76.80 และไม่สะอาด คิดเป็นร้อยละ 23.20
7. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีจำนวนเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 72.00 และไม่เพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 28.00



8. นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่อด้านราคาของร้านอาหารและเครื่องดื่มภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 89.20 และไม่เหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 10.80

9. นักท่องเที่ยวที่มีทัศนคติต่อด้านป้ายบอกทิศทางภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ มีความชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 93.60 และไม่ชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 6.40

### ตอนที่ 5 ความคิดเห็นด้านอื่น ๆ

ในตอนที่ 5 นี้ เป็นการนำเสนอความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีความคิดเห็นด้านอื่น ๆ ต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้คือ

ตารางที่ 6 ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านอื่น ๆ

ประเด็น	ทัศนคติของนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
1. ท่านจะกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” อีกหรือไม่	กลับ	233	93.20
	ไม่กลับ	17	6.80
รวม		250	100.00
2. ท่านคิดว่าการมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ครั้งนี้คุ้มหรือไม่	คุ้มค่า	242	96.80
	ไม่คุ้มค่า	8	3.20
รวม		250	100.00
3. ท่านได้ประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์การมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” หรือไม่	ตรง	223	89.20
	ไม่ตรง	27	10.80
รวม		250	100.00
4. ท่านจะแนะนำเพื่อน ๆ หรือคนรู้จักให้มาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” หรือไม่	แนะนำ	221	88.40
	ไม่แนะนำ	29	11.60



รวม	250	100.00
-----	-----	--------

1. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านที่จะกลับมาท่องเที่ยวในสถานท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ กลับมา คิดเป็นร้อยละ 93.20 และไม่กลับมา คิดเป็นร้อยละ 6.80
2. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในด้านความคุ้มค่าของการมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ คุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 96.80 และไม่คุ้มค่า คิดเป็นร้อยละ 3.20
3. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการได้รับประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ของมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ ตรงตามวัตถุประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 89.20 และไม่ตรงตามวัตถุประสงค์ คิดเป็นร้อยละ 10.80
4. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่จะแนะนำเพื่อน ๆ หรือคนรู้จัก ให้มาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” คือ แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 88.40 และไม่แนะนำ คิดเป็นร้อยละ 11.60

ตารางที่ 7 นักท่องเที่ยวมีข้อเสนอแนะในด้านต่าง ๆ ให้กับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ดังนี้คือ

ลำดับที่	ข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยว	ความถี่ (คน)
1	น่าจะมีการเพิ่มกิจกรรมการแสดง ควบละเล่นของเด็กไทยให้มากกว่านี้	47
2	ควรเพิ่มปริมาณของห้องน้ำ	42
3	ควรเพิ่มความสะอาดของห้องน้ำ	40
4	ควรมีที่นั่งขยะเพิ่ม	38
5	เพิ่มเก้าอี้ที่นั่งพักเพิ่ม	35
6	เพิ่มโซนร้านอาหารให้นั่งรับประทาน	35
7	บนบ้านเรือนไทย สวนสมุนไพร ควรมีเจ้าเจ้าหน้าที่คอยให้คำแนะนำ	31
8	เพิ่มสินค้าพื้นบ้าน	30
9	ควรมีป้ายบอกทางให้เดินไปทางทิศใดก่อน	29
10	ควรมีป้ายคำเตือนให้ระวังเวลาเดินคู่สัตว์	27
11	ราคาบัตรเข้าชมของเด็กควรลดลง	24
12	ควรมีไฟแดงเพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินเข้า	22





## บทที่ 5

### สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” เป็นผลเนื่องมาจากการพัฒนาสถานที่เหล่านี้ให้มีความคงทนถาวร เพื่อเป็นการสืบสานวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีให้ชนรุ่นหลังได้เล็งเห็นถึงความสำคัญ ปัจจัยหนึ่งที่สามารถช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ได้ก็คือการบริหารจัดการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ที่เข้าชมสถานที่นั้น ๆ ดังนั้นการศึกษาทัศนคติที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวจะช่วยให้ข้อมูลเพื่อมาเป็นฐานในการปรับปรุงหรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้เหมาะสมต่อไปได้ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในช่วงวันที่ 19 - 20 เมษายน 2551 ตั้งแต่เวลา 9.00 - 16.00 น. โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบโดยบังเอิญ (บุญเรียง - ขจรศิลป์, 2543) และใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าร้อยละ ซึ่งผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 12 - 20 ปี มากที่สุด โดยส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นสถาบันศึกษา รองลงมาคือ เดินทางมาเป็นครอบครัว ส่วนใหญ่รับทราบข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อน รองลงมาคืออินเทอร์เน็ต และส่วนใหญ่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” เพื่อทัศนศึกษา/ ดูงาน เป็นส่วนใหญ่ รองลงมาคือต้องการศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน นอกจากนี้ยังเดินทางมาเพื่อพักผ่อน และประชุมสัมมนา

#### ทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

1. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติในเรื่องความสะดวกในการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย สุพรรณบุรี” ว่าสะดวก แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่าไม่สะดวก ดังนี้คือ ควรมีป้ายบอกทางเป็นระยะ ๆ นอกจากนั้นเสนอว่าควรมีไฟแดงเพื่ออำนวยความสะดวกในการเลี้ยวเข้าไป ป้ายควรมีขนาดใหญ่พอที่จะมองเห็นได้ชัดเจน



2. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อบรรยากาศโดยรวมในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ว่ามีบรรยากาศที่ดี มีความปลอดภัย แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่า มีบรรยากาศที่ไม่ดี บางส่วนเห็นว่าไม่ปลอดภัย ซึ่งก็มีข้อเสนอแนะว่าน่าจะมียี่งพักผ่อน ควรมีเจ้าหน้าที่อธิบายหรือให้ข้อเสนอแนะเป็นระยะ ๆ ควรมีการจัดโซนให้นั่งพักหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น รับประทานอาหาร ควรเพิ่มกิจกรรมการแสดงของกาละเล่นพื้นบ้าน ควรเพิ่มจำนวนของสัตว์ให้มากขึ้น ควรมีคำอธิบายหรือป้ายบอกชนิดของควายว่าพันธุ์อะไร ควรมีการแจ้งให้ทราบว่าควาระมัดระวังอะไรบ้าง เช่น ระวังควายเตะ ควายควิด ควายเหยียบ

3. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อความสะอาดภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ว่ามีความสะอาด แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่าไม่สะอาด และควรเพิ่มความสะอาดของห้องน้ำ ควรมีที่ทิ้งขยะเพิ่ม ควรมีการเก็บขยะตามบริเวณทางเดิน ควรมีการกวาดใบไม้ที่ร่วงหล่นได้ต้นไม้ใหญ่

4. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมที่มีการจัดขึ้นในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในทุกกิจกรรมโดยเฉพาะลานแสดงควายนักท่องเที่ยวทุกคนเห็นว่าเป็นกิจกรรมที่ดี รองลงมาคือลานแสดงศิลปวัฒนธรรมไทย และหมู่บ้านชนบท ชาวนาไทย

5. นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” เช่น

5.1 สถานที่จอดรถ นักท่องเที่ยวมีทัศนคติว่าสถานที่จอดรถมีเพียงพอ และสถานที่จอดรถมีความสะอาดสบาย แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่าไม่สะดวกสบาย ดังนี้ คืออากาศร้อน เดินไกลจากรถที่จะเข้ามาในสถานที่

5.2 ราคาของบัตรเข้าชม มีความเหมาะสม แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่าไม่เหมาะสม ดังนี้ คือ ราคาบัตรเข้าชมของเด็กควรลดลง ราคาแพงไป

5.3 บุคลากรที่ช่วยแนะนำก็เหมาะสม แต่มีนักท่องเที่ยวบางคนบอกว่าไม่เหมาะสม ดังนี้ บางกิจกรรมหรือบางสถานที่ที่ไม่มีเจ้าหน้าที่ให้คำอธิบาย เช่น บนบ้านเรือนไทย สวนสมุนไพร ไม่มีเจ้าหน้าที่คอยแนะนำ

5.4 ห้องน้ำปริมาณเพียงพอและมีความสะอาด แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่าไม่เพียงพอ ดังนี้ควรเพิ่มจุดการให้บริการห้องน้ำ ป้ายบอกทางไปห้องน้ำหาไม่เจอ ห้องน้ำคนเยอะ รอคิวนาน ต้องสะอาดกว่านี้ สกปรก คนเยอะ



