



ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักทองเที่ยวไทยในการเลือกไปทองเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

โดย
นายสุนันทิศ แฝ้วสกุล

วันที่..... 30 พ.ย. 2552.....
เลขทะเบียน..... 011719..... ๑๐๒

ภพ.

๙๑๐๙๒๑

๙๙๑๕๒

๙๙๑๕๓๐

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการสื่อสารการทองเที่ยวและบันเทิง
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
พ.ศ. 2552

**Factors of Thai Tourist in Making Decision to Visit Bangkluai District,
Nonthaburi Province**

**By
Mr. Sununtis Paewskul**

**A Study Report Submitted in Partial Fulfillment of the
Requirements for the Master Degree of Communication Arts
Department of Tourism and Entertainment Communication**

Faculty of Communication Arts

KRIRK UNIVERSITY

2009

มหาวิทยาลัยเกริก

คณะนิเทศศาสตร์

สารนิพนธ์

ของ

นายสุนันท์ศ แฉ้วสกุล

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกไปท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

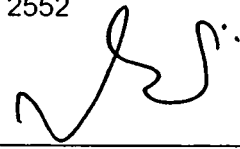
ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง

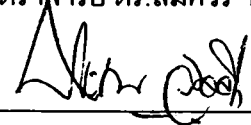
เมื่อวันที่ 1๙ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2552

ประธานกรรมการสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์



(รองศาสตราจารย์ประจักษ์ วัลลิโก)

กรรมการสารนิพนธ์



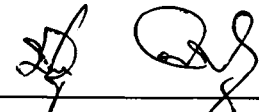
(รองศาสตราจารย์ ดร.บุญศรี พรหมมาพันธุ์)

กรรมการสารนิพนธ์



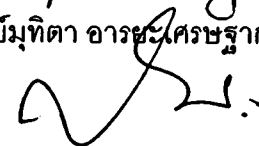
(รองศาสตราจารย์อรรถัย ศรีสันติสุข)

กรรมการสารนิพนธ์



(อาจารย์มุกิตา อารยะเศรษฐากร)

หัวหน้าสาขาวิชา



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

คณบดีคณะนิเทศศาสตร์



(รองศาสตราจารย์ ดร.สมควร กวียะ)

หัวข้อสารนิพนธ์

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
ไทยในการเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย
จังหวัดนนทบุรี

ชื่อผู้เขียน

นายสุนันท์ศ แฝ้วสกุล

สาขาวิชา / คณะ / มหาวิทยาลัย

สาขาวิชาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง/
คณะนิเทศศาสตร์ / มหาวิทยาลัยเกริก

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์ ประจัน วัลลิโก

ปีการศึกษา

2551

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
2. เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ประชากรกลุ่มเป้าหมายในการวิจัยได้แก่
นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวยอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 381 ตัวอย่าง
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบบปลายเปิดและปลายปิด นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์
หาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย เลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
(Standard Deviation) โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำข้อมูลมาเสนอในรูปแบบพรรณนา

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกมาเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ของ
กลุ่มตัวอย่าง ที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ได้แก่ความสะดวกในการเดินทางไปยังแหล่ง
ท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ย 4.16 รองลงมาคือ ความร่มรื่นสวยงามของพฤษชาติและสวนผลไม้ ตาม
ด้วยสภาพอาคารบ้านเรือนที่กลมกลืนกับธรรมชาติในคลองบางกรวย ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.97

ในด้านปัจจัยแหล่งท่องเที่ยวพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อการเลือกมาท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 3.32 เมื่อเจาะจงเฉพาะที่
ปรากฏว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับวัดชลอ วัดเพลง วัดแก้วฟ้า และหมู่บ้านขนมหวาน ใน
ระดับเท่า ๆ กัน มีค่าเฉลี่ย 3.64

ส่วนปัจจัยทางด้านวัฒนธรรมประเพณี พบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวไทยให้
ความสำคัญในการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย
3.25 โดยมีกิจกรรมประเพณีพื้นบ้าน เช่น แห่เทียนเข้าพรรษา สงกรานต์ ลอยกระทง ได้รับการจัด

อันดับความสำคัญเป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.68 รองลงมาได้แก่กิจกรรมทำบุญตักบาตร เช่น ตักบาตร 108 ตักบาตรเทโว เป็นต้น

สำหรับระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในด้านการใช้สื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.72 กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสื่อประเภทหนังสือพิมพ์เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ย 3.30 รองลงมาได้แก่ เพื่อน ๆ ญาติ มีค่าเฉลี่ย 2.84 ส่วนสื่อประเภทเว็บไซต์นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้ายมีค่าเฉลี่ย 2.08

ผลการศึกษาน่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ การเปรียบเทียบระดับการเลือกมาท่องเที่ยวที่อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ของกลุ่มตัวอย่างระหว่างเพศชายกับเพศหญิง พบว่ากลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่อายุ อาชีพ และรายได้ที่ต่างกัน กลุ่มตัวอย่างเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ประจัน วัลลิโก อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่า ให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนแนวทางการจัดทำครั้งนี้ จึงขอกราบขอบพระคุณไว้ ณ ที่นี้เป็นอย่างสูง และขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. สมควร กวียะ คณบดีคณะนิเทศศาสตร์ อาจารย์ มุทิตา อารยะเศรษฐากร ผู้อำนวยการโครงการนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการสื่อสารการท่องเที่ยวและบันเทิง ตลอดจนคณาจารย์ทุกท่านของโครงการฯ ที่ได้ให้ คำปรึกษา แนะนำ และรวมทั้งเจ้าหน้าที่ทุกท่านด้วย จนทำให้ภารกิจอันสำคัญนี้ลุล่วงไปด้วยดี

ผู้ศึกษาขอกราบขอบพระคุณพลเอกปรีชา โรจนเสน อธิการผู้บัญชาการทหารสูงสุด และอดีตสมาชิกสภานิติบัญญัติ คุณกนกนันท์ รัศมีแพทย์ ผู้อำนวยการโรงเรียนบางขุน ผู้มีคุณูปการเป็นอย่างมากในการเขียนสารนิพนธ์ครั้งนี้ และขอกราบขอบพระคุณคุณแม่เป็นอย่างสูงที่ได้ให้กำลังใจมาโดยตลอดจนทำให้ลูกได้มีวันนี้

สุดท้ายนี้ ผู้ศึกษาวิงขอแสดงความคาดหวังว่า ผลการศึกษาสารนิพนธ์เล่มนี้ จะได้เป็นแนวทางให้ผู้ที่เกี่ยวข้องในการสื่อสารเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและภาคเอกชนนำไปใช้ประโยชน์ ในการบริหารจัดการโครงการท่องเที่ยวในแต่ละท้องที่ต่อไป

นายสุนันทิศ แฉ้วสกุล

มหาวิทยาลัยเกริก

พ.ศ. 2551

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(1)
กิตติกรรมประกาศ	(3)
สารบัญตาราง	(6)
สารบัญแผนภูมิ	(8)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมา ความสำคัญ และปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย	4
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	4
1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	55
2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย	63
2.4 สมมติฐานการวิจัย	64
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	65
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล	65
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	65
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	65
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	68
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล	68

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	72
4.1 ลักษณะทางประชากร	73
4.2 ผลวิเคราะห์ระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมและจำแนกเป็นหลายด้าน	75
4.3 เปรียบเทียบระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน	86
4.4 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี	89
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	105
5.1 สรุปผลการวิจัย	105
5.2 อภิปรายผล	106
5.3 ข้อเสนอแนะ	107
ภาคผนวก	108
แบบสอบถาม	109
บรรณานุกรม	114
ประวัติผู้ทำสารนิพนธ์	118

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง	73
ตารางที่ 4.2 แสดงระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ต่อปัจจัย 5 ด้าน	75
ตารางที่ 4.3 แสดงระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ	76
ตารางที่ 4.4 แสดงระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ด้านแหล่งท่องเที่ยว	78
ตารางที่ 4.5 แสดงระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	80
ตารางที่ 4.6 แสดงระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ด้านบริหารจัดการของชุมชน	82
ตารางที่ 4.7 แสดงระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์	84
ตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามเพศ	86
ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา	87
ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ	88
ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวม จำแนกตามอายุ	89
ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ	90
ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านวัฒนธรรมและประเพณี จำแนกตามอายุ	90
ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชน จำแนกตามอายุ	91

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

<p>ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ</p>	83
<p>ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ</p>	84
<p>ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ</p>	85
<p>ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ</p>	86
<p>ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชน จำแนกตามอาชีพ</p>	87
<p>ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอาชีพ</p>	88
<p>ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน</p>	89
<p>ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน</p>	90
<p>ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ จำแนกตามรายได้ต่อเดือน</p>	91
<p>ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน</p>	92
<p>ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว บางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านวัฒนธรรมและประเพณี จำแนกตามรายได้ต่อเดือน</p>	93

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว บางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการบริหารจัดการของชุมชน จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน	94
ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการเลือกมาท่องเที่ยว บางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามรายได้ ต่อเดือน	95

สารบัญแผนภูมิ

	หน้า
แผนภูมิที่ 1 ระบบการท่องเที่ยว	16
แผนภูมิที่ 2 กรอบแนวคิดในการวิจัย	55

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมา ความสำคัญ และปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งอย่างหนึ่งที่มีกิจกรรมหลาย ๆ อย่าง รวมกันอันเป็นกระบวนการทางนันทนาการที่เกิดขึ้นระหว่างเวลาว่าง (Leisure Time) โดยมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้ผู้เดินทางจะต้องเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ โดยมีแรงกระตุ้น จากความต้องการทางกายภาพ ก่อให้เกิดคุณค่าทางด้านการพัฒนา อารมณ์ จิตใจ และร่างกาย ผ่อนคลายความเครียดเปลี่ยนบรรยากาศ ฝึกความอดทนและควบคุมตนเองมีความรู้ความเข้าใจในประสบการณ์ใหม่ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544 : 42)

นอกจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่จะมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจแล้ว การท่องเที่ยวยังเป็นวิธีที่สามารถกระตุ้นให้เยาวชนและประชาชนหันมาสนใจองค์ความรู้ท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมได้เป็นอย่างดี ซึ่งเท่ากับว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการสืบทอด วัฒนธรรมประเพณีไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่มีค่าอย่างมาก และยังเป็นช่องทางการเรียนรู้ทางวิชาการและ วิชาชีพอย่างต่อเนื่องให้กับประชาชนทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจและความรักในมรดก ของชาติ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นวิธีการหนึ่งเพื่อยกระดับ และสร้างจิตสำนึกในความเป็นไทย และช่วยกันรักษาประเพณีวัฒนธรรมอันดีงามเอาไว้ประกอบกับในปัจจุบันจากสภาวะเศรษฐกิจที่ ยังไม่ฟื้นตัว การทำงานที่ต้องมีการแข่งขันตลอดเวลาก่อให้เกิดความเครียด รวมทั้งสภาพแวดล้อม ต่าง ๆ มลภาวะเป็นพิษที่ได้เผชิญอยู่ตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้ได้บั่นทอนกำลังกายกำลังใจในการ ทำงานของผู้บริโภคแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและความจำเป็นของการพักผ่อนมากขึ้น

ในปี พ.ศ.2549 เป็นต้นมา ได้เกิดวิกฤตการณ์ ความไม่สงบในภาคใต้ และการก่อ การร้ายในประเทศต่าง ๆ ที่มีผลต่อความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการเดินทางของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ในหลาย ๆ ประเทศต่างก็กำลังมีการเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองในประเทศ จึงทำให้ นักท่องเที่ยวระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ทั้งนี้ประเด็นสำคัญที่สุดคาดว่าจะกระทบต่อสถานการณื ท่องเที่ยว คือ ภัยจากการก่อการร้ายข้ามชาติ จากความขัดแย้งทางการเมืองที่กำลังจะปะทุขึ้นใน หลายประเทศทั่วโลก ซึ่งทุกประเทศจะต้องให้ความระมัดระวังเกี่ยวกับในเรื่องนี้ อย่างไรก็ตามก็คิ ภาครรัฐและภาคเอกชนไม่ว่าจะเป็นธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งสายการบินของประเทศไทยต่างก็ พยายามสร้างความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง เพื่อส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว

จากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเริ่มหันมาให้ความสนใจต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ก็ได้ให้ความสำคัญด้วยการกำหนดเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic Travels) ไว้ในแผนการท่องเที่ยวปี 2550

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเริ่มปรากฏชัดเจนในช่วงที่ประเทศประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจ ททท. ซึ่งเป็นองค์กรที่รับผิดชอบด้านนี้โดยตรง ก็ได้ส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เพราะการท่องเที่ยวนอกจากจะทำให้เกิดการผ่อนคลายความเครียดแล้ว ยังช่วยให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างมนุษยชาติเกิดการเปรียบเทียบวัฒนธรรมความเจริญก้าวหน้าของบ้านเมืองเกิดการปรับประยุกต์ความเจริญก้าวหน้าต่าง ๆ ให้เหมาะสมสอดคล้องกับวิถีของชุมชน เกิดการหมุนเวียนในกระแสเศรษฐกิจและสังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539 : 31) รัฐบาลและ ททท. ได้พยายามส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเห็นว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) เป็นเครื่องมือทางนโยบายเศรษฐกิจและสังคมของรัฐเป็นบริการ และสวัสดิการทางสังคมที่รัฐพึงส่งเสริม และจัดให้กับประชาชนเป็นสิทธิมนุษยชนที่รัฐควรสนับสนุนตามแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเหมาะสม และเห็นว่าหากได้ดำเนินการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเหมาะสมจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการรักษาที่ช่วยพัฒนาโลกทัศน์ภูมิปัญญา เป็นการยกระดับความคิดจิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินดังเกิดสร้างความภาคภูมิใจรักและหวงแหนในทรัพยากรและสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติ (เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ 2538 : 2)

อำเภอบางกรวย มีพื้นที่อยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยาจัดตั้งเป็นอำเภอเมื่อปี พ.ศ. 2447 เดิมเรียกว่า “อำเภอบางใหญ่” ที่ว่าการอำเภอ เดิมตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ดินของวัดชะลอริมคลองบางกอกน้อย ตำบลวัดกระโสม ปัจจุบันเปลี่ยนชื่อเป็น ตำบลวัดชลอ

ต่อมาเมื่อปี พ.ศ.2460 ทางราชการได้พิจารณาเห็นว่าอำเภอบางใหญ่มีเขตการปกครองกว้างขวาง เจ้าหน้าที่ของทางราชการไม่สามารถดูแลทั่วถึง จึงได้แบ่งพื้นที่เขตการปกครองทางด้านเหนือแล้วจัดตั้งเป็น “กิ่งอำเภอบางแม่นาง” ขึ้นกับอำเภอบางใหญ่ จนถึงปี พ.ศ. 2464 จึงได้ยกฐานะกิ่งอำเภอบางแม่นางขึ้นเป็นอำเภอ แยกการปกครองไปจากอำเภอบางใหญ่ โดยใช้ชื่อว่า “อำเภอบางแม่นาง” และเนื่องจากอาณาเขตอำเภอบางใหญ่ สมัยก่อนนั้น เป็นรูปแหลมคล้ายกรวย ขึ้นออกไปทางแม่น้ำเจ้าพระยา คนส่วนมากเรียกเล่น ๆ ว่า หัวแหลมบ้าง กรวยบ้าง ประกอบกับมีดินกรวยขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ต่อมาจึงเปลี่ยนอำเภอบางใหญ่มาเป็นอำเภอบางกรวย เมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2473 หลังจากนั้น ก็ได้มีการเปลี่ยนชื่ออำเภอบางแม่นางมาเป็นอำเภอบางใหญ่แทน ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน (ฝ่ายปกครอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี 2551 : 1)

อำเภอบางกรวย มีความเจริญรุ่งเรืองมาตั้งแต่สมัยอยุธยา สังกัดได้จากวัดวาอารามใน อำเภอบางกรวยจะเน้นศิลปะในสมัยอยุธยา และได้มีการบูรณปฏิสังขรณ์โบราณสถานและ โบราณวัตถุเรื่อยมา เช่น พระอุโบสถและพระพุทธรูปที่วัดโพธิ์บางโอ วัดแก้วฟ้า วัดบางขนุน วัดชลอ วัดเพลง นอกจากนี้ยังเป็นดินแดนที่มีสวนผลไม้ที่มีรสชาติเป็นที่เลื่องลือไปไกล ผลไม้ที่ โดดเด่นของอำเภอบางกรวย ได้แก่ ทุเรียนนนทบุรี ได้ฉายานามว่า ราชาแห่งผลไม้ ปัจจุบันเหลือ เพียงเล็กน้อย เนื่องจากเกิดอุทกภัยในปี พ.ศ.2538 สวนทุเรียนนนทบุรี ในอำเภอบางกรวย ล่ม เกือบหมด มีหลงเหลือเพียงไม่กี่สวน ราคาของทุเรียนเมืองนนทบุรี จะอยู่ที่ลูกละ 1,500 บาท - 4,000 บาท จนมีคำกล่าวที่ว่า “ทุเรียนนนทบุรี ลูกละ 4,000 บาท คนซื้อไม่ได้กิน คนกินไม่ได้ซื้อ” นอกจากนี้ยังมีมังคุด ชาวนนทบุรีจะรู้จักดี ได้ชื่อว่าเป็นราชินีแห่งผลไม้ รสหวานอร่อยชื่นใจ นอกจากนี้ยังมีกระท้อนหวานอันเลื่องชื่อและผลไม้ชนิดอื่น ๆ อีกมากมาย สิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว อื่น ๆ ได้แก่ มีการจัดถนนไม้ดอกไม้ประดับ พัฒนาให้อำเภอบางกรวยเป็นแหล่งท่องเที่ยว เป็นผลพวงให้คนในอำเภอบางกรวยมีเศรษฐกิจดีขึ้น อยู่ในเกณฑ์น่าพอใจ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการที่ นักท่องเที่ยวเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้สามารถใช้เป็น แนวทางในการโฆษณาประชาสัมพันธ์และพัฒนาการจัดการการท่องเที่ยวของอำเภอบางกรวยได้ เหมาะสมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวอำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการไปท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพและรายได้

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกไป ท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี” ศึกษาเฉพาะ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในอำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี ระหว่างเดือนมกราคม 2552

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.4.1 ทราบ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี

1.4.2 ทราบข้อมูลพื้นฐานสำคัญที่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวใช้ในการวางแผน การวางแผนนโยบาย ตลอดจนการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อสามารถพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

1.4.3 ผลการวิจัยจะช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ เป็นแนวทางในการปรับปรุง ด้านการให้บริการการท่องเที่ยว ตลอดจนใช้ข้อมูลในการสื่อสารใน รูปของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

1.5 นิยามศัพท์ที่เกี่ยวข้อง

ปัจจัยการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้อยากไปท่องเที่ยว เช่น แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น โครงสร้างขั้นพื้นฐานทางกายภาพ เช่น สภาพภูมิทัศน์ เอกลักษณ์ของ ชุมชน ความสะดวกในการเดินทาง

การเลือกไปท่องเที่ยว หมายถึง การเลือกกิจกรรมนันทนาการ กลางแจ้งประเภทไป เที่ยวพักผ่อน หรือต้องการที่จะศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณี และการดำรงชีวิตที่ แตกต่างไปจากที่อยู่อาศัยของตน

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป เดินทางจากที่ อยู่อาศัยของตนไปยังอำเภอบางกรวยเป็นการชั่วคราว เพื่อการพักผ่อน หรือเพื่อการใด ๆ ก็ตามที่ มิใช่เป็นการหารายได้

อำเภอบางกรวย หมายถึง เขตปกครองอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

ต้นกรวย หมายถึง ต้นไม้ชนิดหนึ่งขึ้นตามริมฝั่งน้ำลำคลอง ใบเป็นมันคล้ายใบจำปี แต่เรียวยาวและนิ่มกว่า ดอกสีเหลือง ผลกลมเป็นพวงคล้ายมะไฟ

ราชาแห่งผลไม้ หมายถึง ชื่อที่เรียกขานทุเรียนนนทบุรี

ราชินีแห่งผลไม้ หมายถึง ชื่อที่เรียกขานมังคุดนนทบุรี

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี” ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ ตามลำดับดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
- 2.1.2 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
- 2.1.4 มลเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว
- 2.1.5 ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว
- 2.1.6 การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว
- 2.1.7 องค์ประกอบในการท่องเที่ยว
- 2.1.8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว
- 2.1.9 องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว
- 2.1.10 แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว
- 2.1.11 ข้อมูลการท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- 2.2.1 งานวิจัยในประเทศ
- 2.2.2 งานวิจัยต่างประเทศ

2.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.4 สมมติฐานการวิจัย

2.1 แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้างเพราะว่ามีได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงรื่นรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมชมสถานที่ที่นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับจนกระทั่งมีผู้กล่าวว่าธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ด้วยกัน (วินิจ วีรยางกูร. 2532 : 1-2)

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) และนักท่องเที่ยว (Tourist)

ประเทศไทยของเรา มีการใช้คำที่มีความหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมาเป็นเวลาช้านานแล้ว โดยในระยะแรก ๆ ใช้คำว่า “ไปเที่ยว” หมายถึง การเดินทางไปในที่ต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนาน เพลิดเพลิน คำว่า “ท่องเที่ยว” เริ่มมีใช้กันมากขึ้นในปี พ.ศ.2479 และในปี พ.ศ. 2480 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาความหมายของคำว่า “ท่องเที่ยว” ว่ามีความหมายเชิงเที่ยวเตร่เหลวไหล ต่อมาในปี พ.ศ.2492 เสด็จในกรมหมื่นนราธิปพงศ์ประพันธ์ได้ประทานคำว่า “ทัศนจาร” ขึ้นมาใช้ ทำให้ความหมายของคำว่า “ท่องเที่ยว” เริ่มมีความหมายกว้างมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2547 : 2-3)

ในสมัยก่อนการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นยังไม่ชัดเจนมากนัก จนกระทั่งภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง การท่องเที่ยวเริ่มมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากมีผู้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ถึงแม้ว่าในสมัยนั้นการคมนาคม ถนนหนทางจะยังไม่สะดวกก็ตาม บางครั้งไม่มีที่พักแรม ต้องไปขออาศัยบ้านของชาวบ้าน ศาลาวัด เป็นที่พักแรม แต่คนก็ยังเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้นเรื่อย ๆ

ในปี ค.ศ.1963 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณาเห็นว่า เนื่องจากคำว่า การท่องเที่ยวเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางดังกล่าวแล้ว จึงเห็นสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) ให้เน้นคำที่กินความกว้างขวางขึ้นเพื่อใช้เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จะสามารถใช้เปรียบเทียบซึ่งกันและกันได้ต่อไปโดยการเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน” (Tourist) ซึ่งคำว่าผู้มาเยือนให้ความหมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยัง

ประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม ที่มีใ้ไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้

ดังนั้นคำว่า “ผู้มาเยือน” จึงหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท คือ

1) นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourist) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักผ่อน ทักสนศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจ ร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

2) นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ประเทศไทยก็ได้ยึดถือคำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นที่กรุงโรมนี้ เป็นหลักในการจดนับสถิติจำนวน “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” ซึ่งสรุปแล้วก็หมายถึงชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อ

- 1) มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ
- 2) มาร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง
- 3) มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้
- 4) มาไปกับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

พร้อมกันนี้ก็ได้อำหนดคำนิยามของ “นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน” (Domestic Tourist) ไว้ว่า คือ คนไทยหรือคนต่างด้าว ที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางอะไรก็ตามที่มีใ้ไปทำงานหารายได้ และระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน (หน่วยศึกษานิเทศก์ กรมการฝึกหัดครู. 2533 : 19-20)

ม.ล.ศุข ชุมสาย และ ญิบพัน พรหมโยธี (2527 : 41) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง เป็นความสัมพันธ์เบ็ดเสร็จ และปรากฏการณ์ทั้งหลาย ทั้งส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยอยู่อย่างชั่วคราวของคนต่างถิ่นที่พักอยู่ ทั้งนี้ มีเงื่อนไขมิใช่เป็นการตั้งหลักฐานเพื่อประกอบอาชีพเป็นการชั่วคราวหรือถาวรทำให้เกิดผลกำไร

เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต (2546; อ้างอิงจาก ชำนาญ ม่วงทับทิม. 2527) กล่าวว่าเมื่อพิจารณาการท่องเที่ยวจากกรอบการมองในแง่บทบาทของการท่องเที่ยว อาจให้ความหมายของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 นัย คือ

ประการแรก ความหมายของการเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยที่การท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่ช่วยยกระดับรายได้และมาตรฐานความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศให้สูงขึ้น และถือว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าออกประเภทหนึ่ง ที่มองไม่เห็นตัว

ประการที่สอง เป็นการมองในความหมายของการเป็นส่วนหนึ่งของการเรียนรู้ของมนุษย์ ทั้งนี้เพราะมนุษย์มีสัญชาตญาณของความอยากรู้อยากเห็น

ในทางสังคมวิทยา การท่องเที่ยวขึ้นเป็นความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) เป็นความสัมพันธ์ (Social relations) ระหว่างบุคคลซึ่งปกติไม่เคยพบกันมาก่อน
- 2) เป็นการเผชิญหน้ากัน ระหว่างวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (confrontation) ในกลุ่มชาติพันธุ์ วิถีชีวิต ภาษา ความแตกต่างในด้านเศรษฐกิจ ฯลฯ
- 3) พฤติกรรมของกลุ่มคนที่ต้องการผ่อนคลาย (relax) จากความตึงเครียดทางเศรษฐกิจและสังคมในชีวิตประจำวัน
- 4) พฤติกรรมของคนต่างถิ่นที่ประสานกัน ระหว่างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่คนได้รับการดำรงชีวิตของคนต่างถิ่น ปัจจุบันได้มีนักวิชาการองค์การเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้พยายามที่จะให้คำนิยามของ “การท่องเที่ยวโดยอาศัยเกณฑ์ต่าง ๆ กัน เช่น ยึดถือตามจุดหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทาง ช่วงระยะเวลาของการเดินทางและลักษณะของการเดินทางว่าจะไร้อะไรหรือไม่ใช่การท่องเที่ยว แต่ยังไม่มีความหมายอันใดเป็นความหมายสากล หรือมาตรฐานที่เป็นข้อสรุปอันเป็นที่พอใจของทุกคน

ฉะนั้นในการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น ผู้เดินทางอาจจะมีเหตุผลในการเดินทางนั้นแตกต่างกันไป เช่น เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ เดินทางเพื่อเชื่อมญาติเดินทางเพื่อการกีฬา เป็นต้น ซึ่งการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวขึ้นเป็นการผ่อนคลายความเครียดที่อาจจะเกิดขึ้นจากการงานหรือเกิดขึ้นในชีวิตประจำวันพร้อม ๆ กับการได้รับรู้สัมผัสกับสิ่งแปลกใหม่ที่แตกต่างไปจากการดำเนินชีวิตอันเป็นปกติของเรา ทำให้เกิดความเพลิดเพลินเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น ดังนั้นการท่องเที่ยว จึงเป็นการก่อให้เกิดความรู้และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการสร้างความเข้าใจของคนทั้งโลกเข้าด้วยกัน อันจะนำไปสู่สันติสุขในการอยู่ร่วมกันทั้งปัจจุบันและอนาคต (ชาญวิทย์ เกษตรศิริ, 2540 : 8)