5.5 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวมีทัศนคติว่าร้านอาหารและเครื่องดื่มมีเพียงพอ ส่วนราคาของอาหารและเครื่องดื่ม มีทัศนคติว่าเหมาะสมดีแล้ว แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่าร้านอาหารไม่เพียงพอ ควรเพิ่มร้านอาหาร ควรมีหลายจุด ควรมีไซนของอาหาร ควรมีความหลากหลาย ควรลดราคาลงราคาแพง

5.6 ป้ายบอกทิศทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ นักท่องเที่ยวมีทัศนคติว่า มีความชัดเจน แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเห็นว่าไม่ชัดเจน ดังนั้นคือหาป้ายบอกทางไปห้องน้ำไม่เจอ ขนาดของตัวอักษรเล็กไป ควรมีป้ายบอกว่าควรเดินไปทางทิศใดก่อน ไปทางไหนดี ควรบอกว่าจุดไหนอยู่ที่ไหนและมีกิจกรรมอะไรบ้าง

6. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” แห่งนี้อีก และการมายังสถานที่แห่งนี้ มีความคุ้มค่า ส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางมายังสถานที่แห่งนี้ และส่วนใหญ่จะแนะนำเพื่อน ๆ หรือคนรู้จักให้มาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” นี้่อีก

### อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในด้านความสะอาดและปริมาณของห้องน้ำ แต่มีนักท่องเที่ยวบางส่วนและเป็นส่วนน้อยมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อความสะอาดและปริมาณของห้องน้ำ ซึ่งสอดคล้องกับ อภิวัชรธน์ เกียงขวา (2534) ได้ศึกษา เรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่พักผ่อน ที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษา นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยกับสภาพทั่วไปและส่วนบริการมีความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ ยกเว้นสิ่งอำนวยความสะดวกภายใน ห้องน้ำ - ห้องส้วม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พอใจกับสภาพแวดล้อมในบริเวณที่พักแรมและส่วนบริการในด้านต่าง ๆ ยกเว้นการ ความสะอาดของห้องน้ำ - ห้องส้วม

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” เป็นเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับ วาชรธน์ นันทเสน (2546) ได้ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก ผลการศึกษา พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

ผลการวิจัย พบว่า ทางสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” มีการนำเด็กนักเรียนในหมู่บ้านมาทำการแสดงกิจกรรมต่าง ๆ อาทิ เช่น การแสดงการเล่นพื้นบ้านของเด็กไทย การร้องเพลงอีแซวและลำตัดพื้นบ้าน ซึ่งสอดคล้องกับกิจกรรมภายในสถานที่ท่องเที่ยว



เชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในด้านกิจกรรมส่วนที่ 5 คือ สถานแสดงกิจกรรม ศิลปวัฒนธรรมไทย ประกอบด้วยการเล่นของเด็กไทยในสมัยโบราณ อาทิเช่น การเล่นงูกินหาง มอญซ่อนผ้า ริริข้าวสาร การร้องเพลงอีแซวและเพลงลำตัดพื้นบ้านภาคกลาง

ผลการวิจัย พบว่า ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ในด้าน บุคลากรของสถานที่ที่แนะนำ สถานที่ส่วนมากมีทัศนคติในทางที่ดี แต่มีนักท่องเที่ยวบางส่วนมีทัศนคติในด้านที่ไม่ดี ซึ่งสอดคล้อง นาคม ชีรสวรรณจักร (2541) ได้ศึกษา เรื่องความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่น ต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา : อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัย พบว่า ขาดงบประมาณและบุคลากรในการจัดการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิจัย พบว่า ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวจำแนกตามความ ปลอดภัยโดยรวมภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” นักท่องเที่ยว ส่วนมากเห็นว่ามีความปลอดภัยภายในสถานที่ แต่มีนักท่องเที่ยวส่วนน้อยเห็นว่าไม่มีความ ปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับ อภิวัชรธน์ เกียงขวา (2534) ได้ศึกษา เรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่พักผ่อน ที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พอใจกับสภาพแวดล้อมในบริเวณที่พักแรมและส่วนบริการในด้านต่าง ๆ ยกเว้นการดูแลรักษาความปลอดภัย

### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาเรื่อง ทักษะคตินักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” แต่นักท่องเที่ยวก็ยังมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงและ/ หรือ พัฒนาสถานที่ต่อไป ในแต่ละด้าน โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

#### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมาด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน บางคนมาเพื่อพักผ่อน บางคนมาเพื่อทัศนศึกษา บางคนมาเพื่อศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน แต่ส่วนใหญ่บรรลุตาม วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาและคาดว่าจะเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นอีก โดยได้ให้ ข้อเสนอแนะไว้ ดังนั้น จึงควรมีการจัดและศึกษาถึงปัญหาในด้านเชิงนโยบายและอุปสรรคที่เกิดขึ้น พร้อมหาแนวทางแก้ไขปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือในเชิงนโยบายอื่น ๆ ทั้งใน ปัจจุบันและในอนาคตเพื่อพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้อยู่ต่อไปได้อย่างยั่งยืน เป็นแหล่งความรู้ ให้กับชนรุ่นหลังในการศึกษาหาความรู้ต่อไป



### ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

1. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้มีบุคลากรประจำบางจุดเพื่อช่วยอธิบายให้ความรู้ ดังนั้นในด้านสถานที่ ควรมีเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ประจำตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อคอยให้คำแนะนำ หรือตอบปัญหาต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวเกิดความสงสัย เช่น บริเวณ บ้านเรือนไทย หรือสวนสมุนไพรไทย
2. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีทัศนคติที่ดีต่อกิจกรรมที่จัดขึ้น แต่เห็นว่ากิจกรรมยังมีน้อย ดังนั้นในด้านกิจกรรม ควรมีการเพิ่มกิจกรรม การแสดง และการละเล่นของเด็กไทยให้มากกว่านี้
3. จากผลการวิจัยพบว่าการเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวกสบาย แต่เพื่อเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายมากขึ้น ควรมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนและมีขนาดใหญ่พอที่จะมองเห็นได้ชัดเจนและจากนั้นควรมีไฟแดงเพื่ออำนวยความสะดวกในการเลี้ยวเข้า
4. จากผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาด้วยวัตถุประสงค์หลายประการที่แตกต่างกันออกไป ส่วนหนึ่งมาเพื่อการพักผ่อน ดังนั้นควรมีการจัดเตรียมที่นั่งพักผ่อนตามจุดต่าง ๆ ให้กับสำหรับนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นกว่าเดิม

### ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. ด้านการเก็บรวบรวมข้อมูลมีทั้งในช่วงวันหยุดยาว ประชาชนที่มาเยี่ยมชมสถานที่ค่อนข้างมากดังนั้นในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ไม่เต็มที่นัก ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่ให้ความร่วมมือ ดังนั้นอาจใช้รูปแบบของการสัมภาษณ์ร่วมด้วยในการเก็บข้อมูลลักษณะนี้
2. การกำหนดกรอบในการศึกษาครั้งนี้เป็นการตรวจสอบทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” เพียงด้านเดียว ซึ่งในการศึกษาครั้งถัดไป อาจเป็นการศึกษาทั้งสองฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการหมายถึงบุคลากรที่ดำเนินการอยู่ในสถานที่ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น
3. ข้อคำถามในแบบสอบถามอาจจำกัดความคิดของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนั้นควรอาจใช้เป็นคำถามปลายเปิด หรือใช้การสัมภาษณ์ควบคู่กัน เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก
4. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาในเชิงปริมาณซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่สามารถเป็นฐานข้อมูลในการปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องของทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือแหล่งอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงลึก ซึ่งจะมีประโยชน์ต่อผู้บริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้จัดให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้สถานที่ท่องเที่ยวเหล่านั้น ได้คงอยู่ต่อไป



## บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือเชิงนิเวศน์. (2550). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html).

กิตติศักดิ์ รัตนพล. (2547). ความสัมพันธ์ของปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรม การท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการดำเนินงานของแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรชุมชน. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร, คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิรนุช ศิริรัตน์พิริยะ. (2534). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวนโยบายของรัฐ ให้เอกชนรับสัมปทาน พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในอุทยานแห่งชาติ. วิทยานิพนธ์ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชуда จิตพิทักษ์. (2535). ปฐมบทแห่งวิชาวิทยาศาสตร์พฤติกรรม. ม.ป.ท.

ดรรรชนี เอมพันธุ์ และ สุรเชษฐ์ เศรษฐมาต. (2539). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Factor\\_Eco.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Factor_Eco.html).

ดวงเดือน พันธมนาวิน. (2534). การวัดทัศนคติ. กรุงเทพฯ: มิตรภาพการพิมพ์และสตีวดีโอ.