สรุป การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหาความสนุกสนาน เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการศาสนา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดถึงการเชื่อมญาติมิตร โดยที่ไม่มีรายได้เกิดขึ้นจากการเดินทางในครั้งนั้น

2.1.2 วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 19-20) กล่าวถึง วัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีหลายประการ ได้แก่

- 1) เดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์
- 2) เดินทางเพื่อมาร่วมการประชุมสัมมนา
- 3) เดินทางเพื่อการศึกษาหาความรู้
- 4) เดินทางเพื่อการศึกษา
- 5) เดินทางเพื่อการติดต่อธุรกิจ
- 6) เดินทางเพื่อการเยี่ยมชมญาติพี่น้อง
- 7) เดินทางเพื่อการประกอบศาสนกิจ
- 8) เดินทางเพื่อทัศนศึกษา
- 9) เดินทางเพื่อสุขภาพ หรือพักผ่อน

2.1.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

โสภภาพ สุทธิศักดิ์ (2539 : 82) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นช่องทางยกระดับมาตรฐานการครองชีพให้สูงขึ้น ไซ้แต่ในด้านการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศเท่านั้น ยังทำให้บทบาทของเศรษฐกิจ ซึ่งถือเป็นปัจจัยของการมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วย และทำให้อาชีพใหม่ ๆ เกิดขึ้นซึ่งการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออก เพราะเป็นการซื้อด้วยเงินตราต่างประเทศ การผลิตสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อก็จะต้องมีการลงทุน ซึ่งผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศ และช่วยให้เกิดงานอาชีพอีกหลายแขนงเกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ ทางด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนคลายความตึงเครียดพร้อม ๆ กับการได้รับความเข้าใจในวัฒนธรรมที่ผิดแผกแตกต่างออกไป

ม.ล.คู่ย์ ชุมสาย (67-69) ยังได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นอุปกรณ์ทางการศึกษาและเป็นการส่งเสริมสุขภาพจิต อีกด้วย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2539 : 9-10) ได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประเด็น คือ

3.1 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ

3.1.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตรา

ต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ นอกจากนี้ รายรับสุทธิ ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าออกอื่น ๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังมีส่วนช่วยให้ดุล ชำระเงินของประเทศเกิดดุลอีกด้วย

3.1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลกระทบทวีคูณ ในการสร้างรายได้ หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 3 เท่าตัว

3.1.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็จะ ไปถึงภูมิกษณัณณ์ ก่อให้เกิดการสร้างสรรคสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีผู้ลงทุนในหลาย ๆ รูปแบบทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพอย่าง กว้างขวางเป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

3.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

3.2.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

3.2.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรคความเจริญทาง สังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการ บริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่ว กัน

3.2.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและ สิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

3.2.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนใน ชนบท

3.2.5 การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิด ประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้า พื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือนเป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

3.3.1 การเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกรักถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

3.3.2 การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะ รู้จัก ทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก คู่ขนาน ภูมิปัญญา พึ่งพาอาศัยกัน เป็นการสร้างความรักความสามัคคี สมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธ์ไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อประเทศในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นต่อบุคคล เศรษฐกิจ การเมือง และประเทศ ซึ่งการท่องเที่ยวจะเป็นสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้ประเทศพัฒนาก้าวหน้าต่อไป

3.3.3 การท่องเที่ยว มีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึกตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้น ๆ

3.3.4 การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาตลอดแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

3.3.5 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต เป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศทำให้เกิดการสร้างงานอาชีพของประชากรทั้งทางตรงและทางอ้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดว่าเป็นแหล่งจ้างงานที่ใหญ่ที่สุด เนื่องจากเกี่ยวข้องกับหลาย ๆ อาชีพ เป็นต้นว่า อาชีพเกี่ยวกับการขนส่ง อาชีพให้บริการด้านที่พัก อาชีพจัดบริการสิ่งดึงดูดการท่องเที่ยว อาชีพผลิตของที่ระลึก และอาชีพเกี่ยวกับการเผยแพร่ข้อมูลทางการท่องเที่ยว เป็นต้น เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

2.1.4 มวลเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

มล.คูย์ ชุมสาย และฉุบพันธ์ พรหมโยธี (2527 : 29-30) กล่าวถึง เหตุจูงใจที่ทำให้คนท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวเหล่านี้ใช้เวลาหยุดงานเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อสนองความอยากรู้อยากเห็น เพื่อพบเห็นสิ่งและอุมัติการณ์ใหม่ เพื่อชมทิวทัศน์อันงดงาม เพื่อพบเห็นขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น เพื่อสงบอารมณ์กับความสงบของชนบท เพื่อสนุกสนานกับความอีกที่คกริก โครมและคีกรามใหญ่โตของเมืองใหญ่ และเมื่อศูนย์กลางการท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่มีผลเป็นความสนุกสนานและความบันเทิง นักท่องเที่ยวบางคนไปเที่ยวเพื่อที่จะได้เปลี่ยนสถานที่พักอาศัยไปเรื่อย ๆ

2) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ได้แก่ พวกที่ใช้วันหยุดเพื่อพักโดยไม่ทำอะไรทั้งนี้เพื่อขจัดความเหนื่อยล้าทั้งหลายทั้งปวง ทั้งกายและทั้งจิตใจที่เกิดขึ้นในคาบเวลาทำงานให้หมดสิ้นไป และเรียกพละกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในคาบใหม่ บางคนก็อาจไปพักผ่อน

เพราะป่วยไข้หรือไม่สบายเล็กน้อย นักท่องเที่ยวพวกนี้มักไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งนานที่สุดเท่าที่จะนานได้ และมักจะเป็นสถานที่ที่มั่นใจว่าสงบจริง เช่น ชายหาดห่างไกลผู้คน หรือบนเขาบนคอกห่างไกลความจอแจอีกทีก็กรีกโครม

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวที่ปรารถนาจะเรียนรู้ศิลปวิทยาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมของชนชาติต่าง ๆ ในสถาบันหรือสถานที่ศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจของพวกเขานักท่องเที่ยวก็จะไปเที่ยวในประเทศนั้น ๆ เพื่อศึกษาพิจารณาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มานุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุ และเทคโนโลยีปัจจุบัน เพื่อร่วมปฏิบัติในงานมหกรรมและงานฉลอง

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา แบ่งได้เป็น 2 ชนิด

4.1 การท่องเที่ยวเพื่อการไปชมการแข่งขันกีฬาครั้งใหญ่ ๆ

4.2 การท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬายังถิ่นที่มีการเล่นกีฬานั้น ๆ

2.1.5 ประเภทต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว

วรรณ วลัยวานิช (2539 : 17-18) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1) การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศการท่องเที่ยวในลักษณะนี้ จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย การโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจ โดยเฉพาะของสถานที่นั้น เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2) การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านขบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น สุกการ ค่านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศ และอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำการท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่ มักจะมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่น ๆ หลายอย่างกว่าประเทศที่มีขนาดเล็ก แต่บางครั้งการเดินทางไกล ๆ ก็อาจจะเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

นอกจากนี้ การท่องเที่ยว ยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ตัวอย่างเช่น การไปท่องเที่ยวในระหว่างวันหยุดอาจจะเป็นการไปตากอากาศ ชมสภาพบ้านเมือง

หรือไปใช้ชีวิตความเป็นอยู่ในชนบท รวมถึงการ ไปเยี่ยมเยือนเพื่อนฝูง เป็นต้น จากวัตถุประสงค์ดังกล่าว อาจแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยว ออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อเปลี่ยนสถานที่พักอาศัย ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2) การท่องเที่ยวจังหวัดการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ ที่จริงการท่องเที่ยวเพื่อประกอบธุรกิจ ไม่น่าจะเข้าเป็นการท่องเที่ยว เพราะขาดปัจจัยที่กล่าวมาว่า การท่องเที่ยวต้องเป็นการกระทำอย่างเสรี และมีความตั้งใจที่จะท่องเที่ยวถ้าถือเคร่งครัดตามทฤษฎีก็น่าจะเป็นนั้น แต่ที่เป็นข้อเท็จจริง นักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจแทบทุกคนก็ได้เสียเวลาและจัดเวลาให้เหลือไว้สำหรับการท่องเที่ยวด้วย

3) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ในสมัยปัจจุบัน ซึ่งมีองค์กร คณะกรรมการ สมาคม สหภาพ ฯลฯ ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากมาย การเดินทางเพื่อการประชุม สัมมนา ฯลฯ ได้ส่งเสริมให้มีขึ้นมากมาย จนองค์กร IUOTO (International Union of Office Travel Organization) เห็นสมควรที่จะจัดนักท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา ฯลฯ ไว้ต่างหากอีกพวกหนึ่ง

4) การท่องเที่ยวเพื่อเพศรส (Sex Tour) การท่องเที่ยวไปที่ไหนก็ตามของนักท่องเที่ยวเพศชาย โดยมีเจตนาารมณ์แฝงอยู่ในอันที่จะหาความเพลิดเพลินเชิงเพศสนั่นมานานแล้ว นักมานุษยวิทยาสันนิษฐานว่า กิจกรรมโสเภณีมาพร้อม ๆ กับอารยธรรมของคน และเกิดขึ้นในชุมชนที่มีคนเดินผ่านกิจกรรมโสเภณี ซึ่งตรงกับคำว่า Prostitution ในภาษาอังกฤษ หมายถึง การกระทำที่เพศตรงข้ามได้รับสุขอารมณ์เชิงเพศรส โดยผู้กระทำได้ค่าจ้างตอบแทนเป็นเงินหรือสิ่งของ และโดยฝ่ายผู้กระทำมิได้มีอารมณ์เชิงใคร่อยู่ด้วย

ในการวิจัยครั้งนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวประกอบด้วย ทรัพยากรการท่องเที่ยว ความปลอดภัย โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ถ้าภาครัฐและเอกชนได้นำปัจจัยเหล่านี้ไปพิจารณาและปรับปรุงเพื่อวางแผนการตลาดให้สอดคล้องมากขึ้น จะมีประโยชน์ต่อการพัฒนาประเทศที่สำคัญประการหนึ่งด้วย

2.1.6 การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว (Tourism Management)

การบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำอย่างมีเป้าหมาย และสอดคล้องกับหลักการ ทฤษฎี และแนวคิดที่เหมาะสม โดยคำนึงถึงสภาพที่แท้จริง รวมทั้งข้อจำกัดต่าง ๆ ของสังคมและสภาพแวดล้อม การกำหนดแนวทาง มาตรการ และแผนปฏิบัติการที่ดี ต้องคำนึงถึงกรอบความคิดที่ได้กำหนดไว้ มิฉะนั้นแล้วการจัดการท่องเที่ยวจะดำเนินไปอย่างไร ทิศทางและประสบความสำเร็จ

การพิจารณาการจัดการการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ (System Approach) และบรรลุดุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายนั้น จำเป็นจะต้องพิจารณาระบบย่อย (Sub System) หรือองค์ประกอบหลักของการจัดการท่องเที่ยว บทบาทหน้าที่ของแต่ละองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ (Relationship) ระหว่างองค์ประกอบเหล่านั้น รวมถึงการพิจารณาสภาพแวดล้อมของระบบการท่องเที่ยวด้วย

องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource) เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย บึง หนอง คลอง) เป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษศาสตร์ สวนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เขตสงวนพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์เปิด อุทยานนกน้ำ เป็นต้น

1.2 ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man - made Tourism Resource) นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural Heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ 3 ชนิด ได้แก่

1.2.1 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Tourism Resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งนี้เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑฯ กำแพงเมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

1.2.2 แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and Rural way of Life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่าง ๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลออกงาน ทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับบุคคล เช่น พิธีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย อาหารประจำถิ่น การประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาพูดในท้องถิ่นและวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นต้น หมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านช้าง รวมถึงตลาดนัด ตลาดน้ำ

1.2.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation Attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรมย์ บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนสนุก สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัยใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม เป็นต้น

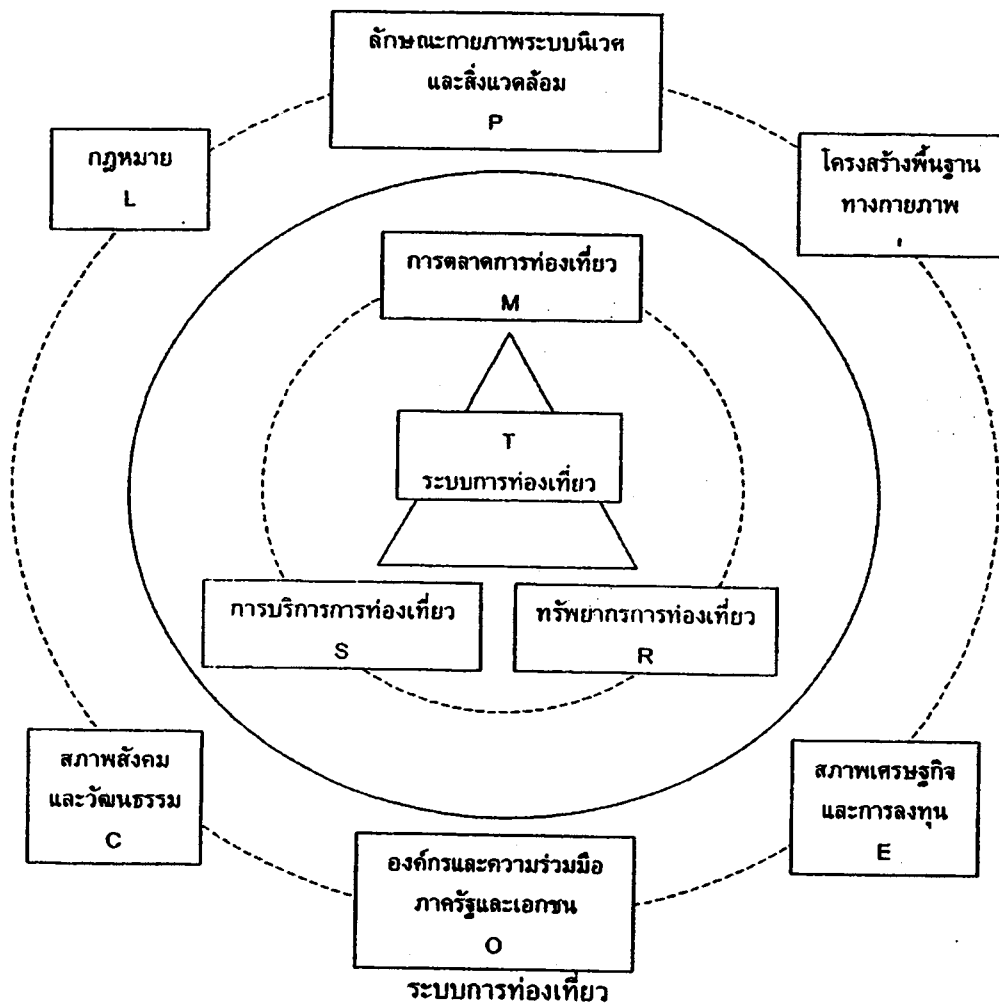
2. การบริการการท่องเที่ยว (Tourism Service) ได้แก่ การให้บริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้น ๆ เป็นการให้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ บริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3. การตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี

3.1 การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

3.2 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชิญชวน กระตุ้นนักท่องเที่ยว

กล่าวได้ว่า ในการพิจารณาองค์ประกอบภายในระบบการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบอีกมากมายที่มีบทบาทและหน้าที่ที่แตกต่างกัน และมีความสัมพันธ์ต่อกัน เป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน ซึ่งความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น ดังแสดงในแผนภูมิที่ 1



แผนภูมิที่ 1 ระบบการท่องเที่ยว

ที่มา : ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. หน้า 97.

2.1.7 องค์ประกอบในการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความขององค์ประกอบในการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ (กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539 : 7) องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ องค์ประกอบต่าง ๆ 8 ประการดังนี้

1. การคมนาคมขนส่ง (ซึ่งหมายถึง ทั้งการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ)
2. ที่พัก
3. ร้านอาหาร และภัตตาคาร
4. บริการนำเที่ยว
5. สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ทะเล ภูเขา แม่น้ำ รวมทั้งประเพณี วัฒนธรรม และโบราณสถาน (กล่าวคือ สิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจและต้องการมาเยี่ยมชม ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่มียู่แล้วในธรรมชาติ หรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นก็ได้)
6. ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง
7. ความปลอดภัย
8. การเผยแพร่และโฆษณา

ส่วนในรายงานการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้ในอีกทัศนะหนึ่ง ว่าการท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคม และเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบหลัก 3 หลัก คือ ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว (Tourism Resource) บริการท่องเที่ยว (Tourism Service) และตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Market or Tourist) แต่ละองค์ประกอบมีองค์ประกอบย่อย ๆ ที่มีความสัมพันธ์กันเป็นเหตุเป็นผลซึ่งกันและกัน องค์ประกอบย่อย เช่น สภาพกายภาพและระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม โครงสร้างพื้นฐาน เศรษฐกิจและการลงทุน สังคม วัฒนธรรม องค์การและกฎหมาย เป็นต้น ความแตกต่างของแต่ละรูปแบบการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่ความแตกต่างในองค์ประกอบย่อย และความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้น โดยความสัมพันธ์ระหว่างระบบย่อยทั้ง 3 เกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้ไปใช้ประโยชน์จากทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการเพื่อทัศนศึกษา ซึ่งอาจเป็นการใช้ประโยชน์โดยตรงและจากการบริการที่เกี่ยวข้อง

องค์ประกอบหลัก 3 ด้าน ได้แก่

1. แหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply) ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

2. บริการท่องเที่ยว

บริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งมักไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักทางนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจจะเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3. ตลาดการท่องเที่ยว

เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยว มักจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการ ได้หมายรวมถึงการส่งเสริมและพัฒนาการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งนอกจากจะเป็นทั้งวัตถุดิบและเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่จะขายให้นักท่องเที่ยว อาจจะสามารถกล่าวได้ว่าเป็น “สินค้า” ที่มีคุณลักษณะพิเศษที่สามารถดึงดูดให้ “ลูกค้า” หรือนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา “ซื้อ” กันถึงที่ตั้งอยู่ของสินค้า

ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกเป็นประเภทใหญ่ ๆ ได้ 2 ประเภท ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Tourism Resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เช่น ภูเขา หุบเขา แม่น้ำ ลำธาร ทะเลสาบ น้ำตก ป่า ภูเขาไฟ น้ำพุร้อน ฯลฯ ตลอดจนปรากฏการณ์ทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น ฤดูกาลอพยพของสัตว์บางชนิด หรือแหล่งอาศัยของสัตว์ ตลอดจนแหล่งพฤษชาติต่าง ๆ

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Tourism Resource) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งเป็น

2.1 ศิลปกรรมและสถาปัตยกรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศาสนสถาน อาคารบ้านเรือน ฯลฯ

2.2 วัฒนธรรมและประเพณี เช่น เทศกาล นิทรรศการ พิธีกรรม ฯลฯ

2.3 วิถีชีวิต เช่น การกินอยู่ การแต่งกาย ขนบธรรมเนียม ฯลฯ

2.4 ความเจริญก้าวหน้าและความทันสมัย เช่น ศูนย์การค้า สวนสนุก ศูนย์วิทยาศาสตร์ โรงงาน อุตสาหกรรม สถาบันการศึกษา สนามกีฬา ศูนย์สุขภาพ ฯลฯ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวแยกตามลักษณะ และความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ 3 ประการ ดังนี้

1. ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ สภาพภูมิศาสตร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สวงามเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล เป็นต้น

2. ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถานและศาสนสถาน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทนี้ มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์และบอกให้ทราบถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ของธรรมชาติ ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง อนุสาวรีย์ เป็นต้น

3. ประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและกิจกรรม เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิตในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง ไร่ สวน พืช ผัก ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวเมื่อได้ไปเยือนที่ใดก็มักจะสนใจอยากรู้อยากเห็นในความเป็นอยู่ และความรู้สึกนึกคิดของประชาชนในท้องถิ่นที่เข้าไปเยือน ดังนั้นประชากรในท้องถิ่นจึงถือเป็นทรัพยากรบุคคลที่มีส่วนสำคัญในการสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2539 : 18)

ทรัพยากรการท่องเที่ยวนอกจากแบ่งได้ดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังสามารถแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวได้อีกแบบหนึ่ง (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542 : 63) คือ

1. น้ำ หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นน้ำและไกล้ำน้ำ เช่น ทะเล คลอง แม่น้ำ แหล่ม น้ำตก อ่าว หิมะ เป็นต้น ทรัพยากรประเภทนี้มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างยิ่ง นอกจากประโยชน์โดยตรงแล้วยังก่อให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวอีกหลายอย่าง เช่น

1.1 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อชมธรรมชาติและพักผ่อนหย่อนใจ เช่น เขื่อนกั้นน้ำ ทำเทียมเรือขนาดใหญ่ แนวหินปะการัง ถ้ำหินงอกหินย้อย น้ำพุร้อน เป็นต้น

1.2 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เช่น พิพิธภัณฑสถาน น้ำเกลือ กังหันลม ทำเรือประมง อุโมงค์ลอดใต้ทะเล

1.3 แหล่งท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ

2. พื้นดิน หมายถึง แหล่งธรรมชาติทุกชนิดที่เป็นดิน เช่น ป่าไม้ ไร่ นา สวนป่า สวนสาธารณะ ภูเขา อุทยานแห่งชาติ พื้นที่สีเขียว และพื้นดินทุกประเภทที่ได้รับการเพาะปลูก

ปรับปรุงตกแต่งเพื่อผลทางเศรษฐกิจ ตลอดจนฝูงสัตว์ นก พันธุ์ไม้ ดอกไม้ เป็นต้น กิจกรรมท่องเที่ยวที่จัดขึ้นประเภทนี้ให้ทั้งความเพลิดเพลินและเพื่อการศึกษา

3. อารยธรรม ศิลปกรรม วัฒนธรรม ประเพณี ประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน จะเป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปเยือนดินต่าง ๆ เช่น ประเทศที่พัฒนาแล้ว อารยธรรมเทคโนโลยีและความเป็นอยู่สมัยใหม่ก็จะเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่กำลังพัฒนา ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่พัฒนาแล้วก็มักจะนิยมเดินทางไปดูอะไรเก่า ๆ ในประเทศที่กำลังพัฒนาหรือด้อยพัฒนาเช่นกัน

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้าไปยังท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งย่อมก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง หรือส่งผลกระทบต่อท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอาจแบ่งเป็น 3 ด้านคือ (วิวัฒน์ชัย บุญศักดิ์. 2529 : 82-88)

1. ด้านเศรษฐกิจ เช่น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านอาชีพ รายได้ หรือการนำเอาทรัพยากรของท้องถิ่นมาใช้
2. ด้านสังคมและสภาพแวดล้อม การพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไปในท้องถิ่นอาจมีผลให้วิถีการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นเปลี่ยนแปลงไป เช่น มีลักษณะของความเป็นเมืองมากขึ้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมตามมา ถ้าหากไม่ได้มีการเตรียมการล่วงหน้าที่ดี
3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปะ และประเพณีเก่าแก่ของท้องถิ่น หรืออาจเป็นตัวการทำลายค่านิยม วัฒนธรรมประเพณีอันดีงามให้ด้อยค่าลงไปได้ โดยความรู้เท่าไม่ถึงการณ์ของนักท่องเที่ยว และตัวเจ้าของท้องถิ่นเอง

2.1.8 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว

กองวิชาการและฝึกอบรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สรุปผลิตผลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการ ซึ่งลูกค้าจะเลือกซื้อเมื่อเกิดความพึงพอใจ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ มีดังนี้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2547 : 18-19)

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resource)

ประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้น ๆ อันจะมีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดย



ธรรมชาติ และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งเทศกาล และงานประเพณีประจำปีที่มีอยู่ในท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ถ้ำน้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ สวนสัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ ทะเล หาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด (ห้วย หนอง คลอง บึง)

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถานและศาสนสถาน เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญในทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีหรือศาสนา ได้แก่ โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่งในลักษณะของพิธี งานประเพณี ความเป็นอยู่ วิถีชีวิต (เช่น หมู่บ้านชาวเขา สภาพชีวิต ในชนบท) ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมืองไร่หรือสวน พืช ผัก ผลไม้ และเหมืองแร่

2. ความปลอดภัย (Security)

ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures)

ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบการสื่อสารที่ทันสมัย เป็นต้น โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุนจัดสร้างโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยความสะดวกสบายของประชาชนในท้องถิ่น หรือหากเป็นการลงทุนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่นก็เป็นผู้ที่ได้รับประโยชน์อย่างถาวร

4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)

เป็นสถานที่หรือบริการ ที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว ในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วนด้วย ดังนี้

4.1 การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัยทั้ง 3 ทางคือ ทางบก มีถนนที่พาหนะต่าง ๆ ผ่านเข้า - ออก ได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

วันที่ 30 พ.ย. 2552
เลขทะเบียน 011748 ๑/๒

ภาพ
910.921
5815 ป
ฉ.กธ.๕๕๓๗

4.2 พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลากระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวกรวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก เป็นต้น

4.3 ที่พัก มีโรงแรมระดับต่าง ๆ ให้เลือก มีอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพสะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4.4 ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้ว จะต้องถูกสุขลักษณะ มีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาที่เหมาะสม

4.5 บริการนำเที่ยว มีบริการนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs)

จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation)

เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศ และภายในประเทศ

7. ภาพลักษณ์ (Image)

เป็นตัวกำหนดคณมนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก จึงควรฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่อุดมด้วยมรดกทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม เป็นดินแดนแห่งความเพลิดเพลินในการจับจ่ายทั้งสินค้าพื้นเมืองและสินค้าปลอดอากร

ปัจจัยภายนอก

1. สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก

มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลง โดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล เช่นเดียวกับความเคลื่อนไหวทางการเมืองในบางประเทศ อาจก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความไม่มั่นคงเป็นผลให้การเดินทางออกนอกประเทศชะลอตัวลงในระยะเวลานั้น ในทางตรงกันข้าม การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2. ความนิยมในการท่องเที่ยว

ในช่วงเวลาสามสิบกว่าปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ครอบครัวมีขนาดเล็กลง ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง จากการที่ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัด ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ความนิยมในการใช้เวลาว่างพักผ่อนด้วยการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่มีวันตกต่ำลง คราบเก่าที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถจูงใจให้ผู้คนใช้จ่ายเงินเหลือใช้เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

3. การขยายเส้นทางคมนาคม

โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้เกิดระบบเครือข่ายถนนเชื่อมต่อเพื่อการเดินทางด้วยรถยนต์ที่มีความยืดหยุ่นสูงกว่าตารางเดินทางรถไฟที่ค่อนข้างจำกัดและตายตัว ระบบการคมนาคมทางอากาศได้รับการพัฒนาทั้งในด้านของท่าอากาศยาน เครื่องบิน และเส้นทางการบิน ส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

4. การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง

ระบบคมนาคมขนส่งที่พัฒนาให้มีประสิทธิภาพและรวดเร็ว ทำให้ดูเหมือนโลกจะหดตัวเล็กลง รัฐบาลของประเทศต่างให้ความสนใจขอความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวและการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขันกันทั้งในแง่ของการส่งเสริมการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกอบกันเป็นแรงจูงใจให้เกิดความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

2.1.9 องค์ประกอบสำคัญที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว

เหตุผลของการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละบุคคล มีความแตกต่างกันในหลาย ๆ ประการ ดังที่ ฉลองศรี ทิมลสมพงษ์ (2542 : 88-90) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. เงิน หรือค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นสิ่งแรกและผู้เดินทางท่องเที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องเที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงิน หรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวก และการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น
2. เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุด

สัปดาห์เพื่อการท่องเที่ยวแต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปีภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. ความตั้งใจที่จะไป ปัจจัยข้อนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกรักนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง มีการเงิน และมีเวลา คงไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ถ้าไม่ตั้งใจที่จะไป นักท่องเที่ยวอาจถูกกระตุ้นได้จากสิ่งต่าง ๆ เช่น ความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

การที่ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ ได้กล่าวว่าความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวมีสิ่งต่าง ๆ เป็นตัวกระตุ้นซึ่งมีหลายประการด้วยกัน ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว 4 ประการคือ

1. ตัวกระตุ้นทางกายภาพ (Physical Motivators) เป็นตัวกระตุ้น เพื่อผ่อนคลายทางกายภาพหรือเพื่อร่างกาย เช่น การไปพักผ่อนร่างกาย กิจกรรมทางกีฬา การไปตากอากาศ ชายทะเล การบำบัดรักษาตามคำแนะนำของแพทย์เพื่อการรักษาสุขภาพ เป็นต้น

2. ตัวกระตุ้นทางวัฒนธรรม (Culture Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดการเดินทางเพื่อการเรียนรู้วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของคนในประเทศต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของดุริยางศิลป์ นาฏศิลป์ เป็นต้น

3. ตัวกระตุ้นทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ทำให้เกิดความ ต้องการ เพื่อเยี่ยมญาติ เพื่อพบปะกับคนแปลกหน้าใหม่ ๆ หรือคนที่มีความคิดใหม่ ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงจากงานประจำที่จำเจ เป็นต้น

4. ตัวกระตุ้นทางด้านฐานะ และชื่อเสียง (Status and Prestige Motivators) เป็นตัวกระตุ้นที่ต้องการยกฐานะของคนให้สูงขึ้น เพื่อเกียรติยศ และชื่อเสียง เป็นการเดินทางประกอบธุรกิจ在不同ประเทศ การไปประชุม การศึกษา ฯลฯ เพื่อให้เป็นคนที่มีเกียรติยศและความสำเร็จในการทำงานของตน (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2542 : 88-90) และสอดคล้องกับวิชชเทียนน้อย (2528 : 3-5) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวไว้ว่ามีสาเหตุมาจาก

1) ความเคร่งเครียดในการทำงาน จากการที่เคร่งเครียดในการทำงานตลอดเวลา จะต้องใช้กำลังกายหรือกำลังความคิดอย่างมาก ด้วยเหตุนี้เองร่างกายจึงจำเป็นต้องพักผ่อน เพื่อให้การทำงานในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพ การหยุดงานในวันสุดสัปดาห์ การปิดภาคเรียนหรือการหยุดพักร้อนของข้าราชการและคนทั่วไปจึงเป็นเรื่องสำคัญ การใช้เวลาว่างในช่วงระยะเวลาดังกล่าว กิจกรรมการพักผ่อนของประชากรเหล่านี้สำคัญอย่างหนึ่ง คือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่

ต่าง ๆ ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวจะใกล้หรือไกล ขึ้นอยู่กับระยะเวลาและศักยภาพทางด้านเศรษฐกิจของแต่ละบุคคล

2) รายได้ของประชากรดีขึ้น จากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี และสภาพของสังคมที่เปลี่ยนไป ทำให้คนมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานและประดิษฐ์คิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ขึ้นมาซึ่งจะทำให้ประชากรมีงานทำ มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีเวลาว่างเหลือพอที่จะนำมาใช้เพื่อการพักผ่อน การที่ฐานะทางด้านเศรษฐกิจของประชากรดีขึ้น จะส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนและหาความรู้ให้แก่ตนเอง

3) ความสะดวกทางการคมนาคม การคมนาคมนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมทำให้เกิดกิจการท่องเที่ยวปรากฏขึ้น ในสภาพปัจจุบันการไปมาติดต่อระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวกระทำได้สะดวกและรวดเร็ว มีการตัดถนน หรือเส้นทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จากการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ใช้เวลาและค่าใช้จ่ายไม่มากนัก จึงเป็นแรงจูงใจที่ทำให้ประชากรอยากไปใช้บริการ และคนส่วนมากมีโอกาที่จะกระทำได้

4) มีเวลาว่าง เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี จึงทำให้เครื่องมือเครื่องใช้ที่นำมาใช้ในการผลิตมีประสิทธิภาพ มีการนำเอาเครื่องมือและเครื่องจักรชนิดต่าง ๆ มาใช้ทำงานแทนคน จึงทำให้การผลิตสินค้ากระทำได้อย่างรวดเร็ว อันเป็นสาเหตุอย่างหนึ่งที่ทำให้คนมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น และมีเวลาว่างพอที่จะนำไปใช้แสวงหาความสุขทางด้านการท่องเที่ยวและอื่น ๆ ได้ตามโอกาสและสภาพทางเศรษฐกิจเอื้ออำนวย

5) จำนวนประชากรเพิ่มขึ้น จากการที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงทำให้สภาพชุมชนในเมืองเกิดสภาพความแออัด สภาพแวดล้อมโดยทั่วไปเกิดมลภาวะ สถานที่ท่องเที่ยวภายในเมืองมีจำกัด และสถานที่ท่องเที่ยวตามชนบทได้มีการพัฒนาขึ้นอย่างมากมา เพื่อสนองต่อความจำนวนประชากรที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งมีความต้องการสถานที่ท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้นเช่นเดียวกัน ด้วยเหตุนี้ประชากรที่พักอาศัยอยู่ในเมืองจะหาโอกาสเดินทางท่องเที่ยวไปในท้องที่ชนบทและจะมีประชากรในชนบทบางส่วนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง ซึ่งมีสถานที่ท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมมากมาย เป็นที่ตื่นตาตื่นใจของชาวชนบท ดังนั้นจึงพอจะชี้ให้เห็นได้ว่า การที่จำนวนประชากรเพิ่มมากขึ้น ความต้องการสถานที่ท่องเที่ยวและการเดินทางท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างถิ่น หรือต่างแดนจึงเพิ่มมากขึ้นด้วย

และนอกจากนั้น ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 110 - 111) กล่าวว่า ปัจจัยที่ผลักดัน ที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้น และบ่อยขึ้นอันเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ได้แก่

1. การเกษียณก่อนกำหนดเวลา
2. การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น
3. ช่วงเวลาทำงานน้อยลง
4. การมีรายได้เพิ่มมากขึ้น
5. การมีสิทธิได้วันหยุด โดยได้รับค่าจ้างเต็ม (Paid Holiday)
6. ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร
7. ครอบครัวมีขนาดเล็กลง
8. การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมกรบริโภค
9. ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน
10. นโยบายของรัฐ กฎหมายและระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และ

ให้ความปลอดภัย

ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์ (2544:18-19) กล่าวว่าการท่องเที่ยวนั้นมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบ แต่องค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง ที่พัก อาหาร บริการต่าง ๆ ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดใจทั้งสิ้น สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวนั้นมี 4 ประการ คือ ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานบริการ เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานอาบน้ำนวด และการพักผ่อนทางเศรษฐกิจ

3. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว การขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย ถนนหนทาง ระบบการจราจรที่ดี ประหยัดเวลาในการเดินทาง การเข้าและออกจากเมืองต่าง ๆ ในการเดินทางจากสนามบินของประเทศหนึ่งไปสู่ประเทศหนึ่ง อาจรวดเร็วแต่ไปเสียเวลาเพราะระบบจราจรที่ติดขัดทำให้เกิดความไม่สะดวก ถือว่าเป็นสิ่งที่บกร่องที่ควรแก้ไข

4. การต้อนรับ (Hospitality) เป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับไปยังสถานที่เดิม เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่มากกว่าธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ทวิศักดิ์ ทิพยมหิษย์ (2544 : 19-20) นักวิจัยด้านการท่องเที่ยวได้ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว (Travel Motivation) และพบว่า การเดินทางท่องเที่ยวมีแรงผลักดัน (Push Factors) ที่ทำให้พวกเขาต้องการเดินทางท่องเที่ยว และในขณะเดียวกัน การตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางใดนั้นขึ้นอยู่กับแรงดึง (Pull Factors) ซึ่งทั้งสองปัจจัยนี้ได้มีการศึกษาและค้นพบสาเหตุหลายประการ ดังนี้

แรงผลัก (Push Factors) 7 ประการ ได้แก่

1. ความต้องการที่ตอบสนองความต้องการของร่างกาย ทำงานเหนื่อยต้องการพักผ่อนโดยการเดินทางท่องเที่ยว
2. หลีกหนีความจำเจ ความเครียด รอคิด
3. ต้องการพบสิ่งใหม่ ๆ สถานที่ใหม่ ๆ
4. ความภูมิใจที่ตนได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ
5. การเดินทางซึ่งเกิดจากความต้องการที่จะศึกษา เรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมชนชาติ และการดำรงชีวิตที่แตกต่างไปจากที่อาศัยเดิม
6. ไปทำใจจากเรื่องร้าย ๆ
7. ความต้องการในการเดินทาง เพื่อให้โอกาสในการเข้าสังคม และหาโอกาสที่จะได้ติดต่อสัมพันธ์กับเพื่อนใหม่ ๆ อย่างไรก็ตามอาจเป็นความต้องการที่จะฟื้นฟูความสัมพันธ์ระหว่างคนในครอบครัว คนรัก หรือเป็นความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนเก่าที่ห่างกัน ไปนาน

แรงดึง (Pull Factors) การเลือกจุดหมายปลายทาง

แรงดึงต่าง ๆ นำไปสู่การกำหนดสถานที่ที่นักท่องเที่ยวต้องการไป เช่น หากแรงผลักดันในการเดินทางเป็นการไปทำใจ เขาอาจต้องการไปที่เงียบ ๆ ไม่พบปะผู้คน แต่หากแรงผลักดันในการเดินทาง คือ การสร้างความภูมิใจให้ตนเอง การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว อาจเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับทั่วไป

ลักษณะของการไปท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแบบต่าง ๆ

จากการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีแบบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะของการไปท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปดังนี้

1. การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถส่วนตัว หรือเช่ารถบัส ไปกันเอง

โดยจะกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งหยุดพัก หรือบริการต่าง ๆ ระหว่างทางตามสะดวก หรือเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็ตามที่ปรารถนา บริการต่าง ๆ ระหว่างทาง และปลายทางจัดหาเอง

2. การท่องเที่ยวแบบทัวร์หรือนำเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคน หรือ ก็คนก็ตาม ซึ่งมีได้นัดกันไปเสียเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้จัดบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวจะจัดการเรื่องยานพาหนะ โรงแรม และบริการอื่น ๆ โดยกำหนดได้เป็นรายการแน่นอน นักท่องเที่ยวไม่ต้องจัดอะไร การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่าแต่ขาดเสรีไปบ้าง ในเรื่องสถานที่อยากจะไปเที่ยว และต้องทำการต่าง ๆ ตามกำหนดเวลา

3. การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว แบ่งเป็น 3 อย่างคือ

3.1 การท่องเที่ยวคาบเวลายาว ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษา จะหมายถึงการพักอยู่ ณ ที่หนึ่งก็ได้เป็นคาบเวลายาวนานนับเป็นสัปดาห์หรือเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุก คาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป

3.2 การท่องเที่ยวคาบเวลาสั้น เป็นการท่องเที่ยวที่จะกินเวลา 2 - 3 วัน ถึง 10 - 12 วัน เป็นระยะเวลาท่องเที่ยวของผู้ที่ทำงานไม่มีโอกาสจะไปพักผ่อนได้นาน ๆ

3.3 การท่องเที่ยวแบบทัศนอาจร เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่เกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีที่พักค้างคืน การทัศนอาจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้มีถิ่นที่อยู่ใกล้ ๆ พรหมแดนจะมีทัศนอาจรข้ามพรหมแดนเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว

3.4 การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว หมายถึง การท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเดินทาง (Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะในประเทศยุโรป การเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศใกล้ ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยว

2.1.10 แนวความคิดเกี่ยวกับนันทนาการด้านการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการชนิดหนึ่งที่บุคคลต่าง ๆ ใช้เป็นปัจจัยในการส่งเสริม ฟิ้นฟู และบำรุงคุณภาพชีวิตได้เป็นอย่างดี นันทนาการศาสตร์ จัดแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง (Outdoor Recreation) เพราะในการเดินทางท่องเที่ยวแล้วยังมีกิจกรรมเสริมร่วมในการท่องเที่ยวด้วยเสมอ เช่น ค้างแรมโดยมีกิจกรรมการเล่นดูธรรมชาติศึกษาสัตว์พืชในพื้นที่ทั้งทางบก และทางทะเล ร่วมกิจกรรมด้วยการชมเลือกซื้อหาสิ่งของจากการแสดงของศิลปวัฒนธรรม ประเพณีต่าง ๆ มีความสุขสนุกสนานเบิกบานใจกับการได้สัมผัสกับธรรมชาติ เป็นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศหรือเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) นอกจากนั้นยังมีการเดินทางท่องเที่ยวมุ่งผลิตผลิตินอย่างเดียว เช่น ท่องเที่ยวเพื่อสร้างสันติภาพ โดยการไปเยี่ยมชม (Tourism for understanding and get peace) กิจกรรมเสริมในการท่องเที่ยววันนั้น ๆ ซึ่งจะ

สัมพันธ์กับเพศ วัย และสถานภาพต่าง ๆ ของแต่ละบุคคล อย่างไรก็ตามการเข้าร่วมกิจกรรม
นันทนาการการท่องเที่ยวให้ประโยชน์และคุณค่ามากมาย พอสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. ได้ใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์
2. พักผ่อนหย่อนใจ คลายความเครียด
3. เกิดอารมณ์สุข สนุกสนาน เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์
4. มีความสมบูรณ์ทางอารมณ์
5. มีสมาธิดีขึ้น
6. สร้างมิตร และความรักสามัคคี
7. ตอบสนองความต้องการตามธรรมชาติ
8. จิตใจงามมองโลกในแง่ดี
9. เสริมสร้างคุณค่าของสังคมประชาธิปไตย

หรือการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสร้างสมรรถภาพของจิตใจ (Voyage, Travel for
Make Mind Performance) การท่องเที่ยวเช่นนี้ผู้ท่องเที่ยวมีทั้งตั้งเป้าหมายและไม่ตั้งเป้าหมาย

คังที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 43-44) ได้สรุปว่า การท่องเที่ยวเป็นนันทนาการ
ที่บุคคลและชุมชนให้ความสนใจและนิยมเลือกในช่วงเวลาว่าง หรือเวลาอิสระมากที่สุด เป็น
กิจกรรมสร้างเสริมประสบการณ์ชีวิตอันเกิดจากปัจจัยอิทธิพลที่มาดึงดูดความสนใจ (Attractions)
ที่มีหลากหลาย ได้แก่ สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น กิจกรรมทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตวัฒนธรรมท้องถิ่น
ศาสนา การเมือง วิทยาศาสตร์ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ภูมิอากาศ ทัศนียภาพชีวิตสัตว์ป่า กิจกรรม
เกมและกีฬากลางแจ้ง การบันเทิง การอาบน้ำแร่ และชิมชั้บวัฒนธรรมชาติสมุนไพร การ
ท่องเที่ยวนับเป็นกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสมได้กับทุกเพศทุกวัย ขึ้นอยู่กับการเลือก และมี
ประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544 :
50-51)

1. ผลทางด้านสังคม

1.1 ครอบครัวยังมีความพึงพอใจทางเพศสัมพันธ์ทำงานร่วมกับบุคคลอื่นได้
ง่ายดายและมีผลต่อการปรับสมดุลทางเศรษฐกิจ

1.2 การเข้าร่วมกิจกรรมทางศาสนาอันเนื่องมาจากไปท่องเที่ยว ก่อให้เกิด
พฤติกรรมอันดีงามของมนุษย์ โดยทั่วกันการอยู่ร่วมในสังคมเป็นสุข

1.3 เกิดการสร้างความร่วมมือ แข็งแรงและมีสันติภาพในบ้านเมือง

1.4 ระบบของเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การเกษตร การเมือง สัมพันธ์กัน
ทางบวก ทั้งนี้อาศัยกิจกรรมนันทนาการการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือ

2. ผลทางด้านจิตใจ

- 2.1 ได้ความรู้ ความเข้าใจ และสัมพันธ์ของธรรมชาติมากยิ่งขึ้น
- 2.2 หนีหลีกเลี่ยงความกดดันจากสิ่งกายภาพ
- 2.3 หนีปัญหาสังคม
- 2.4 จิตใจแจ่มใส มีความสงบ และมีสมรรถภาพดีขึ้น
- 2.5 มีอิสรภาพ ที่จะทำ จะคิด
- 2.6 เพิ่มปริมาณความฉลาดทางอารมณ์
- 2.7 ตื่นเต้น
- 2.8 ใจมั่นคง สงบ สมานัตติ
- 2.9 เกิดพลังจิตใจโดยอาศัย การซึมซับจากธรรมชาติ

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่สามารถเลือกเฟ้นหาได้ในแต่ละบุคคล ตามความต้องการและจะพบเสมอจากขบวนการของการท่องเที่ยว นั้นจะมีกิจกรรมต่าง ๆ ร่วมอยู่ในขบวนการท่องเที่ยว นั้น ๆ และส่วนใหญ่จะอาศัยธรรมชาติมาเป็นปัจจัยในการประกอบกิจกรรมร่วม อาจเป็นที่พักพิงอาศัยร่มไม้ หรืออาจจะต้องอาศัยทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ดิน หิน น้ำ ต้นไม้ มาเป็นอุปกรณ์ในการสร้างกิจกรรม ซึ่งมีการสนับสนุนจากหลาย ๆ คน ดังเช่น นวลนิตย์ ฤทธิรักษ์ (2538 : 48-49) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนอุทยานแห่งชาติ สามารถประกอบกิจกรรมนันทนาการได้หลายรูปแบบ ทั้งกิจกรรมประเภทการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ได้แก่ การดูนก (Bird Watching) ดูสัตว์ (Wildlife Viewing) เดินป่า (Hiking) ศึกษาธรรมชาติ (Nature Education) บันทึกภาพธรรมชาติ บันทึกเทปวีดิโอและเทปเสียงธรรมชาติ (nature photography, Video taping and sound of nature audiotaping) ล่องเรือใบ (sail boating) พายเรือแคนู (canoeing) ดำน้ำชมปะการัง (snorkel) ดำน้ำลึก (scuba diving) หรือศึกษาท้องฟ้าและดาราศาสตร์ (sky Interpretation) เป็นต้น กิจกรรมประเภทชื่นชมธรรมชาติ (appreciative recreation activities) ได้แก่ การชมทัศนียภาพในบรรยากาศสงบ (relaxing) ประกอบอาหารรับประทาน (picnicking) หรือพักแรมด้วยเต็นท์ (tent camping) เป็นต้น และกิจกรรมตื่นเต้นผจญภัย (adventurous recreation) ได้แก่ การล่องแพ (water rafting) วินเซิร์ฟ (wind surfing) เล่นเครื่องร่อนขนาดเล็ก (hang glider) ปีนเขา (rock climbing) หรือขี่จักรยานตามเส้นทางธรรมชาติ (mountain biking) สุรเชษฏ์ เศษฐมาศและดร.รชนี อมพันธ์ (2538 : 48) กล่าวว่า การประกอบกิจกรรมนันทนาการทั้งในรูปแบบของกิจกรรมนันทนาการชุมชน และกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง ประเภทท่องเที่ยว จำเป็นต้องใช้ทรัพยากรเป็นพื้นฐานในการดำเนินกิจกรรมทรัพยากรต่างๆ ที่รองรับกิจกรรมเหล่านั้นเรียกว่า ทรัพยากรนันทนาการ (Recreation Resources) ซึ่งหมายถึงสิ่งใดก็ตามทั้งที่เป็นผลผลิตของมนุษย์ และเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติที่มีคุณค่าสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์แก่มนุษย์หรือสังคม เพื่อสร้างความพึงพอใจและความสุขในรูปแบบของนันทนาการ

ได้แก่ สนามเด็กเล่น สวนสาธารณะ สวนสนุก สวนสัตว์ ที่โล่งแจ้ง อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า เขตห้ามล่าสัตว์ป่า เกาะแก่ง ชายหาด แหล่งน้ำ สถานพักผ่อนที่พัฒนาและบริการโดยเอกชน วัดโบราณสถาน หรือพิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น และ สุรเชษฐ์ เขษรุมาศ และ ครรชนี เอมพันธ์ (2538 : 192-193) กล่าวว่า ทรัพยากรนันทนาการไม่ได้ หมายถึง เพียงส่วนใดส่วนหนึ่งของที่คิดและแหล่งน้ำที่มีความโดดเด่นเท่านั้น แต่ยังมีความหมายครอบคลุมถึงองค์ประกอบหรือการผสมผสานระหว่างคุณภาพของธรรมชาติกับความต้องการของมนุษย์ที่จะใช้ประโยชน์เพื่อนันทนาการด้วย มิฉะนั้นแล้วทรัพยากรดังกล่าวก็จะมีคามหมายเพียงแค่นดิน หิน และต้นไม้ เท่านั้น

การท่องเที่ยวเชิงนันทนาการจึงเป็นการสร้างประสบการณ์ชีวิตที่สำคัญยิ่งดังที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 26-281) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมนันทนาการอันเป็นสิ่งเพื่อสร้างสันติภาพและเพื่อความร่วมมือร่วมใจ และสร้างความแข็งแกร่งทางจิตใจให้กับบุคคลและชุมชน เป็นนันทนาการที่จัดเป็นอุตสาหกรรมเรียกว่าเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการอันหมายถึง กลุ่มกิจกรรมใด ๆ ในสังคม ที่ให้ผลผลิตและบริการซึ่งอำนวยความสะดวกให้มนุษย์ทางด้านจิตใจและร่างกาย รวมทั้งตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงเป็นนันทนาการที่อยู่บนหลักการ 3 ประการ คือ 1. ผู้ท่องเที่ยวทำด้วยความสมัครใจ 2. เดินทางออกกำลังกายจากที่อยู่อาศัยไปชั่วคราว 3. ไม่มีวัตถุประสงค์ด้านการประกอบอาชีพใด ๆ แสวงหาแต่ความเพลิดเพลินจำเริญใจเท่านั้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงเป็นผู้เข้าร่วมกิจกรรมนันทนาการโดยมีวัตถุประสงค์ของการไปเยี่ยมเยือนและดังที่ สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 72-74) ได้สรุปเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปของแหล่งนันทนาการท่องเที่ยวและนันทนาการกลางแจ้ง ไว้ดังนี้

แหล่งนันทนาการท่องเที่ยวและนันทนาการกลางแจ้ง

1. สิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น (The Built Environment)

คือ สิ่งดึงดูดความสนใจ ที่มนุษย์ได้สร้างขึ้นจากแรงบันดาลใจ ทั้งในอดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งศูนย์กลางสถานที่หรือสิ่งประดิษฐ์ตลอดจนวัฒนธรรม ความเชื่อ สามารถจำแนกออกเป็นรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1.1 สิ่งประดิษฐ์ทางอุตสาหกรรม (Industrial Archeology) ซึ่งถือเป็นจุดเด่นสำหรับนักท่องเที่ยวทัศนศึกษาทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ เขื่อนเก็บน้ำ อู่ต่อเรือ โรงงานผลิตน้ำตาล นิคมอุตสาหกรรม เป็นต้น

1.2 สิ่งดึงดูดความสนใจทางประวัติศาสตร์ (Historical Attractions) ได้แก่ พระบรมมหาราชวัง พระราชวังจักรพรรดิ ราชวงศ์หมิง อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย กรุงวอชิงตัน ดีซี เป็นต้น

1.3 พิพิธภัณฑสถาน (Museums) เป็นสถานที่ที่แสดงให้ความรู้ ความเข้าใจทั้งในอดีตและปัจจุบันและอนาคตกาลแก่ประชาชน โดยมีวัตถุประสงค์ รวมและเฉพาะที่

แตกต่างกัน เช่น พิพิธภัณฑ์สถานทางประวัติศาสตร์โบราณคดี ทางศิลปวัฒนธรรมทางอุตสาหกรรมทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1.4 วัฒนธรรมพื้นบ้าน (Folk Way Customs) เป็นวิถีชีวิตและระเบียบประเพณีของท้องถิ่น ที่มีเสน่ห์และมีรูปแบบเอกลักษณ์เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เทศกาลสงกรานต์ การแต่งกายของภาคต่าง ๆ ของไทย

1.5 จุดสนใจทางการเมือง (Political Attractions) เมืองหลวงหรือนครเก่าแก่ที่มีความสำคัญบทบาททางการเมือง ก็เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงสถานที่สำคัญทางการเมือง เช่น กรุงวอชิงตัน ดีซี ทำเนียบขาว กรุงมอสโก พระราชวังแวร์ซายส์ นครปักกิ่ง เป็นต้น

1.6 จุดสนใจทางศาสนา (Religion Attractions) ศาสนาเป็นที่พึ่งและที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจของมวลมนุษยโลก คือ สถานที่สำคัญทางศาสนา จึงได้มีการก่อสร้างสถานที่ด้วยงานศิลปะ สถาปัตยกรรมที่สวยงาม เป็นที่สนใจและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม กรุงวาติกัน โบสถ์ วัดวาอาราม กรุงเบรุตซาเลม นครเมกกะ โบสถ์นอร์ดัม เป็นต้น

1.7 สถาปัตยกรรม (Architecture) สิ่งก่อสร้างเป็นที่พักอาศัย หรืองานศิลปะ งานสถาปัตยกรรม เป็นต้น จุดสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เช่น ตึกสูงระฟ้าของนครหลวงต่าง ๆ นครซานฟรานซิสโก นิวยอร์ก ซองกง สิงคโปร์ สถาปัตยกรรมตามยุคสมัยของแต่ละประเทศ เช่น สถาปัตยกรรมไทยโรมันร่วมสมัยอิตาลี เรเนซองส์ เป็นต้น

2. กิจกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural Activities)

ประเพณีวัฒนธรรมและกิจกรรมที่ส่งเสริมทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่ถ่ายทอดการแสดงออกทางวัฒนธรรมและอารยธรรม และอารยธรรมทางมวลมนุษยกลุ่มต่าง ๆ พอดีแบ่งออกได้เป็นงานเทศกาล ศิลปะหัตถกรรม คนตรีและประเพณีและชีวิตพื้นบ้าน

2.1 เทศกาล (Festivals) นักท่องเที่ยวสนใจเทศกาลต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น เล่นเกม เช่น เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง แห่บั้งไฟ ปีใหม่ งานฉลองมาร์ติกราส์ ในกรุงนิวยอร์ก เทศกาลดอกโคเบอร์เฟส ในมิวนิค เทศกาลคริสมาสของชาวคริสต์ เทศกาลไหว้พระจันทร์ของชาวจีน เป็นต้น

2.2 ศิลปะ (Arts) นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปะ เช่น ภาพวาด รูปปั้น แกะสลัก ภาพเขียน สถาปัตยกรรม หรือแหล่งผลิตทางศิลปะหัตถกรรม โดยจัดเป็นเทศกาลศิลปะหัตถกรรม เพื่อดึงดูดความสนใจ เช่น ในยุโรป สหรัฐอเมริกา และไทย เช่น เทศกาลศิลปะเอดินเบอโระในสก็อตแลนด์ เทศกาลคนตรีในนครเวียนนาสัปดาห์แห่งศิลปะหัตถกรรม เป็นต้น

2.3 งานหัตถกรรม (Handicrafts) เช่น งานหัตถกรรมของชาวเกาะ เครื่องปั้นดินเผาของชาวอินเดียนแดง งานแกะสลัก เครื่องเฟอร์นิเจอร์ เครื่องเงิน เครื่องเงิน เครื่องหนัง เครื่องประดับ อัญมณี ซึ่งสิ่งเหล่านี้ ทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงไปทั่วโลก เพราะมีช่างทำหัตถกรรมที่มีความละเอียดอ่อน วิจิตรพิสดาร ดังนั้น งานทางด้านหัตถกรรมจึงเป็นกิจกรรมวัฒนธรรมที่เป็นจุดดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวที่สำคัญประการหนึ่ง

2.4 ดนตรีและการเต้นรำ (Music and Dance) ดนตรีและการเต้นรำเป็นจุดดึงดูดความสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวไม่แพ้กิจกรรมวัฒนธรรมประเภทอื่น ๆ เช่น การฟ้อนรำ และ รำวงของไทย การเต้นแบบโพลีนีเซียนของฮาวาย การเต้นบัลเลต์ โอเปร่า การเต้นรำนานาชาติของชาวเกาหลี ญี่ปุ่น และชาวยุโรป เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวนานาชาติ เป็นต้น

2.5 ประเพณีและชีวิตพื้นบ้าน (Native Life and Customs) นักท่องเที่ยวต่างชาติและในประเทศมีความสนใจเป็นพิเศษ เกี่ยวกับวิถีชีวิตและการแต่งกายของชาวบ้านในท้องถิ่นนั้น หรืออาจเรียกว่า ประเพณีและชีวิตพื้นบ้านตัวอย่าง เช่น กรุงเทพมหานครในอดีตเคยมีคูคลองมากมาย การคมนาคมก็ต้องสัญจรกันทางน้ำ นักท่องเที่ยวจึงสนใจชีวิตชาวบ้านริมคลอง หรือสนใจวิถีชีวิตการแต่งกายของชาวเขา ชาวเล ชาวเกาะ ในต่างประเทศก็เช่นเดียวกัน นักท่องเที่ยวมีความสนใจชีวิตพื้นบ้านตามชนบท หรือกลุ่มชนกลุ่มน้อยที่มาอยู่รวมกันในสหรัฐอเมริกา ก่อตัวเป็น China Town, Little Tokyo, Korea Town และ Solwang ของชาวคัลท์ เป็นต้น

2.6 ภาษา (Language) นักท่องเที่ยวมีความสนใจจุดหมายปลายทางว่า ประเทศนั้นสามารถสื่อสารความเข้าใจกันได้หรือไม่ ดังนั้น ภาษากลาง เช่น ภาษาอังกฤษ จีน สเปน และญี่ปุ่น จึงมีบทบาทสำคัญและเป็นตัวแปรในการเลือกจุดหมายปลายทางด้วย นอกเหนือจากเรื่องความมั่นคงและปลอดภัย ปัจจุบัน สถาบันการศึกษาต่าง ๆ ได้จัดโปรแกรมพิเศษ หรือปิดภาคฤดูร้อน ไปศึกษาด้านภาษา ศิลปะและวัฒนธรรมในประเทศต่าง ๆ เช่นกัน จึงเป็นการเปิดโอกาสการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้และประสบการณ์ชีวิต

3. จุดสนใจทางศาสนา (Religion Attraction)

ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจำนวนมากนับเป็นสิบล้านคน เดินไปสถานที่สำคัญทางศาสนาในแต่ละปีมีจำนวนมาก ทั้งนี้เพราะต้องการมีโอกาสชม สัมผัสกับสถานที่ที่สำคัญที่เป็นจุดเริ่มต้นการเผยแพร่ทางศาสนา หรือการเป็นต้นกำเนิดของศาสนาต่างๆ เช่น เมืองเมกกะเป็นศูนย์กลางศาสนาอิสลาม เมืองเยรูซาเลมของศาสนาฮิว และศาสนาคริสต์ กรุงวาติกัน ที่สำคัญของคริสต์ศาสนานิกายโรมันคาทอลิก หรือไปอินเดียและเนปาล เพื่อไปสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา เช่นเดียวกับมาประเทศไทย เพราะเป็นประเทศที่ยังมีความเจริญรุ่งเรืองทางพุทธศาสนามากกว่าที่อื่นใดทั่วโลกในปัจจุบัน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังได้เลือกที่จะใช้เวลาว่างขณะท่องเที่ยว ณ

ประเทศจุดหมายปลายทาง เข็มชมสถานที่สำคัญทางศาสนา เช่น วัด โบสถ์ อาราม หรือมอสต์ เพื่อการศึกษาเรียนรู้ เปรียบเทียบกับสิ่งที่ตนเองชอบ ศรัทธาอีกด้วย

4. จุดสนใจทางการเมือง (Political Attention)

การเมืองการปกครองเป็นสิ่งสำคัญและทำให้มนุษย์มีความคิด วิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความสนใจเป็นพิเศษที่อยากจะรู้ถึง วัฒนธรรมความเป็นอยู่ของประชากรที่มีระบบการปกครองที่แตกต่างไปจากตน ในช่วงสอง ทศวรรษที่ผ่านมา มีการปกครองสามระบบความปกครอง ได้แก่ โลกเสรีประชาธิปไตย คอมมิวนิสต์ และสังคมนิยม ซึ่งก็เป็นไปได้ด้วยความลำบาก ครั้นกลุ่มประเทศคอมมิวนิสต์แตก สลายลงไป ประเทศกลุ่มเสรีประชาธิปไตยต่างก็นิยม สนใจที่จะไปท่องเที่ยวในยุโรปตะวันตก รัสเซีย และรวมถึงสาธารณรัฐประชาชนจีน ในกรณีที่ประเทศฮ่องกงซึ่งตกไปอยู่ในความปกครอง ของอังกฤษมากกว่า 150 ปี และในวันที่ 30 มิถุนายน 2540 ให้มีการโอนอำนาจการปกครองคืนจีน จึงเกิดความสนใจของคนทั่วโลกและก่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างมหาศาล ในทำนองเดียวกัน ประเทศที่มีความไม่มั่นคง ไม่ปลอดภัยทางการเมือง กลับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมี ความลังเลใจหรือเล็งหนีไม่เข้าไปท่องเที่ยวทัศนศึกษา เช่น พม่า กัมพูชา เป็นต้น

5. จุดสนใจทางวิทยาศาสตร์ (Science Attraction)

เมืองที่มีชื่อเสียงในด้านความเจริญก้าวหน้าของด้านวิทยาศาสตร์ หรือมหาวิทยาลัยที่มีชื่อเสียงทางด้านนี้ ก็จะเรียกความสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดทีเดียว เช่น ยูซีแอลเอ มหาวิทยาลัยในแคลิฟอร์เนีย หรือแทจอน เมืองวิทยาศาสตร์ในเกาหลี M.I.T., Silicone Valley เป็นต้น

6. ธรรมชาติทางกายภาพ (Physical Nature)

เช่น อุทยานแห่งชาติแกรนด์แคนยอน, เบล โลว์ส โคน, อุทยานแห่งชาติ หรือ Dinosaur Naionpark ในมลรัฐโคโลราโด หรือเมืองโรโดแก้ว ที่มีทัศนียภาพพิเศษ มีน้ำพุร้อน โคลน ร้อน ทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของนิวซีแลนด์เช่นเดียวกับหาดหินดำในอุทยานแห่งชาติตระกูลเต และแพะเมืองผีจังหวัดแพร่ ที่มีการกัดเซาะหินและดิน ทำให้เป็นแคนยอน สำหรับนักท่องเที่ยวได้

7. ภูมิอากาศ (Climate)

ภูมิอากาศมีส่วนช่วยในการตัดสินใจให้เกิดการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ฤดูร้อน เป็นการสร้างบรรยากาศให้คนท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ผู้อยู่ในโซนอากาศหนาวจะ ท่องเที่ยวไปยังประเทศที่มีอุณหภูมิอบอุ่น หรือเขตเมดิเตอร์เรเนียน หรือเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

8. ทัศนียภาพ (Scenery)

ทัศนียภาพที่งดงามตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ก็มีมีส่วนช่วยตัดสินใจของ นักท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวเลือกประเทศสวีเดนหรือออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

เพราะอยากชมทัศนียภาพที่ประทับใจ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ชอบสวรรค์อันค้ำมั่ง ภูเก็ด กระบี่ สมุย เพราะทัศนียภาพทางทะเลที่งดงามในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยชอบทัศนศึกษาภูกระดึง ภูเรือ และภูหลวง ของจังหวัดเลย เพราะได้เพลิดเพลินกับทัศนียภาพเมือง ทะเล ภูเขา ที่งดงามตระการตา

9. ชีวิตสัตว์ป่า (Wildlife)

ถ้าเอ่ยถึงประเทศกลุ่มทวีปแอฟริกาหลาย ๆ ประเทศจะทำให้นึกถึงจินตภาพชีวิตสัตว์ป่า (Wild life) หรือซาฟารีปาร์ค เพราะบรรยากาศของสัตว์ป่าที่ยังมีวิถีชีวิตที่ดูร้ายจำนวนมากกว่าที่ให้เห็นที่อื่น ก็จะเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

10. นันทนาการกลางแจ้งและกีฬา (Outdoor Recreation and Sport)

กีฬาและกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบผจญภัยหรือใกล้ชิดธรรมชาติ หรือเลือกกิจกรรมที่ท้าทายความสามารถของตนเอง โดยอาศัยธรรมชาติแวดล้อม ตัวอย่างเช่น ประเทศนิวซีแลนด์ และออสเตรเลีย จะมีกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งให้เลือกพักผ่อนตากอากาศ และเล่นเกม กีฬาที่ท้าทาย เป็นจำนวนมาก

11. บันเทิง มหรสพ (Entertainment)

เมืองลาสเวกัส แอดแลนติกซิตี หรือมิวนิค ในยุโรปได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวว่ามีแหล่งบันเทิง ที่มีความหลากหลาย เหมาะที่จะไปท่องเที่ยวพักผ่อน

12. สุขภาพ อาบน้ำแร่ (Health and Spa)

มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ชอบเดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ และเดินทางไปอาบ น้ำแร่ หรือเพื่อการรักษาบำบัด ตั้งแต่สมัยโบราณจนถึงปัจจุบัน

การส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ ของไทย

ประเทศไทยหรือ “ ประเทศสยาม ” แต่เดิมนั้นมีแหล่งทรัพยากร ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตวัฒนธรรมพื้นบ้านที่น่าสนใจมากมาย และมีความหลากหลายจนทำให้เป็นที่กล่าวขวัญในด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย และเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ถึงแม้ว่าการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศจะเริ่มมาได้เพียง 40 ปีเศษก็ตาม แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยก็เป็นตัวทำรายได้เข้าสู่ประเทศไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ร่วมมือกับกระทรวงมหาดไทยให้แต่ละจังหวัดคิดคำขวัญหรือคำคมที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเป็นการสร้างจินตภาพ (สมบัติ กาญจนกิจ. 2544 : 95-98) สำหรับจังหวัดนนทบุรี มีคำขวัญว่า “พระตำหนักสง่างาม ลือนามสวนสมเด็จ เกาะเกร็ดแหล่งดินเผา วัดเก่านามระบือ เลื่องลือทุเรียนนนท์ งามน่ายลศูนย์ราชการ”

2.1.11 ข้อมูลการท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย

ที่ทำการปกครอง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี (2551 : 1-3) ได้ศึกษา ค้นคว้าถึงประวัติความเป็นมา สภาพภูมิศาสตร์ สภาพทางธรรมชาติ สภาพทางสังคม และสภาพทางเศรษฐกิจ สรุปได้ดังนี้

ประวัติความเป็นมาของอำเภอบางกรวย

อำเภอบางกรวย มีพื้นที่อยู่ทางฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา เดิมชื่ออำเภอบางใหญ่ ต่อมาเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม 2473 เปลี่ยนชื่ออำเภอบางใหญ่เป็นอำเภอบางกรวย และเปลี่ยนชื่ออำเภอบางแม่นาง เป็นอำเภอบางใหญ่แทน ดังที่เป็นอยู่ในปัจจุบันนี้

ที่มาของชื่ออำเภอบางกรวย เนื่องจากอาณาเขตของอำเภอบางกรวยเมื่อก่อนนั้น เป็น รูปแหลมคล้ายกรวย ชื่นออกไปทางแม่น้ำเจ้าพระยา คนส่วนมากเรียกเล่น ๆ ว่า หัวแหลม บ้าง กรวยบ้าง ประกอบกับมีต้นกรวยขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก จึงใช้ชื่อเรียกว่า อำเภอบางกรวย

ที่ตั้งสภาพภูมิศาสตร์และพื้นที่การปกครอง

อำเภอบางกรวย เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอบางใหญ่ และอำเภอเมืองนนทบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับเขตคลองจั่น และเขตบางพลัด กรุงเทพมหานคร มีคลองมหาสวัสดิ์ คลองบางกอกน้อย และทางรถไฟสายใต้เป็นแนวแบ่งเขต

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอเมืองนนทบุรี และเขตบางซื่อ กรุงเทพมหานคร มีแม่น้ำเจ้าพระยา เป็นแนวแบ่งเขต

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม มีคลองพระภิรมย์ เป็นแนวแบ่งเขต มีเนื้อที่ 56,631 ตารางกิโลเมตร ประมาณ 35,880 ไร่

อำเภอบางกรวย แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 7 ตำบล 41 หมู่บ้าน คือ

1. ตำบลบางสีทอง 5 หมู่บ้าน
2. ตำบลบางขนุน 5 หมู่บ้าน
3. ตำบลบางขุนทอง 6 หมู่บ้าน
4. ตำบลมหาสวัสดิ์ 7 หมู่บ้าน
5. ตำบลบางคูเวียง 7 หมู่บ้าน
6. ตำบลปลายบาง 5 หมู่บ้าน
7. ตำบลศาลากลาง 6 หมู่บ้าน

สภาพทางธรรมชาติ

อำเภอบางกรวย เป็นอำเภอที่อยู่ในบริเวณเขตชุ่มชื้น มีฝนตกชุกโดยเฉพาะในฤดูฝน ในบางพื้นที่จึงเกิดน้ำท่วมอยู่เสมอ ส่วนใหญ่ฤดูแล้งนั้นสภาพพื้นดินยังคงชุ่มชื้นไม่แห้งแล้งมากนัก เพราะพื้นดินอุดมสมบูรณ์ไปด้วยไม้ยืนต้น ซึ่งเก็บความชุ่มชื้นไว้ได้เกือบตลอดทั้งปี อุดมสมบูรณ์ไปด้วยสวนผลไม้ เช่น ทุเรียน กระท้อน มังคุด ส้มโอ มะม่วง ลิ้นจี่ นอกจากนี้ยังเป็นดินแดนที่ปลูกไม้ดอกไม้ประดับที่สวยงามมาก มีพื้นที่สำหรับปลูกผัก อันเป็นแหล่งเกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัดนนทบุรี

สภาพทางสังคม

อำเภอบางกรวย มีประชากรรวมทั้งสิ้นประมาณ 91,099 คน เป็นชาย 42,906 คน เป็นหญิง 48,193 คน ส่วนใหญ่เป็นคนพื้นที่ดั้งเดิม มีประชากรแฝงประมาณ 4 - 5 หมื่นคน (ข้อมูล ณ วันที่ 6 มีนาคม 2550)

สภาพทางเศรษฐกิจ

ประชากรอำเภอบางกรวย มีอาชีพหลักคือ เกษตรกรรมเป็นชาวสวน ทำสวนฝรั่ง กระท้อน มะม่วง ไม้ดอกไม้ประดับ กิ่งพันธุ์ส้มเขียวหวาน ผัก และทุเรียน ซึ่งกำลังเริ่มบุกเบิกขึ้นใหม่ หลังจากเกิดอุทกภัยในปี พ.ศ.2538

ประวัติศาสตร์ที่ต่าง ๆ ที่สำคัญในอำเภอบางกรวย

วัดชลอ (2551 : 1-10) ได้รวบรวมประวัติของวัดชลอ โดยสรุปไว้ดังนี้

จากเอกสารหลักฐานของกรมการศาสนา วัดชลอสร้างเมื่อประมาณ พ.ศ. 2300 ในสมัยอยุธยาตอนปลายไม่ปรากฏนามผู้สร้างแต่เดิม คงจะสร้างมาก่อนนี้อาจเป็นสมัยพระเจ้าจักรพรรดิช้างเผือก แต่ยังมีสภาพที่ยังไม่เจริญมั่นคง ต่อมาได้มีการบูรณปฏิสังขรณ์ตามลำดับ วัดนี้ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา ประมาณ พ.ศ.2312 เขตวิสุงคามสีมากว้าง 12 เมตร ยาว 22 เมตร ทางวัดเปิดโรงเรียนปริยัติธรรมเริ่มตั้งแต่ พ.ศ.2509 พื้นที่ตั้งวัด เป็นที่ราบลุ่มมีคลองบางกรวย และบางกอกน้อย ผ่านทางทิศเหนือ ทิศตะวันตก ภายในวัดมีอาคารเสนาสนะต่าง ๆ ดังนี้ พระอุโบสถ (หลังเก่า) กว้าง 8 เมตร ยาว 17 เมตร ลักษณะทรงไทย รูปเรือสำเภาโบราณ ตัวพระอุโบสถตั้งอยู่ในเรือ หน้าบันปั้นเป็นรูปพระพุทธรเจ้าและสาวก พระประธานในพระอุโบสถหน้าตักกว้าง 3 ศอก 9 นิ้ว สมัยตอนต้นกรุงศรีอยุธยา นอกจากนี้มีพระพุทธรูปปางต่าง ๆ จำนวนหลายองค์อยู่ที่วิหาร พระอุโบสถเก่าขึ้นทะเบียนโบราณสถานเมื่อปี พ.ศ.2513 และในปี พ.ศ.2528 พระครูนนทปัญญาวิมล

(อดีตเจ้าอาวาสวัดชลอ) ได้ก่อสร้างอุโบสถหลังใหม่แบบเรือสุพรรณหงส์ (ปัจจุบันกำลังก่อสร้างยังไม่เสร็จ) ได้ขอวิสุงคามสีมาใหม่เมื่อ พ.ศ.2528

สิ่งที่น่าสนใจศึกษาเกี่ยวกับวัดชลอ คือ โบสถ์เรือสุพรรณหงส์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก นับว่าเป็นสิ่งมหัศจรรย์ที่หาดูได้ยาก และการรักษาโรคไช้นัส จากอิทธิทธิคุณญาบารมีของหลวงพ่อวัดชลอ (พระครูนนทปัญญาวิมล)

โบราณสถานวัดโพธิ์บางโอ (วัดโพธิ์เสนี) บ้านบางกรวย ตำบลวัดชลอ อำเภอบางกรวย ริมคลองบางกอกน้อย ประวัติการสร้างในหนังสือประวัติวัดทั่วราชอาณาจักรเล่ม 2 ของกรมการศาสนาระบุว่า สร้างขึ้นใน พ.ศ.2310 แต่พระอธิการแดง ทุมสโร เจ้าอาวาส รูปที่ 6 (พ.ศ.2482 - 2523) เคยเล่าให้ครูผู้สอนวิชาสังคมศึกษาและเขียนหนังสือจังหวัดของข้าพเจ้า (จังหวัดนนทบุรี) เมื่อ พ.ศ.2520 ว่า สร้างในสมัยรัชกาลพระพุทธเจ้าเสือ (สมเด็จพระสรรเพชญ์ที่ 8 ครองราชย์ พ.ศ. 2246 - 2251) ต่อมาในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น รัชกาลพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 3 พระสมณเอกในรัชกาลที่ 2 (กรมสมเด็จพระศรีสุลาลัย - เจ้าจอมมารดาเรียม พระธิดาพระยานนทบุรีฯ บุญจัน - เจ้าเมืองนนทบุรี) มอบให้กรมหลวงเสนีบริรักษ์เป็นผู้บูรณะ ในส่วนของชื่อวัด เดิมชาวบ้านมีอาชีพเป็นช่างสานไอน้ำแบบโบราณขายเป็นส่วนมาก จึงเรียกชื่อว่าบางโอต่อท้าย และเนื่องจากกรมหลวงเสนีบริรักษ์ได้มาบูรณะทลายทของ กระจุก เสนีวงศ์ ณ อยุธยา จึงได้ร่วมกันทำนุบำรุงวัดสืบมาถึงปัจจุบัน ชาวบ้านจึงเรียกชื่ออีกอย่างหนึ่งว่า วัดโพธิ์เสนี โบราณสถานสำคัญมีดังนี้

พระอุโบสถ สร้างได้รูปทรงสัดส่วนงดงาม มีมุขหน้ามุขหลัง มีชายคาพาไลรอบพระอุโบสถตามแบบวัดพระศรีรัตนศาสดาราม ซึ่งเป็นแบบอย่างมาจากวัดหลวงสมัยอยุธยาตอนปลาย ลวดลายหน้าบันจำหลักไม้รูปนารายณ์ทรงครุฑ ลายกนกขมวดเกี่ยวพันกัน เบื้องหลังมีเทพพนมและยักษ์พนมศูดกลางตัวลายแปลกต่างงดงาม บานประตูพระอุโบสถทั้งหน้าและหลังมีด้านละสองบาน ปูนปั้นซุ้มประตูเป็นรูปฤๅษีพนม บางซุ้มทำเป็นรูปเทวคารายู่กลางซุ้ม เข้าใจว่าเป็นฝีมือบูรณะในสมัยรัชกาลที่ 3 รวมทั้งพระพุทธรูปปางป่าเลไลยก์ที่ผนังด้านหลังพระอุโบสถ ด้วยเหตุที่พระพุทธรูปลักษณะของพระพุทธรูปปูนปั้นปางป่าเลไลยก์องค์นี้มีพระพักตร์แปลกตา สันนิษฐานว่าอาจเป็นของเดิมมีมาพร้อมกับพระอุโบสถ เมื่อกรมหลวงเสนีบริรักษ์ทำการบูรณะ จึงได้บูรณะองค์พระพุทธรูปใหม่ รวมทั้งประดิษฐานปูนปั้นซุ้มรัศมีด้านหลังด้วย ลักษณะที่ทำให้สันนิษฐานว่าเป็นของเดิมที่มีมาแต่สมัยอยุธยาคือ บั้วรองพระบาทและแข้งสิงห์ มีสัดส่วนแตกต่างไปกว่าฝีมือช่างสมัยรัชกาลที่ 3

บานประตูคานนอก เขียนลายทองรูปกนกใบเทศลวดลายละเอียดมาก บานหน้าต่างด้านนอกเขียนลายรูปสัตว์ต่าง ๆ เช่น กวางในท่าเหยาะอย่างทรวดทรงงดงาม บานประตูและหน้าต่างด้าน ในเป็นภาพเขียนท่าจับในรามเกียรติ์ รูปพระกัษัย ตัวพระอยู่เบื้องบนยักษ์ ทุกรูปมีความ

งดงาม (ซึ่งอาจเป็นปริศนาธรรม มีความหมายว่า ตัวพระราม พระลักษมณ์ หมายถึง ความดี ยักษ์ หมายถึง ความชั่ว ความดีความชั่วมีความเกี่ยวพันกันอย่างแนบแน่นในโลกธรรมของมนุษย์ แต่ความดี ย่อมเหนือกว่าความชั่วเสมอ) ส่วนฝาผนังด้านในมีภาพจิตรกรรม ฝีมือช่างสกุลนนทบุรีสมัยรัชกาลที่ 3 เขียนเป็นภาพปริศนาธรรม ดังนี้

ผนังด้านขวาพระประธานเขียนภาพคนกำลังวิ่งหนีชายถืออาวุธ 5 คน ซึ่งตามมาคิด ๆ กัน มีคำบรรยายไว้ได้ภาพคนถืออาวุธแต่ละคนว่า รูป เวทนา สัญญา สังขาร วิญญาณ อันเป็น ปัญจขันธ์ เบื้องหน้าชายผู้วิ่งหนี คือถ้ามีพระภิกษุรูปหนึ่งกำลังนั่งชกถูกประจำอยู่หน้าถ้า มีความหมายว่า มนุษย์จะหลุดพ้นจากกิเลสและจากขันธ์ 5 ของตนเองได้ด้วยการเข้าสู่ร่มเงา พระพุทธศาสนา แสวงหาความวิเวกเพื่อชำระกล่อมเกลาคใจของตนเท่านั้น

ผนังด้านซ้ายพระประธาน เขียนภาพปลงกัมมัฏฐานลักษณะหลายแบบหลายวิธี แต่ภาพลบเลือนจับเค้าเรื่องราวใด ๆ ไม่ได้

ผนังด้านหน้าพระประธาน เขียนภาพพุทธประวัติ มีภาพปริศนาธรรมแทรก เช่น เบื้องบนเขียนรูปพระพุทธเจ้าทรงประทับในปราสาทบนยอดเขามิบัน ไคทอดลงมาเบื้องล่าง ณ ท้องฟ้า เบื้องขวามือของผู้ชมมีรูปปราสาท 9 คัน ในขั้วราชรถมีพระอรหันต์นั่งประนมมือทุกรูป มีความหมายว่ารถทั้ง 9 คัน คือ โลกุตรธรรม 9 ประการ นำสัตว์ให้พ้นจากบ่วงมารหลุดพ้นจากการ เวียนว่ายตายเกิดโดยสิ้นเชิง

ผนังเหนือหน้าต่าง มีภาพเขียนกระจกเล็ก ๆ ใสกรอบติดไว้จำนวนหลายภาพ ลักษณะ ฝีมือช่างจีน เพราะส่วนใหญ่เป็นเรื่องราวขนบธรรมเนียมประเพณีจีน มีบางภาพเป็นแบบฝรั่ง เช่น ภาพหม่อมอานหนังสือ ภาพเหล่านี้มีความประณีตงดงามมาก แต่เมื่อปลายปี พ.ศ.2541 ได้เกิดไฟไหม้ในพระอุโบสถ ภาพได้รับความเสียหายทั้งหมด

พระประธานในพระอุโบสถ เป็นพระพุทธรูปหินทรายแดงพอกปูนทับองค์เดิม (อาจบูรณะขึ้นใหม่ในสมัยรัชกาลที่ 3) ปางมารวิชัย สมัยอุทอง

หน้าพระอุโบสถมีรูปสลักหินทำจากเมืองจีนคล้ายจะเป็นรูปยักษ์รักษาวัดตัวหนึ่งหน้าคู อีกตัวหนึ่งหน้ายืม มือถือกระบองค้ำยันทั้งคู่ เป็นศิลปะจีนอันงดงาม ซึ่งตามวัดในอาณาบริเวณ แถบนี้ไม่มีภาพสลักหินชนิดนี้

ซุ้มใบเสมารอบพระอุโบสถ ลักษณะทรงกลมตลอด ฐานซุ้มก็ทรงกลม ตัวซุ้มเป็น ช่องหน้าต่าง 3 ช่อง ทรงยอดโค้งคล้ายซุ้มจรณะ หันหลังชนกัน 3 ทิศ ข้างบนมียอดเล็ก ๆ ปูนปั้น ลวดลายงามมาก ลักษณะบ่งชี้ว่าเป็นฝีมือช่างสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ เป็นศิลปะสมัยอยุธยาตอนปลาย ส่วนใบเสมาทำจากหิน ลักษณะสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศเช่นกัน

พระอุโบสถได้ถูกไฟไหม้มาถึง 2 ครั้งแล้ว คือ เมื่อ พ.ศ.2537 และ พ.ศ. 2541 ภาพจิตรกรรมและภาพเขียนกระจกเล็ก ๆ ที่ใ้กรอบประดับผนังเหนือหน้าต่างได้รับความเสียหายทั้งหมด กรมศิลปากรได้ดำเนินการซ่อมแซมแล้ว

หอรระฆัง ตั้งอยู่ด้านหน้าพระอุโบสถ เป็นงานก่อสร้างที่ได้สัดส่วนพอดีมีความสง่างามมาก เป็นหอรระฆังที่งามที่สุดในจังหวัดนนทบุรี

โบราณสถานวัดเพลง (ร้าง) ตำบลบางขุน อำเภอบางกรวย ริมคลองวัดสักใหญ่ สันนิษฐานตามลักษณะสถาปัตยกรรมและลายปูนปั้นที่เหลืออยู่ในปัจจุบัน ว่าสร้างขึ้นในรัชสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช และอาจมีสภาพเป็นวัดร้างมาตั้งแต่สมัยสงครามระหว่างไทยกับพม่า เมื่อคราวเสียกรุงศรีอยุธยาครั้งที่ 2 ท้าพม่ามาจากทางใต้ มีมังฆมนรธาเป็นแม่ทัพ นำทัพผ่านเมืองนนทบุรีได้ตั้งค่ายรบสองฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา บริเวณวัดเขมาภิรตาราม และทำการรบกับอังกฤษ ซึ่งขันอาสาไทยรบกับพม่า ผู้คนเกิดความกลัวหนีพม่าไปจึงทำให้วัดมีสภาพเป็นวัดร้าง

นางสาย เลี่ยมนุช อายุ 80 ปีเศษ ผู้เช่าที่ดินวัดจากกรมการศาสนาทำสวนมาตั้งแต่ พ.ศ. 2485 เล่าว่า ได้ยินผู้คนในแถบนั้นเล่าสืบต่อกันมาว่า เดิมวัดเพลง (ร้าง) มีชื่อว่า วัดทองเพลง และมีคำกล่าวถึงวัดอยู่เสมอว่า วัดทองเพลงคัมเกล้ากินเองปีหนึ่งรับกฐินสองไกร มีความหมายว่าปีหนึ่ง ๆ วัดเพลง (ร้าง) แห่งนี้จะได้รับกฐินทั้งจากกรุงศรีอยุธยาราชธานี (ชาวเมืองนนทบุรีเรียกกรุงศรีอยุธยาสมัยนั้นว่า เมืองบน) และจากชาวบ้านในชุมชนรอบวัด นับเป็นวัดที่มีคุณสมบัตพิเศษมาก ซึ่งตามประเพณีทางพระพุทธศาสนาปีหนึ่งวัดแต่ละวัดจะรับกฐินได้เพียงครั้งเดียวเท่านั้น โบราณสถานที่สำคัญมีดังนี้

พระอุโบสถ หลังใหญ่ สูงมาก ยาวขนาด 6 ห้อง ครงมุมย่อไม้สิบสอง เสาตรงซุ้มประตูประดับลายปูนปั้นงดงาม คานไม้ตรงซุ้มประตูและเหนือคานประตูขึ้นไปเป็นไม้มีลวดลายลงรักปิดทองกนกเปลวเพลิง ฝาผนังด้านในหลังพระประธานยังมีร่องรอยจิตรกรรมหลงเหลือให้เห็นอยู่ รวง ๆ เป็นลายดอกไม้ร่วงบนพื้นสีแดง สภาพพระอุโบสถชำรุดมากเหลือเพียงฝาผนังทั้งสี่ด้าน ไม่มีหลังคา ไม่มีบานประตูบานหน้าต่าง มีดินไทรขึ้นปกคลุมทั้งด้านหน้าและด้านหลัง รากดินไทรได้ยึดฝาผนังทั้งสี่ด้านไว้ไม่ให้พังทลายลง มองดูคล้าย ๆ กับปราสาทของขอม

หลวงพ่อด เป็นพระประธานในพระอุโบสถ ลักษณะเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย หินทรายแดงหุ้มปูนลงรักปิดทอง หน้าตักกว้าง 3 ใน 4 ของความกว้างพระอุโบสถ พระพุทธลักษณะของพระพักตร์ พระโอษฐ์ และพระเกศ เป็นพระพุทธรูปสมัยอู่ทอง มีความศักดิ์สิทธิ์เป็นที่เคารพศรัทธาของผู้คนในชุมชนมาก โดยเฉพาะถ้าบ่นขอให้ท่านช่วยเหลือเรื่องไม่ให้คิดทหาร (เป็นทหารเกณฑ์) สิ่งของที่นำมาถวายสักการะแก่บ่นคือ ขนมปลากริมไข่เต่ากับขนมจินน้ำพริกจืด

ลงในสาแหรก ผู้ถวายสักการะแก่บัณฑิตต้องแต่งตัวแบบชาวบ้าน หาบสาแหรกเข้าไปถวายในพระอุโบสถด้วยตนเอง

ในระหว่างเข้าพรรษาของทุกปี ทางวัดแก้วฟ้า (ตั้งอยู่ใกล้เคียงกัน) ได้จัดพระสงฆ์สามเณรไปจุดรูปเทียนพรรษาบูชาอยู่เสมอ

โบสถ์มาจากหินทรายแดง ตั้งอยู่ตามมุมพระอุโบสถ เหลืออยู่เพียงแท่นฐานบัวตั้งอยู่บนฐานขาสีงห์โฮ่ง 4 ฐาน ส่วนโบสถ์นั้นทางวัดสักใหญ่ (ตั้งอยู่ใกล้วัดเพลง) ได้มาขุดออกจากฐานที่ตั้งนำไปที่วัดสักใหญ่ เพื่อใช้เป็นโบสถ์ตั้งรายรอบพระอุโบสถหลังใหม่ แต่ไม่สามารถตั้งขึ้นบนฐานที่สร้างใหม่ได้จึงกองทิ้งไว้ในบริเวณวัดสักใหญ่ โบสถ์บางอันยังมีสภาพสมบูรณ์เห็นลวดลายชัดเจน และอีกหลายอันแตกออกเป็นชิ้น ๆ วางเป็นกรอบรอบแปลงปลูกต้นไม้ดอกไม้ อย่างน่าเสียดายโดยไม่มีผู้ใคร่คุณค่า

หอรระงัง เป็นหอรระงังเล็ก ๆ ตั้งอยู่ทางด้านขวาของพระอุโบสถ เดิมมียอด มีบันได ปัจจุบันพังไปหมดแล้ว

วัดแก้วฟ้า

ชั้นและตำบลที่ตั้งวัด

วัดแก้วฟ้า เป็นวัดราษฎร์ ตั้งอยู่ เลขที่ 45 หมู่ 5 ตำบลบางขุน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี รหัสไปรษณีย์ 11130

ด้านหน้าวัด พิจารณาจากพระประธาน วัดแก้วฟ้า หันหน้าไปทางลำคลองบางกอกน้อยซึ่งเดิมเป็นแม่น้ำเจ้าพระยา

- เจ้าอาวาสองค์ปัจจุบันคือ พระอธิการไพศาล กิตติภโท (บำรุงแก้ววัน)
- หมายเลขโทรศัพท์ 0-2447-5446 , 0-2446-7549 , 0-2879-9971
- หมายเลขโทรสาร 0-2879-9972
- Email : ankomen@hotmail.com

พิกัดภูมิศาสตร์

เส้นรุ้ง	13	48	20	เหนือ
เส้นแวง	100	28	50	ตะวันออก

เนื้อที่ ที่ตั้งวัด

ทิศเหนือ	ยาว	9	เส้น	4	วา	ทิศที่ดินที่มีผู้ครอบครอง
ทิศใต้	ยาว	9	เส้น	4	วา	ทิศที่ดินที่มีผู้ครอบครอง
ทิศตะวันออก	ยาว	2	เส้น			ทิศคลองบางกอกน้อย

ทิศตะวันตก ยาว 2 เส้น คิคที่คินที่มีผู้ครอบครอง
เนื้อที่ประมาณ 56 ไร่ 1 งาน 72 ตารางวา พื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม

ประวัติความเป็นมาของวัดแก้วฟ้า

วัดแก้วฟ้า เป็นวัดโบราณ ในหนังสือวัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์และภูมิปัญญา จังหวัดนนทบุรี ของคณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุ ในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ 5 ธันวาคม 2542 ได้กล่าวถึงประวัติความเป็นมาของวัดแก้วฟ้าว่า เป็นวัดที่สร้างขึ้นประมาณ พ.ศ. 2095 รัชกาลสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ ภายหลังที่ทรงตั้งเมืองนนทบุรี 3 ปี ไม่ปรากฏหลักฐานว่าผู้ใดเป็นผู้สร้าง แต่จากหลักฐานทางด้านโบราณสถานและ โบราณวัตถุหลังเก่าเป็นสิ่งก่อสร้างในสมัยอยุธยาตอนปลาย

สภาพปัจจุบัน อุโบสถหลังเก่าชำรุดมาก จำเป็นต้องริบบูรณาการปฏิสังขรณ์

โบราณสถานที่สำคัญ ได้แก่

1. อุโบสถหลังเก่า ศิลปะสมัยอยุธยาตอนปลาย แบบทรงโรม มุงด้วยกระเบื้องกาบกล้วยดินเผา ไม่เคลือบสี ตรงกลางมีเทพพนม ชายคามีเทพพนมอุคมปลาย อาคารเครื่องก่อผนังรับน้ำหนัก ฝาผนังหุ้มกลอง ก่ออิฐคอกไก่ ขนาด 5 ห้อง ขนาดกว้าง 9.50 เมตร ยาว 22.70 เมตร ภายในประดิษฐานพระพุทธรูป พระประธานที่เรียกกันว่า หลวงพ่อโต หรือ หลวงพ่อใหญ่ บนฐานชุกชี ด้านหน้ามีประตู 2 ประตู ด้านหลังทึบ ไม่มีประตู ด้านข้างอุโบสถมีหน้าต่างด้านละ 4 ช่อง พร้อมกับซุ้มหน้าต่าง มีลวดลายปูนปั้น ฐานอุโบสถมีลักษณะแอ่นโค้งแบบเรือสำเภา ด้านหน้าอุโบสถมีพาไล
2. กำแพงแก้ว เป็นศิลปะสมัยอยุธยาตอนปลาย ลักษณะเป็นกำแพงบัวหลังเจ็ดยี่สิบแปด ประตู กำแพงแก้วเป็นเสาหัวเม็ดทรงมณฑล อยู่ทางทิศเหนือและทิศใต้ด้านละ 1 ช่อง
3. ใบเสมา ศิลปะสมัยอยุธยาตอนปลาย ทำด้วยศิลาทรายสีแดง มีลวดลายจำหลักตั้งอยู่บนฐานทำสิงห์ ในซุ้มทรงกุ่มข้าง ซุ้มใบเสมาทั้ง 8 ซุ้ม ตั้งล้อมรอบอุโบสถ
4. เจดีย์ ศิลปะสมัยอยุธยาตอนปลาย มีอยู่ 2 แบบ คือ
 - 4.1 เจดีย์ย่อมุมไม้สิบสอง ตั้งอยู่มุมกำแพงแก้ว ด้านนอกทั้ง 4 มุม
 - 4.2 เจดีย์ย่อมุมไม้ยี่สิบ ฐานสิงห์ยอดบัวกลุ่ม องค์ใหญ่ จำนวน 1 องค์ ตั้งอยู่ด้านหลังอุโบสถนอกกำแพงแก้ว ลักษณะเจดีย์แบบนี้เป็นประเพณีที่สร้างตั้งแต่สมัยสุโขทัย สมัยอยุธยา จนถึงสมัยรัตนโกสินทร์

โบราณวัตถุที่สำคัญ ได้แก่

1. พระประธานในอุโบสถหลังเก่า พระประธานองค์นี้เรียกว่า หลวงพ่อโต หรือ หลวงพ่อใหญ่ ลักษณะเป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย ทำด้วยศิลาทรายสีแดง ศิลปะสมัยอยุธยาตอนปลาย เดิมถอดเป็นจีนๆ ได้ ต่อมาได้ลงรักปิดทองทั้งองค์ พระพุทธรูปองค์นี้เป็นปูชนียวัตถุที่เคารพนับถือของชาวบ้านว่าเป็นพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์มาก
2. พระพุทธรูปองค์รองทั้งหมดในอุโบสถหลังเก่า ทำด้วยศิลาทรายสีแดงศิลปะสมัยอยุธยาตอนปลาย
3. สมุดข่อย หรือสมุดไทย ทำด้วยกระดาษจากต้นข่อยลักษณะแบบไทยมีภาพประกอบเป็นวรรณกรรมลายลักษณ์อักษร สร้างเมื่อ พ.ศ.2355
4. รูปหล่อจำลองหลวงปู่อินทร์ ลักษณะนั่งขัดสมาธิราบ ทำด้วยโลหะ พระอธิการอินทร์หรือหลวงปู่อินทร์ เป็นพระอุปถัมภ์ และเป็นพระเถระผู้มีวัตรปฏิบัติอันงดงาม มีความเคร่งครัดในพระธรรมวินัย และการปฏิบัติ ศิล สมาธิ ภาวนา ท่านเป็นพระที่มีจริยาวัตรอันงาม มีภูมิธรรม และความรู้สูงมาก นอกจากนี้ท่านยังเป็นพระที่มีความสามารถในการปรุงยาสมุนไพรรักษาโรคต่าง ๆ และมีเมตตาธรรมอย่างสูง ท่านช่วยบรรเทาความเดือดร้อนทุกข์ยากของประชาชนด้วยธรรม จึงเป็นที่เคารพของประชาชนอย่างสูง พ.ศ.2436 ได้มีผู้หล่อรูปจำลององค์ท่านไว้เป็นที่สักการบูชาสืบมาถึงปัจจุบัน ในปัจจุบันมีพระสงฆ์และประชาชนมาถวายเครื่องสักการบูชารูปจำลองของท่านเป็นจำนวนมาก

วัดบางขนุน

“บางขนุน” ชื่อตำบลและชื่อวัด อยู่ริมคลองแม่น้ำอ้อมฝั่งใต้ ในเขตอำเภอบางกรวย มีคลองบางขนุนแยกจากคลองแม่น้ำอ้อมเข้าไป ในคลองนี้มีวัดบางขนุนเป็นวัดโบราณ มีภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในอุโบสถ สังกัด (เรือนสวด) และหอไตรกลางน้ำ

วัดนี้สร้างขึ้นเมื่อประมาณปีพุทธศักราช 2103 ไม่ทราบนามประวัติผู้สร้างวัด ได้เรียกขานตามชื่อตำบลที่ตั้งวัด

อุโบสถ เป็นอาคารที่มีฐานแอ่นโค้งทรงเรือสำเภานแบบศิลปกรรมสมัยอยุธยาตอนปลาย ส่วนมุขด้านหน้า - หลัง และซุ้มประตูหน้าต่างเข้าใจว่าสร้างเพิ่มในคราวบูรณะอุโบสถ เมื่อประมาณสมัยรัชกาลที่ 3 มาซ่อมแซมใหม่อีกครั้งในปี พ.ศ.2524 ภายในอุโบสถมีภาพจิตรกรรมฝาผนังงดงามมีตอนที่พระพุทธรูปเจ้าเสด็จลงจากดาวดึงส์ มารผจญ และเทพชุมนุม บานประตูเขียนเป็นภาพเสี้ยวกวางทวารบาลทรงสัตว์หิมพานต์ที่มีศีรษะเป็นมนุษย์ สภาพฝาผนังร่วนซุยมาก บูรณะใหม่ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น

ตั้งเค็ด (เรือนสวด) เป็นไม้จำหลัก ลวดลายประดับกระจ่างงดงาม หน้าบันแกะเป็น ลวดลายดอกไม้ปิดทอง ปัจจุบันทรุดโทรมไปมาก

หอไตรกลางน้ำ เป็นสถาปัตยกรรมสมัยอยุธยา ภายในมีจิตรกรรมฝาผนังและบาน ประคูดหน้าต่างเป็นจิตรกรรมสมัยอยุธยา ภายในหอไตรมีตู้พระธรรมลายรดน้ำลวดลายพรรณ พฤษภ มีอยู่ 6 ใบ ซึ่งมีความงดงามมาก ได้บูรณะอุโบสถครั้งแรกเมื่อประมาณสมัยรัชกาลที่ 3 โดยสร้างมุขด้านหน้า - หลัง และซุ้มประคูดหน้าต่างเพิ่มขึ้น ครั้งที่ 2 ในปี พ.ศ.2523 ก่อกำแพงแก้ว ขึ้นมาใหม่เปลี่ยนจากเดิม ซึ่งเป็นกำแพงบัวหลังเจียด แต่เสาหัวเม็ดทรงมณฑปที่มุมยังมีรูปทรงเดิม ครั้งที่ 3 ในปี พ.ศ.2524 เดือนพฤศจิกายน ซ่อมซุ้มประคูดหน้าต่าง ครั้งสุดท้ายทางวัดได้บูรณะเมื่อปี พ.ศ.2538 อุโบสถจึงดูใหม่หมด แต่สภาพภายในยังรักษารูปเดิมไว้

จิตรกรรมฝาผนังวัดบางขุน อำเภอบางกรวย

พระอุโบสถ แต่เดิมเป็นสถาปัตยกรรมสมัยอยุธยาตอนปลาย ต่อมามีการปฏิสังขรณ์ เพิ่มเติมในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น จิตรกรรมภายในพระอุโบสถที่เป็นจิตรกรรมสมัยอยุธยา ตอนปลาย ปรากฏอยู่ที่หลังบานประคูด เขียนด้วยสีฝุ่น พื้นสีขาว ใช้สีทองตกแต่งเครื่องประดับ เป็นภาพเขี้ยววงล้ออาวุธเหยียบอยู่บนหลังสัตว์หิมพานต์ที่มีสีระเป็นมนุษย์ 2 คู่ และภาพชาย หญิงยืนเกี่ยวกันที่ประคูด้านหลังอุโบสถอีก 1 คู่

ส่วนจิตรกรรมสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้นปรากฏอยู่บนฝาผนังด้านในทั้ง 4 ด้าน เป็น ภาพพระพุทธประวัติและเทพชุมนุม มีสีสด รูปแบบและองค์ประกอบงดงาม เป็นฝีมือช่างชั้นครู เขียนตามแบบประเพณี แต่ก็แสดงให้เห็นอิทธิพลของตะวันตกที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในศิลปกรรม ไทย รวมทั้งอิทธิพลศิลปะจีนซึ่งเป็นที่นิยมมากในสมัยรัชกาลที่ 3 นอกจากนี้ยังมีภาพจิตรกรรมที่ หลังบานหน้าต่าง เป็นภาพเทพทวารบาล ประทับยืนบนแท่นพระหัตถ์ถือศาสตราวุธต่าง ๆ กัน เป็นศิลปกรรมร่วมสมัยกับฝาผนังทั้ง 4 ด้าน

หอไตร เป็นหอไตรไม้กลางน้ำ สถาปัตยกรรมแบบอยุธยาตอนปลาย ภายในมี จิตรกรรมที่ฝาผนัง เพดาน ด้วงไม้เครื่องบน และหลังบานประคูดหน้าต่าง เป็นจิตรกรรมสมัยอยุธยา เขียนด้วยสีฝุ่น ปัจจุบันมีสภาพลบเลือนมาก ที่ฝาผนังเขียนลายใบไม้ร่วง หลังบานประคูดหน้าต่าง เป็นภาพทวารบาล

จิตรกรรมบนสมุดไทย (สมุดข่อย) จิตรกรรมประเภทนี้เขียนลงบนสมุด ที่เรียกกันว่า สมุดข่อย หรือสมุดไทย นิยมเขียนภาพเรื่องพระพุทธประวัติ ทศชาติชาดก พระมาลัย ไตรภูมิ ภาพแผนการรักษาโรคต่าง ๆ ในสมัยโบราณ ตำราดชลักษณ์ ฯลฯ จิตรกรรม ที่เขียนบนสมุดไทย

นี้มีอยู่เป็นจำนวนมาก เก็บรักษาอยู่ตามวัดวาอารามต่าง ๆ ของจังหวัดนนทบุรี เช่น วัดบางขนุน วัดแก้วฟ้า ฯลฯ

ฉบับสำคัญที่เป็นหลักฐานทางด้านศาสนาและศิลปวัฒนธรรมไทยสมัยต้นรัตนโกสินทร์ คือสมุดข่อยภาพทศชาติชาดกของวัดบางขนุน อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

สมุดข่อยวัดบางขนุนมีอยู่หลายฉบับที่สำคัญคือฉบับที่ระบุรีศักราชไว้ว่าเขียนปี พ.ศ. 2330 ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ลักษณะเป็นสมุดไทยขาวจารึกด้วยอักษรขอม ภาษาไทย หน้าคั่นเป็นคำราชาเจ็ดคัมภีร์ หน้าปลายเป็นเรื่องพระมาลัย และทศชาติชาดก มีภาพประกอบอยู่ทางด้านข้างทั้งสองของสมุด ตอนกลางหน้าสมุดเป็นตัวอักษร

ลักษณะของจิตรกรรมเขียนด้วยสีฝุ่นผสมกาว ยังคงเป็นศิลปะที่สืบทอดมาจากสมัยอยุธยาตอนปลายโดยการใช้สีหลายสี ภาพเครื่องประดับ เช่น สายสังวาล ชฎา ปีกทองแล้วตัดเส้นด้วยสีแดง ทำให้ทองคำเปล่งปลั่งสวยงามในพื้นที่ว่างนิยมเขียนรูปใบไม้ร่วง ซึ่งเป็นศิลปะการตกแต่งที่ยังคงรับอิทธิพลมาจากสมัยอยุธยาตอนปลาย

อีกฉบับหนึ่งคือ สมุดข่อยภาพทศชาติชาดก และพระเวสสันดรชาดกของวัดแก้วฟ้า ซึ่งมีข้อความ ระบุว่าเขียนเมื่อ พ.ศ. 2355

พระแก้วที่วัดสิงห์

วัดสิงห์ที่ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีนั้นมีของนำชมหลายอย่าง เช่น หอไตร หอระฆัง และธรรมาสน์เก่าบนศาลาการเปรียญ แต่ที่กรมศิลปากรเพิ่งมาบูรณะไปเมื่อไม่กี่ปีก่อน ก็คือโบสถ์เก่าที่ตั้งหันหน้าลงคลองบางคูเวียง มีลวดลายจำหลักไม้ประดับกระจดสีที่หน้าบันและปีกนกคงงาม ทั้งซุ้มหน้าต่างด้านนอกก็ปั้นปูนเป็นลวดลายอย่างฝรั่ง มีอายุราวสมัยรัชกาลที่ 4 และภายในประดิษฐานพระพุทธรูปประธาน มีป้ายไม้เขียนลายมือบอกว่า “หลวงพ่อมงคลบพิตรน้อย สร้างเมื่อครั้งนายจัน นายสุข นายสิงห์ มาอยู่บ้านวังน้อย” แต่ไม่มีผู้ใดทราบเค้าเงื่อนเรื่องราวนี้ หน้าแท่นฐานชุกชีหลวงพ่อมงคลบพิตรน้อยนี้ มีพระพุทธรูปขนาดย่อมและขนาดเล็กจิ๋ว ๆ เป็นจำนวนมากตั้งเรียงราย เมื่อสอบถามพระสงฆ์รูปหนึ่ง ท่านเล่าว่าเป็นของแก้วบน คือพวกชาวบ้านทั้งที่อาศัยอยู่แถบนี้และที่มาจากที่อื่นจะขนานขอให้เรื่องต่าง ๆ กับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และสัญญาไว้ว่าจะสร้าง “พระพุทธรูป” ถวายเป็นจำนวนเท่านั้นเท่านั้นองค์ เมื่อได้สมหวังตามความประสงค์แล้ว ก็จะไปหาเช่าพระพุทธรูปเล็ก ๆ เหล่านี้มา หรือไม่อย่างนั้นก็ไปเก็บชิ้นส่วนพระพุทธรูปที่แตก ๆ หัก ๆ มาต่อเชื่อมกันเข้า แล้วเอามาถวายวัด โดยต้องมีพระสงฆ์รับถวายด้วย ท่านว่าแบบนี้เป็นที่นิยมทำกันทั่วไป จนพระพุทธรูปจิ๋ว ๆ นี้มีมากมายก่ายกองสม ๆ กันเป็นกระสอบ ๆ เต็มกุฏิศาลาไปหมด ท่านเลยนำมาเรียงไว้ที่หน้าชุกชีข้างพอให้สวยงาม พระพุทธรูป

จิว ๆ นี้ จะมีแผ่นกระดาษเขียนด้วยหมึกแห้งแปะติดที่ด้านหน้าฐานเป็น “ชื่อ” ต่าง ๆ กันเป็นคู่ ๆ เช่น แม่ย่านางหัว - แม่ย่านางท้าย, รายไปทาง - รายทางกลับ, ผู้ตามส่ง - ผู้ตามรับ เป็นต้น ซึ่งยังไปทราบรายละเอียดของชื่อและคำเหล่านี้ว่ามีความหมายอย่างไร พระสงฆ์ท่านนั้นสรุปไว้ในท้ายที่สุดว่า ที่เขาทำพระมาถวายอย่างนี้ก็คือ ทุนเวลา ทุนทรัพย์ที่จะใช้จ่ายตามที่ไปบ่นไว้ พงศ์ง่าย ๆ ก็คือ “เขาจะหลอกพระ” นั่นเอง

โบราณสถานวัดสิงห์ ตั้งอยู่ที่บ้านบางคูเวียง ตำบลบางคูเวียง อำเภอบางกรวย สร้างขึ้นเมื่อประมาณ พ.ศ. 2320 ในสมัยธนบุรี ไม่ทราบนามและประวัติของผู้สร้างภายในบริเวณวัดมีโบราณสถานสำคัญ คือ

พระวิหาร มีลักษณะทรงสูง ด้านหน้าและด้านหลังเป็นมุขเด็จ หน้าบันและสาหร่ายสร้างด้วยไม้สัก สลักลวดลายดอกไม้ บัวหัวเสา ฐานชุกชี ชุ่มประดูและหน้าต่างทำลวดลายปูนปั้นปิดทองประดับกระจก ฐานพระวิหารแอ่นโค้งรูปสำเภา เป็นลักษณะสถาปัตยกรรมสมัยอยุธยาตอนปลาย

หอไตรกลางน้ำ ตั้งอยู่กลางสระน้ำ หน้าบันแกะสลักเป็นรูปนารายณ์ทรงครุฑและลายกระหนกเปลวออกซ่อเป็นรูปเทพพนมล้อมรูปพระนารายณ์ บานประดูหน้าต่างเป็นลายรดน้ำ

หอรองฆ์ ลักษณะเป็นแบบประเพณีประดับลายจำหลักที่ประณีตตลอดทั้งหลัง โครงสร้างหลังคาซ้อนทรงสูงเพริ้ว ซ้อน 1 ชั้น ลด 1 ชั้น และมีเฉลียงล้อมรอบ 1 ชั้น ลักษณะศิลปกรรมสมัยอยุธยา กรมศิลปากรได้ขึ้นทะเบียนวัดสิงห์เป็นโบราณสถาน ตามประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 110 ตอนที่ 217 วันที่ 22 ธันวาคม พ.ศ. 2536

วัดบางอ้อยช้าง

จากหลักฐานธรรมานุสรณ์ พระครูนนทจิตรวิบูลย์ (2551 : 1-42) วัดบางอ้อยช้าง เดิมชื่อ บ้านสว่างช้าง สร้างขึ้นประมาณพระพุทธศักราช 2304 ในสมัยอยุธยา แต่เดิมบริเวณนี้มีต้นไม้ที่ชาวบ้านเรียกว่า อ้อยช้าง มากมาย รวมถึงเป็น บ้านสว่างช้าง ที่ส่งสว่างอ้อยขึ้นไปเลี้ยงช้างหลวงที่กรุงศรีอยุธยา หมู่บ้านดังกล่าวจึงมีนามว่า บ้านบางอ้อยช้าง และใช้เป็นนามวัด

สิ่งสำคัญในวัดบางอ้อยช้าง จะมีโบราณวัตถุและปูชนียสถาน ดังนี้

1. รอยพระพุทธบาทวัดบางอ้อยช้าง หล่อด้วยทองสำริดขนาด 54 นิ้ว กว้าง 19 นิ้ว ครึ่ง น้ำหนัก 190 ก.ก.

2. พระประธานในพระอุโบสถ เป็นพระพุทธรูปสลักด้วยศิลาแลงและถอดได้เป็นท่อน ๆ มีอายุประมาณ 593 ปี สร้างในสมัยสุโขทัย

3. ศาลเจ้าพ่อหอหนัง เจ้าพ่อเสื่อ เจ้าพ่อนารายณ์ เจ้าพ่อหอหนัง เจ้าพ่อเสื่อ เจ้าพ่อนารายณ์ เป็นสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่เคารพบูชาเลื่อมใสศรัทธามากของชาวบ้านบางอ้อข้างและใกล้เคียง
4. พิพิธภัณฑวัตถุบางอ้อข้าง ที่เก็บรวบรวมสิ่งสำคัญที่เป็นข้อมูลในอดีต เช่น ตู้พระไตรปิฎกลายทองหรือลายรดน้ำ สมุดข่อยลาน ฯลฯ

เรือนไทย เรือนไทยนั้นได้พัฒนาขึ้นมาจากบ้านเรือนของคนในสังคมเกษตรกรรมเดิม ซึ่งจะต้องอาศัยพื้นที่ราบลุ่มเป็นแหล่งประกอบอาชีพหลัก จึงพบว่าบ้านเรือนทั่วไปมักจะปลูกอยู่ตามลุ่มแม่น้ำที่อุดมสมบูรณ์ เรือนไทยจึงนิยมปลูกยกพื้นบนเสาสูง เพื่อว่าในฤดูน้ำมากจะได้อยู่อาศัยได้สะดวก

การยกเสาเรือนของเรือนไทยมิได้ยกขึ้นตั้งตรงเป็นแนวตั้งฉากจากพื้นดิน แต่จะยกโดยวิธีล้มเสาเข้าหาด้านในของเรือน เพื่อใช้ประโยชน์จากแนวลมเอนของเสาด้านทานกระแสนลมหรือกระแสน้ำไม่ให้เรือนเซและพังได้โดยง่าย ส่วนคิของการยกเสาสูงทำให้ใช้ได้ถุนเรือนเป็นที่ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ และเก็บเครื่องมือเกษตรกรรมด้วย

เรือนไทยมีระบบการระบายอากาศที่ดีเยี่ยม อากาศส่วนที่อยู่ในช่วงหลังคาซึ่งมีความร้อนกว่าส่วนอื่น ๆ ของเรือน จะลอยขึ้นสู่เบื้องสูง จึงระบายออกทางช่องห่างของวัสดุผนังหลังคาและช่องลม อากาศที่เย็นกว่าจากส่วนล่างก็จะเข้ามาแทนที่ เกิดการถ่ายเทอากาศได้สะดวกตลอดเวลา

เรือนไทยที่พบตามภาคต่าง ๆ มีรูปทรง ลวดลายประดับและรายละเอียดอื่น ๆ แตกต่างกันออกไปตามสภาพภูมิศาสตร์ ในจังหวัดนนทบุรีจะพบเรือนไทยภาคกลางที่สวยงามตั้งอยู่ริมฝั่งคลองบางกอกน้อยเรื่อยมาจนถึงคลองอ้อมอยู่เป็นจำนวนมากนิยมสร้างเป็นเรือนฝากระดานที่เรียกว่า ฝาปะกน คือการนำเอาแผ่นไม้มาเปลาะต่อกันเข้าด้วยวิธีเจาะรางเข้าเหลี่ยมอย่างประณีตและแข็งแรงโดยไม่ใช้ตะปู หลังคาแหลมสูงมุงกระเบื้องดินเผา มีทั้งที่ปลูกเป็นเรือนเดี่ยวและเรือนแฝด

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 งานวิจัยในประเทศ

โสภภาพร สุทธิศักดิ์ (2539 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรม การเปิดรับข่าวการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรี ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาสรุปได้ว่า 1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเพชรบุรี จากสื่อบุคคลเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ

สื่อมวลชน และสื่อเฉพาะกิจตามลำดับ 2. พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสาร ด้านการท่องเที่ยวของ จังหวัดเพชรบุรีไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี 3. ประโยชน์บางประการที่นักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้รับมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนฐานทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรี 4. ไม่มีสื่อใดมีอิทธิพลสามารถ อธิบายความสัมพันธ์กับระยะเวลาการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัด เพชรบุรี

จิราพร กองทอง (2540 : บทคัดย่อ) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยว เดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอม อำเภอทาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ พบว่า สิ่งดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยวเดินทางไปมากที่สุด คือ สินค้าราคาถูก กลุ่มนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไปเที่ยวบริเวณ ด่านช่องจอมเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ ยังพบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในความมีมิตรไมตรีของบุคคล ในท้องถิ่น ที่จอดรถเพียงพอ ห้องน้ำสะอาดพอใช้ ความซื่อสัตย์ในการคิดราคาอาหารและ เครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวส่วนมากเห็นว่ามีความปลอดภัย เมื่อไปท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอม

สุวรรณ ศรีติลาวัฒน์ (2541 : 66) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเป็น ข้อมูลทุติยภูมิ พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของ นักท่องเที่ยวก็คือ มูลค่าผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อบุคคล ซึ่งในการศึกษานี้ใช้แทนระดับ รายได้ของนักท่องเที่ยว และเป็นไปตามที่มีผู้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวจะมีความต้องการเดินทางไป ต่างประเทศ เมื่อมีรายได้สูงขึ้น ดังนั้น ถ้ารัฐบาลสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูง เหล่านี้ เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยแทนการเดินทางในต่างประเทศได้ จะทำให้เศรษฐกิจของ ประเทศขยายตัวได้ แต่อย่างไรก็ตามการใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความพร้อม หรือ กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม จึงเป็นความลำบากที่จะทำให้อุปสงค์และอุปทานด้านการ ท่องเที่ยวเป็นไปโดยสอดคล้องกัน การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจึงควรมีการประชาสัมพันธ์รูปแบบการ ท่องเที่ยวแบบใหม่ เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

สุรีพร ภัทราพรนันท์ (2541 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติ ในจังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษาสรุปได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ระดับปานกลาง โดยมีความรู้เรื่อง เป้าหมาย วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มากกว่าความรู้เรื่องการจัดการมีส่วนร่วมของ

ประชาชน มีทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เชิงบวกหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ระดับปานกลางถึงสูง โดยมีทัศนคติต่อการให้สิ่งแวดล้อมศึกษาในทิศทางบวกสูงสุด ผลการทดสอบความเป็นอิสระต่อกัน พบว่า ทัศนคติต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของนักท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติของจังหวัดกาญจนบุรีแตกต่างกันตามสถานภาพสมรส การศึกษา และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แต่ไม่แตกต่างกันตามภูมิฐานะ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การได้รับข่าวสาร ประสบการณ์ การมีส่วนร่วมด้านสิ่งแวดล้อม จำนวนครั้งของการท่องเที่ยวต่อปี และลักษณะการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงควรส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอุทยานแห่งชาติของจังหวัดกาญจนบุรี ควรให้สิ่งแวดล้อมศึกษากับนักท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้และมีหลักสูตรชัดเจน รวมทั้งเปิดโอกาสให้ประชาชนในท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มาก

ศนิกาญจน์ เทพกาญจนา พันตรีหญิง (2542) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ผลการศึกษาสรุปว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมาท่องเที่ยวโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อนส่วนตัว สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สรุปเรียงตามลำดับความสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญคือ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์

บรรจบพร สุนทรรัตนกุล (2544 : 130) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า กิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจระดับมาก เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี คือ เล่นน้ำตก ทั้งนี้ เพราะกาญจนบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ซึ่งมีธรรมชาติที่สวยงามหลายแห่ง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเล่นน้ำตกได้อย่างสนุกสนาน ซึ่งกิจกรรมและการบันเทิงในรูปแบบต่างๆ ล้วนเป็นการชักจูงนักท่องเที่ยว ดังที่ วรรณ วลัยวานิช (2539 : 17) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศเพื่อชมวิิวทัศน์ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน ฯลฯ การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดใจของสถานที่แต่ละแห่ง ด้านส่วนผสมการตลาดพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ คือ ชื่อเสียงและความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของสินค้าทางการท่องเที่ยว เพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความยุ่งยากซับซ้อน และมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากสินค้า

ศศิธร สามารถ (2545 : บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้ยานพาหนะประเภทรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด ช่วงเวลาที่ใช้ในการเดินทางส่วนใหญ่คือ ช่วงวันหยุดตามเทศกาล วันลาพักร้อนประจำปี และวันหยุดปลายสัปดาห์ กิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ ดำน้ำ / ชมปะการัง รองลงมาคือ เล่นน้ำทะเล และชมพระอาทิตย์ขึ้น / พระอาทิตย์ตก จำนวนเงินที่ใช้มากที่สุดคือ 4,001- 5,000 บาท สำหรับวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยรวมในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความต้องการในการพักผ่อนหย่อนใจสำคัญมาก รองลงมาคือ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินสำคัญมาก และเพื่อประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวค่อนข้างสำคัญ สำหรับสิ่งจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญโดยรวมในระดับค่อนข้างสำคัญ เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ต้องการพาครอบครัวไปพักผ่อนค่อนข้างสำคัญ รองลงมาคือ เพื่อนชักชวนให้มาเที่ยว และโฆษณาจากสื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร

ทัศนวรรณ วิพุททขมานนท์ (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมชมผลการศึกษารูปได้ว่า 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชม พบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20 - 29 ปี เป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างบริษัทเอกชน มีรายได้ 5,000 - 9,999 บาทต่อเดือน และพักอาศัยในภาคกลาง 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชมพบว่า ส่วนมากเคยเดินทางมาชายหาดบางแสนแล้ว เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้มาเที่ยวทราบ ข้อมูลชายหาดบางแสนจากหนังสือหรือนิตยสาร เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวหรือพักผ่อน ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมากับเพื่อนด้วยรถส่วนตัวมักจะมาเพื่อพักผ่อน ส่วนมากไม่ค้างคืน ค่าใช้จ่ายครั้งละ 500 - 999 บาท โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด 3) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญมากที่สุด 4) ความต้องการและปัญหาที่ประสบพบว่า ผู้เยี่ยมชมต้องการมาเที่ยวชายหาดบางแสนอีก ชอบที่พักแบบบังกะโลหรือรีสอร์ท โดยค่าที่พักต่อคืนควรมีราคาต่ำกว่า 500 บาท สิ่งที่ต้องปรับปรุงมากที่สุด คือ เรื่องความสะอาดของชายหาด ผู้เยี่ยมชมได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวในระดับมาก และปัญหาที่ประสบมากที่สุด คือ ความไม่เหมาะสมของราคา อาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก 5) ผลการทดสอบ สมมติฐาน พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว อายุ และสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทาง อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้

มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เพศมีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืน เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยว

นภา จันทรตรี (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22 - 30 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 6,001 - 12,000 บาท ระดับทัศนคติต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านการคมนาคม ด้านสถานที่พักแรม และระดับทัศนคติโดยรวมพบว่า อยู่ในระดับไม่แน่ใจ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน เดินทางท่องเที่ยวไปกับเพื่อนโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว และเลือกพักบังกะโล ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่เป็นค่าที่พักและอาหาร นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจธรรมชาติ มีการเปิดรับข่าวสารและการเรียนรู้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด คือ เรื่องการศึกษาค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง ได้แก่ เพศ อายุ และประสบการณ์ความประทับใจที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยว

ประสพพร พุ่มพวง (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความถี่ในการเดินทางภายในประเทศ 1 - 3 ครั้งต่อปี ส่วนใหญ่เดินทางโดยทางรถยนต์ โดยเดินทางไปกับครอบครัว วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเนื่องจากหยุดพักผ่อน ส่วนมากตัดสินใจเดินทางด้วยตนเองหรือมีส่วนร่วม มีการวางแผนการเดินทางล่วงหน้า โดยหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทางโฆษณาทางสิ่งพิมพ์ / โทรทัศน์ / วิทยุ มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ 1 - 3 วัน ช่วงเวลาที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ ชอบเดินทางตลอดทั้งปี และภูมิภาคที่ชอบเดินทางไปท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุดคือ ภาคเหนือ รองลงมาคือ ภาคกลาง ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวมและรายได้อยู่ในระดับมาก ประชาชนทั้งเพศชายและเพศหญิงใช้ปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวโดยรวมและรายได้แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนที่มีอายุต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวมและด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสารแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสินค้าของที่ระลึก แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกนั้นแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ประชาชนที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน

ใช้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศโดยรวม และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันใช้ปัจจัยโดยรวม และด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 นอกนั้นใช้แตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

กุลธิดา เอี่ยมลภณ์ (2545 : บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่อง ทักษะคิดที่มีต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (75%) กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (57.8%) มีอายุระหว่าง 26-35 ปี (45.5%) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี (67.4%) เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (33.6%) และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท (35.4%) ค้นหาข้อมูลการท่องเที่ยวจากบริการสืบค้นข้อมูล (64.9%) จุดประสงค์หลักในการชมโฆษณาเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (46.5%) สถานที่ที่เปิดรับชมโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตคือ ที่ทำงาน (42.9%) โดยมีความถี่ในการเปิดรับชมสัปดาห์ละ 2-3 ครั้ง (35.9%) ใช้เวลาโดยเฉลี่ยต่อครั้งประมาณ 1 ชั่วโมง (40.7%) ข้อมูลที่เปิดรับชมมากที่สุดคือ สถานที่แหล่งท่องเที่ยว (74.7%) และหลังจากเปิดรับชมโฆษณาแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ (68.9%) และมีแนวโน้มตัดสินใจว่าน่าจะใช้บริการ (51.1%) ผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีทัศนคติต่อโฆษณาการท่องเที่ยวในประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน คือ ด้านความรู้ความเข้าใจ ($\bar{X} = 3.71$) ด้านความชอบ ($\bar{X} = 3.66$) และด้านแนวโน้มเกิดพฤติกรรม ($\bar{X} = 3.68$) สำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการการท่องเที่ยวในประเทศไทย จากโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต คือ ความสะดวกสบายในการเลือกใช้บริการและชมโฆษณา ($\bar{X} = 24.7\%$) และสาเหตุที่ไม่ตัดสินใจเลือกใช้บริการฯ คือ ขาดความมั่นใจต่อระบบความปลอดภัย ($\bar{X} = 26.3\%$)

รวัดย์ สุวรรณภักดี (2547) ได้ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวบริเวณอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง จำนวน 384 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 26-45 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป เดินทางไปท่องเที่ยวแบบเข้าไปเย็นกลับ ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง เกี่ยวกับด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพของบริเวณสถานที่ ด้านบริหารจัดการโดยทั่วไป ด้านบุคลากร ด้านทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวก ทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา และลักษณะการมาท่องเที่ยว มีความคิดเห็น เห็นด้วย อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านบริหารจัดการ โดยทั่วไปมีความคิดเห็น เห็นด้วย อยู่ในระดับปานกลาง

เสริมสกุล เสร็จกิจ (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท / ธุรกิจส่วนตัว ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เกี่ยวกับด้านปัจจัยพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ด้านบริการนักท่องเที่ยว และด้านสินค้าของที่ระลึก ทั้งโดยรวมและจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

2.2.2 งานวิจัยต่างประเทศ

ยุง และ ฟลาวเวอร์ (ชูลิพร ไกรเวียง. 2531 : 48-49 ; อ้างอิงจาก Young and Flowers. 1978) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่ท่องเที่ยวสวนสาธารณะของป่าในเมืองคุก (Cook Country Forest Preserve District) ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยสอบถามนักท่องเที่ยวจำนวน 630 คน เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับของความพึงพอใจ การวิจัยครั้งนี้ เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาและป้องกันผลกระทบอันเกิดจากการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์โดยใช้ค่าร้อยละพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจต่อพื้นที่และลักษณะของป่าไม้ตามธรรมชาติเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 80 สถานะภาพโดยทั่วไปตามธรรมชาติเป็นอันดับสอง คิดเป็นร้อยละ 65 สำหรับด้านอุปกรณ์เครื่องอำนวยความสะดวก สถานที่พัก และการบริการอยู่ในระดับปานกลาง คิดเป็น 50, 55 และ 53 ตามลำดับ

อเคย์ และแอนเดอร์ เซน (สมจิตร กาหาวงศ์. 2540 : 48-49 ; อ้างอิงจาก Aday and Anderson. 1978) ได้ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนที่มาท่องเที่ยวในสวนสาธารณะในมลรัฐ แคริฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 1,240 คน โดยทำการสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการให้บริการด้านสถานที่สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพภูมิอากาศและการจัดการ โดยทั่วไป พบว่า ส่วนใหญ่ร้อยละ 80 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านการจัดการทั่วไป และด้านภูมิสถาปัตยกรรมส่วนด้านอื่น ๆ มีความพึงพอใจ รองลงมาสำหรับด้านบริการบาง

รายการ เช่น การให้ข้อมูลความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือในการประกอบกิจกรรม
นันทนาการมีความพึงพอใจอยู่ในระดับต่ำ

แฮคแมน และ โอลด์แมน (สมหวัง พิริยานุวัฒน์ และคนอื่น ๆ. 2540 : 4-47 ;
อ้างอิงจาก Hackman and Oldman. 1980) ศึกษาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความเกี่ยวข้องผูกพันกับงาน
(Job Involvement) พบว่าลักษณะงาน (Job Characteristics) ได้แก่ ความมีอิสระในการงาน
(Autonomy) ความหลากหลายของงาน (Skill Variety) ความมีเอกลักษณ์ของงาน (Task Significant)
มีอิทธิพลต่อความเกี่ยวข้องกับงาน นอกจากนี้พฤติกรรมการตรวจตราดูแล (Supervisory
Behaviors) มีอิทธิพลต่อความเกี่ยวข้องผูกพันกับงาน (Lance. 1991) การมีส่วนร่วม (Participation)
(Smith & Rannick. 1990) และความแตกต่างระหว่างบุคคล เช่น แรงจูงใจภายในก็มีผลต่อความ
เกี่ยวข้องผูกพันกับงาน (Gardner, Dunbam, Cummings and Pierce. 1989) การจริยธรรมแบบโป
รเตสแตนต์ (Protestant Ethic) ยังมีผลต่อความเกี่ยวข้องผูกพันกับงาน (Brockner, Rover and
Bloder. 1988)

อีไล (Ealine. 1984 : 30-40) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มี
ต่อนันทนาการ และสวนสาธารณะของเอกชนในนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยการสำรวจ
ประชาชนที่มาท่องเที่ยว จำนวน 980 คน โดยใช้แบบสอบถามเพื่อทราบระดับความพึงพอใจในการ
บริการ การนันทนาการและสภาพสวนสาธารณะ พบว่าประชาชนที่เป็นผู้หญิงมีความพึงพอใจอยู่
ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.82 ความพึงพอใจในด้านการจัดโปรแกรมกิจกรรมนันทนาการอยู่
ในระดับมากทั้งเพศหญิงและเพศชาย ใกล้เคียงกันคิดเป็นร้อยละ 50 สำหรับอาชีพส่วนใหญ่เป็นนัก
ธุรกิจมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านสภาพพื้นที่และการนันทนาการ รองลงมา
ข้าราชการ นักเรียน นักศึกษา

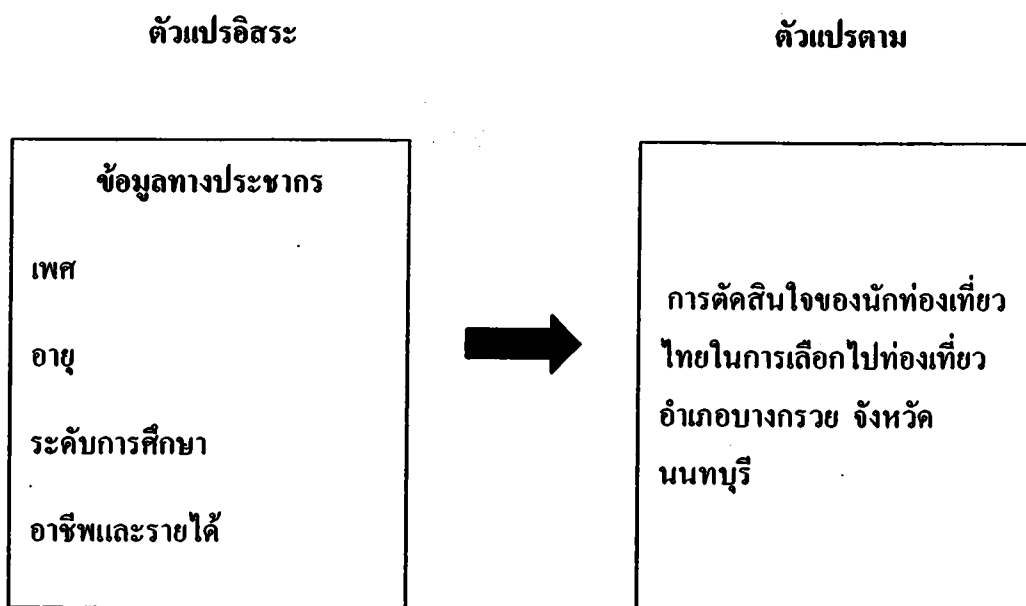
สำหรับความคิดเห็นทั่ว ๆ ไป มีความเห็นว่าควรปรับปรุงพัฒนาในด้านผู้
ให้บริการรักษาความปลอดภัย และเรื่องอำนวยความสะดวกให้ทันสมัยมากกว่าที่เป็นอยู่

โคแวน (Cowan William, Earl. 1989 : 12) ได้ทำการประมาณความพึงพอใจของ
นายจ้างและลูกจ้าง ซึ่งอบรมที่โรงเรียนเทคนิคในพื้นที่หุบเขาแคนเนเดียนเกี่ยวกับโครงการอาชีพ
ด้านอุตสาหกรรมกับความสามารถ 8 ด้าน คือ ทักษะงานฝีมือ ความรู้ทางช่างเทคนิค ความสามารถ
ทางคณิตศาสตร์ ความสามารถในการติดต่อสื่อสาร ความสามารถในการอ่าน การตีความ
ความสามารถในการทำความเข้าใจและแก้ปัญหาความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นและความสามารถในการ
แนะนำผลการวิจัยพบว่านายจ้างและลูกจ้างได้ให้ความสำคัญของความสามารถ 8 ด้าน ใน

ลักษณะเดียวกัน ความรู้ทางช่าง ทักษะงานฝีมือและมนุษยสัมพันธ์ ได้รับความสนใจมากเป็นพิเศษทั้งนายจ้างและลูกจ้าง

เซบาลอส ลาสคูเรน (Celballos Lascurain. 1998 : 111-112) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บริเวณอ่าวรอกซ์ เมืองซิดนีย์ ประเทศออสเตรเลีย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นของผู้ประกอบการ ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว จำนวน 240 ราย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าที่ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์อยู่ในระดับต่ำ ปัจจัยที่มีผล คือ ความรู้เชิงอนุรักษ์ การได้และการให้คุณค่าต่อธรรมชาติสิ่งแวดล้อม มีผลต่อความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2.3 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



แผนภูมิที่ 2 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

2.4 สมมติฐานในการวิจัย

2.4.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

2.4.2 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

2.4.3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

2.4.4 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

2.4.5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย นำมาวิเคราะห์หาข้อมูล เพื่อสรุปผลต่อไป โดยดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

- 3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล
- 3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในอำเภอบางกรวย อายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป มีทั้งนักเรียนนักศึกษา ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานบริษัทและประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยไม่เจาะจงภูมิฐานะ รวมจำนวน 381 คน

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้จาก ตัวเลขสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีของวัดชลอในปี พ.ศ.2546 ซึ่งมีจำนวน 68,962 (วัดชลอ อำเภอบางกรวย. 2550 : 5) โดยวิธีการใช้ตารางเทียบขนาดตัวอย่างของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970 : 607 - 610) ได้จำนวน 381 คน และทำการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวอำเภอบางกรวย โดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลส่วนตัวทั่วไป มีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Check Lists) กลุ่มตัวอย่าง โดยตามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนและแปลความหมาย

เกณฑ์การให้คะแนน

สำหรับข้อคำถามที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่าเพื่อวัดความต้องการเลือกตอบของผู้ตอบแบบสอบถาม คิดเป็นคะแนน และกำหนดน้ำหนักคะแนนดังนี้

ข้อความที่มีความหมายทางบวกให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	มีค่าคะแนน	5
มาก	มีค่าคะแนน	4
ปานกลาง	มีค่าคะแนน	3
น้อย	มีค่าคะแนน	2
น้อยที่สุด	มีค่าคะแนน	1

ข้อความที่มีความหมายทางลบให้คะแนนดังนี้

มากที่สุด	มีค่าคะแนน	1
มาก	มีค่าคะแนน	2
ปานกลาง	มีค่าคะแนน	3
น้อย	มีค่าคะแนน	4
น้อยที่สุด	มีค่าคะแนน	5

การแปลความหมาย

นำค่าคะแนนเฉลี่ยของความสำคัญที่เลือกตอบแบบสอบถามมาแปลความหมาย โดยใช้เกณฑ์ประมาณค่าดังนี้ (วิเชียร เกตุสิงห์. 2538 : 10)

ระดับความสำคัญของการเลือก	ช่วงคะแนน
มาก	3.67 - 5.00
ปานกลาง	2.34 - 3.66
น้อย	1.00 - 2.33

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามปลายเปิด โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ

นำข้อมูลความคิดเห็นอย่างอิสระของผู้ตอบแบบสอบถามมาลำดับความสำคัญ โดยใช้เกณฑ์จำนวนความถี่ของข้อมูลที่เหมือน ๆ หรือคล้าย ๆ กัน จากจำนวนความถี่มากไปสู่น้อยมาทำการจัดลำดับ

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร รายงานการวิจัย และสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวของอำเภอบางกรวย และความรู้เกี่ยวกับแรงจูงใจอันเป็นเหตุแห่งการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

2. ขอคำปรึกษาจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก โดยปรึกษาในด้านจิตวิทยาสังคม ด้านการท่องเที่ยว และด้านนันทนาการ เพื่อนำแนวคิดมาเป็นพื้นฐานในการสร้างแบบสอบถาม

3. นำความรู้ที่ได้จากการศึกษาในข้อ 1 และข้อ 2 มาสร้างแบบสอบถามฉบับร่าง โดยให้ครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับองค์ประกอบปัจจัยของการจัดการท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยแยกเป็นส่วนประกอบด้านต่าง ๆ 5 ด้าน คือ 1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ 2. ด้านแหล่งท่องเที่ยว 3. ด้านวัฒนธรรมประเพณี 4. ด้านบริหารจัดการของชุมชน 5. ด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ ได้จำนวน 50 ข้อคำถาม

4. หาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยดำเนินการดังต่อไปนี้

4.1 นำแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเสร็จแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ตรวจสอบ แก้ไข เพื่อปรับปรุงแก้ไขอีกครั้ง

4.2 นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไข ปรับปรุงแล้วไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ใช้กลยุทธ์พิจารณาเป็นรายข้อว่า แต่ละข้อคำถามนั้น มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ โดยพิจารณาจากเกณฑ์กำหนดน้ำหนักคะแนนของ พวงรัตน์ ทวีรัตน์ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2531 : 14-15)

คะแนน +1 เมื่อแน่ใจว่าแบบสอบถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

คะแนน 0 เมื่อไม่แน่ใจว่าแบบสอบถามนั้นมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

คะแนน -1 เมื่อแน่ใจว่าแบบสอบถามนั้นไม่มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

บันทึกผลคะแนนความคิดเห็นของแต่ละข้อ แล้วนำไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างแบบสอบถามกับวัตถุประสงค์ และเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 0.5 หรือมากกว่า ไปใช้ในการสอบถาม ปรากฏว่า มีจำนวนข้อคำถามที่ใช้ได้ 35 ข้อ จากที่สร้างไว้ 42 ข้อ

4.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านขั้นตอนในข้อ 4.2 ไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ที่มาเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 50 คน แล้วนำผลข้อมูลไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สถิติวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัก (Cronbach) (ถ้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2536 : 170-171) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.8051

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการดังนี้

1. ขออนุญาตราชการจากมหาวิทยาลัยเกริก เพื่อนำไปขอความร่วมมือในการแจกและเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวไทย จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
2. ดำเนินแจกแบบสอบถามและเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้เวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูล 25 วัน โดยแจกแบบสอบถามไป 381 ชุด ได้รับคืนทุกชุด คิดเป็นร้อยละ 100

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการทำวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ตรวจสอบความเรียบร้อยของแบบสอบถาม แล้วคัดเลือกฉบับสมบูรณ์ไว้จำนวน 381 ฉบับ จาก 381 ฉบับ
2. ตรวจสอบให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด
3. คำนวณหาค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละของตัวแปร ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
4. เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย คะแนนความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

และรายได้ เพื่อทดสอบสมมุติฐานข้อ 1 ข้อ 3 โดยใช้ทดสอบค่าที (t-test) และข้อ 2 ข้อ 4 ข้อ 5 โดยใช้ทดสอบค่าเอฟ (F-test) และกรณีผลการทดสอบระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม พบว่ามีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป โดยใช้วิธีของนิวแมนคูลส์ (Newman Keuls Method)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ค่าสถิติพื้นฐาน ได้แก่

1.1 ค่าร้อยละ โดยใช้สูตร (ประคอง กรรมสูตร. 2525 : 73)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

เมื่อ P แทน ค่าร้อยละ

f แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

n แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

1.2 คะแนนเฉลี่ย โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537 : 74)

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

เมื่อ \bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ความถี่ที่ต้องการแปลงให้เป็นค่าร้อยละ

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

1.3 ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้สูตร (ประคอง กรรมสูตร. 2525 : 74)

$$S = \sqrt{\frac{n \sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S แทน ความเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนน

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

n แทน จำนวนคนในกลุ่มตัวอย่าง

2. สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

2.1 หาค่าดัชนีสอดคล้องของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อหาความเที่ยงตรงเชิงพิณิจ (Face Validity) โดยใช้สูตร (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2531 : 124)

$$IOC = \frac{\sum R}{N}$$

เมื่อ IOC แทน คำนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม

$\sum R$ แทน ผลรวมคะแนนความคิดของผู้เชี่ยวชาญทั้งหมด

N แทน จำนวนผู้เชี่ยวชาญ

2.2 การวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α -Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) (ล้วน สายยศ และ อังคณา สายยศ. 2536 : 170-171)

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

เมื่อ α แทน ค่าสัมประสิทธิ์ของความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

n แทน จำนวนข้อของแบบสอบถาม

$\sum S_i^2$ แทน ผลรวมของค่าความแปรปรวนของคะแนนของแบบสอบถามแต่ละข้อ

S^2 แทน ความแปรปรวนของคะแนนรวมของแบบสอบถาม

3. สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน

3.1 ทดสอบความแตกต่าง ระหว่างคะแนนเฉลี่ยของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม โดยทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way Analysis of Variance) หรือทดสอบค่า t (t-test) และ เอฟ (F-test) เพื่อทดสอบสมมติฐานตั้งแต่ข้อที่ 1-5 โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537 : 249)

$$F = \frac{MS_B}{MS_W}$$

เมื่อ F แทน ค่าที่ใช้พิจารณา F - distribution

MS_B แทน ค่า Mean Square ระหว่างกลุ่ม

MS_W แทน ค่า Mean Square ภายในกลุ่ม

3.2 ถ้าหากพบว่า ผลการทดสอบมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะตรวจสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีนิวแมน-คูลส์ (Newman Keuls Method) โดยใช้สูตร (ชูศรี วงศ์รัตนะ. 2537 : 267-268)

$$q = \sqrt{\frac{MS_w}{n}}$$

เมื่อ q แทน q -statistic ที่ได้จากรายการ

MS_w แทน ค่า Mean Square ภายในกลุ่ม

n แทน จำนวนคะแนนในแต่ละกลุ่มตัวอย่างที่ไม่เท่ากัน

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกไปท่องเที่ยว อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี” ผู้วิจัยใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยสถิติพรรณนา โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปตารางความเรียง ดังนี้

4.1 ลักษณะทางประชากร

4.2 ผลวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม และจำแนกเป็นรายด้าน

4.3 เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามตัวแปรเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

4.4 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อให้เข้าใจผลการวิเคราะห์ข้อมูลได้ดียิ่งขึ้น ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ทางสถิติและอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

n	หมายถึง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
\bar{X}	หมายถึง	ค่าเฉลี่ย
SD	หมายถึง	ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน
t	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
F	หมายถึง	ค่าที่ใช้พิจารณาใน F-distribution
df	หมายถึง	ขั้นของความอิสระ (degree of freedom)
SS	หมายถึง	ค่าผลรวมกำลังสอง (Sum of Square)
MS	หมายถึง	ค่าความแปรปรวน (Mean Square)
*	หมายถึง	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.1 ลักษณะทางประชากร

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่ไปท่องเที่ยวในอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 381 คน สามารถแสดงถึงลักษณะทางประชากรได้ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	165	43.3
หญิง	216	56.7
อายุ		
15-29 ปี	81	21.3
30-45 ปี	151	39.6
46 ปีขึ้นไป	149	39.1
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	223	58.5
ปริญญาตรีขึ้นไป	158	41.5
อาชีพ		
นักเรียน/นักศึกษา	39	10.2
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	89	23.4
พนักงานบริษัท	139	36.5
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	114	29.9
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า 7,000 บาท	59	15.5
7,001-10,000 บาท	88	23.1
10,001-13,000 บาท	105	27.6
13,001-16,000 บาท	95	24.9
สูงกว่า 16,000 บาท	34	8.9
รวม	381	100.0

จากตารางที่ 4.1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 56.7 โดยมีอายุระหว่าง 30-45 ปี ร้อยละ 39.6 รองลงมาคืออายุ 46 ปีขึ้นไป ร้อยละ 39.1 ซึ่งส่วนใหญ่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 58.5 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 36.5 รองลงมาคือร้อยละ 29.9 ประกอบธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท ร้อยละ 27.6 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 13,001-16,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.9

4.2 ผลวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวมและจำแนกเป็นรายด้าน

สำหรับผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาโดยแบ่งเป็น 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ
2. ด้านแหล่งท่องเที่ยว
3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี
4. ด้านบริหารจัดการของชุมชน
5. ด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์

ตารางที่ 4.2 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวบางกรวย จังหวัดนนทบุรีต่อปัจจัย 5 ด้าน

ปัจจัย	X	SD	ระดับการเลือก
1. ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ	3.72	0.36	มาก
2. ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.32	0.29	ปานกลาง
3. ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	3.25	0.23	ปานกลาง
4. ด้านบริหารจัดการของชุมชน	2.76	0.37	ปานกลาง
5. ด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์	2.72	0.25	ปานกลาง
ภาพรวม	3.14	0.17	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.2 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีต่อปัจจัย 5 ด้านในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.14

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญของการตัดสินใจกับปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ส่วนด้านอื่นๆ ที่เหลือให้ความสำคัญในระดับปานกลาง ได้แก่ ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านบริหารจัดการของชุมชน และด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32 3.25 2.76 และ 2.72 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ทางกายภาพ

ด้าน โครงสร้างพื้นฐาน ทางกายภาพ	ระดับความคิดเห็น					X	SD	ระดับ การเลือก
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. สภาพภูมิทัศน์อันสวยงาม เป็นธรรมชาติ	75 (19.70)	216 (56.70)	90 (23.60)	-	-	3.96	0.66	มาก
2. ความร่มรื่นสวยงามของ พฤษชาติและสวนผลไม้ ในอำเภอบางกรวย	70 (18.40)	229 (60.10)	81 (21.30)	1 (0.30)	-	3.97	0.64	มาก
3. ความเป็นเอกลักษณ์ของ ชุมชนชาวบางกรวย	11 (2.90)	133 (34.90)	215 (56.40)	22 (5.80)	-	3.35	0.63	ปาน กลาง
4. ความสะดวกในการเดินทาง มาท่องเที่ยว	78 (20.50)	286 (75.10)	17 (4.50)	-	-	4.16	0.47	มาก
5. ระบบสาธารณูปโภคถูก สุขอนามัยและมีความ สมบูรณ์เพียงพอ	-	184 (48.30)	197 (51.70)	-	-	3.48	0.50	ปาน กลาง
6. อาคารบ้านเรือนกลมกลืน กับธรรมชาติของคลองใน บางกรวย	66 (17.30)	236 (61.90)	79 (20.70)	-	-	3.97	0.62	มาก
7. สถาปัตยกรรมสมัยอยุธยา สวยงามโดดเด่น	40 (10.50)	244 (64.00)	97 (25.50)	-	-	3.85	0.58	มาก
8. ท่าเทียบเรือคลองในบาง กรวยทันสมัยแข็งแรงและ ปลอดภัย	-	72 (18.90)	241 (63.30)	68 (17.80)	-	3.01	0.61	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.72	0.36	มาก

จากตารางที่ 4.3 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้าน โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยว เป็นอันดับแรก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.16 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ความร่มรื่นสวยงามของพฤษชาติและสวนผลไม้ในอำเภอบางกรวย และอาคารบ้านเรือนกลมกลืนกับธรรมชาติของคลองในอำเภอบาง

กรวย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 อยู่ในระดับมากเท่ากัน ส่วนท่าเทียบเรือคลองในอำเภอบางกรวย
ทันสมัยแข็งแรงและปลอดภัยนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ย
เท่ากับ 3.01 อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากถึงร้อยละ 20.50 ให้ความสำคัญใน
ระดับมากกับความสะดวกในการเดินทางไปท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.4 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่ง
ท่องเที่ยว

ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระดับความคิดเห็น					X	SD	ระดับ การเลือก
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. วัดชลอ	-	244 (64.00)	137 (36.00)	-	-	3.64	0.48	ปาน กลาง
2. วัดเพลง	-	244 (64.00)	137 (36.00)	-	-	3.64	0.48	ปาน กลาง
3. วัดบางอ้อยช้าง	-	41 (10.80)	340 (89.20)	-	-	3.11	0.31	ปาน กลาง
4. วัดบางขุน	-	46 (12.10)	335 (87.90)	-	-	3.12	0.33	ปาน กลาง
5. วัดแก้วฟ้า	-	244 (64.00)	137 (36.00)	-	-	3.64	0.48	ปาน กลาง
6. วัดสิงห์	-	41 (10.80)	340 (89.20)	-	-	3.11	0.31	ปาน กลาง
7. วัดโพธิ์บางโอ	-	45 (11.80)	336 (88.20)	-	-	3.12	0.32	ปาน กลาง
8. ศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านชาว บางกรวย	-	45 (11.80)	336 (88.20)	-	-	3.12	0.32	ปาน กลาง
9. หมู่บ้านขนมหวานไทย	-	243 (63.80)	138 (36.20)	-	-	3.64	0.48	ปาน กลาง
10. สวนพฤกษชาติถนนไม้ ดอกไม้ประดับ	-	40 (10.50)	341 (89.50)	-	-	3.10	0.31	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.32	0.29	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.4 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้าน
แหล่งท่องเที่ยว ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.32

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับวัดชลอ วัดเพลง วัดแก้วฟ้า และหมู่บ้านขนมหวาน
ไทยเป็นอันดับแรกเท่ากัน โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.64 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ วัดบาง

ขุน วัดโพธิ์บางโอ และศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านชาวบางกรวย ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.12 อยู่ในระดับปานกลางเท่ากัน ส่วนสวนพฤกษชาติถนนไม้ดอกไม้ประดับนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.10 อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากถึงร้อยละ 64.00 ให้ความสำคัญในระดับปานกลางกับวัดชลอ วัดเพลง วัดแก้วฟ้า และหมู่บ้านขนมหวานไทย

ตารางที่ 4.5 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านวัฒนธรรมและประเพณี

ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	ระดับความคิดเห็น					X	SD	ระดับการเลือก
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. การแสดงกิจกรรมประเพณี พื้นบ้านชาวบางกรวย เช่น แห่เทียนเข้าพรรษา สงกรานต์ ลอยกระทง	-	260 (68.20)	121 (31.80)	-	-	3.68	0.47	มาก
2. กิจกรรมการทำบุญตักบาตร... ตักบาตร 108 ตักบาตรเทโว	-	131 (34.40)	250 (65.60)	-	-	3.34	0.48	ปานกลาง
3. กิจกรรมการสร้างสรรค์ในรูป ชมรมเพื่อการบันเทิง	-	35 (9.20)	346 (90.80)	-	-	3.09	0.29	ปานกลาง
4. นิทรรศการแสดงกิจกรรม วัฒนธรรมและประเพณีชาว บางกรวย เช่น การดำรงชีวิต การละเล่น การร่วมงานแสดง ตามประเพณี การแต่งกาย	-	57 (15.00)	324 (85.00)	-	-	3.15	0.36	ปานกลาง
5. การประกอบอาหารไทย ของชาวบางกรวย	-	31 (8.10)	350 (91.90)	-	-	3.08	0.27	ปานกลาง
6. สินค้าของที่ระลึกของ ชาวบางกรวยและท้องถิ่น	-	65 (17.10)	316 (82.90)	-	-	3.17	0.38	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						3.25	0.23	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.5 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านวัฒนธรรมและประเพณี ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.25

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง ได้ให้ความสำคัญกับการแสดงกิจกรรมประเพณีพื้นบ้านชาวบางกรวย เช่น แห่เทียนเข้าพรรษา สงกรานต์ ลอยกระทงเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.68 อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ กิจกรรมการทำบุญตักบาตร... ตักบาตร 108 ตักบาตรเทโว มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.34 อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการประกอบอาหารไทยของชาวบางกรวยนั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.08 อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากถึงร้อยละ 68.20 ให้ความสำคัญในระดับมากกับการแสดงกิจกรรมประเพณีพื้นบ้านชาวบางกรวย เช่น แห่เทียนเข้าพรรษา สงกรานต์ ลอยกระทง

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชน

ด้านบริหารจัดการของชุมชน	ระดับความคิดเห็น					X	SD	ระดับการเลือก
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. มีเจ้าหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกประจำวัน สำนักงานตลอดเวลาที่มีการบริการตามกำหนดการ	-	-	224 (58.80)	157 (41.20)	-	2.59	0.49	ปานกลาง
2. มีเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานคอยให้ความรู้แนะนำเพื่อการบริการแก่นักท่องเที่ยว	-	-	254 (66.70)	127 (33.30)	-	2.67	0.47	ปานกลาง
3. มีเจ้าหน้าที่รักษาดูแลความปลอดภัยประจำแหล่งท่องเที่ยวในบางกรวยตามจุดต่างๆ	-	-	251 (65.90)	130 (34.10)	-	2.66	0.48	ปานกลาง
4. มีการจัดบริการร้านค้าอาหารให้เลือกบริโภคถูกสุขอนามัยและราคาเหมาะสม	-	-	208 (54.60)	173 (45.40)	-	2.55	0.50	ปานกลาง
5. จัดพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	-	-	198 (52.00)	183 (48.00)	-	2.52	0.50	ปานกลาง
6. จัดการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ละเอียดกว้างขวาง	-	-	308 (80.80)	73 (19.20)	-	2.81	0.39	ปานกลาง
7. จัดบริการเครื่องอำนวยความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคได้อย่างถูกสุขอนามัย	-	-	319 (83.70)	62 (16.30)	-	2.84	0.37	ปานกลาง
8. มีการปรับปรุงถนนและทางเดินเพื่อสะดวกแก่นักท่องเที่ยว	-	208 (54.60)	146 (38.30)	27 (7.10)	-	3.48	0.63	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						2.76	0.37	ปานกลาง

จากตารางที่ 4.6 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้าน
บริหารจัดการของชุมชนในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.76

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงถนน และทางเดินเพื่อสะดวกแก่นักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.48 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ จัดบริการ
เครื่องอำนวยความสะดวกในด้านสาธารณูปโภคได้อย่างถูกสุขอนามัย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 อยู่ใน
ระดับปานกลาง ส่วนจัดพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมนั้น พบว่า
กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.52 อยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากถึงร้อยละ 54.60 ให้ความสำคัญใน
ระดับมากกับการปรับปรุงถนน และทางเดินเพื่อสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.7 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์

ด้านการใช้สื่อ ในการประชาสัมพันธ์	ระดับความคิดเห็น					X	SD	ระดับ การเลือก
	มากที่สุด	มาก	ปาน กลาง	น้อย	น้อย ที่สุด			
1. โทรทัศน์	-	-	183 (48.00)	198 (52.00)	-	2.48	0.50	ปาน กลาง
2. วิทยุ	-	-	281 (73.80)	100 (26.20)	-	2.74	0.44	ปาน กลาง
3. หนังสือพิมพ์	-	115 (30.20)	266 (69.80)	-	-	3.30	0.46	ปาน กลาง
4. นิตยสาร/วารสารการ ท่องเที่ยว	-	-	254 (66.70)	127 (33.30)	-	2.67	0.47	ปาน กลาง
5. แผ่นพับ/ใบปลิวโฆษณา	-	-	197 (51.70)	184 (48.30)	-	2.52	0.50	ปาน กลาง
6. เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว	-	-	207 (54.30)	174 (45.70)	-	2.54	0.50	ปาน กลาง
7. เพื่อนๆ	-	45 (11.80)	336 (88.20)	-	-	3.12	0.32	ปาน กลาง
8. ญาติ	-	45 (11.80)	336 (88.20)	-	-	3.12	0.32	ปาน กลาง
9. เว็บไซต์	-	-	29 (7.60)	352 (92.40)	-	2.08	0.27	น้อย
10. ป้ายประชาสัมพันธ์ข้าง ถนน	-	-	251 (65.90)	130 (34.10)	-	2.66	0.48	ปาน กลาง
ค่าเฉลี่ยรวม						2.72	0.25	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.7 แสดงการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ ในภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.72

ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญกับหนังสือพิมพ์เป็นอันดับแรก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.30 อยู่ในระดับปานกลาง รองลงมาคือ เพื่อนๆ และญาติ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.84 อยู่ในระดับ

ปานกลางเท่ากัน ส่วนเว็บไซต์นั้น พบว่ากลุ่มตัวอย่างได้ให้ความสำคัญเป็นอันดับสุดท้าย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.08 อยู่ในระดับน้อย

เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากถึงร้อยละ 30.20 ให้ความสำคัญในระดับมากกับหนังสือพิมพ์

4.3 เปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

สำหรับการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบโดยใช้สถิติ t-test กับตัวแปรเพศ และระดับการศึกษา ส่วนตัวแปร อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ใช้สถิติ F-test และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างกันก็จะทำการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ โดยใช้ สถิติ Newman Keuls

ตารางที่ 4.8 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ในภาพรวม และรายด้าน จำแนกตามเพศ

ปัจจัย	เพศชาย (n=165)		เพศหญิง (n=216)		t	P
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ	3.71	0.36	3.72	0.36	0.326	0.745
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.31	0.30	3.33	0.28	0.604	0.546
ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	3.26	0.24	3.25	0.21	0.543	0.587
ด้านบริหารจัดการของชุมชน	2.75	0.37	2.77	0.37	0.570	0.569
ด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์	2.71	0.24	2.73	0.26	0.991	0.322
รวม	3.13	0.16	3.15	0.18	0.850	0.396

จากตารางที่ 4.8 เมื่อพิจารณาการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีของนักท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ก็พบว่า ปัจจัยทุกด้านตามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเพศชาย และเพศหญิง มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกไม่แตกต่างกันทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน

ตารางที่ 4.9 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามระดับการศึกษา

ปัจจัย	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=223)		ปริญญาตรีขึ้นไป (n=158)		t	P
	X	SD	X	SD		
ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ	3.69	0.36	3.75	0.36	1.617	0.107
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	3.37	0.28	3.26	0.29	3.365*	0.001
ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	3.23	0.24	3.29	0.19	2.888*	0.004
ด้านบริหารจัดการของชุมชน	2.80	0.33	2.72	0.42	2.011*	0.045
ด้านการใช้สื่อในการ ประชาสัมพันธ์	2.74	0.22	2.70	0.28	1.540	0.125
รวม	3.15	0.16	3.12	0.19	1.614	0.107

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.9 เมื่อพิจารณาระดับการเลือกมาท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี และปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกไม่แตกต่างกัน ทางสถิติที่ระดับ .05 แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านบริหารจัดการของชุมชน นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป ในขณะที่ด้านวัฒนธรรมและประเพณี นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาค่ำกว่าปริญญาตรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน ส่วนด้านอื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.10 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอายุ

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	2	0.044	0.022	0.172	0.842
	ภายในกลุ่ม	378	48.211	0.128		
	รวม	380	48.255			
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	2	1.065	0.532	6.504*	0.002
	ภายในกลุ่ม	378	30.943	0.082		
	รวม	380	32.007			
ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	2	1.534	0.767	16.260*	0.000
	ภายในกลุ่ม	378	17.830	0.047		
	รวม	380	19.364			
ด้านบริหารจัดการของชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	2	13.539	6.770	65.254*	0.000
	ภายในกลุ่ม	378	39.214	0.104		
	รวม	380	52.753			
ด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	2	6.835	3.417	76.464*	0.000
	ภายในกลุ่ม	378	16.894	0.045		
	รวม	380	23.729			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	2	1.113	0.557	20.978*	0.000
	ภายในกลุ่ม	378	10.028	0.027		
	รวม	380	11.141			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า การตัดสินใจไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน ในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีระดับการเลือกแตกต่างกัน ได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านวัฒนธรรมและประเพณี ด้านบริหารจัดการของชุมชน และด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ ส่วนโครงสร้างพบว่าไม่แตกต่างกัน

4.4 ทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอ บางกรวย จังหวัดนนทบุรี

เมื่อพบว่าผลการตัดสินใจไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกัน จึงได้ทำ
การทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ Newman Keuls ได้ผลดังตารางที่ 4.11-4.15

ตารางที่ 4.11 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของระดับการตัดสินใจไปท่องเที่ยว
บางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวม จำแนกตามอายุ

อายุ	X	30-45 ปี	15-29 ปี	46 ปีขึ้นไป
		3.08	3.15	3.20
30-45 ปี	3.08		.0753*	.1210*
15-29 ปี	3.15			
46 ปีขึ้นไป	3.20			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจ
เลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันนั้น
ผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-29 ปี และผู้ที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง
30-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	X	46 ปีขึ้นไป	30-45 ปี	15-29 ปี
		3.26	3.34	3.40
46 ปีขึ้นไป	3.26			.1380*
30-45 ปี	3.34			
15-29 ปี	3.40			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.12 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันนั้น ผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-29 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.13 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านวัฒนธรรมและประเพณี จำแนกตามอายุ

อายุ	X	46 ปีขึ้นไป	30-45 ปี	15-29 ปี
		3.19	3.26	3.36
46 ปีขึ้นไป	3.19		.0648*	.1709*
30-45 ปี	3.26			.1061*
15-29 ปี	3.36			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันนั้น ผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-29 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป และผู้ที่มีอายุระหว่าง 30-45 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับผู้ที่มีอายุระหว่าง 30-45 ปี มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไป

ตารางที่ 4.14 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชน จำแนกตามอายุ

อายุ	X	30-45 ปี	15-29 ปี	46 ปีขึ้นไป
		2.58	2.69	2.99
30-45 ปี	2.58			.4163*
15-29 ปี	2.69			.3018*
46 ปีขึ้นไป	2.99			

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับการเลือกมา
ท่องเที่ยวบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัันนั้น
ผู้ที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง30-45 ปี และผู้ที่มีอายุระหว่าง
15-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นพบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตามอายุ

อายุ	X	30-45 ปี	15-29 ปี	46 ปีขึ้นไป
		2.59	2.67	2.88
30-45 ปี	2.59			.0816*
15-29 ปี	2.67			.2958*
46 ปีขึ้นไป	2.88			.2142*

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.15 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจ
เลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของ
นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัันนั้น ผู้ที่มีอายุ 46 ปีขึ้นไปมีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่มีอายุ
ระหว่าง30-45 ปี และผู้ที่มีอายุระหว่าง15-29 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับผู้
ที่มีอายุระหว่าง15-29 ปีมีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่มีอายุระหว่าง30-45 ปี

ตารางที่ 4.16 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามอาชีพ

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	3	0.825	0.275	2.185	0.089
	ภายในกลุ่ม	377	47.430	0.126		
	รวม	380	48.255			
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	3	0.827	0.276	3.335*	0.020
	ภายในกลุ่ม	377	31.180	0.083		
	รวม	380	32.007			
ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	3	0.145	0.048	0.950	0.417
	ภายในกลุ่ม	377	19.219	0.051		
	รวม	380	19.364			
ด้านบริหารจัดการของชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	3	8.020	2.673	22.530*	0.000
	ภายในกลุ่ม	377	44.733	0.119		
	รวม	380	52.753			
ด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	3	2.902	0.967	17.509*	0.000
	ภายในกลุ่ม	377	20.827	0.055		
	รวม	380	23.729			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	3	1.047	0.349	13.028*	0.000
	ภายในกลุ่ม	377	10.094	0.027		
	รวม	380	11.141			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ระดับการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน ในภาพรวมมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีการตัดสินใจแตกต่างกันได้แก่ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ด้านบริหารจัดการของชุมชน และด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์

เมื่อพบว่ามีความแตกต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบเป็นรายคู่ โดยใช้วิธีของ Newman Keuls ได้ผลดังตารางที่ 4.17-4.20

ตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	X	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัท
		3.04	3.09	3.17	3.19
นักเรียน/นักศึกษา	3.04			.1247*	.1473*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.09			.0754*	.0980*
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.17				
พนักงานบริษัท	3.19				

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.17 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันนั้น ผู้ที่เป็นพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจ สูงกว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นกัน ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.18 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	X	นักเรียน/ นักศึกษา	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว
		3.26	3.26	3.34	3.37
นักเรียน/นักศึกษา	3.26			.1098*	
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3.26				
พนักงานบริษัท	3.34				
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	3.37				

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันนั้น ผู้ที่เป็นพนักงานบริษัท มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.19 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชน จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	X	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		2.54	2.61	2.85	2.92
นักเรียน/นักศึกษา	2.54			.3128*	.3889*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.61			.2384*	.3145*
พนักงานบริษัท	2.85				
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.92				

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันนั้น ผู้ที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทมีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตาม
อาชีพ

อาชีพ	X	นักเรียน/ นักศึกษา	ประกอบธุรกิจ ส่วนตัว	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ
		2.57	2.64	2.77	2.81
นักเรียน/นักศึกษา	2.57			.2082	.2479*
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	2.64			.1371*	.1769*
พนักงานบริษัท	2.77				
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	2.81				

* ค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.20 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันั้น ผู้ที่เป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยระดับการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับผู้ที่เป็นพนักงานบริษัทมีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษา และผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.21 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
ในภาพรวมและรายด้าน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ปัจจัย	แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	P
ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ	ระหว่างกลุ่ม	4	3.236	0.809	6.756*	0.000
	ภายในกลุ่ม	376	45.019	0.120		
	รวม	380	48.255			
ด้านแหล่งท่องเที่ยว	ระหว่างกลุ่ม	4	2.560	0.640	8.171*	0.000
	ภายในกลุ่ม	376	29.448	0.078		
	รวม	380	32.007			
ด้านวัฒนธรรมและประเพณี	ระหว่างกลุ่ม	4	2.102	0.525	11.445*	0.000
	ภายในกลุ่ม	376	17.262	0.046		
	รวม	380	19.364			
ด้านบริหารจัดการของชุมชน	ระหว่างกลุ่ม	4	5.497	1.374	10.934*	0.000
	ภายในกลุ่ม	376	47.257	0.126		
	รวม	380	52.753			
ด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์	ระหว่างกลุ่ม	4	2.553	0.638	11.332*	0.000
	ภายในกลุ่ม	376	21.176	0.056		
	รวม	380	23.729			
ภาพรวม	ระหว่างกลุ่ม	4	1.178	0.295	11.116*	0.000
	ภายในกลุ่ม	376	9.963	0.026		
	รวม	380	11.141			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.21 พบว่าการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี
ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน ทั้งในภาพรวมและรายด้านมีความแตกต่างกันอย่างมี
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อพบว่ามีความแตกต่างกัน จึงได้ทำการทดสอบเป็นรายคู่
โดยใช้วิธีของ Newman Keuls ได้ผลดังตารางที่ 4.22-4.27

ตารางที่ 4.22 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	X	ต่ำกว่า	13,001-	7,001-	สูงกว่า	10,001-
		7,000 บาท	16,000 บาท	10,000 บาท	16,000 บาท	13,000 บาท
		3.05	3.10	3.16	3.16	3.20
ต่ำกว่า 7,000 บาท	3.05			.1182*	.1138*	.1568*
13,001-16,000 บาท	3.10			.0674*	.0630*	.1061*
7,001-10,000 บาท	3.16					
สูงกว่า 16,000 บาท	3.16					
10,001-13,000 บาท	3.20					

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.22 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีในภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัันนั้น ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท และรายได้ระหว่าง 13,001-16,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 16,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท และรายได้ระหว่าง 13,001-16,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,001-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท และรายได้ระหว่าง 13,001-16,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้าน โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ จำแนกตาม
รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	X	สูงกว่า	ต่ำกว่า	7,001-	13,001-	10,001-
		16,000 บาท	7,000 บาท	10,000 บาท	16,000 บาท	13,000 บาท
		3.59	3.66	3.67	3.69	3.86
สูงกว่า 16,000 บาท	3.59					.2737*
ต่ำกว่า 7,000 บาท	3.66					.1988*
7,001-10,000 บาท	3.67					.1929*
13,001-16,000 บาท	3.69					.1764*
10,001-13,000 บาท	3.86					

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.23 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้าน โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัันนั้น ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 16,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,001-10,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 13,001-16,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่า ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	X	13,001- 16,000 บาท	สูงกว่า 16,000 บาท	ต่ำกว่า 7,000 บาท	10,001- 13,000 บาท	7,001- 10,000 บาท
		3.22	3.22	3.30	3.38	3.42
13,001-16,000 บาท	3.22				.1609*	.1994*
สูงกว่า 16,000 บาท	3.22				.1984*	.1969*
ต่ำกว่า 7,000 บาท	3.30					.1221*
10,001-13,000 บาท	3.38					
7,001-10,000 บาท	3.42					

* คำนวณด้วยสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.24 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันั้น ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,001-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 13,001-16,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 16,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท เช่นเดียวกับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 13,001-16,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 16,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.25 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านวัฒนธรรมและประเพณี จำแนกตามรายได้ต่อ
เดือน

รายได้ต่อเดือน	X	สูงกว่า	ต่ำกว่า	10,001-	13,001-	7,001-
		16,000 บาท	7,000 บาท	13,000 บาท	16,000 บาท	10,000 บาท
		3.09	3.21	3.23	3.27	3.36
สูงกว่า 16,000 บาท	3.09		.1131*	.1338*	.1770*	.2667*
ต่ำกว่า 7,000 บาท	3.21					.1536*
10,001-13,000 บาท	3.23					.1329*
13,001-16,000 บาท	3.27					
7,001-10,000 บาท	3.36					

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.25 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านวัฒนธรรมและประเพณีของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัันนั้น ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,001-10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 16,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท เช่นเดียวกับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 13,001-16,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท มีค่าเฉลี่ยการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 16,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.26 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชน จำแนกตามรายได้ต่อ
เดือน

รายได้ต่อเดือน	X	ต่ำกว่า 7,000 บาท	13,001-16,000 บาท	7,001-10,000 บาท	10,001-13,000 บาท	สูงกว่า 16,000 บาท
		2.57	2.73	2.76	2.81	3.05
ต่ำกว่า 7,000 บาท	2.57			.2462*	.4858*	
13,001-16,000 บาท	2.73				.3238*	
7,001-10,000 บาท	2.76				.2901*	
10,001-13,000 บาท	2.81				.2369*	
สูงกว่า 16,000 บาท	3.05					

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.26 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านบริหารจัดการของชุมชนของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัันนั้น ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 16,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 13,001-16,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,001-10,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.27 ผลการทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยว
อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ จำแนกตาม
รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	X	ต่ำกว่า	13,001-	7,001-	10,001-	สูงกว่า
		7,000 บาท	16,000 บาท	10,000 บาท	13,000 บาท	16,000 บาท
		2.57	2.73	2.76	2.81	3.05
ต่ำกว่า 7,000 บาท	2.58				.2067*	.2917*
13,001-16,000 บาท	2.69				.1020*	.1870*
7,001-10,000 บาท	2.71					.1708*
10,001-13,000 บาท	2.79					
สูงกว่า 16,000 บาท	2.88					

* คำนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4.27 พบว่า ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีด้านการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกันนั้น ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 16,000 บาท มีค่าเฉลี่ยระดับการเลือกสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท ผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 13,001-16,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 7,001-10,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เช่นเดียวกับผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-13,000 บาท มีค่าเฉลี่ยของการตัดสินใจสูงกว่าผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท และผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 13,001-16,000 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ พบว่าไม่แตกต่างกัน

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรต่าง ๆ ผลการทดสอบเป็นดังนี้

1. นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้
2. นักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้
3. นักท่องเที่ยวไทยที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน ซึ่งปฏิเสธสมมติฐานที่ตั้งไว้
4. นักท่องเที่ยวไทยที่มีอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้
5. นักท่องเที่ยวไทยที่มีรายได้ต่างกัน มีการตัดสินใจเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวไทย

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสรุปผลได้ดังนี้

1. การศึกษาลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี จำนวน 381 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 216 คน คิดเป็นร้อยละ 56.70 มีอายุระหว่าง 30 – 45 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.60 รองลงมาอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 39.10 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 58.50 มีอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 รองลงมาเป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว 114 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 และมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 13,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 27.60 รองลงมา 13,001 – 16,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24.90

2. การวิเคราะห์ข้อมูลความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวไทย ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างพบดังนี้

ความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี โดยรวมทุกองค์ประกอบปัจจัยด้านต่าง ๆ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบดังนี้

2.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐานของกายภาพ พบมองเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$)

2.2 ด้านแหล่งท่องเที่ยว พบมองเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$)

2.3 ด้านวัฒนธรรมและประเพณี พบมองเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.25$)

2.4 ด้านบริการจัดการของชุมชน พบมองเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.76$)

2.5 ด้านการสื่อในการประชาสัมพันธ์ พบมองเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.72$)

การวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐาน

จากการทดสอบสมมติฐานของตัวแปรต่าง ๆ พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศต่างกัน มีระดับการศึกษาแตกต่างกันเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ นักท่องเที่ยวไทยที่มีอายุต่างกัน มีอาชีพแตกต่างกัน และมีรายได้แตกต่างกันเห็นความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มีประเด็นการอภิปรายดังนี้

1. เมื่อพิจารณาการมองความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวไทย เป็นรายด้าน พบว่า ระดับการเลือกในระดับมาก คือด้านโครงสร้างพื้นฐานของกายภาพ ส่วนด้านอื่น ๆ มีระดับการเลือกในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวไทยที่ไปเที่ยวอำเภอบางกรวยมีความมุ่งหมายและตั้งใจที่จะไปชื่นชม ทัศนะธรรมชาติ สภาพภูมิทัศน์ ความร่มรื่นสวยงามของพฤษชาติและสวนผลไม้ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมประเพณีไทย สถาปัตยกรรมอันเก่าแก่ เมืองอยุธยา ซึ่งเป็นสิ่งจูงใจที่อยากได้พบอยากให้เห็น ทัศนาคด้วยความอึดอ้อมใจทั้งสิ้น เช่น วัดต่าง ๆ ที่เป็นสถานที่เก่าแก่ แสดงออกถึงศิลปวัฒนธรรมอันงดงาม และเป็นที่เลื่องลือ เช่น วัดชะลอ วัดบางขุน วัดแก้วฟ้า ประเพณีที่เก่าแก่ของชาวบางกรวย ซึ่งสอดคล้องกับ ประสบพร พุ่มพวง (2545 : บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ประชาชนในกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่ชอบเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากที่สุด คือ ภาคเหนือ รองลงมาคือภาคกลาง และสนใจที่จะเที่ยวชมและศึกษาสถานที่ศิลปวัฒนธรรมที่บ้าน ทรัพยากรธรรมชาติ

2. เมื่อศึกษาเปรียบเทียบการตัดสินใจ โดยถือเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวไทย ไม่ทำให้การตัดสินใจไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกัน นภา จันทรตรี (2545 : บทคัดย่อ)

ทำการศึกษารื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนมากเป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 22 – 30 ปี ชอบมาท่องเที่ยวเพราะประทับใจในธรรมชาติและสอดคล้องกับ บรรจบพร สุมนรัตน์กุล (2544 : 130) ศึกษาความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาท่องเที่ยว ที่จะชมธรรมชาติ ชมวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม และเล่นน้ำตก อนึ่ง สันติวงษ์ (2537 : 19) กล่าวว่า ในการพิจารณาเพื่อตัดสินใจในการเลือกสิ่งใด ๆ เพื่อเป็นความสุขใจ สบายใจ และเป็นประโยชน์ตามต้องการของตนเองนั้น จะต้องอยู่บนพื้นฐานความรู้ ประสบการณ์ และการรับรู้จากสังคม สิ่งแวดล้อมในการประกอบอาชีพ และดำรงชีพของกลุ่มตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยครั้งนี้ด้วย

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการทำผลการวิจัยไปใช้

จากการศึกษา การตัดสินใจไปท่องเที่ยวอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี ของนักท่องเที่ยวไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสรุปได้ดังนี้

1. ควรส่งเสริมให้คงสภาพโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ในสภาพเดิม ไม่ควรมีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงให้ผิดแผกไปจากเดิม
2. ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือส่งเสริมให้ปรับปรุงด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างจริงจัง เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของอำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรี มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่
3. ทางการควรร่วมมือกับท้องถิ่นปรับปรุงพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้สะอาด ร่มรื่น สวยงาม และจัดระบบการคมนาคมให้เดินทางสะดวกกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยว่า สื่อประเภทใดที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับการสื่อสารเพื่อส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ หรือที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย
2. ควรศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการสื่อสารระหว่างสื่อดั้งเดิม คือ หนังสือพิมพ์ วิทยุกระจายเสียงและวิทยุโทรทัศน์ กับ สื่อใหม่ คือ สื่ออินเทอร์เน็ต ในการเผยแพร่ข้อมูลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

ภาคผนวก

แบบสอบถาม

เรื่อง

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวไทยในการเลือกไปท่องเที่ยวศึกษา อำเภอบางกรวยจังหวัดนนทบุรี

คำชี้แจง ในการตอบแบบสอบถามแต่ละตอน กรุณาใส่เครื่องหมาย ลงในช่องว่าง
ที่ตรงกับความเป็นจริงมากที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. เพศ
 ชาย หญิง
2. อายุ
 15 – 29 ปี 30 – 45 ปี
 46 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรีขึ้นไป
4. อาชีพ
 นักเรียน/นักศึกษา ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 พนักงานบริษัท ประกอบธุรกิจส่วนตัว
5. รายได้/เดือน
 ต่ำกว่า 7200 บาท 7200 – 18200 บาท
 18201 บาทขึ้นไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลระดับการเลือกมาท่องเที่ยวบางกรวย

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ให้ตรงกับระดับความสำคัญมากที่สุด

ข้อ	ลักษณะ/ สภาพทั่วไปของบางกรวย	ระดับการตัดสินใจเลือก				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1	ด้านโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ สภาพภูมิทัศน์อันสวยงามเป็นธรรมชาติ					
2	ความร่วมมืออันสวยงามของพฤษชาติ และ สวนผลไม้ในอำเภอบางกรวย					
3	ความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนชาวบางกรวย					
4	ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว					
5	ระบบสาธารณสุขปลอดภัยสุขอนามัย และมี สมบูรณ์เพียงพอ					
6	อาคารบ้านเรือนกลมกลืนกับธรรมชาติของ คลองในบางกรวย					
7	สถาปัตยกรรมสมัยอยุธยาสวยงามโดดเด่น					
8	ท่าเทียบเรือคลองในบางกรวยทันสมัยแข็งแรง และปลอดภัย					
	ด้านแหล่งท่องเที่ยว					
1	วัดชลอ					
2	วัดเพลง					
3	วัดบางอ้อยช้าง					
4	วัดบางขุน					
5	วัดแก้วฟ้า					
6	วัดสิงห์					
7	วัดโพธิ์บางโอ					
8	ศูนย์วัฒนธรรมพื้นบ้านชาวบางกรวย					
9	หมู่บ้านขนมหวานไทย					
10	สวนพฤษชาติถนนไม้ดอกไม้ประดับ					

ข้อ	ลักษณะ/ สภาพทั่วไปของบางกรวย	ระดับการตัดสินใจเลือก				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านวัฒนธรรมและประเพณี					
1	การแสดงกิจกรรมประเพณีพื้นบ้านชาวบางกรวย เช่นแห่เทียนเข้าพรรษา สงกรานต์ ลอยกระทง					
2	กิจกรรมการทำบุญตักบาตร....ตักบาตร 108 ตักบาตรเทโว					
3	กิจกรรมการสร้างสรรค์ในรูปชมรมเพื่อการบันเทิง					
4	นิทรรศการแสดงกิจกรรม วัฒนธรรมและประเพณีชาวบางกรวย เช่น การดำรงชีวิต การละเล่น การร่วมงานแสดงตามประเพณี การแต่งกาย					
5	การประกอบอาหารไทยของชาวบางกรวย					
6	สินค้าสิ่งของที่ระลึกของชาวบางกรวยและท้องถิ่น					
	ด้านบริหารจัดการของรัฐ					
1	มีหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกประจำสำนักงาน ตลอดเวลาที่มีการ บริการตามกำหนดการ					
2	มีเจ้าหน้าที่ประจำสำนักงานคอยให้ความรู้แนะนำ เพื่อการบริการแก่นักท่องเที่ยว					
3	มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประจำ แหล่งท่องเที่ยวในบางกรวยตามจุดต่างๆ					
4	มีการจัดบริการร้านค้า อาหาร ให้เลือกบริโภค ถูกสุขอนามัย และราคาเหมาะสม					
5	จัดพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม					
6	จัดการประชาสัมพันธ์ในด้านต่างๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม ละเอียด กว้างขวาง					
7	จัดบริการเครื่องอำนวยความสะดวกในการ สาธารณูปโภคได้อย่างถูกสุขอนามัย					

ข้อ	ลักษณะ/ สภาพทั่วไปของบางกรวย	ระดับการตัดสินใจเลือก				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
	ด้านวิธีการประชาสัมพันธ์					
1	โทรทัศน์					
2	วิทยุ					
3	หนังสือพิมพ์					
4	นิตยสาร/วารสารการท่องเที่ยว					
5	แผ่นพับ/ใบปลิวโฆษณา					
6	เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยว					
7	เพื่อนๆ					
8	ญาติ					
9	เว็บไซต์					
10	ป้ายประชาสัมพันธ์ข้างถนน					

ตอนที่ 3 โปรดแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยอิสระ

1. ปัญหาที่ท่านพบจากการมาท่องเที่ยวของบางกรวยจังหวัดนนทบุรี

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. ท่านมีข้อเสนอแนะในการวางแผนจัดการการท่องเที่ยวของบางกรวยเพื่อส่งเสริมและพัฒนาให้บางกรวยเป็นแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

บรรณานุกรม

หนังสือและบทความในหนังสือ

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2547). คู่มือปฏิบัติงานการท่องเที่ยวและกีฬาสำหรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเล็ทกรุ๊ป.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2538-2539). แผนการท่องเที่ยวปี 2545. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเล็ทกรุ๊ป.
- _____. (2539, มีนาคม). "บทความพิเศษ". ECOTOURISM NETWORK. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด มิลเล็ทกรุ๊ป.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. (2540). วิถีไทย : การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2537). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.
- คู่ย์ ชุมสาย. มล. (ม.ป.ป.). หลักวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แพรวพิทยา.
- คู่ย์ ชุมสาย. มล. และ ญิบพัน พรหมโยธี. (2527). ปฐมบทวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. (2538). พฤติกรรมกรการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. นครปฐม : คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ประคอง กรรณสูต. (2525). สถิติศาสตร์ประยุกต์สำหรับครู. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ฝ่ายปกครอง อำเภอบางกรวย. เที่ยวอำเภอบางกรวย. นนทบุรี, 2551. (เอกสารอัดสำเนา)
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พระครูนนทจิตรวิบูลย์. ธรรมานุสรณ์. บางกรวยนนทบุรี, 2551. (เอกสารอัดสำเนา)
- วรรณ วลัยวานิช. (2539). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- วิชัย เทียนน้อย. (2528). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

วินิจฉัย วีรยางกูร. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วัดชลอ. เที่ยวที่วัดชลอ. บางกรวยนนทบุรี, 2551. (เอกสารอัดสำเนา)

สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เอกสารอื่นๆ

กุลธิดา เอี่ยมฉัตร. (2545). “ทัศนคติมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต”. ปริญญานิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

จิราพร กองทอง. (2540). “ปัจจัยที่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณด่านช่องจอม อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์”. ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต (ภูมิศาสตร์). มหาสารคาม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ชุลีพร ไกรเวียง. (2531). “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่”. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (สาขาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทวีศักดิ์ ทิพยมหิษฐ์. (2544). “รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา”. ฉะเชิงเทรา : สถาบันราชภัฏราชนครินทร์.

นภา จันทร์ศรี. (2545). “ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวบนเกาะช้าง จังหวัดตราด”. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม. (พัฒนาสังคม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

บรรจบพร สุนทรต้นกุล. (2544). “ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี”. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ประสพพร พุ่มพวง. 2545). “พฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร”. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

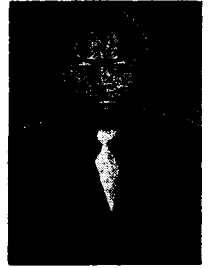
เพ็ญลักษณ์ เกตุทัต. (2540). “ทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด”. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- รวัดย์ สุวรรณภักดี. (2547). “ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวดต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอุทยานนกน้ำทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง.” ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศนิกาญจน์ เทพกาญญา. (2542). “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า”. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การจัดการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- ศศิธร สามารถ. (2545). “ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกระบี่”. สารนิพนธ์. บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สมจิต กหาวงศ์. (2541). “ความพึงพอใจของประชาชนที่มาท่องเที่ยวในสวนสาธารณะในจังหวัดเชียงใหม่”. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. (วิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมหวัง พิริยานูวัฒน์. (2540). “คุณภาพชีวิตการทำงานของข้าราชการพลเรือน”. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (บริหารการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- สุริพร ภัทรพรนันท์. (2541). “ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติในจังหวัดกาญจนบุรี”. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร์ มหามบัณฑิต (สิ่งแวดล้อมศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุวรรณ ศรีติลาวัฒน์. (2541). “ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ”. สารนิพนธ์ บธ.ม. (การตลาด). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สุเชษฎ์ เศรษฐมาสและดรชนี อมพันธ์. (2538). “โครงการศึกษาการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ”. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เสริมสกุล เสรีกิจ. (2547). “ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต”. ปรินญาณิพนธ์ วท.ม. (การจัดการนันทนาการ). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- โสภาพร สุทธิศักดิ์. (2539). “ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมกาเปิดรับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกับระยะเวลาในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดเพชรบุรีของนักท่องเที่ยวชาวไทย”. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต (นิเทศศาสตร์พัฒนาการ). บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

BOOKS

- Ceballos Laseurain, H. (1998). Proprietors "Opinion on Ecotourism : A Case Study of The Roxz Bay, Sydney Australia," *Journal of Ecotourism Research*. 60 (4) : 248-A.
- Cowan, W. E. (1989). *Assessing Employer – Employee Satisfaction with Training at Canadian Valley Area*. Canada : Oklahoma University.
- Ealine, Ruth. (1984, April). "Satisfaction of Tourist in Private Park and Recreation in New York", *Dissertation Abstracts Intemational*. 44(10) : 1120-1128A.
- Krejcie, Robert V. and Morgan, Darly W. (1970). "Deetermining Sample Size for Research Activties". *Educational and Psychological Measurement*. 30(3) : 607 – 610.
- Young, R. A. and M. L. Flowers. (1982). *Users of and Patterns Satisfaction and Recommendations*. Forest research report. University of Illinois.

ประวัติผู้ทำสารนิพนธ์



ชื่อ - สกุล

นายสุนันท์ศ แฝ้วสกุล

วัน เดือน ปีเกิด

13 มีนาคม พ.ศ. 2524

สถานที่เกิด

จังหวัดนนทบุรี

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

บ้านเลขที่ 3/1 หมู่ 3 ต.บางขุน อ.บางกรวย

จ.นนทบุรี 11130

ประวัติการศึกษา

2530

อนุบาลจากโรงเรียนประสาทวิทยา

2542

มัธยมศึกษาตอนปลาย

จากโรงเรียนสาธิตแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

2547

ศิลปศาสตรบัณฑิต โปรแกรมวิชา อุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว

จากมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

ประวัติการทำงาน

-

มัคคุเทศก์

-

เปิดกิจการสถานบันเทิง Room25 ทองหล่อ ซอย25

โรงแรม อิมพีเรียลควีนส์ปาร์ค สุขุมวิท 22