ธีระพร อูวรรณโณ. (2535). ลักษณะนิยามของทัศนคติ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.aomnaja.multiply.com/journal/item/1>.

นาคม ชีรสวรรณจักร. (2541). ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา : อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์ สังคมศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

บุญเรือง ขจรศิลป์. (2543). วิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2536). ความหมายของทัศนคติ. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.aomnaja.multiply.com/journal/item/1>.

พัชรภา เจียวจำ. (2546). ลักษณะของทัศนคติ. (ออนไลน์) เข้าถึงได้จาก:

<http://www.tumjai.com/forum/photo/ปท2%20>.

พิเชษฐ ไพบูลย์ศิริ. (2544). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : ศึกษาเฉพาะกรณี ชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.



เพ็ญประภา สุวรรณ. (2536). *ทัศนคติ : การวัดการเปลี่ยนแปลงและพฤติกรรมอนามัย*. กรุงเทพฯ :  
พีระพัทธนา.

ลัดดา กิติวิภาต. (2525). *ประเภทของการวัดทัศนคติ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=inthedark&month=27-06-2007&group=2&gblog=27-88k>.

ลัดดา กิติวิภาต. (2525). *อ้างอิงมาตรวัดทัศนคติของออสกูด*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=inthedark&month=27-06-2007&group=2&gblog=27-88k>.

วาชรัตน์ นันทเสน. (2546). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อความพร้อมด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานแห่งชาติภูหินร่องกล้า จังหวัดพิษณุโลก*. วิทยานิพนธ์  
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วิรัตน์ จุฬจำบก. (2549). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว ต่อการให้บริการของศูนย์วิจัยและพัฒนาประมงน้ำจืดนครสวรรค์ ในการเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์*. วิทยานิพนธ์  
ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาศึกษาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). *ความหมายของทัศนคติ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.aomnaja.multiply.com/journal/item/1>.

สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทย. (2540). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
[http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html).

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2539). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.tistr.or.th/tistr2006/indexn.php?pages=home>.

สนธยา บำรุงศักดิ์. (2545). *ความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ศึกษากรณี อำเภอเบตง จังหวัดยะลา*. ภาคนิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาพัฒนาสังคม, คณะพัฒนาสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

สุบิน ยุระรัช. (2550). *ทฤษฎีการวัดทัศนคติ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:  
<http://www.Avelable:www.blaggang.com/riewoliary:php?=in the derk & menth=06-2007 & date=27 & group=2 & glog=27>.

สุมาลี สุขเขตต์. (2549). *การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาที่มีต่อการพักรีสอร์ทเชิงอนุรักษ์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต  
สาขาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.



สุรเชษฐ์ เศษฐมาศ และ ดร.รชนี เอมพันธุ์. (2538). (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html).

สุรางค์ โคว์ตระกูล. (2533). *ลักษณะของทัศนคติ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[www.aomnaja.multiply.com/journal/item/1](http://www.aomnaja.multiply.com/journal/item/1).

เสวี วงษ์มณฑา. (2542). *ลักษณะของทัศนคติ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.aomnaja.multiply.com/journal/item/1>.

เสวี เวชบุษกร. (2538). *ส่วนนันทนาการและสื่อความหมาย สำนักอุทยานแห่งชาติ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่าและพันธุ์พืช*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

[http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html).

เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล. (2541). *พฤติกรรมการณ์ท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี*. วิทยานิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2526). *ปัจจัยที่ทำให้เกิดทัศนคติ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.aomnaja.multiply.com/journal/item/1>.

อภิวัชรธน์ เกียงขวา. (2534). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่พักผ่อนที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิทยาศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อรวรรณ ปิลันธน์โอวาท. (2537). *องค์ประกอบของทัศนคติ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.aomnaja.multiply.com/journal/item/1>.

อุทุมพร จามรมาน. (2537). *ความหมายของการวัดทัศนคติ*. (ออนไลน์). เข้าถึงได้จาก:

<http://www.bloggang.com/mainblog.php?id=inthedark&month=27-06-2007>.

Elizabeth, B. (1991). (Online). Abstract From:

[http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html).

Western. (1993). (Online). Abstract From: [http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco\\_Tour.html](http://www.dnp.go.th/npo/html/Tour/Eco_Tour.html).





มหาวิทยาลัยบูรพา  
Burapha University

ภาคผนวก



แบบสอบถามทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
“บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

คำชี้แจง

แบบวัดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสอบถามความคิดและความรู้สึกต่อการใช้บริการของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ของนักท่องเที่ยว โปรดอ่านข้อความต่อไปนี้แล้วพิจารณาเลือกคำตอบ โดยเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความรู้สึกของท่านมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

- ชาย  หญิง

2. อายุ

- ต่ำกว่า 12 ปี  12 - 20 ปี  20 - 30 ปี  
 30 - 40 ปี  40 - 50 ปี  มากกว่า 50 ปี

3. ประเภทกลุ่มบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

- ครอบครัว  เพื่อน  สถาบันการศึกษา  
 สถานที่ทำงาน  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. ท่านรู้จักสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” โดย

- เพื่อนแนะนำ  สื่อโฆษณา  อินเทอร์เน็ต  
 เอกสารการท่องเที่ยว  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

5. วัตถุประสงค์ของการมาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

- พักผ่อน  ศึกษาวัฒนธรรมพื้นบ้าน  
 ทัศนศึกษา/ ดูงาน  พบปะสังสรรค์  
 ประชุม/ สัมมนา  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....





ตอนที่ 4 ด้านการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
“บ้านควาย - สุพรรณบุรี”

1. สถานที่จอดรถ
  - เพียงพอ
  - ไม่เพียงพอ
2. สถานที่จอดรถสะดวกสบาย
  - สะดวก
  - ไม่สะดวก
3. ราคาของบัตรเข้าชมสถานที่
  - เหมาะสม
  - ไม่เหมาะสม
4. บุคลากรของสถานที่แนะนำสถานที่
  - เหมาะสม
  - ไม่เหมาะสม
5. ปริมาณห้องน้ำ
  - เพียงพอ
  - ไม่เพียงพอ
6. ความสะอาดของห้องน้ำ
  - สะอาด
  - ไม่สะอาด
7. ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
  - เพียงพอ
  - ไม่เพียงพอ
8. ราคาของอาหารและเครื่องดื่ม
  - เหมาะสม
  - ไม่เหมาะสม
9. ป้ายบอกทิศทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ
  - ชัดเจน
  - ไม่ชัดเจน



### ตอนที่ 5 ด้านอื่น ๆ

1. ท่านจะกลับมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี”  
 กลับมาอีกครั้ง  ไม่กลับมา
2. ท่านคิดว่าการมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย - สุพรรณบุรี” ครั้งนี้  
 ค่ำค่า  ไม่ค่ำค่า
3. ท่านได้ประโยชน์ตรงตามวัตถุประสงค์การมายังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์  
“บ้านควาย - สุพรรณบุรี”  
 ตรง  ไม่ตรง
4. ท่านจะแนะนำเพื่อน ๆ หรือคนรู้จัก ให้มาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ “บ้านควาย -  
สุพรรณบุรี”  
 แนะนำ  ไม่แนะนำ

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม



## ประวัติย่อของผู้เขียนปัญหาพิเศษ

**ชื่อ - สกุล** นางสาวอริญชยา ทับทิมทอง  
**วัน เดือน ปีเกิด** 9 กันยายน 2522  
**สถานที่เกิด** จังหวัดสุพรรณบุรี  
**สถานที่อยู่ปัจจุบัน** 23/118 ซอยพื้งมี 50 ถนนสุขุมวิท แขวงบางจาก เขตพระโขนง กรุงเทพฯ 10250

### ตำแหน่งและประวัติการทำงาน

**พ.ศ. 2540** บริษัท ท็อบ เอ็กซ์เพรส ชิปปิ้ง จำกัด

**พ.ศ. 2544** ตำแหน่ง STAFF แผนกส่งเสริมการลงทุน (BOI)

บริษัท ทาคาฮาชิ ไคราช (1995) จำกัด

**พ.ศ. 2548 - ปัจจุบัน** ตำแหน่ง SR. STAFF แผนก ส่งเสริมการลงทุน (BOI)

บริษัท ทาคาฮาชิ ไคราช (1995) จำกัด

### วุฒิการศึกษา

**พ.ศ. 2540** มัธยมศึกษาตอนปลาย โรงเรียนสงวนหญิง สุพรรณบุรี

**พ.ศ. 2543** รัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง

**พ.ศ. 2551** รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารทั่วไป)

วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา