ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

อัจฉรา นิธิโภคารัตน์

ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
เลขเรียกหนังสือ
เลขทะเบียน 173946
วันลงทะเบียน 10 ก.ค. 2555

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
พ.ศ. 2554
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Loei Rajabhat University
T000001502

หัวข้อวิทยานิพนธ์	**ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย**
โดย	**อัจฉรา นิธิโภคารัตน์**
สาขาวิชา	**การจัดการและการประเมินโครงการ**
อาจารย์ที่ปรึกษา	**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวารีย์ ศรีปูณะ**
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	**ดร. กอบกาญจน์ กัปตพล**

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อนุมัติให้รับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

.....คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
(รองศาสตราจารย์ดร.จุลดิษฐ อุปฮาต)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

.....ประธานกรรมการ
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวภา สุขประเสริฐ)

.....กรรมการ
(ดร.สิทธิกร อ้วนศิริ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษา
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ ศรีปูณะ)

.....อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม
(ดร.กอบกาญจน์ กัปตพล)

กิตติมากรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความเมตตากรุณาอย่างสูงจากท่านอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุวารีย์ ศรีปูณะ ประธานกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ และ ดร. กอบกาญจน์ กัปตพล กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาสละเวลาสนับสนุน ช่วยเหลือ ให้คำปรึกษา คำแนะนำ และตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี ผู้วิจัยซาบซึ้งและเป็นพระคุณอย่างยิ่ง จึงขอขอบในความกรุณาและขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กรุณาตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น และขอขอบคุณเทศบาลตำบลเชียงคาน ที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตลอดจนประชาชนทุกท่าน ที่กรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม ทำให้ได้ข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ในการวิจัย

สุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณบิดา มารดาที่ให้กำเนิดและเลี้ยงดูให้การศึกษา ตลอดทั้งครูอาจารย์ผู้มีพระคุณทุกท่าน

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์เล่มนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณบิดามารดา และบูรพาจารย์ ตลอดทั้งผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยใจประเสริฐยิ่ง

อัจฉรา นิธิโภคารัตน์

อัจฉรา นิธิโภคารัตน์ : ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีการศึกษา 2554
ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวารีย์ ศรีปูณะ และ ดร. กอบกาญจน์ กัปตพล
250 หน้า

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน ที่อยู่ปัจจุบัน จำนวนครั้งที่มาเที่ยว และศึกษาแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 331 คน และใช้การสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t - test F - test และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า

1. ระดับความพึงพอใจที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก 2 ด้าน คือด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในระดับมาก ทั้ง 2 ด้าน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมาก ในด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ด้านศิลปกรรม ด้านการบริการที่พัก ด้านการบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ด้านการบริการอาหาร และด้านการบริการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับปานกลาง ได้แก่ ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน ด้านการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และด้านการบริการคมนาคมขนส่ง

2. เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ที่อยู่ปัจจุบัน จำนวนครั้งที่มาเที่ยวต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

3. แนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย สำหรับแหล่งท่องเที่ยว ควรพัฒนาด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน ให้มีกิจกรรมและมีความเป็นเอกลักษณ์ มากขึ้น เช่น การแสดงขับร้องฟ้อนรำ การแสดงดนตรีพื้นบ้าน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยตรง ควรปรับปรุงการนำที่ยวและพัฒนาเด็กและเยาวชนให้เป็นมัคคุเทศก์ ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง ควรมีแผนการปรับปรุงซ่อมแซมถนนที่ชำรุด มีป้ายบอกเส้นทาง และแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนด้านสิ่งอำนวยความสะดวกโดยอ้อม ควรมีเจ้าหน้าที่และอาสาสมัครดูแลรักษาความปลอดภัยมากขึ้น

AUCHARA NITHIPOKARAT : TOURISTS' SATISFACTION TOWARDS SERVICES OF CULTURAL TOURISM IN CHIENGKARN, LOEI PROVINCE
MASTER OF ARTS IN PROJECT MANAGEMENT AND EVALUATION,
LOEI RAJABHAT UNIVERSITY, 2011
THESIS ADVISORS : ASST. PROF. DR. SUWAREE SRIPOONA AND DR. KOBKARN KAPTAPOL
250 P.

ABSTRACT

The objectives of this research were mainly to study tourists' satisfaction towards services of cultural tour in Chiengkhan, Loei Province. In order to perceive accurate results, tourist factors were classified into gender, age, marital status, education, occupation, income per month, current address, and travelling amount of expenses. The research was also to study the development guidelines of such cultural tour for more tourists satisfactions. The samples of this study were 331 tourists and coincident randoms. The questionnaire was used as a tool. Data were analyzed by the statistical methods to obtain percentage, mean, t - test, F - test and content analysis.

The results were revealed as follows :

1. The level of satisfaction highly effected the services of cultural travel in Chiengkhan, Loei Province in general view. The samples were highly satisfied both by tourist attractions and travelling conveniences which were cultures, arts, accommodations, souvenir shops, food, and information providers and communications. However, the samples were normally satisfied by Thai classical dances and folk music, tour guides and services, and transportations.

2. Comparison of satisfaction according to individual tourist factor revealed that various occupations and incomes effected differently satisfaction which was statistically significant at .05 level. However, gender, age, marital status, education, current address, and travelling amount effected no difference.

3. For the service development guidelines of cultural tour in Chiengkhan, Loei Province, there should be more Thai classical dances and activities which exposed more of Thai uniqueness such as Thai performances of singing, dancing, and folk music. Moreover, there should also be improvements in tour guide - such as training young children and teenagers to be tour guides, in transportations such as having road reconstruction plans and putting more direction signs of public roads and tourist attractions, in facilities and security - such as placing more guards for better security.

สารบัญ

	หน้า
กิตติมากรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ง
สารบัญ	จ
สารบัญตาราง	ช
สารบัญภาพประกอบ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	6
1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.4 ขอบเขตการวิจัย	6
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ	8
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	**13**
2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง	14
2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	112
2.3 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเมืองเชียงคาน	117
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	121
2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย	135
บทที่ 3 วิธีการดำเนินวิจัย	**136**
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	136
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	137
3.3 การสร้างเครื่องมือ	138
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล	138

หน้า

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล 139
3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล 140

บทที่ 4 ผลการศึกษา 141
4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม 142
4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย 145
4.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ 159
4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ 168
4.5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ 171
4.6 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา 174
4.7 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ 177
4.8 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน 181
4.9 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน 185
4.10 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว 189
4.11 แนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย 193

หน้า

บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ 196

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย 196

5.2 ขอบเขตการวิจัย 196

5.3 วิธีการดำเนินการวิจัย 197

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล 198

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล 198

5.6 สรุปผลการวิจัย 198

5.7 อภิปรายผล 203

5.8 ข้อเสนอแนะ 209

บรรณานุกรม 211

ภาคผนวก 222

ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 223

ภาคผนวก ข ค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถาม (IOC) 229

ภาคผนวก ค หนังสือราชการ 235

ภาคผนวก ง ภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว 243

ประวัติผู้วิจัย 250

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	ตารางแสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	197
2	สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง	143
3	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวม และรายด้าน	146
4	ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านศิลปกรรมโดยภาพรวม และรายข้อ	148
5	ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านขนบธรรมเนียมประเพณีโดยภาพรวม และรายข้อ	150
6	ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้านโดยภาพรวม และรายข้อ	151
7	ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่ เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยวโดยตรง โดยภาพรวม และรายข้อ	154
8	ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกทางการ ท่องเที่ยวโดยอ้อม โดยภาพรวม และรายข้อ	158
9	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยว ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายด้าน	159
10	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ	160
11	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทาง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ	164

ตารางที่ หน้า

12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน 168
13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน 169
14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมและรายด้าน 171
15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวม และรายด้าน 172
16 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน 174
17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน 175
18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน 177
19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน 179
20 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมและรายด้าน 182
21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมและรายด้าน 183

ตารางที่		หน้า
22	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามที่ออยู่ปัจจุบัน โดยภาพรวมและรายด้าน	185
23	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยภาพรวมและรายด้าน	187
24	การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาที่ยว โดยภาพรวมและรายด้าน	189
25	การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว โดยภาพรวมและรายด้าน	191

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบที่		หน้า
1	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับการบริการ	87
3	องค์ประกอบของการบริการท่องเที่ยว	95

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของการวิจัย

การท่องเที่ยวมีความสำคัญ และก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจในด้านต่างๆ คือ รายได้จากเงินตราต่างประเทศ (Foreign exchange earnings) รายจ่ายในการท่องเที่ยว การนำเข้าและส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในระบบเศรษฐกิจของประเทศเจ้าภาพ และสามารถกระตุ้นการลงทุนส่งผลให้เกิดการเติบโตทางการเงินในระบบเศรษฐกิจต่างๆ การส่งเสริมรายได้แก่รัฐ (Contribution to government revenues) การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเกิดขึ้นโดยพระดำริของพระเจ้าบรมวงศ์เธอกรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟได้มีการส่งเรื่องราวเกี่ยวกับเมืองไทยไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกาใน พ.ศ. 2467 ได้มีการจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้นทำหน้าที่รับรอง และให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทยรวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่ประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ

เมื่อสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดแบ่งส่วนราชการกรมประชาสัมพันธ์ พ.ศ. 2502 โดยตัด " สำนักงานท่องเที่ยว " ออกแล้วจัดตั้งขึ้นเป็นองค์การอิสระเรียกว่า " องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย " มีชื่อย่อว่า " อ.ส.ท." โดยพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว พ.ศ. 2502 องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว มีหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ต่อมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ขยายตัวอย่างกว้างขวางรวดเร็ว จำเป็นต้องปรับปรุงอำนาจหน้าที่ของ อ.ส.ท. ให้มีขอบเขตการปฏิบัติงานกว้างขวางยิ่งขึ้นทั้งในด้านการพัฒนาอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว และ การส่งเสริมเผยแพร่ จึงได้มีการนำเสนอร่างพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และร่างพระราชบัญญัติจัดระเบียบธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้หน่วยงานการท่องเที่ยวของรัฐ มีอำนาจหน้าที่และรับผิดชอบในการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่ และดำเนินกิจการ เพื่อเป็นการริเริ่มให้มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนคุ้มครองให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2553)

รายได้ของรัฐจากการท่องเที่ยวแบ่งเป็นรายได้ทางตรงและทางอ้อม การสร้างรายได้ทางตรงเกิดจาก ภาษีเงินได้จากผู้ประกอบธุรกิจและพนักงานในส่วนการท่องเที่ยว และ ภาษีที่เก็บจากนักท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น ภาษีสนามบินในการเดินทางขาออก ส่วนการสร้างรายได้ทางอ้อมเกิดจากภาษีที่เก็บจากสินค้าและบริการที่ขายให้กับนักท่องเที่ยว การสร้างงาน (Employment generation) การเติบโตอย่างรวดเร็วของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นสาเหตุสำคัญของการสร้างงาน การ

ท่องเที่ยวสามารถสร้างงานโดยตรงผ่าน ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ไนต์คลับ แท็กซี่และ การขายของที่ระลึกรวมทั้งธุรกิจสินค้าและบริการที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว การกระตุ้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน (Stimulation of infrastructure investment) การท่องเที่ยวสามารถชักนำให้เกิดการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานโดยหน่วยงานของรัฐ เช่น ปรับปรุงระบบกำจัดขยะและกำจัดน้ำเสียให้ดีขึ้น ถนน ระบบไฟฟ้า โทรศัพท์ และขนส่งสาธารณะ การปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐานเหล่านี้ช่วยส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวและทำให้คุณภาพชีวิตคนในท้องถิ่นดีขึ้น การส่งเสริมเศรษฐกิจของท้องถิ่น (Contribution to local economies) การท่องเที่ยวเป็นส่วนประกอบที่สำคัญของเศรษฐกิจท้องถิ่น ถ้าท้องถิ่นใดมีทรัพยากรธรรมชาติเป็นเสมือนสินทรัพย์ทางการท่องเที่ยวแล้ว รายได้จากการท่องเที่ยวจะเป็นตัววัดมูลค่าทางเศรษฐกิจในพื้นอนุรักษ์ทางธรรมชาติเหล่านั้น หากเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในพื้นที่อนุรักษ์ย่อมส่งผลกระทบต่อมูลค่าเศรษฐกิจของท้องถิ่นด้วย นอกจากนี้ยังมีรายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวด้านอื่นอีก แต่เป็นรายได้ที่ไม่เป็นทางการยากต่อการประเมินมูลค่า เช่น เม็ดเงินที่ได้จากหาบเร่แผงลอย และ คนถีบสามล้อ เป็นต้น แม้เป็นรายได้ที่มองไม่เห็น และไม่มีตัวเลขที่แน่นอน แต่ข้อดีของรายได้ประเภทนี้ คือ ถูกนำกลับคืนสู่เศรษฐกิจของท้องถิ่นโดยตรง และสร้างการกระจายรายได้แบบทวีคูณมากกว่า ส่งผลให้เกิดการใช้จ่ายซ้ำๆในท้องถิ่น (โชว์เด็ดดอทคอม, 2553)

การท่องเที่ยวช่วยให้เกิดการพัฒนาบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ให้กับชุมชน รวมทั้งนำคุณภาพชีวิตที่ดีสู่ชุมชน การท่องเที่ยวทำให้ชุมชนเรียนรู้คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่มีความสำคัญต่อรายได้ การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดความภาคภูมิใจในมรดกของท้องถิ่นและของชาติยังผลให้เกิดความใส่ใจในการอนุรักษ์ และการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในด้านการดำเนินงาน การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นเงื่อนไขสำคัญในการอนุรักษ์และใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่หลากหลายอย่างยั่งยืน สิ่งเหล่านี้เป็นผลลัพธ์ด้านบวกที่เกิดจากการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และในทางที่เหมาะสม สิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน ที่มีทัศนคติเชิงบวกย่อมก่อให้เกิดแรงสนับสนุนที่มากกว่า และโอกาสที่ดีกว่าในการพัฒนาและดำเนินการทางการท่องเที่ยว ดังนั้นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน คือ การพัฒนาชุมชนให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับขบวนการตัดสินใจเพื่อพิจารณาผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจในระยะยาว ระบบนิเวศน์ และความเสมอภาคของชุมชน (โชว์เด็ดดอทคอม, 2553)

การบริการที่ดี หรือ Service mind ได้มีการพูดกันมาหลายปีทั้งในประเทศและ ต่างประเทศ หากจะพิจารณาตามตัวอักษรรวมแล้ว คำว่า " Service " แปลว่า การบริการ คำว่า " Mind " แปลว่า " จิตใจ " รวมคำแล้วแปลว่า " มีจิตใจในการให้บริการ " ซึ่งพอสรุปได้ว่าการบริการที่ดีผู้ให้บริการต้องมีจิตใจในการให้บริการ คือ ต้องมีจิตใจหรือมีใจรักมีความเต็มใจในการบริการ การทำงานโดยมีใจรักจะ

แสดงออกมาทางกาย โดยการทำงานด้วยความยิ้มแย้มแจ่มใส มีอารมณ์รื่นเริง และควบคุมอารมณ์ของตนเองได้ไม่ขึ้นเสียงกับประชาชนหรือผู้มารับบริการ ทำให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ มีความสุข และได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มที่ ดังนั้นการให้บริการอย่างดีนั้นมักจะได้ความสำคัญกับแนวทางในการให้บริการสองแนวทาง ดังนี้ ประการแรก คือ ลูกค้าเป็นผู้ถูกเสมอ หรือเห็นว่าลูกค้าต้องได้รับการเอาอกเอาใจถือว่าถูกต้องและเป็นหนึ่งเสมอ หากต้องการให้บริการที่ดีต้องให้ความสะดวก ใช้วาจาไพเราะให้คำแนะนำด้วยการยกย่องลูกค้าตลอดเวลา ประการที่สอง คือ ต้องให้เกียรติลูกค้า ต้องไม่เป็นการบังคับขู่เข็ญให้ลูกค้า มีความพึงพอใจ เกิดความเชื่อถือจากพฤติกรรมของเราผู้ให้บริการแล้วกลับมาใช้บริการของเราอีก (สำนักงานหอสมุดกลางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2553) การท่องเที่ยวเป็นงานบริการสำคัญอย่างหนึ่ง การประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว ต้องมีองค์ประกอบสำคัญหลายอย่าง ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว การสื่อสาร การคมนาคม โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร ร้านของที่ระลึก และผู้ประกอบการบริการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวไทยได้จัดการองค์ประกอบเหล่านี้โดยมีหน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชนเข้ามามีส่วนดูแล เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ส่วนใหญ่อยู่ในความดูแลจัดการของภาครัฐและส่วนการปกครองท้องถิ่น การคมนาคมส่วนใหญ่อยู่ในการดูแลและจัดการของภาครัฐในด้านเส้นทางการให้บริการด้านพาหนะส่วนใหญ่เป็นของเอกชนแต่อยู่ในสัมปทานและการควบคุมของภาครัฐ โรงแรมเกือบทั้งหมดอยู่ในความดูแลและจัดการของภาคเอกชน ผู้ลงทุนส่วนใหญ่เป็นของคนไทย ผู้บริหารจัดการมีทั้งที่ผู้ลงทุนบริหารเอง และจ้างบริษัทเอกชนต่างประเทศเข้ามาบริหาร ร้านอาหาร จัดการโดยเอกชนคนไทยและต่างชาติ ผู้ประกอบการบริการท่องเที่ยวส่วนมากเป็นของคนไทย แต่ต่อมาได้มีคนต่างชาติมาซื้อหุ้นของบริษัทที่มีชื่อเสียงดี นอกเหนือจากนั้นก็มีการมาเปิดสาขาของบริษัทจากต่างประเทศ (ศูนย์บูรณาการพัฒนามนุษย์, 2553)

รูปแบบการท่องเที่ยวที่มีบริการในประเทศไทยตามนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยวมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชน การท่องเที่ยวเชิงกีฬา/นันทนาการและผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/แพทย์แผนไทย OTOP การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (ไทยทูเลิน , 2553) สำหรับจังหวัดเลยซึ่งเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ติดชายแดน สปป.ลาว โดยมีแม่น้ำโขงและแม่น้ำเหืองเป็นพรมแดน และเป็นจังหวัดที่มีภูมิประเทศสวยงามพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นภูเขาและที่สูงจึงมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ แบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จังหวัดเลยมีสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติหลายแห่งและมีความหลากหลาย มีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ในลักษณะแหล่งท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ แหล่งท่องเที่ยวแบบผจญภัย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ สถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในจังหวัดเลยหลายแห่งที่มี

ชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับประเทศ มีวัด และจิตกรรมฝาผนังโบราณหลายแห่ง เช่น พระธาตุศรีสองรัก 3) แหล่งท่องเที่ยวประเพณี วัฒนธรรม จังหวัดเลยมีงานประเพณีการละเล่นผีตาโขน ที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติ และระดับประเทศ กล่าวได้ว่า ผีตาโขนเปรียบเสมือนสัญลักษณ์ของจังหวัดเลย นอกจากนี้ยังมีประเพณีอื่นๆ ที่น่าสนใจ อาทิ เช่น งานกาชาดดอกฝ้ายบานมะขามหวานเมืองเลย ประเพณีปั้นข้าวจี่ บุญบั้งไฟ แข่งเรือยาว 4) แหล่งท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ จังหวัดเลยมีสนามกอล์ฟมาตรฐาน และอุตสาหกรรมการผลิตไวน์ที่มีชื่อเสียง อาทิเช่น ไร่ชาโต้เดอเลย ตลาดไม้ดอก อำเภอภูเรือ ปัจจุบันได้รับการพัฒนาให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวระดับประเทศ จังหวัดเลยได้มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น ปรับปรุงเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวสวนหินผางาม งานกาชาดดอกฝ้ายบานมะขามหวานเมืองเลย งานนมัสการพระธาตุศรีสองรักที่อำเภอด่านซ้าย งานออกพรรษาที่อำเภอเชียงคาน งานไม้ดอกเมืองหนาว อำเภอภูเรือ และมีการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เผยแพร่ประชาสัมพันธ์งานประเพณี และกิจกรรมที่มีศักยภาพ เป็นต้น (แผนยุทศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเลย พ.ศ. 2550-2553, ม.ป.ป. : 16)

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและมีความหลากหลายของจังหวัดเลย กระจายอยู่ในพื้นที่อำเภอต่างๆ เช่น อำเภอด่านซ้าย ได้แก่ พระธาตุศรีสองรัก วัดเนรมิตวิปัสสนา พิพิธภัณฑ์ผีตาโขน อำเภอภูกระดึง ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูกระดึง อุทยานแห่งชาติภูผาม่าน น้ำตกตาดฮ้อง อำเภอภูเรือ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูเรือ ตลาดไม้ดอกเมืองหนาวบ้านหนองบง สวนรุกขชาติ 100 ปี กรมป่าไม้ภูแปก เขตรักษาพันธ์สัตว์ป่าภูหลวง ภูเรือวโนทยาน/ชาโต้ เดอ เลย น้ำตกปลาบ่า สถานีทดลองเกษตรที่สูงภูเรือ สวนเห็ดบ้านภูเรือ ไร่สัณยา (ภูดารา) อำเภอภูหลวง ได้แก่ เขตนรักษาพันธ์สัตว์ป่าภูหลวง น้ำตกห้วยเลา อำเภอท่าลี่ ได้แก่ พระธาตุสัจจะ สะพานมิตรภาพไทย-ลาว ด่านศุลกากรท่าลี่ กลุ่มหัตถกรรมหลายและผ้าทอมือพื้นเมือง บ้านนากระเซ็ง อำเภอเมือง ได้แก่ ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเลย ศาลหลักเมืองเจ้าพ่อกุดป่อง วนอุทยานภูผาล้อม วัดถ้ำผาปู่ ภูบ่อบิด วนอุทยานภูบ่อบิด กลุ่มทอผ้าไหมบ้านก้างปลา อ่างเก็บน้ำห้วยน้ำหมานบ้านห้วยกระทิง อำเภอหนองหิน ได้แก่ สวนหินผางาม ถ้ำมโหฬาร ถ้ำโพธิสัตว์ อำเภอนาแห้ว ได้แก่ วัดศรีโพธิ์ชัย พระธาตุดินแทน อุทยานแห่งชาติภูสวนทราย น้ำตกตาดเหือง อำเภอวังสะพุง ได้แก่ ศูนย์ศิลปาสิรินธร อำเภอนาด้วง ได้แก่ อ่างเก็บน้ำห้วยลิ้นควาย วัดถ้ำผายา อำเภอเอราวัณ ได้แก่ โครงการบ้านเล็กในป่าใหญ่ ผานาง-ผาเกิ้ง ถ้ำเอราวัณ อำเภอเชียงคาน ได้แก่ วัดศรีคุณเมือง พระพุทธนวมินทรมาคลลีลาทวินนคราภิรักษ์ หรือพระใหญ่ ภูคกงิ้ว บ้านท่าดีหมี พระพุทธบาทควายเงิน ชุมชนเก่าแก่ 100 ปี แห่งเมืองเชียงคาน แก่งคุดคู้ หมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ เป็นต้น (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน, ม.ป.ป. : 4)

เมืองเชียงคานเป็นอำเภอในจังหวัดเลยที่ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขง ฝั่งตรงกันข้ามคือเมืองสานะคาม แขวงนครเวียงจันทร์ สาธารณะประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งมีท่าเรือข้ามฟาก สามารถเดินทางไป-กลับระหว่างไทยลาวได้ เมืองเชียงคานอยู่ห่างจากจังหวัดเลย 48 ก.ม. เดิมตั้งอยู่ที่ เมืองสานะคาม สปป.ลาว สร้างโดย ขุนคาน โอรสของขุนคัว แห่งราชอาณาจักรล้านช้าง (หลวงพระบาง) พ.ศ. 1400 ต่อมาเมื่อไทยได้เสียดินแดนฝั่งขวาแม่น้ำโขงให้กับฝรั่งเศส จึงได้อพยพข้ามแม่น้ำโขงมาอยู่ที่บ้านท่านาจัน (อำเภอเชียงคานในปัจจุบัน) จนกระทั่งปี พ.ศ. 2452 เมืองเชียงคานได้ถูกยุบเป็นอำเภอขึ้นกับจังหวัดเลย มีพระยาศรีอรรคฮาต (ทองดี ประเสริฐ) ได้รับตำแหน่งนายอำเภอเชียงคานเป็นคนแรก เรียกว่า " คก " จึงได้ตั้งชื่อว่า " วัดท่าคก " จากศิลาจารึกกล่าวว่าพระศรีอรรคฮาต และชาวบ้านช่วยกันสร้างวัดขึ้น มีพระประธานปูนปั้นพระพุทธรูปทองเหลืองพระเขี้ยวแก้ว พระพุทธรูปแกะด้วยไม้ และศิลาจารึกใบพายเป็นหินทรายจากนั้นเมืองเลยจึงขยายตัวและพัฒนามาจนปัจจุบัน อำเภอเชียงคาน มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากที่สุดกว่าอำเภออื่นๆ และมีกิจกรรมมาการท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ประเพณีออกพรรษา การแข่งขันเรือในลำน้ำโขง ประเพณีสงกรานต์ การละเล่นผีขนน้ำ มีอาหารท้องถิ่น มีที่พักโฮมสเตย์ และเกสต์เฮาส์ และเป็นชุมชนบ้านไม้เก่าโบราณ และมีวิถีชีวิตไทเลยดั้งเดิม

ชาวเชียงคานได้ก่อสร้างบ้านเรือนอยู่ตามริมแม่น้ำโขง ต่างได้พึ่งพาแม่น้ำสายนี้มาตั้งแต่อดีต แม่น้ำโขงจึงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของคนเชียงคาน หลากหลายชีวิตริมฝั่งน้ำหมายถึงหลากหลายอาชีพที่เกิดขึ้น บางคนหาปลา บางคนทำการเกษตร ริมน้ำหรือกระทั่งบนคอนทรายที่โผล่พ้นน้ำยามหน้าแล้ง บางคนมีเรือนำเที่ยว แม้ว่าบางคนจะไม่ได้มีอาชีพอะไรที่ต้องพึ่งพาสายน้ำแต่ในบางวันก็เลือกเอาริมน้ำเป็นที่พักผ่อนอารมณ์ เมื่อย่างเข้าหน้าแล้งน้ำในแม่น้ำลดระดับลงมองเห็นตลิ่งสูง ก็จะมีนคนในชุมชนออเรือเพื่อหาปลา ชาวบ้านจะกลับจากการหาปลาในตอนเช้าและจะออกไปอีกครั้งในตอนบ่ายๆ และมีการทำการเกษตรตามริมฝั่งน้ำ หรือบนคอน ในตอนเช้าคนในชุมชนก็จะไปซื้อของที่ตลาดเช้าเพื่อใส่บาตรข้าวเหนียว มีมะพร้าวแก้วเป็นของฝากของขึ้นชื่อของเมืองเชียงคาน และอาชีพอีกอย่างที่สำคัญก็คือ การทำผ้าห่มนวม (กองผังเมืองเฉพาะ กรมโยธาธิการและผังเมือง, ม.ป.ป. : 49)

ด้วยวิถีชีวิตที่เรียบง่ายเป็นเมืองแห่งความสงบ และธรรมชาติริมน้ำโขงจึงมีผู้คนสนใจมาท่องเที่ยวเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเฉพาะชุมชนบ้านไม้เก่าโบราณ และนักท่องเที่ยวยังนิยมเที่ยวชมศิลปวัฒนธรรม วัดเก่าแก่โบราณ ร่วมกิจกรรมใส่บาตรตอนเช้า พักค้างคืนบ้านไม้ ร่วมรับประทานอาหาร ขี่จักรยานชมบ้านเก่าโบราณ และซื้อสินค้าท้องถิ่นตลอดเส้นทางสายริมโขง เมื่อนักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นการให้บริการด้านอาหาร ที่พัก ของที่ระลึก สิ่งอำนวยความสะดวก ก็ขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งจากการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวนับเป็นปัญหาเร่งด่วนที่เมืองเชียงคาน ต้องหาแนวทางพัฒนา และ

ป้องกันปัญหา เพื่อค้นหาข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ต่อการนำมาใช้ในการพัฒนาและป้องกันปัญหาท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ศึกษาจึงสนใจที่จะศึกษาว่าการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเมืองเชียงคานเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด และจะมีแนวทางในการพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเมืองเชียงคานให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้นได้อย่างไร ข้อมูลที่ได้จะเป็นส่วนสำคัญที่นำไปสู่การวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการบริการท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.2.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.2.3 เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

1.3 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.3.2 ทราบถึงแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.3.3 ข้อมูลที่ได้จะนำไปเป็นแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.4 ขอบเขตการวิจัย

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้จะศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคานจังหวัดเลย โดยศึกษาความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี นาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน ศึกษาความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่ง

อำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง ประกอบด้วย การบริการที่พัก การบริการอาหาร การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การบริการคมนาคมขนส่ง การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม

1.4.2 ขอบเขตด้านตัวแปร

1.4.2.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคลของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ได้แก่

1) เพศ

2) อายุ

3) สถานภาพ

4) ระดับการศึกษา

5) อาชีพ

6) รายได้

7) ที่อยู่ปัจจุบัน

8) จำนวนครั้งที่มาเที่ยว

1.4.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย มีดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(1) ศิลปกรรม

- สถาปัตยกรรม
- จิตรกรรม
- ประติมากรรม

(2) ขนบธรรมเนียมประเพณี

(3) นาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

(1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง

- การบริการที่พัก
- การบริการอาหาร
- การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
- การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

- การบริการคมนาคมขนส่ง
- การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล

(2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

- สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย
- สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.3.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน บริเวณถนนชายโขงในช่วงเดือนตุลาคม โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในวันจันทร์ ถึงวันศุกร์ จำนวน 33 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวระหว่างวันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ จำนวน 1,600 คน รวมนักท่องเที่ยวในเดือนตุลาคม จำนวน 2,260 คน

1.4.3.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของเครจซี่ และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (สุวิมล ติรกานนท์, 2547 : 99) ได้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมี 331 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววันจันทร์ ถึงวันศุกร์ จำนวน 97 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวระหว่างวันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ จำนวน 234 คน

1.4.4 ขอบเขตด้านสถานที่และเวลา

1.4.4.1 ขอบเขตด้านสถานที่ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.4.4.2 ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาครั้งนี้ดำเนินการระยะเวลา 1 ปี ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2553 ถึง เดือนพฤศจิกายน 2554 โดยเก็บข้อมูลในวันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554 - 17 มีนาคม 2554 รวมเป็นเวลา 1 เดือน

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกเชิงบวก หรือเชิงลบ หรือระดับปานกลาง อันเกิดจากกรบวนการประสบการณ์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว โดยใช้ความคาดหวังเป็นเกณฑ์ในการเปรียบเทียบประสบการณ์จริงที่ได้รับจากการท่องเที่ยว

1.5.2 การบริการท่องเที่ยว หมายถึง การบริการที่รองรับแก่นักท่องเที่ยว และกิจกรรมในพื้นที่ เพื่อให้เกิดความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.5.3 นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากจากถิ่นที่อยู่อาศัยของตนไปยังที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว โดยใช้เวลาว่าง เพื่อความเพลิดเพลิน การพักผ่อน หรือเพิ่มวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่การหารายได้ โดยในการวิจัยครั้งนี้ หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.5.4 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การเดินทางไปที่ท่องเที่ยวในแหล่งที่มีความสำคัญทาง วัฒนธรรม ได้แก่ การท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งศิลปกรรม ที่ประกอบไปด้วย ด้านสถาปัตยกรรม ด้านจิตรกรรม ด้านประติมากรรม แหล่งท่องเที่ยวขนบธรรมเนียมประเพณี แหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวกับนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน

1.5.5 แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเข้าชมคุณค่าทางศิลปกรรม ที่ประกอบด้วย ผลงานทางสถาปัตยกรรม ผลงานทางจิตรกรรม และผลงานทางประติมากรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน ที่ตั้งอยู่บนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมดังกล่าวมีคุณค่าตามความหมาย ดังนี้

1.5.5.1 ศิลปกรรม หมายถึง ผลงานทางศิลปะ ที่แสดงออกมาในรูปลักษณ์ต่างๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม อันมีคุณค่าในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.5.5.2 สถาปัตยกรรม หมายถึง สิ่งก่อสร้างที่มีลักษณะเป็น อาคาร บ้านเรือน สถานที่ รวมทั้งส่วนประกอบต่างๆ ของบ้านเรือน และวัดในพื้นที่ท่องเที่ยวเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

1.5.5.3 จิตรกรรม หมายถึง ศิลปะการวาดภาพ หรือภาพเขียนที่ปรากฏอยู่ตามแหล่งต่างๆ เพื่อถ่ายทอดเนื้อหา เรื่องราว และรูปแบบทางศิลปะ ได้แก่ จิตกรรมฝาผนัง จิตรกรรมที่เป็นผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ภาพวาดในเสื้อผ้า และของที่ระลึกต่างๆ

1.5.5.4 ประติมากรรม หมายถึง ศิลปะที่แสดงออกมาด้วยการปั้น การหล่อ การแกะสลัก การหล่อ การเชื่อม และการประกอบเข้ารูปเป็นรูปทรง 3 มิติ เพื่อการตกแต่งที่มีอยู่ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย เช่น เสาหลักกิโลที่เป็นสัญลักษณ์ของเชียงคาน เป็นต้น

1.5.5.5 ขนบธรรมเนียมประเพณี หมายถึง สิ่งที่คนในพื้นที่เมืองเชียงคานนิยมประพฤติ ปฏิบัติสืบทอดต่อกันมายาวนาน เช่น ประเพณีต่างๆ วิถีการดำเนินชีวิต เป็นต้น

1.5.5.6 นาฏศิลป์ และดนตรีพื้นบ้าน หมายถึง การแสดงที่ให้ความบันเทิงและความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว ที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย เช่น การแสดงดนตรี การขับร้อง ฟ้อนรำ การเซิ้ง เป็นต้น

1.5.6 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่ใช้สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบาย ปลอดภัยทั้งด้านทรัพย์สิน และการเดินทาง ที่ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวดังกล่าว มีความหมาย ดังนี้

1.5.6.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง หมายถึง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยตรง ที่ประกอบไปด้วย การบริการที่พัก การบริการอาหาร การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การบริการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรงดังกล่าว มีความหมาย ดังนี้

1) การบริการที่พัก หมายถึง รีสอร์ท โรงแรม เกสต์เฮาส์ และ โฮมสเตย์ ในบริเวณถนนชายโขง และพื้นที่ใกล้เคียงทั้งหมดโดยจะเรียงลำดับตั้งแต่ต้นซอยไปจนถึงท้ายซอย

2) การบริการอาหาร หมายถึง บริการร้านอาหารต่างๆ ที่อยู่บนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน หรืออาหารพื้นเมือง เช่น ข้าวปียกเส้น ข้าวปุ้นน้ำเงี้ยว จุ่มนัว ขนมจีนน้ำใส เป็นต้น

3) การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ หมายถึง รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งในพื้นที่เชียงคาน การให้ความรู้ต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาที่ยวชม เช่น ประวัติความเป็นมาของวัดต่างๆ การให้ข้อมูล และการแนะนำสถานที่ท่องที่ยว เป็นต้น

4) การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก หมายถึง ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกต่างๆ ในบริเวณถนนศรีเชียงคานและพื้นที่ใกล้เคียงทั้งหมด

5) การบริการคมนาคมขนส่ง หมายถึง มีป้ายบอกทาง มีแผนที่ที่คอยบอกเส้นทางในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มียานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เช่น รถจักรยาน หรือสามล้อ ที่มีไว้คอยบริการให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่ออำนวยความสะดวก เป็นต้น

6) การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านสื่อต่างๆ เช่น อินเตอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ หรือ หนังสือพิมพ์ เป็นต้น

1.5.6.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม หมายถึง เป็นสิ่งที่อำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว ซึ่งประกอบไปด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อมดังกล่าว มีความหมาย ดังนี้

1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย หมายถึง สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้บริการเพื่อให้ความปลอดภัยทั้งทางร่างกาย ทรัพย์สิน รวมทั้งการเดินทางแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้วยการปราบปราม คอยป้องกันการเกิดอาชญากรรมและความเดือนต่างๆ เช่น การปล้น จี้ ชิงทรัพย์ เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม หมายถึง การปรับตกแต่งภูมิทัศน์ในพื้นที่บนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน ให้มีความสะอาด สวยงาม เช่น การตกแต่งไฟ แสง สี ในยามค่ำคืน เป็นต้น

1.5.7 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวและใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ได้แก่ปัจจัยต่อไปนี้

1.5.7.1 เพศ หมายถึง ความแตกต่างของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน ซึ่งเป็นตัวที่กำหนดรสนิยม และพฤติกรรมในการท่องเที่ยว โดยแบ่งเป็น เพศชาย และเพศหญิง

1.5.7.2 อายุ หมายถึง ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณ และมีผลในการใช้วิเคราะห์ลักษณะของความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน ซึ่งอายุที่มีความแตกต่างกันนั้นจะส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ช่วงอายต่ำกว่า 21 ปี ช่วงอายุ 21 - 40 ปี ช่วงอายุ 41 - 60 ปี และช่วงอายุ มากกว่า 60 ปี

1.5.7.3 สถานภาพ หมายถึง สถานะส่วนบุคคลที่ได้มาทีหลังของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ โสด สมรส หย่าร้าง/แยกกันอยู่ และหม้าย

1.5.7.4 ระดับการศึกษา หมายถึง คุณวุฒิทางการศึกษาที่ได้รับของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน โดยแบ่งระดับการศึกษาออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ระดับประถมศึกษา ระดับมัธยมศึกษา/ปวช ระดับอนุปริญญา/ปวส ระดับปริญญาตรี และระดับสูงกว่าปริญญาตรี

1.5.7.5 อาชีพ หมายถึง รูปแบบการดำรงชีพ และหน้าที่ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน โดยแบ่งเป็นออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ กลุ่มที่มีอาชีพค้าขาย/นักธุรกิจ กลุ่มที่มีอาชีพพนักงานบริษัท/ห้างร้าน กลุ่มที่มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา กลุ่มที่มีอาชีพเกษตรกร และกลุ่มที่มีอาชีพอิสระ

1.5.7.6 รายได้ หมายถึง รายได้ของครอบครัวโดยรวม หรือรายได้เฉพาะหัวหน้าครอบครัว หรือรายได้ต่อสมาชิกในครอบครัว เป็นรายชั่วโมง รายวัน รายเดือนของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวบนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน โดยแบ่งกลุ่มรายได้ออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,001 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท กลุ่มที่มีรายได้ 40,001-50,000 บาท และกลุ่มที่มีรายได้สูงกว่า 50,001 บาท

1.5.7.7 ที่อยู่ปัจจุบัน หมายถึง ถิ่นที่อยู่นักท่องเที่ยวใช้เป็นที่พักอาศัยอย่างถาวรของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน โดยแบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม ดังนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่จังหวัดเลย กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ภาคเหนือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ภาคกลาง กลุ่ม

นักท่องเที่ยวที่อยู่ภาคตะวันออก กลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มนักท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มนักท่องเที่ยวภาคตะวันตก และกลุ่มนักท่องเที่ยวภาคใต้

1.5.7.8 จำนวนครั้งที่มาเที่ยว หมายถึง จำนวนในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวบนถนนชายโขงในพื้นที่เมืองเชียงคาน ของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 4 จำนวน ดังนี้ มาเที่ยวครั้งแรก 1-3 ครั้ง 4-5 ครั้ง และมากกว่า 5 ครั้ง

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้ศึกษาได้รวบรวมเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยว

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับศิลปกรรม

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับจิตรกรรม

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับประติมากรรม

2.1.8 แนวคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม

2.1.9 แนวคิดเกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณี

2.1.10 แนวคิดเกี่ยวกับนาฏศิลป์

2.1.11 แนวคิดเกี่ยวกับดนตรีพื้นบ้าน

2.1.12 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ

2.2.2 ทฤษฎีระบบ

2.2.3 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่

2.3 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเมืองเชียงคาน

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย

2.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.1.1.1 ความหมายของความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้หลากหลายดังนี้

สมรภูมิ ขวัญภูมิ (2530 : 9) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงผลรวมของความรู้สึกชอบของบุคคลอันเกิดจากเจตคติที่มีต่อคุณภาพและสภาพของหน่วยงาน อันได้แก่ การจัดการองค์การ การจัดระบบงาน การดำเนินงาน สภาพแวดล้อมของการทำงาน ประสิทธิภาพของหน่วยงาน ตลอดจนการบริหารงานบุคคล ซึ่งคุณภาพและสภาพของหน่วยงานดังกล่าว มีผลกระทบต่อความต้องการของบุคคลและผลต่อความพึงพอใจของบุคคลนั้น

กิตติมา ปรีดีดิลก (2532 : 18) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกที่ชอบหรือพอใจที่มีองค์ประกอบและสิ่งจูงใจในด้านต่างๆ และเขาได้รับการตอบสนองต่อความต้องการของเขาได้

วิวรณ์ คูภูมิใจสกุล (2532 : 19) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความต้องการที่แท้จริงเพื่อให้ได้ผลอย่างใดอย่างหนึ่งภายใต้สถานการณ์ทำงาน หากบุคลากรได้ค่าตอบแทนเลื่อนตำแหน่ง ได้รับการยกย่อง ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจ แต่ถ้าหากได้รับการตำหนิหรือการลงโทษแบบต่างๆ ย่อมก่อให้เกิดความไม่พอใจขึ้น

กำพล ทับทิมไทย(2533 : 12) ได้สรุปแนวความคิดเกี่ยวกับการพึงพอใจไว้ 2 ประการ

1) ความพึงพอใจ หมายถึง ปรากฏการณ์ในแง่นามธรรมที่เกี่ยวกับความสบายใจ หรือความสุขที่ได้ประสบมา ซึ่งเป็นความพอใจที่จะประเมินไว้ในเรื่องทัศนคติ

2) ความพึงพอใจ หมายถึง ระดับความสอดคล้องกันระหว่างความคาดหวังของบุคคลและสิ่งตอบแทนที่บุคคลนั้นได้รับจริง

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ (2535 : 14) ได้กล่าวถึงความพึงพอใจในการทำงานไว้ว่า เป็นความรู้สึกรวมของบุคคลที่มีต่อการทำงานในทางบวกเป็นความสุขของบุคคลที่เกิดจากการปฏิบัติงานและได้รับผลตอบแทน คือผลที่เป็นความพึงพอใจที่ทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกกระตือรือร้น มีความมุ่งมั่นที่จะทำงาน มีขวัญกำลังใจ สิ่งเหล่านี้มีผลต่อประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการทำงาน รวมทั้งการส่งผลต่อความสำเร็จ และเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กร

วารินทร์ สินสูงสุด และวันทิพย์ สินสูงสุด (2541 : 20) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความสามารถของผลิตภัณฑ์ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ซึ่งความพึงพอใจจะเกิดขึ้นหลังจากการซื้อสินค้าหรือบริการ ความพึงพอใจขึ้นอยู่กับการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของ

ผลิตภัณฑ์โดยถ้าการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผลิตภัณฑ์เป็นไปตามที่คาดหวังแสดงว่าลูกค้าพึงพอใจ แต่ถ้าไม่เป็นไปตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้แสดงว่าไม่พึงพอใจ

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ (2545 : 168) ได้ให้ความหมายของคำว่าความพึงพอใจหมายถึง มิติของคุณภาพที่เกี่ยวกับความสอดคล้องกับความต้องการ (Conformance to requirement) ของลูกค้า รูปลักษณ์ของสินค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจของลูกค้า โดยอาจเป็นคุณภาพที่ลูกค้าคาดหวังหรือต้องการ (Expected quality) หรืออาจเป็นคุณภาพที่เหนือความคาดหวังของลูกค้า (Exciting quality) ซึ่งทำให้ลูกค้าเห็นความแตกต่าง และก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 141) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง อารมณ์แห่งความสุขและความรู้สึกคุ้มค่าที่ได้ใช้บริการ และความรู้สึกนั้นนำมาซึ่งความต้องการให้นานท่านานตราบเท่าที่ความพอใจนั้นคงอยู่ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความจงรักภักดี ได้เกิดขึ้นแล้ว

กุณฑลี รื่นรมย์ เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และ สาวิกา อุณหนันท์ (2547 : 9) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจไว้ดังนี้ ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกที่แต่ละบุคคลแสดงออกถึงความยินดีจากการใช้ผลิตภัณฑ์หรือการบริโภคสินค้า ซึ่งคุณค่าหรือประโยชน์ที่ได้รับนั้นเท่ากับ หรือสูงกว่าระดับความคาดหวังของคนๆ นั้น ในทางตรงกันข้ามถ้าผลจากการใช้สินค้าหรือการให้บริการนั้น ต่ำกว่าค่าความคาดหวัง บุคคลนั้นย่อมจะเกิดความไม่พอใจ

อเนก สุวรรณบัณฑิต และ ภาสกร อคุลพัฒนกิจ (2548 : 169) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจว่า " ความพึงพอใจเป็นระดับของความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง " โดยมีลักษณะความพึงพอใจของการบริการ เป็นพฤติกรรมการแสดงออกในทางบวกของบุคคลที่เกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์อันใดอันหนึ่ง ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามปัจจัยแวดล้อมและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น

สรุป ความพึงพอใจ คือ ทัศนคติอย่างหนึ่งที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ความรู้สึกชอบ เป็นความรู้สึกส่วนตัวที่เป็นสุข เมื่อได้รับการตอบสนองของบุคคลที่มีผลต่อการที่จะปฏิบัติในกิจกรรมนั้น จากแนวคิดความพึงพอใจ ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.1.2 ลักษณะสำคัญของความพึงพอใจ

นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายลักษณะสำคัญของความพึงพอใจ ทั้งที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

สุรพล เย็นเจริญ (2543 : 9) กล่าวถึงลักษณะของความพึงพอจำไว้ ดังนี้

1) เป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้สึก อารมณ์ มิใช่มีมาแต่กำเนิด หมายความว่าการที่ใครจะมีความพึงพอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้นั้น เขาจะต้องมีความรู้สึกที่ดีต่อสิ่งนั้นหรือต่อบุคคลนั้นก่อน

2) เป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก กล่าวคือ ถ้าบุคคลมีความพึงพอใจเช่นใดต่อสิ่งใดหรือต่อบุคคลใด ความพึงพอใจนั้นย่อมมีผลต่อความรู้สึก อารมณ์ของบุคคลนั้นด้วย

3) เป็นสภาพทางจิตใจทั่วไป เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ง่าย เพราะเมื่อบุคคลเกิดความไม่พึงพอใจอย่างใดอย่างหนึ่งหรือบุคคลใดบุคคลหนึ่งแล้ว จะทำให้เขาเปลี่ยนความรู้สึกหรืออารมณ์ไป

อัจฉรา สมสวย (2545 : 12) อธิบายลักษณะของความพึงพอใจมีความสำคัญต่อการดำเนินงานบริการให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีลักษณะทั่วไปดังนี้

1) ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง บุคคลจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัว การตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลด้วยการโต้ตอบกับบุคคลอื่นและสิ่งต่างๆ ในชีวิตประจำวัน ทำให้แต่ละคนมีประสบการณ์การเรียนรู้สิ่งที่จะได้รับตอบแทนแตกต่างกันไป

2) ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้จริงในสถานการณ์หนึ่ง

3) ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยและสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกชอบสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผันแปรได้ตามปัจจัยที่มาเกี่ยวข้องกับความคาดหวังของบุคคลในในแต่ละสถานการณ์ นอกจากนี้ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกที่แสดงออกมาในระดับมากน้อยได้ ขึ้นอยู่กับความแตกต่างของการประเมินสิ่งที่ได้รับจริงกับสิ่งที่คาดหวัง

อเนก สุวรรณบัณฑิต และภาสกร วัฒนอดุลกิจ (2548 : 173) กล่าวว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจมี ดังนี้

1) ความพึงพอใจเป็นการแสดงออกทางอารมณ์ และความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดในการรับบริการ บุคคลจะรับรู้รูปแบบของการบริการ และคุณภาพของการบริการ โดยใช้ประสบการณ์ที่ได้รับด้วยตนเอง หรือจากการอ้างอิงใดๆ เช่น คำบอกเล่า โฆษณา ในการประเมินสิ่งที่ได้รับ หากการบริการเป็นไปตามความต้องการของผู้รับบริการก็จะเกิดความพึงพอใจในการบริการนั้น

2) ความพึงพอใจเกิดจากการประเมินความแตกต่างระหว่างสิ่งที่คาดหวังกับสิ่งที่ได้รับจริงในสถานการณ์หนึ่งในใช้การบริการ หากบริการเป็นไปตามที่คาดหวังย่อมเกิดความพึงพอใจในการรับบริการ แต่หากไม่ได้รับการบริการที่เป็นไปตามความคาดหมายก็จะเกิดความไม่พึงพอใจ

3) ความพึงพอใจเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาตามปัจจัยแวดล้อม และสถานการณ์ที่เกิดขึ้น เนื่องจากในแต่ละช่วงเวลาบุคคลย่อมมีความคาดหวังต่อการบริการแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอารมณ์ความรู้สึก ประสบการณ์ที่ได้มาระหว่างเวลานั้น ทำให้เกณฑ์ประเมินความพึงพอใจมีการเลื่อนขึ้น-ลง ตลอดเวลา ส่งผลให้การเปรียบเทียบสิ่งที่ได้รับ กับสิ่งที่คาดหวังเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย

สรุป ลักษณะสำคัญของความพึงพอใจ คือ เป็นสิ่งที่เกิดจากความรู้สึกอารมณ์ เป็นสภาพทางจิตใจที่มีอิทธิพลต่อความรู้สึก เป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงได้ง่าย ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.1.3 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

มีนักวิชาการได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจไว้ ดังนี้

บังอร ผงผ่าน (2538 : 27) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจ ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านความรู้สึก เป็นลักษณะทางความรู้สึกหรืออารมณ์ของบุคคลองค์ประกอบทางความรู้สึกนี้แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ ความรู้สึกทางบวก ได้แก่ ชอบ พอใจ เห็นใจ และความรู้สึกทางลบ ได้แก่ ไม่ชอบ ไม่พอใจ กลัว รังเกียจ

2) องค์ประกอบด้านความคิด เป็นการที่สมองของบุคคลรับรู้และวินิจฉัยข้อมูลต่างๆ ที่ได้รับเกิดเป็นความรู้ความคิดเกี่ยวข้องกับการพิจารณาที่มาของทัศนคติออกมาว่าถูกหรือผิด ดีหรือไม่ดี

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เป็นความพร้อมที่จะกระทำหรือพร้อมที่จะตอบสนองที่มาของทัศนคติ

สร้อยตระกูล อรรถมานะ (2542 : 133) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของความพึงพอใจไว้ ดังนี้

1) ด้านความคิดความเข้าใจ (Cognitive component) ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกนึกคิดในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง

2) ด้านอารมณ์หรือความรู้สึก (Affective component) เป็นส่วนของอารมณ์หรือ ความรู้สึกที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งที่เขารู้และเข้าใจอยู่ก่อนแล้ว

3) ด้านแนวโน้มของพฤติกรรม (Behavior tendency component) เมื่อนำเอาลักษณะทั้งสามมาผสมผสานกันเป็นทัศนคติของบุคคลได้แล้วสิ่งนี้ก็จะช่วยให้ผู้บังคับบัญชาเข้าใจถึงปฏิกิริยาของผู้ปฏิบัติงานที่มีผลต่องาน และสามารถจะทำนายถึงผลกระทบที่มีในอนาคตได้

สุรพล เย็นเจริญ (2543 : 11) องค์ประกอบของความพึงพอใจ ประกอบด้วย

1) องค์ประกอบทางด้านความคิด หมายถึง ความคิดความเชื่อถือของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ได้พบเห็นหรือที่ได้รับมา

2) องค์ประกอบทางด้านความรู้สึก เป็นองค์ประกอบที่ต่อเนื่องจากองค์ประกอบด้านความคิดซึ่งเกี่ยวข้องกับอารมณ์ความรู้สึกที่จะแสดงออกมาในลักษณะที่ยอมรับหรือต่อต้าน

3) องค์ประกอบด้านพฤติกรรม เป็นองค์ประกอบที่ต่อเนื่องมาจากองค์ประกอบที่ 1 และ องค์ประกอบที่ 2 เช่น ความพร้อมที่จะกระทำต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งของบุคคล โดยการแสดงออกทางพฤติกรรมภายนอกของบุคคลที่มีต่อบุคคลหรือต่อสิ่งของโดยตรง

สรุป องค์ประกอบของความพึงพอใจ ประกอบไปด้วย องค์ประกอบด้านความคิด องค์ประกอบด้านความรู้สึก และองค์ประกอบด้านพฤติกรรม ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดองค์ประกอบของความพึงพอใจมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.1.4 ปัจจัยหรือแรงจูงใจให้เกิดความพึงพอใจ

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมาย และอธิบายปัจจัยหรือแรงจูงใจให้เกิดความพึงพอใจทั้งที่แตกต่าง และคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

พะยอม วงศ์สารศรี (2533 : 212) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจไว้ ดังนี้

1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic motive) หมายถึง สภาวะของบุคคลที่มีความต้องการที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งด้วยจิตใจของตนเอง โดยไม่ต้องใช้สิ่งจูงใจใดๆ มากระตุ้น

2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic motive) หมายถึง สภาวะของบุคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายนอก เพื่อนำไปสู่การแสดงพฤติกรรมตามจุดมุ่งหมายของผู้กระตุ้น

สุขุม นวลสกุล (2535 : 15) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจว่า

1) แรงจูงใจทางกาย (Physichological motive) เป็นแรงจูงใจในที่เนื่องมาจากความต้องการทางร่างกาย และผลประโยชน์ที่ดีรับ

2) แรงจูงใจทางสังคม (Social motive) หรือแรงจูงใจทางจิต ที่เกิดภายหลังที่เกิดการเรียนรู้ทางสังคม เป็นเรื่องของความพอใจ และความต้องการที่จะผูกพันกับผู้อื่นของตน

อารี พันธ์มณี (2538 : 42) ได้กล่าวที่มาของแรงจูงใจได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) แรงจูงใจทางสรีระวิทยา (Physiological motivation) แรงจูงใจในด้านนี้เกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการทางร่างกาย เพื่อให้บุคคลมีชีวิตรอดอยู่ได้ เป็นความต้องการที่จำเป็นตามธรรมชาติของมนุษย์ ได้แก่ ต้องการอาหาร พักผ่อน และปราศจากโรค เป็นต้น เราสามารถวัดระดับของความต้องการทางสรีระได้จากการสังเกตพฤติกรรมการกระทำของคนเราคือ จากความมากน้อยของการกระทำ การเลือกกระทำ (เลือกสิ่งใดแสดงว่าต้องการสิ่งนั้นมาก) การโต้ตอบต่อสิ่งที่ขัดขวาง

2) แรงจูงใจทางจิตวิทยา (Psychological motivation) มีความสำคัญน้อยกว่าแรงจูงใจทางด้านสรีระวิทยา เพราะจำเป็นในการดำรงชีวิตน้อยกว่า แต่จะช่วยคนเราทางด้านจิตใจ ทำให้มีสุขภาพจิตดีและสดชื่น แรงจูงใจประเภทนี้ ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น และการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมความต้องการความรัก และความเอาใจใส่ใกล้ชิดจากผู้อื่น

3) แรงจูงใจทางสังคม หรือแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ (Social motivation) แรงจูงใจชนิดนี้มีจุดเริ่มต้น ส่วนใหญ่มาจากประสบการณ์ทางสังคมในอดีตของบุคคลและเป้าหมายของแรงจูงใจชนิดนี้ มีความสัมพันธ์กับการแสดงปฏิกิริยาของบุคคลอื่นที่มีต่อเรา

สรุป แรงจูงใจที่ทำให้เกิดความพึงพอใจมี 3 ประเภท ดังนี้ แรงจูงใจทางสรีระวิทยา คือ แรงจูงใจเพื่อสนองความต้องการของร่างกาย แรงจูงใจทางจิตวิทยา ซึ่งแรงจูงใจในด้านนี้ ได้แก่ ความอยากรู้อยากเห็น และการตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อม และความต้องการความรัก แรงจูงใจทางสังคม หรือแรงจูงใจที่เกิดจากการเรียนรู้ แรงจูงใจชนิดนี้มีความสัมพันธ์กับการแสดงปฏิกิริยาของบุคคลอื่นๆ ที่มีต่อเรา ผู้ศึกษาจึงได้นำปัจจัยหรือแรงจูงใจให้เกิดความพึงพอใจมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.2 แนวคิดการท่องเที่ยว

2.1.2.1 ความหมายการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายที่แตกต่าง และคล้ายคลึงกัน ดังนี้

ลยาศรี หุณฑนะเสรี (2534 : 4) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปในสถานที่ต่างๆ ด้วยความสมัครใจมิใช่เพื่อรับจ้าง แต่เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อการศึกษา ศาสนา กีฬา และธุรกิจ ตลอดจนถึงการประชุมสัมมนา และการเยี่ยมญาติพี่น้อง

สุภาพ มากแจ้ง (2534 : 1) กล่าวว่า การท่องเที่ยวครอบคลุมการเดินทางทั้งเพื่อธุรกิจและเพื่อการพักผ่อนตราบเท่าที่ผู้เดินทางมิได้ตั้งหลักแหล่งถาวรและไม่ได้รับรายได้เพื่อยังชีพจากเจ้าของถิ่นปลายทาง

ไพฑูรย์ พงศะบุตร และวิลาส พงศะบุตร (2536 : 10) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นซึ่งมิใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคล และเป็นการไปเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหรือหารายได้

ยุพดี เสตพรรณ (2539 : 188) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ 3 ประการได้แก่

1) เดินทางจากที่อยู่ปกติไปที่อื่นชั่วคราว

2) เดินทางโดยสมัครใจ

3) ไม่ใช่เดินทางไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้หรือไม่ใช่นักศึกษาที่อยู่อาศัยในจังหวัดที่เดินทางไปโดยที่จุดประสงค์ของการเดินทางไม่เฉพาะเพื่อการพักผ่อนหรือสนุกสนานรื่นเริง เท่ารวมถึงการประชุม สัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา ติดต่อธุรกิจหรือเยี่ยมญาติ

วรรณา วงศ์วานิช (2539 : 7) กล่าวถึงการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว เป็นคำที่มีความกว้างมิได้หมายถึงเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานเท่านั้น

แต่ยังหมายถึงการเคลื่อนย้ายของประชากรจากที่หนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์ต่อกันได้รับความสนุกเพลิดเพลิน

สุจรี จันทรสุข (2541 : 10) กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีมานานหลายศตวรรษ เป็นกิจกรรมทางสังคมเชิงมนุษยสัมพันธ์ที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางเศรษฐกิจ การพักผ่อนหย่อนใจ และการเรียนรู้ แต่เดิมนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปถึงถิ่นใดก็จะปรับตัวองให้เข้ากับวัตถุประสงค์ และสิ่งแวดล้อมของถิ่นนั้น ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งจะเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมด้านต่างๆ ให้เข้ากับนักท่องเที่ยว หรืออำนวยความสะดวกอย่างเต็มที่เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวให้เข้ามามากๆ ความหมายของการท่องเที่ยวโดยเงื่อนไข คือเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นชั่วคราวด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือรายได้

เศกสรรค์ ยงวนิชย์ (2541 : 9) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นด้วยความสมัครใจตามวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ได้ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 84) การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการนันทนาการที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาว่างและมีการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการเดินทางจากแหล่งท่องเที่ยวที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่ง เพื่อการแลกเปลี่ยนบรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม โดยจะมีแรงกระตุ้นจากความต้องการในด้านกายภาพ ด้านวัฒนธรรม ด้านการปฏิสัมพันธ์ และด้านฐานะหรือเกียรติคุณเข้ามาร่วมด้วย

ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2546 : 1) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้ การท่องเที่ยวกับการเดินทางสามารถใช้สับเปลี่ยนกันได้ จนบางครั้งดูเหมือนว่าเป็นความหมายเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้วการเดินทางกับการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

พรสวรรค์ มโนพัฒนะ (2547 : 3) กล่าวว่า การท่องเที่ยวหมายถึง การเดินทางเพื่อความบันเทิงเริงใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่ไม่ใช่เป็นการเดินทางเพื่อการประกอบอาชีพ การไปทำงานประจำ รวมทั้งเพื่อหารายได้ เรียนหนังสือ และไปอาศัยถาวร

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 6) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน ซึ่งมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

1) การเดินทางเพื่อประกอบอาชีพ หรือธุรกิจใดๆ ในประเทศใดประเทศหนึ่งที่เดินทางไป

2) การเดินทางเพื่อจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป

3) การเดินทางไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานทางการทูตหรือองค์การระหว่างประเทศ หรือองค์การเอกชนโดยได้ค่าจ้างตอบแทน

4) การเดินทางข้ามประเทศ เพื่อไปทำงานประจำทุกวัน

ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

173946

5) การเดินทางผ่านประเทศใดประเทศหนึ่งโดยไม่แวะลง ซึ่งเป็นเวลานานกว่า 24 ชั่วโมง

6) การเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่นการเคลื่อนย้ายกำลังพลทหาร หรือการเคลื่อนย้ายนักโทษจากที่ขุมขังหนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง

ประภัสสร ศรีภักดี (2548 : 13) กล่าวว่าการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน เพื่อหาความสนุก และนอกจากนี้ยังเป็นการเดินทางเพื่อการทำธุรกิจ การประชุม สัมมนาหาความรู้ การศึกษา และเพื่อการกีฬา ตลอดจนเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้องด้วย

สรุป การท่องเที่ยว คือ การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่นด้วยความสมัครใจ มิใช่เพื่อรับจ้าง แต่เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศ และเดินทางระหว่างประเทศ ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดการท่องเที่ยวมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ได้มีนักวิชาการหลายท่านกล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้หลากหลาย ดังต่อไปนี้

เสรี วังส์ไพจิตร (2533 : 189) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ว่า

1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ และลดปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลชำระเงินของประเทศโดยนำเงินตราต่างประเทศซึ่งมาจากการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้า บริการด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว (Tourist expenditure) เข้าสู่ประเทศเช่นเดียวกับการส่งสินค้าออก และจากรายได้นี้สามารถนำไปทดแทนค่าใช้จ่ายในการนำสินค้าซึ่งผลิตเองไม่ได้ และเทคโนโลยีเพื่อใช้ในการพัฒนาประเทศเข้ามาจากต่างประเทศ รวมทั้งนำไปช่วยในการชำระเงินกู้จากสถาบันการเงินระหว่างประเทศด้วย

2) การท่องเที่ยวเป็นการกระจายรายได้สู่ภูมิภาคของประเทศ เนื่องจากประกอบธุรกิจขนาดเล็กจำนวนมาก รายรับจากการท่องเที่ยวจึงกระจายสู่ประชาชนอย่างรวดเร็วทั้งระบบเศรษฐกิจทำให้เกิดการหมุนเวียนการใช้จ่ายภายในประเทศ และส่งเสริมการลงทุนเพื่อการสร้างปัจจัยพื้นฐานรวมถึงปัจจัยเสริมต่างๆ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวช่วยเพิ่มรายได้จากการจัดเก็บภาษีของรัฐบาล เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องจ่ายภาษีต่างๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น ภาษีเมื่อซื้อสินค้าและบริการ ภาษีศุลกากร ค่าธรรมเนียมการประทับตราหนังสือเดินทาง ส่วนภาษีที่ธุรกิจท่องเที่ยวต้องจ่าย เช่น ค่าธรรมเนียมโรงแรม ค่าธรรมเนียมใบอนุญาตจำหน่ายอาหาร สุราและเครื่องดื่ม เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างอาชีพแรงงานทั่วไป และแรงงานที่มีความชำนาญ

5) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด (Limitless boundary idustry) ไม่มีปัญหาเรื่องการกำหนดโควตาการจำหน่าย กล่าวคือ การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ทุกเวลา แล้วแต่ความสามารถในการใช้กลยุทธ์เพื่อพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสภาพของแต่ละประเทศ

สุภาพร มากแจ้ง (2534 : 2) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการสืบทอดวัฒนธรรม ทำให้เจ้าของถิ่นตระหนักถึงคุณค่าของวัฒนธรรมประเพณีประจำถิ่น เกิดความภาคภูมิใจรักและหวงแหนวัฒนธรรม

นิคม จารุมณี (2535 : 5) กล่าวถึงความสำคัญของการท่องเที่ยว สรุปสาระได้ว่า

1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินต่างประเทศ

2) การท่องเที่ยวช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพชำระเงิน

3) รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง โครงการสร้างงานสร้างอาชีพมากมาย และเป็นการเสริมอาชีพด้วยอาชีพที่เกิดต่อเนื่องจากการท่องเที่ยว เช่น การผลิตหัตถกรรมพื้นบ้าน เป็นต้น

4) การท่องเที่ยว มีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพในธุรกิจที่ทำหน้าที่บริการ เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวมีบทบาท ในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์สูงสุด

6) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย

7) การท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งฟ้า ดิน อากาศ

8) การท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นให้เป็นมรดกตกทอดที่ควรแก่การนำออกมาเผยแพร่ฟื้นฟูและอนุรักษ์ไว้

9) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ

10) การท่องเที่ยวทำให้เกิดมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคง ให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

11) การท่องเที่ยวช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดี สร้างความสมัครสมานให้เกิดแก่คนในชาติ และนำไปสู่การช่วยธรรโลงสันติภาพแก่โลก

ไพฑูรย์ พงศะบุตร และวิลาศ พงศะบุตร (2536 : 32) ความสำคัญของการท่องเที่ยวปัจจุบันถือได้ว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง และมีความร่วมมือระหว่างประเทศในอันที่จะสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้น

1) ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างอาชีพต่างๆ ได้แก่ คนในท้องถิ่นรวมทั้งการนำรายได้เข้าประเทศ หรือเข้าท้องถิ่นนั้นๆ

2) ความสำคัญทางสังคม การท่องเที่ยวทำให้เกิดการติดต่อระหว่างคนในประเทศ หรือในท้องถิ่นต่างๆ มีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นอกจากนั้นยังก่อให้เกิดการนันทนาการ และพักผ่อนหย่อนใจ ตลอดจนสร้างเสริมประสบการณ์และความรู้ให้แก่นักท่องเที่ยว

3) ความสำคัญด้านการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างคนจ่างชาติ และคนต่างถิ่น จากการที่ได้มีโอกาสพบปะติดต่อกันและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ดังคำขวัญในปีการการท่องเที่ยวสากลขององค์การสหประชาชาติเมื่อ พ.ศ. 2510 ว่าการท่องเที่ยว คือ หนังสือเดินทางที่นำไปสู่สันติภาพ (Tourism is the passport to peace)

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 88) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังนี้

1) ความสำคัญด้านเศรษฐกิจของประเทศ

(1) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศมากเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากสินค้าอื่นๆ นอกจากนี้รายรับสุทธิในรูปของเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีส่วนช่วยให้ดุลชำระเงินของประเทศดีขึ้น

(2) รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่าสองเท่าตัว

(3) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการหมุนเวียน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค เมื่อเกิดการเดินทางการท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบทการพัฒนาความเจริญก็จะไปถึงภูมิภาคนั้นๆ ก่อให้เกิดการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่น เช่น โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีผู้ลงทุนในหลายรูปแบบ ทำให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ อย่างกว้างขว้าง เป็นการสร้างรายได้สู่ประชาชนอย่างแท้จริง

(4) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดผลประโยชน์ในอัตราที่สูง ในรูปของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าของที่ระลึก ตลอดจนการให้บริการในท้องถิ่นนั้นๆ

(5) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลื้องวัตถุดิบผลผลิตขายได้ทุกเวลาสุดแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย

(6) การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อมเป็นการลดการว่างงาน ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้นซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

2) ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคม

(1) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริม ความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดี ระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

(2) การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนาสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคม ให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือน ท้องถิ่นทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำจึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

(3) การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรม และ สิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึก และตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกหวงแหนและรักผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัย ของตน

(4) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการหลั่งไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเสี่ยงโชคในเมืองของประชาชนในชนบท

(5) การท่องเที่ยวช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ในรูปของสินค้า พื้นเมือง และของที่ระลึกไว้สำหรับขายผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3) ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อการเมือง

(1) การเดินทางเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคงปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ

(2) การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะรู้จักทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก คุ้นเคย รู้ปัญหา พึ่งพาอาศัย กัน เป็นการสร้างความรักสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติในทำนองเดียวกัน การเดินทาง ท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรี และความสงบสันติสุขในโลก

กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (2553) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญดังนี้

1) ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ดังนี้

(1) การท่องเที่ยวทำให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

(2) รายได้ที่ได้มาในรูปเงินตราทั้งในประเทศและต่างประเทศจากการท่องเที่ยว มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้ดุลยภาพของการชำระเงิน

(3) รายได้จากการท่องเที่ยวจะกระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงาน การท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดผลผลิตและนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งในระบบเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อๆ กันไปอีกหลายรอบ เพราะเมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งจะก่อให้เกิดรายได้แก่บางกลุ่มหรือกิจกรรมบางประเภท บุคคลหรือกิจกรรมที่ได้รับรายได้นี้จะนำรายได้ส่วนหนึ่งใช้จ่ายต่อไปเรื่อยๆ

(4) การท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในการผลิตและการจำหน่าย เนื่องจากการท่องเที่ยวมิได้พึ่งดิน ฟ้า อากาศ เป็นหลัก เช่นเดียวกับการเกษตร ผลผลิตที่นำเสนอต่อนักท่องเที่ยว ได้แก่ ความงดงามตามธรรมชาติ ความเจริญทางด้านวัฒนธรรมของชาติในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มทวีมากขึ้นทุกปี อาจมาจากสาเหตุต่างกัน เช่น ความสะดวกความรวดเร็วของการคมนาคม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง

2) ด้านสังคม การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อสังคม ดังนี้

(1) การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่อื่น ได้มีโอกาสพบปะหรือทำกิจกรรมร่วมกันมีส่วนช่วยเสริมสร้างสัมพันธ์ไมตรีแล้วความเข้าใจอันดีต่อกัน ก็จะเป็นการลดช่องว่างทางสังคมองประชาชนได้เป็นอย่างดี ความสงบสุขย่อมเกิดขึ้นในสังคม

(2) การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก้อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรี และความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

(3) การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการหลั่งไหลและการเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำในเมืองของประชาชนชนบท

3) ด้านการสนับสนุน ฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและเพณี การสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีอันดีงามของชาติ ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องที่ยว ชาติไทยเป็นชาติเก่าแก่ที่มีมรดกทางวัฒนธรรมเป็นของตนมานาน เป็นความภูมิใจและความหวงแหน การฟื้นฟูเพื่อดึงดูดนักท่องที่ยว จึงเป็นการรักษาสิ่งดีงามเหล่านี้ไว้เพื่ออนุชนรุ่นหลังด้วย ดังนั้นจะเห็นได้จากงานฟื้นฟูประเพณีต่างๆ ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมมากขึ้นด้วย โดยคงรักษาจุดมุ่งหมายเดิมไว้ เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง ประเพณีแห่เทียนพรรษา เป็นต้น

4) ด้านสุขภาพ การที่ได้มีโอกาสเดินทางพักผ่อนตามความพึงพอใจไม่ว่าจะเป็นการท่องที่ยวธรรมชาติอันดึงดงาม การไปยิงนกตกปลา หรือการได้เที่ยวชมความเจริญก้าวหน้าของ

เมืองใหญ่ๆ ได้พบเห็นสิ่งที่ยังไม่เคยได้เรียนรู้มาก่อน ย่อมทำให้ความเบิกบาน ความสบายใจจะช่วยบรรเทาความเหน็ดเหนื่อยเครียดจากการทำงานได้ เป็นผลให้มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีขึ้น

5) ด้านการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้ดีขึ้น เมื่อเกิดการท่องเที่ยวไปยังส่วนต่างๆ ของประเทศไปยังชนบทที่ห่างไกล ไปยังป่าเขา แม่น้ำลำธารก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อมนั้น ทำให้เกิดการปรับปรุงสิ่งแวดล้อม ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนร่วมมือในการรักษาสภาพต่างๆ ไว้ไม่ให้ถูกทำลาย ด้วยความตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวก็จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงรักษาสภาพแวดล้อมต่างๆ ให้ดีขึ้น

สรุป ความสำคัญของการท่องเที่ยว มีความสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นการช่วยกระจายรายได้ รวมทั้งเป็นการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ อีกทั้งเป็นการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน และยังเป็นการสร้างอาชีพให้ประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ อีกด้วย ผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดความสำคัญของการท่องที่ยวมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.2.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 60) ได้กำหนดประเภทการท่องที่ยวไว้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural based tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติ โดยประกอบด้วย

(1) การท่องที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine eco tourism)

(2) การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา (Geo tourism)

(3) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco tourism)

(4) การท่องที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism)

(5) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agro tourism)

2) การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural based tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวในแหล่งประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งประกอบด้วย

(1) การท่องที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism)

(2) การท่องเที่ยวงานชมวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism)

(3) การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Rural tourism หรือ Village tourism)

3) การท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special interest tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการท่องเที่ยวกับความต้องการอื่นเพิ่มเติมซึ่งประกอบด้วย

(1) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)

(2) การท่องเที่ยวเชิงทัศนะศึกษาและศาสนา (Edu – meditation tourism)

(3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism)

(4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism)

(5) การท่องที่ยวแบบผจญภัย (Adventure travel)

(6) การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ และฟาร์มสเตย์ (Home stay & farm stay tourism)

(7) การท่องที่ยวพำนักระยะยาว (Long stay tourism)

กระทรวงการท่องที่ยวและกีฬา (2553) ได้จัดประเภทของการท่องที่ยวไว้ 4 ประการ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร คือการเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม สวนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์ม ปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยง แหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรในลักษณะต่างๆ ทำให้ได้ความรู้ ได้ประสบการณ์ใหม่ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวไปในสถานที่ที่เป็นแหล่งทรัพยากรธรรมชาติ สังคม หรือชุมชนตามธรรมชาติ เพื่อชื่นชมและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่าการดำน้ำ การศึกษาวิถีชีวิต เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดจากความตระหนักในคุณค่า ความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความต้องการที่จะอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ และความต้องการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และสิ่งต่างๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้รับทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมอง ความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลในอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นปัจจุบันผ่านสิ่งเหล่านี้

4) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท

(1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health healing) เป็นการท่องเที่ยวที่ผนวกโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดหรือฟื้นฟูโรค เช่น การผ่าตัดเสริมความงาม

(2) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health promotion) เป็นการท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักในโรงแรม หรือรีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สถานที่นั้นๆ จัดขึ้น เช่น การนวดแผนไทย บริการสุคนธบำบัด บริการอาบน้ำแร่

วิกิพีเดีย สาราณุกรมเสรี (2553) ได้แบ่งประเภทการท่องที่ยว ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ชุมชนเกษตรกรรม เช่น สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงรวมถึงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำต่างๆ

2) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งทรัพยากรทางธรรมชาติ

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยว และเยี่ยมชมสถานที่แสดงถึงความเป็นวัฒนธรรม เช่น การชมสถานโบราณวัตถุ โบราณสถาน ปราสาท พระราชวัง วัด ประเพณี รวมถึงวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย

4) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ การรูปแบบการท่องเที่ยวที่ผสมผสานในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ โดยมีกิจกรรมเพื่อการรักษาสุขภาพเป็นกิจกรรมสำคัญของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวสปา เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ เช่น การเดินทางไปเยี่ยมเยียนลูกค้า หรือดูแลงาน และได้ไปท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ ประมาณ 1 - 2 วัน

อุตสาหกรรมการท่องที่ยว (2553) ได้แบ่งประเภทของการท่องที่ยวไว้ดังนี้

1) การท่องที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การดูนก การดำน้ำดูปะการัง การเดินป่า เป็นต้น

2) การท่องที่ยวเชิงสุขภาพและกีฬา เช่น การปีนผา การอาบน้ำแร่ เป็นต้น

3) การท่องที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น การศึกษาแหล่งโบราณสถาน การชมการแสดงของแต่ละภาค เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวเพื่อสัมผัสชาติพันธุ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การชมวิถีชีวิตในชนบท เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้โดยมีการจัดการไว้ล่วงหน้า เช่น การเรียนทำอาหาร การเรียนมวยไทย เป็นต้น

สรุป การท่องเที่ยวมี 4 ประเภท คือ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ จากแนวคิดดังกล่าวผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดประเภทของการท่องเที่ยวมาอภิปรายผล

2.1.2.4 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีความคล้ายคลึงกัน ดังนี้

วรรณา วงษ์วานิช (2539 : 18) ได้กล่าวถึงว่า วัตถุประสงค์อาจจะแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมทิวทัศน์วัฒนธรรมประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่างๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน บางครั้งเป็นการไปเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ และสถานที่พักอาศัย การท่องเที่ยวแบบนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น รสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่าง เพื่อพักผ่อนร่างกายละสมองอาจจะรวมถึงการพักฟื้นหลังการเจ็บป่วยโดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ไปพักจะต้องเลือกที่สงบ สะดวกสบายอากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลความอึกทึกครึกโครม

3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่างๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มนุษยวิทยา และสังคมวิทยาเช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวแบบนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ

ประการแรก เป็นการชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ฯลฯ การแข่งขันกีฬานี้ถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ

ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้สถานที่จะเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น ชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อยิงนกตกปลา หรือส่องสัตว์ เป็นต้น จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะพบว่าประเทศที่มีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิประเทศหลายๆ แบบ มักจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มาก

5) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ความจริงแล้วลักษณะการท่องเที่ยวแบบนี้ไม่น่าจะจัดว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะตามหลักแล้ว การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางไปเพื่อที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ความเป็นจริงแล้วผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือ

สัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดี สะดวก รวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่สูงขึ้นเรื่อยๆ

6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงาน หรือวิจัย หรือการแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างหนึ่ง

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 14) กล่าวว่า ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism suppliers) นิยมแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1) การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) อันได้แก่ กิจกรรมนันทนาการ (Recreation) วันหยุด (Holiday) เพื่อสุขภาพ (Health) การศึกษา (Study) ศาสนา (Religion) และการกีฬา (Sport)

2) การติดต่อธุรกิจ (Business) อันได้แก่ การประชุม (Meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย (Mission) รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง การพักแรมการรับประทานอาหาร การเที่ยวดูชม การซื้อของที่ระลึก และอื่นๆ ขึ้นอยู่กับการมีอำนาจในการซื้อของนักท่องเที่ยว มีความพร้อมและเต็มใจที่จะจ่ายเงินตามราคาของสินค้า ในขณะนั้นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบธุรกิจโรงแรมที่พักอาศัยแบบต่างๆ ภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ หรือผู้ประกอบธุรกิจการจัดนำเที่ยวอื่นๆต่างก็พยายามจัดหาสินค้าและการบริการ หรืออุปทานทางการท่องเที่ยว (Tourism supply) เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพึงพอใจ ดึงดูดใจให้เกิดความต้องการ หรืออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว (Tourism demand) เพิ่มมากขึ้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) ได้แบ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อพักผ่อน และแสวงหาความเพลิดเพลิน (The vacation and leisure traveler) นักท่องเที่ยวหล่านี้จะเดินทางด้วยความสมัครใจ ใช้เงินออมของตนเอง แสวงหาความเพลิดเพลินนานาประการ และคาดว่าจะได้รับประสบการณ์ที่พึงพอใจ นักท่องเที่ยวประเภทนี้ อาจเดินทางมาเป็นการส่วนตัว 1-3 คน (Foreign individual tourist : FIT) หรือเดินทางมาเป็นกลุ่ม (Organized mass tourist) โดยการซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package tour) จากบริษัทนำเที่ยว ในปัจจุบันตลาดนักท่องเที่ยวพัฒนาไปมาก ต้องการซื้อรายการนำเที่ยวที่จัดตามต้องการของตนเอง (Tailor made travel) มากกว่าจะเลือกซื้อรายการนำเที่ยวที่จัดไว้แล้ว ถ้าเป็นไปได้ นักท่องเที่ยวประเภทนี้ยังแบ่งได้ตามวัตถุประสงค์และพฤติกรรมของการเดินทางท่องเที่ยวได้ดังนี้

(1) นักท่องท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อน (Recreational tourists) แต่กิจกรรมการท่องเที่ยวอาจไม่เหมือนกัน เช่น บางคนต้องการความสนุกสนาน บันเทิง แต่บางคนต้องการความเงียบสงบ นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีหลายรูปแบบ เช่น นักท่องเที่ยวที่ชอบอาบแดด นักท่องเที่ยวที่ชอบกิจกรรมตื่นเต้นเสี่ยงภัย นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวและใช้บริการชั้นหนึ่งที่หรูหราฟุ่มเฟือย นักท่องเที่ยวที่พักแรม พักผ่อน ในสถานที่ของชนชั้นสูง หรือมีชื่อเสียงโงดัง เท่านั้น นักท่องเที่ยวที่แสวงหาความสันโดษ ฝึกสมาธิศึกษาหาความหมายของชีวิต

(2) นักท่องเที่ยวที่แสวงหาความรู้ หรือสนใจสิ่งหนึ่งสิ่งใดเป็นพิเศษโดยเฉพาะ (Travelers) เดินทางไปไปในที่ต่างๆ ตามความชอบและความสนใจของตนเอง เช่น นักมนุษยวิทยา (Anthropologist) เดินทางมาด้วยความสนใจในการพบปะผู้คนท้องถิ่น ต้องการทดลองอาหาร และพูดภาษาถิ่น นักโบราณคดี หรือนักประวัติศาสตร์ (Archacologists or historical) สนใจด้านประวัติศาสตร์ โบราณคดี อารายธรรมเก่าแก่ สถานที่หรือสิ่งปรักหักพัง นักอนุรักษ์นิยม (Conservationist) เดินทางเพื่อศึกษาและอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งมีชีวิต และไม่มีชีวิต นักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourist) เดินทางมาเพื่อศึกษาศิลปวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของคนในแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเชิงชาติพันธ์ (Ethnic tourist) เดินทางเพื่อศึกษาวิวัฒนาการของมนุษย์ เชื้อชาติ วิถีการดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละชาติ นักท่องเที่ยวเชิงสิ่งแวดล้อม (Environmental tourist) เดินทางเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมต่างๆ ของธรรมชาติ เมือง ประเทศ ความแตกต่างของอาคารบ้านเรือน ความสะอาด นักท่องเที่ยวเชิงสำรวจ (Explorers) เดินทางเพื่อการสำรวจชอบการเดินทางที่ผจญภัย หรือท้าทายความสามารถที่จะไปให้ถึง นักท่องเที่ยวแบบสมณะ (Drifter) นักท่องเที่ยวแบบเร่ร่อน หลีกเลี่ยงการพบปะผู้คน ใช้ชีวิตแบบ Hippies ต้องการสัมผัสสิ่งแปลกใหม่ตามความนึกคิดของตน นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourist) เดินทางเพื่อดูชมหรือเล่นกีฬาที่ตนชื่นชอบ เช่น เล่นกอล์ฟ ดำน้ำ นักท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health tourists) เดินทางเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น อาบน้ำแร่ เป็นต้น นักท่องเที่ยวเพื่อเผยแพร่ศาสนา (Religious pilgrims) เดินทางเพื่อปฏิบัติศาสนกิจแสวงบุญ

2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางเจรจาติดต่อธุรกิจหรือเข้าประชุมสัมมนา (Business tourist / Conference tourist) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวและอำนาจในการซื้อสูง ถึงแม้จะเดินทางและพักอยู่ไม่นานนักต้องการบริการที่สะดวกรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ ต้องการบริการ Secretarial Service จากโรงแรม และนิยมพักในโรงแรมย่านธุรกิจ

3) นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยเหตุผลส่วนตัว กึ่งทำงาน กึ่งไปเที่ยว ได้แก่ นักท่องเที่ยวเพื่อไปเยี่ยมเพื่อนและญาติ (The traveler visiting friends and relatives)

นักหนังสือพิมพ์ที่เดินทางเพื่อแสวงหาข้อมูล (Oversea journalists) นักเรียน นักศึกษาที่เดินทางไปศึกษาต่อต่างประเทศ (Oversea students)

การท่องเที่ยว (2553) แบ่งวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจในวันหยุด (Holiday-mass popular individual)

2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural religion) เป็นการเดินทางเพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมของสังคมต่างๆ เช่น การศึกษาความเป็นอยู่ การชมศิลปะ ดนตรี ละคร การนมัสการศูนย์ศาสนา เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อการทำวิจัยการศึกษา สอนหนังสือ ฝึกอบรม หรือดูงานต่างประเทศ ซึ่งจะต้องพำนักอยู่สถานที่นั้นๆ เป็นเวลานาน

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและบันเทิง (Sport and recreation) คือ การเดินทางไปชม หรือร่วมแข่งขันกีฬา หรือนันทนาการต่างๆ

5) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ และความสนใจพิเศษ (Historical and special interests)

6) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) หมายถึงการท่องเที่ยวเพื่อทำงานอดิเรก เช่น การวาดภาพ การเขียนนวนิยาย เป็นต้น

7) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting friend and relative) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาบางส่วนของการเดินทางหลังจะทำธุรกิจเสร็จสิ้นแล้ว ใช้เวลาในการท่องเที่ยวก่อนเดินทางกลับ

สรุป การท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ เพื่อ ความสนุกสนาน เพื่อพักผ่อน เพื่อศึกษาวัฒนธรรม เพื่อการกีฬา เพื่อธุรกิจ เพื่อการประชุมสัมมนา และการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา หรือแสวงหาความรู้ จากวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.2.5 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยวไว้หลายท่าน ดังนี้

เสรี วังส์ไพจิตร (2530 : 7) กล่าวถึงองค์ประกอบการท่องที่ยวว่า ประกอบด้วย 2 ประการ สรุปได้ว่า

1) แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ทะเล ภูเขา ภูมิอากาศ ทัศนียภาพ เป็นต้น และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ศิลปกรรม โบราณสถาน และ โบราณวัตถุ ตลอดจนศิลปวัฒนธรรม ประเพณี เป็นต้น

2) บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น โรงแรม ที่พัก ภัตตาคาร และร้านอาหาร การคมนาคมขนส่งทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สินค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง การอำนวยความสะดวกในระเบียบพิธีการต่างๆ เป็นต้น

วรรณา วงศ์วานิช (2539 : 19) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบ 7 ประการ ดังนี้

1) นักท่องเที่ยว เช่น ลักษณะของการกระจายกิจกรรมต่างๆ ของนักท่องเที่ยว ฤดูการท่องเที่ยว ทัศนคติของนักท่องเที่ยวเป็นต้น

2) สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นสินค้าที่รวบรวมเอาสินค้าและบริการ หลายประเภทไว้ด้วยกัน เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี อัธยาศัยไมตรี สาธารณูปโภคต่างๆ เป็นต้น

3) การคมนาคมขนส่ง ซึ่งต้องพิจารณาในด้านรูปแบบของการคมนาคมขนส่ง การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องที่ยวและภายในแหล่งท่องที่ยว แบบแผนการเดินทางของนักท่องที่ยว บริเวณหรือสถานที่ที่ให้บริการแก่ผู้โดยสารรูปแบบหรือปัญหาการจราจร เป็นต้น

4) ข้อมูลข่าวสาร และบริการ ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) ข้อมูลข่าวสาร เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว การส่งเสริมและให้ความรู้ใหม่ๆ แก่ผู้นำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดทำแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เป็นต้น

(2) การบริการ ประกอบด้วยการบริการในด้านต่างๆ ได้แก่ ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง บริการด้านสถานที่จอดรถบริการ ด้านสถานที่อุปกรณ์ออกกำลังกาย เป็นต้น

5) ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง แบ่ง 2 ลักษณะ ดังนี้

(1) ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เช่น กำหนดมาตรการต่างๆ จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือและให้บริการด้านต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เป็นต้น

(2) การอำนวยความสะดวกด้านการเมือง เช่น การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร ระเบียบพิธีการเข้าเมืองบริการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานที่ขนส่งกับที่พัก เป็นต้น

6) องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ไฟฟ้า การประปา การสื่อสาร ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูล สถานพยาบาลและโรงพยาบาลต่างๆ เป็นต้น

7) การสนับสนุนอื่น เป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540 : 2) แบ่งองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันเป็นวงจร

1) นักท่องเที่ยว จัดเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยวต่างประเทศ และ นักท่องเที่ยวภายในประเทศ

2) การตลาดท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี คือ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร และการโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เพื่อเชิญชวน กระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

3) การขนส่ง หมายถึง การจัดการให้มีการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่ง ออกได้เป็น 4 ประเภท คือการขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางรถไฟ การขนส่งทางเรือ และการขนส่งทางเครื่องบิน

4) ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสินค้าท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว

5) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เดินทางเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและปลอดภัย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2541 : 2) กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ที่มีความสัมพันธ์กัน คือ

1) นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว ถ้าไม่มีนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท

(1) นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่การประกอบอาชีพหรือเพื่อหารายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว และผู้โดยสารที่ผ่านแวะพักเพื่อต่อเครื่องบินก็ไม่ถูกนับว่าเป็นนักท่องเที่ยวเช่นกัน จำแนกออกได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign tourist or international tourist) หมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศที่พำนักอาศัยในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่หรือที่พักอันถาวรนั้น

(2) นักทัศนาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆ ไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ ผู้โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนาจร แต่ผู้โดยสารผ่านแวะพักผ่อนต่อเครื่องบินจะไม่นับว่าเป็นนักทัศนาจร จำแนกออกได้ดังนี้

- นักทัศนาจรต่างประเทศ (Foreign excursionist) หมายถึง นักทัศนาจรชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

- นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic excursionist) หมายถึง นักทัศนาจรที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นคนไทยหรือชาวต่างประเทศที่มีถิ่นที่พำนักถาวรอยู่ในประเทศไทยหรือในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดที่เขามีถิ่นอยู่หรือที่พำนักถาวร

2) การตลาดท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวนั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อชักนำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดท่องเที่ยวหมายถึง ความพยามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน แล้วใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและใช้บริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยการตลาดท่องเที่ยวอาจทำได้ 2 วิธี ดังนี้

(1) การให้บริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว

(2) การโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อสารข้อมูลข่าวสารท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยาสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น เพื่อเชื่อเชิญ กระตุ้น เร่งเร้าให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวของตน

3) การขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใดแล้ว ต้องมีการขนส่งนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งการขนส่ง หมายถึง การจัดให้มีการเดินทางเลื่อนย้าย นักท่องเที่ยวด้วยยานพาหนะประเภทต่างๆ จากภูมิลำเนาไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการและกลับสู่ภูมิลำเนา การขนส่งแบ่งออกได้เป็น 4 ประการ คือ ทางรถยนต์ ทางรถไฟ ทางเรือ และทางเครื่องบิน

4) ทรัพยากรท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจ ความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือนหรือไปท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่งทรัพยากรท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ สามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก บ่อน้ำร้อน ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะแก่ง เป็นต้น

(2) ทรัพยากรท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณสถานและโบราณวัตถุ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์ หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีต และได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่มีผลดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

(3) ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบของการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม ซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา ตลอดจนกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น สภาพชีวิตความเป็นอยู่ของคนไทยในชนบท หมู่บ้านชาวเขา ตลาดน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก การแสดงสินค้าพื้นบ้าน การแข่งกีฬา งานเทศกาลประเพณีต่างๆ เป็นต้น

5) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เป็นสรรพสิ่งที่รองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวกสบายและความปลอดภัย โดยสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท

(1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น เพื่อรองรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยตรง แบ่งออกได้เป็น 2 อย่าง คือ

- การอำนวยความสะดวกในการเข้าและออกต่างประเทศ เป็นการอำนวยความสะดวกในการผ่านเข้าและออกประเทศของนักท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการขนถ่ายกระเป๋าเดินทาง การตรวจหนังสือเดินทาง การตรวจค้นสิ่งของติดตัว การต่อวีซ่า เป็นต้น

- การให้บริการท่องเที่ยว เป็นการให้ความสะดวกในระหว่างการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ การให้บริการ 5 ประเภท คือ 1. บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว 2. บริการที่พักแรม 3. บริการอาหารและบันเทิง 4. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 5. บริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

(2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในประเทศแล้ว แม้จะไม่มีการท่องเที่ยว รัฐบาลก็ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้แก่ประชาชนของตน ส่วนการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวถือเป็นผลพลอยได้ ประกอบด้วย 3 ประเภท คือ

- สิ่งอำนวยความสะดวกทั้งทางด้านสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต่อการยังชีพของประชาชน เพื่อให้ประชาชนได้รับความสะดวกสบายในความเป็นอยู่ และส่งผลประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ การสื่อสาร การไฟฟ้า การประปา การคมนาคม การสุขาภิบาล การศึกษา สาธารณสุข เป็นต้น

- สิ่งอำนวยความสะดวกด้านด้านความปลอดภัย เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่รัฐบาลจะต้องให้ความปลอดภัยทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน รวมถึงการเดินทางแก่ประชาชน และนักท่องเที่ยว ด้วยการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรมและความเดือดร้อนต่างๆ ที่จะเกิดขึ้น เช่น การโจรกรรม ปล้นจี้ ชิงทรัพย์ การก่อความไม่สงบและความปลอดภัยจากการบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

- สิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่เสริมสนับสนุน เพิ่มความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว เช่น การให้บริการและเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การบริการเสริมความงาม และการบริการรักษาพยาบาล เป็นต้น

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 87) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ประการดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยว เป็นทรัพยากรที่สำคัญ จัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว (Tourism supply) ซึ่งจัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 5 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural attraction) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่างๆ (Traditional attraction) แหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่างๆ ของภูมิประเทศ (Entertainment attraction) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Other attraction)

2) บริการการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน บริการการท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรม และบริการอื่นๆ ทั้งนี้รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่นๆ

3) ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจและเพื่อกิจกรรมอื่นๆ ซึ่งในกระบวนการจัดการได้หมายรวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาการขาย และการให้บริการนักท่องเที่ยวด้วย

อานัติ จักรแก้ว (2545 : 36) ได้สรุปองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 3 ประการ คือ

1) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ((Tourism attractions) หมายถึง สิ่งที่สามารถดึงดูด โน้มน้าวให้เกิดความสนใจ ปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จะมีสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวจุดเดียวหรือหลายจุดก็ได้ ถ้ามีหลายจุดก็มักจะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนจำนวนมาก สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

(2) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ (Natural attraction) คือ ความสวยงามและแปลกตาตามธรรมชาติ เป็นหาดทรายที่สวยงาม สภาพป่า ชีวิตสัตว์ ถ้ำ น้ำตก เกาะหรือหมู่เกาะ แก่ง เป็นต้น

(3) สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made attractions) เช่น วัด วัง เมืองโบราณ วิถีการดำเนินชีวิต ตลาดน้ำ ประเพณีวัฒนธรรมต่างๆ เช่น ฟ้อนรำลอย กระทง ไหลเรือไฟ บุญบั้งไฟ แห่เทียนพรรษา งานช้าง เทศกาลอาหารเจ เทศกาลผลไม้ เป็นต้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการ (Facilities and Service) เช่น ที่พักแรม ร้านค้า ร้านอาหาร การขนส่ง บริษัทท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ร้านขายของที่ระลึก ธนาคาร อินเตอร์เน็ต โรงพยาบาล ห้องสุขา บริการรถเช่า เป็นต้น

3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility) หมายถึง มีถนน แม่น้ำ หรือเส้นทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่สะดวก ไม่เสียเวลาทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ โดยจะต้องมียานพาหนะสำหรับขนส่ง ได้แก่ รถ เรือ เครื่องบิน ที่จะขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยว

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (2553) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบหลักที่สำคัญในระบบการท่องเที่ยวจำแนกได้เป็น 3 องค์ประกอบ ดังนี้

1) ทรัพยากรการท่องเที่ยว เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เกิดการเดินทางไปเยือน หรือไปท่องเที่ยว ทั้งนี้ อาจแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว ออกเป็น 2 ประเภท คือ

(1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural tourism resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความงามตามธรรมชาติ ซึ่งสามารถดึงดูดให้คนไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำพุร้อน ถ้ำ น้ำตก ชายทะเล หาดทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง เขื่อน อ่างเก็บน้ำ แหล่งน้ำจืด เป็นต้น บางแห่งได้รับการจัดให้เป็นสวนรุกขชาติ สวนพฤกษาศาสตร์ วนอุทยาน อุทยานแห่งชาติ เขตรักษาพันธ์สัตว์ป่า สวนสัตว์เปิด เป็นต้น

(2) ทรัพยากรที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made tourism resource) นับเป็นมรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage) เป็นผลงานที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์ ที่อนุชนรุ่นหลังบังเกิดความหวงแหนและปฏิบัติสืบสานต่อไป ทั้งนี้ทรัพยากรที่มนุษย์ แบ่งออก 3 ชนิด

- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical tourism resource) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นตามประสงค์หรือประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกในอดีตและได้สร้างเสริมในปัจจุบัน แต่งมีผลดึงดูดให้คนไทยไปเยือนหรือไปท่องเที่ยวยังพื้นที่นั้น เช่น พระราชวัง ศาสนสถาน แหล่งโบราณคดีก่อนประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑ์ กำแพงเมือง คูเมือง อุทยานประวัติศาสตร์ อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิต (Culture and rural way of life) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคมซึ่งปฏิบัติยึดถือสืบทอดต่อกันมา เช่น ประเพณีในรอบปี ทั้งประเพณีในราชสำนัก (พระราชพิธีต่างๆ) ประเพณีไทย ประเพณีท้องถิ่น ประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อที่เกี่ยวกับศาสนา เช่น ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีเข้าพรรษา ประเพณีกินเจ หรือประเพณีถือศีลอดอาหาร งานทำบุญขึ้นบ้านใหม่ เป็นต้น ประเพณีที่เกี่ยวกับบุคคล เช่น พิธีโกนจุก พิธีแต่งงาน พิธีบวช และพิธีศพ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีวิถีชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างบ้านเรือน ชุดแต่งกาย อาหารประจำถิ่น การประดิษฐ์ของใช้เพื่อการดำรงชีวิต ภาษาพูดในท้องถิ่นและวรรณคดีพื้นบ้าน เป็นต้น หมู่บ้านที่มีวิถีชีวิตที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อาทิ หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านช้าง รวมถึงตลาดนัด ตลาดน้ำ เป็นต้น

- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการและบันเทิง (Recreation attraction) เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น เพื่อการพักผ่อนที่ให้ความรื่นรื่น บันเทิง เช่น สวนสัตว์ สวนน้ำ ศูนย์วัฒนธรรม ศูนย์การแสดงศิลปะสมัยใหม่ แหล่งบันเทิง ศูนย์การค้า ศูนย์การประชุม เป็นต้น

2) การบริการท่องเที่ยว (Tourism service) หมายถึง การบริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการใช้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ บริการขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว บริการที่พักแรม บริการอาหารและบันเทิง บริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ รวมถึงบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

3) การตลาดการท่องเที่ยว การที่จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าท่องเที่ยวนั้น จะต้องมีการตลาดการท่องเที่ยวในการชักนำให้เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งการตลาดการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามที่จะทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวของตน และใช้สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยดารตลาดการท่องเที่ยวทำได้ 2 วิธี คือ

(1) การให้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หมายถึง การให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ทางการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และ การบริการท่องเที่ยว เป็นต้น

(2) การโฆษณาและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว หมายถึง การสื่อข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายโดยผ่านสื่อต่างๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยาสาร หนังสือพิมพ์ จดหมาย เป็นต้น กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

สรุป องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วย นักท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว การขนส่ง ทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวก ผู้ศึกษาจึงได้นำองค์ประกอบของการท่องเที่ยวมาใช้ในการกำหนดตัวแปรตาม

2.1.2.6 ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องท่องเที่ยวที่หลากหลายดังต่อไปนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 4) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคลตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย

1) เงินหรือค่าใช้จ่าย เป็นสิ่งแรกที่ผู้เดินทางท่องที่ยวจะต้องคิดทันที เพราะการเดินทางท่องที่ยวไม่ว่าจะใกล้หรือไกลจำเป็นต้องมีเงินหรืองบประมาณเพื่อใช้จ่ายในด้านต่างๆ เช่น ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าบริการสำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกและการใช้จ่ายซื้อของ เป็นต้น

2) เวลา เป็นสิ่งที่มีความหมายสำคัญสำหรับผู้เดินทางท่องเที่ยว เพราะว่าแต่ละบุคคลย่อมอยู่ในสถานภาพทางการประกอบอาชีพที่แตกต่างกัน บางคนอาจใช้เวลาวันหยุดสุด

สัปดาห์ เพื่อการท่องเที่ยว แต่บางคนอาจจะต้องรอถึงปิดภาคเรียน หรือบางคนอาจใช้เวลาหลังช่วงชีวิตทำงานเพื่อการท่องเที่ยว

3) ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว ปัจจัยนี้เกิดจากเหตุผล และความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวอย่างแท้จริง การมีเงินมีเวลา ไม่สามารถกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวได้ หากไม่มีความตั้งใจจริงที่จะเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งต่างกัน ทั้งนี้ความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว อาจถูกกระตุ้นโดยสิ่งต่างๆ เช่น ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว การเก็บรวบรวมข้อมูลการท่องเที่ยว การเสริมสร้างทัศนคติที่ดีให้เห็นถึงคุณค่าของการท่องเที่ยว ปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ เสถียรภาพทางการเมือง ฤดูกาล สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ทำให้ความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา

วัดพระพุทธฉาย (2553) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่จะสนับสนุนให้ลูกค้าเกิดความพอใจและตัดสินใจเลือกซื้อบริการมี ดังนี้

1) แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน

2) การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิต การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ทั้ง 3 ทาง คือ ทางบกมีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่านเข้าออกได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือ และอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีทางอากาศยานทันสมัย มีสายการบินมาลงมาก

3) พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร มีการผ่อนคลาย ระเบียบพิธีการเข้าเมืองให้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งที่พัก เป็นต้น

4) ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก มีอัตราค่าพักเหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

5) ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกหลายชนิดแล้ว จะต้องถูกสุขลักษณะมีบริการที่สุภาพและมีการกำหนดราคาอาหารให้แน่นอน

6) บริการนำเที่ยว มีบริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัธยาศัยไมตรี และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่

7) สินค้าที่ระลึก จะต้องมีคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

8) การโฆษณาเผยแพร่ เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศ

จิตรานุช รักสัจจา (2553) ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยว ดังนี้

1) ปัจจัยภายใน

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resources) เป็นสิ่งดึงดูดใจให้ผู้คนเดินทางมาเยือนท้องถิ่นนั้นๆ มีทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและงานประเพณีต่างๆ

1.2 ความปลอดภัย (Security) โดยนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ

1.3 โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) โดยปกติแล้วรัฐจะเป็นผู้ลงทุน เช่น ถนน สนามบิน สถานีรถไฟ ไฟฟ้า ระบบการสื่อสารฯลฯ

1.4 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เช่น การคมนาคม พิธีการเข้า - ออกเมืองฯลฯ

1.5 สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) ต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา การส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

1.6 การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ (Advertising and public relation) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยว

1.7 ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเช่น หากประเทศใดมีภาพลักษณ์ว่า เป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องที่ยวที่สนใจก็จะเป็นกลุ่มชายรักสนุก

2) ปัจจัยภายนอก

2.1 สภาวะเศรษฐกิจและการเมืองของโลก การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจและสภาพความมั่นคงทางการเมือง จะเป็นตัวกระตุ้นกระแสการเดินทางให้ขยายตัวอย่างกว้างขวาง

2.2 ความนิยมในการท่องเที่ยว ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีองค์ประกอบหลายประการที่ช่วยให้รายได้ของครอบครัวสูงขึ้น ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดต่ำลง ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยวสามารถจัดการรายได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น

2.3 การขยายเส้นทางคมนาคม การคมนาคมขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การเดินทางท่องที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และประหยัด

2.4 การแลกเปลี่ยนนโยบายทางการเมือง ซึ่งเป็นผลให้เกิดการแข่งขัน ทั้งด้านการตลาด และการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์ และมานิตย์ ศุทธสกุล (2554 : 336) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจต่อการเดินทางท่องเที่ยว คือ การเดินทางท่องเที่ยวปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงต้องประกอบไปด้วยหลายๆ ปัจจัยด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ และมีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น คือ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางไปบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว ณ ถิ่นที่อยู่ของสินค้านั้นๆ เพราะไม่สามารถจะสั่งสินค้ามาบริโภค ณ ถิ่นที่อยู่ของตนเองได้ นักท่องเที่ยวประสงค์จะชื่นชมกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งใด ก็ต้องเดินทางไปหาไปชื่นชม ณ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ควรพิจารณา ได้แก่

1.1 รายได้ของประชากร รายได้ส่วนบุคคลหรือรายได้ของครัวเรือน ซึ่งอาจพิจารณาได้ 2 แนวทาง คือ

1.1.1 ความสามารถในการหารายได้ของประชากรเป็นปัจจัยที่ใช้พิจารณาประชาชนหรือนักท่องเที่ยวของประเทศหรือภูมิภาคนั้นมีอำนาจซื้อ (Purchasing power) มากหรือน้อย โดยพิจารณาได้จากอัตรารายได้ต่อหัวปี (Percapita income) หากเป็นประเทศที่ประชากรของประเทศมีรายได้ต่อหัวปีสูง ก็อาจพยากรณ์ได้ว่าประชากรของประเทศนั้นน่าจะมีอำนาจซื้อสูงกว่าประชากรของประเทศที่มีอัตรารายได้ต่อหัวต่อปีต่ำกว่า การที่ประชากรหรือนักท่องเที่ยวของประเทศหรือภูมิภาคหนึ่งมีอำนาจการซื้อสูงหรือมีรายได้สูงกว่า ย่อมมีโอกาสที่จะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า เพราะตามปกติประชาชนที่มีรายได้มักจะจับจ่ายใช้สอยในสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพในลำดับแรกๆ ก่อน เมื่อมีรายได้หรือเงินทองเหลือแล้ว จึงจะตัดสินใจนำไปใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวมิได้เป็นปัจจัยหลักหรือเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต่อการดำรงอยู่ของมนุษย์ แต่เป็นเพียงกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมให้มีชีวิตที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเท่านั้น ดังนั้น รายได้ของประชากรหรือนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้น หรือลดลงของปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการเดินทางท่องเที่ยว

1.1.2 สำหรับรายได้ของประชากรหรือรายได้ส่วนบุคคลของประเทศหรือภูมิภาคที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว กรณีที่ประเทศหรือภูมิภาคที่เป็นที่ตั้งของแหล่งที่ประชากรมีรายได้สูง หรือรายได้ต่อหัวต่อปีมีอัตราสูง ย่อมเป็นประเทศหรือภูมิภาคที่มีค่าครองชีพสูง และมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่จะตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย เพราะนักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยว พักผ่อน และ

ใช้ชีวิตในประเทศหรือภูมิภาคที่มีค่าครองชีพสูงดังกล่าว เป็นผลให้แนวโน้มปริมาณนักท่องเที่ยวมีน้อยลง และมีเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางการเงินดีเท่านั้น

1.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นเงินสกุลต่างๆ ของประเทศที่ไปท่องเที่ยว หรือไปเยือนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าของเงินแข็ง เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่มีค่าของเงินอ่อนกว่า ย่อมมีอำนาจซื้อมากกว่าหรือมีความรู้สึกว่าการใช้จ่ายต่างๆ ในประเทศที่ไปท่องเที่ยวมีราคาต่ำ เช่น นักท่องเที่ยวที่ถือครองเงินเหรียญสหรัฐฯ ดอลลาร์สหรัฐฯ และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2538 อัตราในการแลกเปลี่ยนอยู่ที่ 1 เหรียญสหรัฐฯ เท่ากับ 25 บาท ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2541 - 2542 อัตราการแลกเปลี่ยนได้เปลี่ยนเป็น 40 - 50 บาท นักท่องเที่ยวที่ถือเงินเหรียญสหรัฐฯ จึงมีอำนาจในการซื้อเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมประมาณ 2 เท่า การที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าว ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ประเทศที่มีค่าเงินอ่อนกว่ามีศักยภาพในการเชิญชวน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าเงินแข็งกว่าให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกันประเทศที่มีค่าเงินแข็งกว่ามักจะประสบปัญหาในการเชิญชวนดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มีค่าเงินอ่อนกว่า ให้เดินทางไปท่องเที่ยวได้ยากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจนว่าตนจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางและการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

1.3 ภาษีอากร การจัดเก็บภาษีอากรเป็นการแสวงหารายได้ของภาครัฐเพื่อนำมาใช้จ่ายในการบริหารประเทศ โดยจัดเก็บการจากประกอบธุรกิจ หรือการทำธุรกรรมตามกฎหมาย เช่น การซื้อ ขาย โอน และเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในการถือครองทรัพย์สิน เป็นต้น หรือบางครั้งรัฐอาจใช้ภาษีเป็นเครื่องมือในการควบคุมพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน เช่น มาตรการเก็บภาษีเดินทางสำหรับผู้ประสงค์จะเดินทางไปต่างประเทศ หรือ Exit tax ซึ่งอาจมีผลช่วยลดการเดินทางไปต่างประเทศได้ระดับหนึ่ง เป็นต้น

1.4 นโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายด้านต่างๆ โดยเฉพาะนโยบายด้านเศรษฐกิจ หากรัฐบาลให้ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ก็จะกำหนดให้การบริหารและการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วย เช่น กรณีของประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 การที่รัฐบาลกำหนดให้อุตสาหกรรมหรือธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่งในการบริหารประเทศ ย่อมเป็นผลให้มีการนำไปสู่

การปฏิบัติ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีโอกาสเจริญเติบโต ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากรัฐบาลของประเทศใดไม่ได้ให้ความสนใจ ไม่ให้ความสำคัญหรือไม่มีนโยบายที่เกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โอกาสที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศนั้นจะเจริญเติบโตหรือขยายตัวย่อมเป็นไปได้ยากกว่า

1.5 การรวมตัวเป็นกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ปัจจุบันมีการรวมตัวของประเทศต่างๆ เข้าเป็นกลุ่มเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ของโลกเพิ่มมากขึ้น เช่น กลุ่มสหภาพยุโรป (European union - EU) ในทวีปยุโรป กลุ่มประเทศความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก (Asia pacific economic cooperation - APEC) กลุ่มประเทศความร่วมมือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น ในการรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ ดังกล่าว ได้มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรวมกันไว้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าร่วมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และมีแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับความร่วมมือหรือการผ่อนปรนกฎหรือระเบียบเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว เช่น มีการผ่อนปรนระเบียบพิธีการในการเดินทางเข้า-ออกประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจ เพื่อให้นักท่องเที่ยว หรือผู้ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจ มีความสะดวกง่ายดายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจมีโอกาสเจริญเติบโต และขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย

1.6 ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจทั้งที่จะเกิดขึ้นในระดับประเทศ หรือขยายลุกลามกลายเป็นระดับภูมิภาค เช่น ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เกาหลี อินโดนีเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2540 - 2541 และลุกลามจนกลายเป็นภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชีย ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือ ปริมาณการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ประสบภาวะวิกฤตน้อยลง เพราะประชากรในประเทศหรือกลุ่มประเทศดังกล่าวมีรายได้ลดลง เนื่องจากปัญหาการว่างงาน ธุรกิจล่มสลายหรือปิดกิจการลง ประชาชนจำเป็นต้องประหยัด และอดออม รวมทั้งต้องระมัดระวังเลือกใช้จ่ายเฉพาะในสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตหรือเลี้ยงดูครอบครัว แทนที่จะมีรายได้เหลือนำไปใช้จ่ายในการพักผ่อนหย่อนใจหรือเดินทางท่องเที่ยวดังเช่นในช่วงที่ประเทศมีเศรษฐกิจดี อย่างไรก็ตามหากพิจารณาประเทศหรือภูมิภาคที่ประสบกับภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในอีกแง่มุมหนึ่ง ประเทศหรือภูมิภาคดังกล่าวอาจปรับวิกฤตให้เป็นโอกาสในการดึงดูดเชิญนักท่องเที่ยวให้สนใจ และกระตุ้นให้ตัดสินใจเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหรือภูมิภาคเพิ่มมากขึ้นได้ โดยชูประเด็นการที่ค่าเงินของประเทศอ่อนตัว เป็นโอกาสดีของนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ถือครองเงินสกุลที่มีค่าแข็งกว่ามีอำนาจการซื้อมากกว่า ทำให้สามารถเดินทางท่องเที่ยว และใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้น เช่น ในกรณีของ

ประเทศไทยซึ่งประสบกับภาวะวิกฤตดังกล่าวแล้วข้างต้น จนกระทั่งธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศต้องประสบกับภาวะชะงักงัน ถดถอย หรือถึงกับปิดกิจการไป แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยวยังสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง และเจริญเติบโตขยายตัวในอัตราร้อยละ 10 เป็นต้น

2) ปัจจัยด้านสังคม การท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมหนึ่งของมนุษย์ในการอยู่ร่วมกันในสังคม ซึ่งอาจจะมีการบอกเล่าและปฏิบัติตามๆ กันมา จนกลายเป็นแบบอย่างการดำเนินชีวิตที่สืบทอดต่อกันมา ดังนั้น การพิจารณาผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงอาจพิจารณาในประเด็นต่างๆ ซึ่งถือเป็นปัจจัยด้านสังคมได้ ดังนี้

2.1 ทัศนคติในการดำเนินชีวิตของประชาชน ในสังคมใดที่ประชาชนมีทัศนคติว่า การพักผ่อนและการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ควรกระทำหรือเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินชีวิตหรือการใช้ชีวิตแล้ว ก็จะเกิดแนวทางในการบริหารจัดการที่เกี่ยวกับพฤติกรรมของตนเองหรือครอบครัว โดยมีการแบ่งสรรรายได้ส่วนใหญ่ไว้เพื่อใช้จ่าย สำหรับความจำเป็นในการดำรงชีวิต และจัดสรรรายได้อีกส่วนหนึ่งไว้เพื่อเก็บออกไว้ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจัดสรรเวลาไว้เพื่อการพักผ่อน และเดินทางท่องเที่ยวด้วย เมื่อสามารถสะสมเก็บออมรายได้ไว้ในระดับที่เพียงพอสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ก็จะออกเดินทางท่องเที่ยวตามระยะเวลาที่กำหนดไว้และกลับไปทำงานเลี้ยงชีพ พร้อมทั้งสะสมเงินเพื่อใช้สำหรับเดินทางเที่ยวในครั้งต่อไปอีก การที่ประชาชนในสังคมมีทัศนคติการดำเนินชีวิตดังกล่าว ย่อมเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แต่หากประชาชนในสังคมใดมีทัศนคติว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นเรื่องฟุ่มเฟือย ทำให้สิ้นเปลืองเงินทอง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในสังคมนั้น หรือในสังคมของแหล่งท่องเที่ยวที่มีทัศนคติการดำเนินชีวิตเช่นนั้นย่อมเจริญเติบโตขยายตัวได้น้อย

2.2 โครงสร้างอายุของประชากร ในสังคมที่มีกลุ่มประชากรในวัยทำงาน (ประมาณ 20 - 60 ปี) และผู้อาวุโสหลังเกษียณอายุการทำงาน (มากกว่า 60 ปี) แล้วเป็นจำนวนมาก มีแนวโน้มที่เชิญชวนดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นจะเป็นผลดี เนื่องจากประชากรในกลุ่มอายุดังกล่าวมักจะมีกำลังทรัพย์เพียงพอที่สามารถเดินทางได้ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เกษียณอายุ มักจะเป็นกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญกลุ่มหนึ่ง เนื่องจากกลุ่มผู้เกษียณอายุเป็นประชากรที่พ้นภาระผูกพันจากหน้าที่การงาน เป็นผู้ที่มีเวลาว่างมาก มีรายได้จากบำเหน็จ บำนาญ และหากเป็นผู้ที่มีสุขภาพร่างกายแข็งแรง สมบูรณ์ด้วยแล้ว ก็สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตลอดเวลาที่ต้องการ โดยไม่ต้องรอวันหยุดหรือวันลาพักผ่อน เหมือนประชากรที่อยู่ในวัยทำงาน และต้องรับผิดชอบหน้าที่การงานหรือรับผิดชอบครอบครัว

2.3 เชื้อชาติ ในสังคมที่มีความแตกต่างด้านเชื้อชาติหรือสีผิว หรือมีการแบ่งแยกเชื้อชาติ และเหยียดสีผิวสังคมอย่างรุนแรง ย่อมทำให้เกิดบรรยากาศของความไม่เป็นมิตรระหว่างประชากรภายในประเทศด้วยกันเอง และเป็นปัจจัยหรือปัญหาที่อาจก่อให้เกิดอันตรายต่อร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยวในประเทศหรือสังคมนั้น อันเป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศหรือสังคมนั้นด้วย เช่น ในกลุ่มประเทศ หรือในสังคมยุโรปตะวันออก ในตะวันออกกลาง และในประเทศพม่า เป็นต้น

2.4 วัฒนธรรม วัฒนธรรมเป็นผลรวมของสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นและสืบทอดเป็นมรดกตกทอดมาจนถึงปัจจุบัน วัฒนธรรมของสังคมหรือชนชาติใดจึงเป็นผลรวมของสิ่งที่บรรพบุรุษของสังคมหรือชนชาตินั้นๆ ได้สร้างและมีการสืบทอดเป็นมรดกของสังคมหรือชนชาตินั้นต่อเนื่องกันมาจนถึงปัจจุบัน วัฒนธรรมหมายรวมถึงค่านิยม ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะ รูปแบบการดำเนินชีวิตกิจกรรมทางสังคม อุปนิสัยใจคอ พฤติกรรม รวมทั้งสิ่งก่อสร้าง ผลผลิตหรือสิ่งประดิษฐ์ต่างๆ เป็นต้น วัฒนธรรมจึงเป็นปัจจัยย่อยหรือด้านสังคมที่สำคัญและมีผลกระทบในเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับว่ามีวัฒนธรรมเก่าแก่ดีงาม สำคัญ และน่าสนใจ ย่อมเป็นปัจจัยที่ดึงดูดผู้สนใจหรือนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว ปัจจัยด้านวัฒนธรรมอาจหมายรวมถึงการเป็นแหล่งประวัติศาสตร์หรืออารยธรรมโบราณที่สำคัญของโลกและน่าสนใจ การเป็นที่ตั้งของโบราณสถาน ศาสนสถาน และมีโบราณวัตถุที่สำคัญและเป็นที่ตื่นตาตื่นใจ การมีกิจกรรมขนบธรรมเนียม หรือประเพณีต่างๆ ที่น่าสนใจสนุกสนาน ประชาชนในสังคมนั้นมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ประกอบอาชีพหรือมีผลผลิตที่แปลกน่าสนใจ เช่น ประเทศอียิปต์ ประเทศจีน ประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ที่สำคัญ ปิรามิดในอียิปต์ กำแพงเมืองจีนในประเทศจีน วัดวาอาราม พระราชวัง พิพิธภัณฑ์สถานที่จัดแสดงโครงกระดูกของมนุษย์ยุคก่อน ประวัติศาสตร์ที่จังหวัดกาญจนบุรี พิพิธภัณฑ์สถานที่จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ของมนุษย์ยุคก่อนประวัติศาสตร์ที่ตำบลบ้านเชียงในประเทศไทย ประเพณีสงกรานต์ ลอยกระทง แข่งเรือยาวแล่นไฟ และบุญบั้งไฟของไทย ชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเขาเผ่าต่างๆ ทางภาคเหนือ การผลิตร่มที่จังหวัดเชียงใหม่ และการผลิตมีดอรัญญิกที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น สำหรับพื้นที่ประเทศ หรือภูมิภาคที่ไม่มีชื่อเสียงหรือลักษณะเด่นในด้านวัฒนธรรม ถือว่ามีปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวน้อยกว่าการดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศหรือภูมิภาคนั้น จึงกระทำได้ยากลำบากกว่า

2.5 ศาสนา หลักการของแต่ละศาสนาที่องค์ศาสดาหรือผู้ให้กำเนิดศาสนา ล้วนแล้วแต่มีความเชื่อและกำหนดขึ้นเป็นลัทธิ คำสอน กฎเกณฑ์ หรือแนวทางการปฏิบัติทางศาสนา เพื่อให้สาวกนักบวชหรือผู้เลื่อมใสศรัทธาในศาสนาหรือลัทธินั้นๆ ยึดถือและใช้เป็นแนวทางปฏิบัติเพื่อประโยชน์ในการดำรงชีวิตส่วนบุคคล และการอยู่ร่วมกันอย่างสันติในสังคม ปัจจุบันมีศาสนาสำคัญๆ ที่เป็นที่เคารพนับถือของประชากรในภูมิภาค หรือประเทศต่างๆ

ในโลก เช่น ศาสนาคริสต์ ศาสนาพุทธ ศาสนาอิสลาม ลัทธิขงจื้อ เป็นต้น ทุกศาสนาต่างมีหลักการที่คล้ายกัน คือ ต้องการให้สมาชิกเป็นคนดี แต่วิถีทาง การปฏิบัติทางศาสนาและการดำเนินชีวิตตามหลักธรรมคำสอนของแต่ละศาสนามีความแตกต่างกันไปตามความเชื่อที่สืบทอดต่อเนื่องกันมา โดยมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวใน 2 ลักษณะ ดังนี้

2.5.1 การรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านการตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศที่มุ่งหวังเชิญชวนชาวต่างชาติให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการนับถือศาสนาของนักท่องเที่ยวด้วย ทั้งนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทางการตลาดที่จะเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นได้ กล่าวคือ จึงต้องศึกษาลักษณะธรรมชาติทางพฤติกรรมการนับถือศาสนาของกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายอย่างละเอียด เพื่อจะได้จัดเตรียมสิ่งอำนวยความสะดวกไว้รองรับได้ โดยไม่ขัดกับหลักศาสนา ตัวอย่างเช่น การมุ่งหวังที่จะเชิญชวนนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ต้องศึกษาและทำความเข้าใจในพฤติกรรมการดำเนินชีวิต หรือการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาในชีวิตประจำวันของชาวมุสลิมอย่างละเอียด และพยายามตอบสนองหรือจัดการเกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับหลักการคำสอน และข้อปฏิบัติของชาวมุสลิม เช่น การจัดเตรียมอาการที่ไม่ขัดต่อความเชื่อทางศาสนาของชาวมุสลิม จัดให้มีห้องละหมาดในบริเวณสนามบิน สถานีชุมทาง การคมนาคมขนส่ง หรือในบริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวด้วยความสะดวกมากยิ่งขึ้น อันจะเป็นผลดีและทำให้แผนการตลาดที่มุ่งหวังจะดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นับถือศาสนาอิสลามประสบผลสำเร็จ ในทางตรงกันข้าม หากไม่ศึกษาทำความเข้าใจและไม่ได้เตรียมสิ่งรองรับ และอำนวยความสะดวกที่ไม่ขัดแย้งกับหลักการคำสอน และข้อปฏิบัติของศาสนา ความพยายามที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ยากที่จะประสบความสำเร็จ

2.5.2 การป้องกันปัญหากระทบกระทั่งความขัดแย้ง หรือไม่พอใจในระหว่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะเรื่องที่เกี่ยวกับศาสนา ศาสนสถาน และความเชื่อ หรือข้อปฏิบัติของพุทธศาสนา เพราะไม่มีการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ ความเชื่อ คำสอน และหลักปฏิบัติของศาสนาที่เป็นศาสนาประจำชาติของประเทศที่ต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นเองด้วย เช่น ประเทศไทยมีศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ องค์กร หน่วยงาน หรือผู้ประกอบธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ต้องจัดให้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ความรู้ และความเข้าใจให้แก่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศได้ทราบถึง "ข้อปฏิบัติและข้อห้าม" (Do and don't) สำหรับนักท่องเที่ยวที่อย่างเหมาะสมทั่วถึง และพอเพียง มิฉะนั้นนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เป็นคนต่างชาติต่างศาสนา ก็อาจกระทำการในสิ่งที่ไม่ถูกต้องหรือพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม เช่น การมีพฤติกรรมที่ลบหลู่

พระพุทธรูปในศาสนสถานหรือแหล่งท่องที่ยว เพื่อถ่ายภาพที่ระลึก หรือแต่งกายไม่สุภาพเข้าไปในศาสนสถาน นอกจากนี้ยังอาจเป็นการสร้างความเดือดร้อนให้กับนักท่องที่ยวระหว่างประเทศที่ต้องกลายเป็นผู้กระทำความผิดโดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ ทำให้นักท่องที่ยวได้รับความรู้สึกประทับใจในเชิงลบต่อพื้นที่ ประเทศหรือภูมิภาคที่เดินทางเข้าไปท่องที่ยวอีกด้วย

2.6 ความปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินในสังคม ในประเทศหรือภูมิภาคที่มีความสงบเรียบร้อย คนในสังคมมีความมั่นคงและปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน ไม่มีปัญหาทางสังคม หรือมีปัญหาบ้างเพียงเล็กน้อยตามปกติธรรมดา นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความมั่นใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ ประเทศหรือภูมิภาคนั้นด้วยความปลอดภัยไม่ต้องกังวลกับปัญหาเกี่ยวกับร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน ในระหว่างที่เดินทางไปเยี่ยมเยือน หรือพักอาศัยอยู่ในพื้นที่หรือประเทศนั้นๆ ได้แก่ ความปลอดภัยในการใช้บริการคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัยในการใช้บริการนำเที่ยว ความปลอดภัยจากการใช้บริการมัคคุเทศก์ ความปลอดภัยในการใช้บริการพักแรม ความปลอดภัยจากการบริโภคอาหาร ความปลอดภัยจากการใช้บริการด้านบันเทิง และความปลอดภัยในการซื้อสินค้าและของที่ระลึก ของนักท่องเที่ยว สภาพการณ์ หรือชื่อเสียงดังกล่าวย่อมเป็นปัจจัยที่ดึงดูดหรือเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้ความสนใจและตัดสินใจเดินทางไปพักผ่อนหรือท่องเที่ยวมากกว่าประเทศหรือภูมิภาคที่มีปัญหาหรือมักเกิดปัญหาทางสังคม เกิดความขัดแย้ง ความไม่สงบเรียบร้อย โดยเฉพาะความไม่ปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินของคนในสังคมและของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สภาพการณ์ที่เกี่ยวกับความปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่

2.6.1 ความรู้สึกปลอดภัยของนักท่องที่ยวมักเกิดจากการบอกกล่าวจากญาติมิตร การได้รับทราบข้อมูลข่าวสารจากสื่อสารมวลชนประเภทต่างๆ หรืออาจจะเกิดจากประสบการณ์ตรงที่ตนเองได้รับ หากประสบการณ์ที่มีความสุขสบาย ความมั่นคงปลอดภัยหรือความประทับใจทางบวกก็จะจดจำฝังใจ และบอกต่อๆ ไปว่าสถานที่ที่ตนเองเคยไปท่องที่ยวมานั้นมีความมั่นคงปลอดภัย ได้รับการคุ้มครอง ดูแล เอาใจใส่ ได้รับความสุขสบายในการท่องที่ยวมากน้อยเพียงไร

2.6.2 ปัจจัยเกี่ยวกับความปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สินในสังคมเป็นเรื่องที่ทุกประเทศและทุกสังคมต่างพยายามที่จะป้องกัน ปราบปราม ควบคุม หรือแก้ไขปัญหาให้อยู่ในระดับที่น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ หากสังคมใดหรือประเทศใดสามารถดำเนินการด้านความปลอดภัย โดยวางแผน ควบคุม บริหารและพัฒนา เพื่อแก้ไขปัญหาหรือพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ ให้อยู่ในระดับที่เป็นอันตรายต่อนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดก็จะเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถส่งเสริม เชิญชวน และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยว

หรือมาเยือนได้มากขึ้น เนื่องจากธรรมชาติของนักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะแสวงหาความสุขกายสบายใจในการพักผ่อน และพยายามหลีกเลี่ยงปัญหาหรือความเดือดร้อนในระหว่างการท่องเที่ยว ดังนั้นหากพื้นที่ใด แหล่งท่องเที่ยวใด เมืองใด หรือประเทศใด มีพื้นฐานที่เป็นปัญหาสังคม หรือมักจะเกิดปัญหาเกี่ยวกับความปลอดภัยในร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน ก็จะเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ประเทศหรือในภูมิภาคนั้น

3) ปัจจัยด้านการเมือง " การเมือง " เป็นเรื่องเกี่ยวกับการได้มาซึ่งอำนาจในการปกครองและบริหารประเทศ การต่อสู้แข่งขันในระหว่างพรรคการเมือง กลุ่มอิทธิพล กลุ่มผลประโยชน์ หรือกลุ่มต่างๆ ในประเทศหรือภูมิภาค รวมทั้งรูปแบบ ระบบ และวิธีการบริหารประเทศ ตลอดจนการให้ความยอมรับของประชาชนในประเทศหรือในภูมิภาคนั้น ปัจจัยด้านการเมืองที่มีผลกระทบโดยตรงต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

3.1 กลุ่มอิทธิพลที่เป็นผู้ใช้อำนาจทางการเมือง โดยปกติของการบริหารประเทศจะมีบุคคลและคณะบุคคล ซึ่งได้รับอำนาจปกครองประเทศด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การเลือกตั้งตามระบบการเมืองแบบประชาธิปไตยหรือจากการปฏิวัติรัฐประหารขึ้นครองอำนาจทางการเมือง ไม่ว่าบุคคลและคณะบุคคลที่ได้รับอำนาจทางการเมือง หรือรัฐบาลจะมีวิธีการได้มาซึ่งอำนาจทางการเมืองโดยวิธีการใดหรือในรูปแบบใดก็ตาม ต่างล้วนมุ่งหวังที่จะเป็นผู้มีบทบาทในการใช้อำนาจทางการเมือง เพื่อทำหน้าที่บริหารประเทศตามอุดมการณ์ นโยบายและวิธีการของตนเอง และเพื่อให้บรรลุถึงความมั่นคงในอธิปไตยแห่งดินแดนของรัฐ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และความมั่นคงในสังคม โดยคณะผู้ใช้อำนาจทางการเมืองจะเป็นผู้กำหนดนโยบายและกรอบทิศทางในการบริหารประเทศและการพัฒนาประเทศ หากคณะผู้ใช้อำนาจทางการเมืองคณะใดหรือรัฐบาลใด ประกอบด้วยบุคคลหรือคณะบุคคลที่มีความรู้ ความเข้าใจ และตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในเรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวก็จะได้รับการกำหนดไว้เป็นนโยบายหรือแผนงานสำคัญด้านหนึ่งในการบริหารเศรษฐกิจของประเทศด้วย ในทางตรงกันข้ามหากรัฐบาลใดไม่มีความรู้ ความเข้าใจ หรือไม่เห็นความสำคัญของการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว หรือเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งหลายก็อาจไม่ได้รับการสนับสนุนมากเท่าที่ควร

3.2 สถานการณ์การเมืองในประเทศและระหว่างประเทศ เหตุการณ์ทางการเมืองที่มีผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ การปฏิวัติ รัฐประหาร การประชุมประท้วงด้วยความรุนแรง สงครามภายในประเทศ หรือระหว่างประเทศในภูมิภาค เป็นต้น ซึ่งสิ่งต่างๆ ดังกล่าวไม่ว่าจะเกิดขึ้นภายในประเทศ ต่างประเทศ หรือระหว่างประเทศ ล้วนแต่จะ

ทำให้เกิดผลกระทบในด้านความรู้สึกไม่ปลอดภัยของคนโดยทั่วไป นักท่องเที่ยวมักจะหลีกเลี่ยงหรืองดการเดินทางเข้าไปในบริเวณที่มีปัญหาทางการเมือง ทำให้กระแสการเดินทางท่องเที่ยวเกิดภาวะชะงักงัน และลดน้อยถอยลงได้

3.2.1 สถานการณ์การเมืองในประเทศ เหตุการณ์ทางการเมืองที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับสภาพของเหตุการณ์นั้นว่ามีความรุนแรงและลุกลามขยายขอบเขตมากน้อยอย่างไร หากเป็นเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นเรื่องภายในของประเทศใดประเทศหนึ่ง ก่อให้เกิดผลกระทบทางลบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะของประเทศไทยเท่านั้น สำหรับประเทศเพื่อนบ้านอาจได้รับผลกระทบทางบวกจากกระแสการเดินทางท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

3.2.2 สถานการณ์ทางการเมืองระหว่างประเทศ เหตุการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ เช่น กรณีสงครามอ่าวเปอร์เซียที่มีหลายประเทศเข้าร่วมสงครามด้วย ผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็จะขยายวงกว้างขวางมากขึ้น ครอบคลุมไปทั่วทุกประเทศในภูมิภาคนั้น ทำให้เกิดการชะงักงัน หรืองดการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งในส่วนที่จะเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศหรือภูมิภาคบริเวณอ่าวเปอร์เซีย และมีผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวในประเทศ หรือในกลุ่มประเทศที่อยู่ในบริเวณที่เกิดสงคราม ซึ่งจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศด้วย

3.3 นโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ในการดำเนินนโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของประเทศใดก็ตาม หากรัฐบาลมีนโยบายมุ่งกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศกับต่างประเทศต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ย่อมเป็นการเพิ่มโอกาสให้เกิดการเดินทางไปมาหาสู่กันในระหว่างประชาชนของประเทศที่มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันมากยิ่งขึ้นตามไปด้วย เพราะส่วนหนึ่งของการกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศมักเป็นการตกลงที่จะส่งเสริมให้ประชาชนของทั้งสองประเทศเดินทางไปมาหาสู่ซึ่งกันและกันมากขึ้น โดยมีการผ่อนผันกฎระเบียบ หรือพิธีการเกี่ยวกับการเดินทาง เข้า - ออกผ่านดินแดนประเทศของกันและกันด้วย เช่น การเดินทางเข้า - ออกภายใน 30 วัน ไม่ต้องขออนุญาตหรือขอวีซ่า (Visa) เป็นต้น ปัจจุบันประเทศไทยได้ให้สิทธิพิเศษดังกล่าวแก่ประเทศต่างๆ ที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง ประมาณ 54 ประเทศทั่วโลก เช่น ประเทศเกาหลี ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมนี สหรัฐอเมริกา เป็นต้น ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวก จูงใจ และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวในประเทศต่างๆ ดังกล่าว เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น การให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในกรณีดังกล่าวข้างต้น เป็นแนวทางและเป็นปัจจัยที่มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหลัก แม้ว่าประเทศเหล่านั้นอาจจะไม่ได้ให้สิทธิตอบแทนตามหลักของความเท่าเทียมกันก็ตาม เช่น ชาวญี่ปุ่นสามารถเดินทางเข้าประเทศไทยและพำนักอยู่ได้ 30 วัน โดยไม่ต้องขอวีซ่า แต่ชาวไทยที่ต้องการเดินทางไปประเทศญี่ปุ่นไม่ได้รับ

สิทธิยกเว้น โดยต้องขอวีซ่าและได้รับอนุญาตก่อนจึงจะเดินทางไปได้ เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาโดยคำนึงถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องที่ยวแล้ว การที่ประเทศญี่ปุ่นมิได้ให้สิทธิตอบแทนกับชาวไทยที่จะเดินทางเข้าในประเทศญี่ปุ่น อาจเป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคหรือลดจำนวนชาวไทยที่คิดจะเดินทางไปท่องที่ยวในประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากเห็นว่าต้องผ่านขั้นตอนและพิธีการตามปกติและไม่สะดวก

4) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ในการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องที่ยว มีปัจจัยย่อยหรือประเด็นที่ต้องพิจารณาและวิเคราะห์ในรายละเอียด คือ ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ และทรัพยากรธรรมชาติของแหล่งท่องที่ยว พื้นที่ประเทศหรือภูมิภาค

4.1 ภูมิประเทศ ลักษณะภูมิประเทศของพื้นที่ตามที่ปรากฏอยู่บนส่วนต่างๆของเปลือกโลก รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงด้านรูปทรงและลักษณะของภูมิประเทศ ซึ่งมีสาเหตุหรือการกระทำที่เกิดขึ้นจากภายในหรือภายใต้เปลือกโลก เช่น ความร้อนใต้เปลือกโลก ทางน้ำใต้ดิน รอยปริหรือรอยแยกของชั้นหินหรือดินที่อยู่ภายใต้เปลือกโลก เป็นต้น หรือสาเหตุหรือการกระทำที่เกิดขึ้นจากภายนอกโลกหรือเหนือเปลือกโลก เช่น ความแห้งแล้ง ปริมาณน้ำฝน หิมะ ธารน้ำแข็ง ไฟป่า เป็นต้น เป็นภูมิประเทศหรือภูมิทัศน์ตามธรรมชาติ ซึ่งอาจจะมีความสวยงามน่าดูชม แปลกประหลาด น่าสนใจ หรือเป็นที่น่าตื่นตาตื่นใจแก่ผู้พบเห็น เช่น ภูเขา ภูเขาไฟ เนินเขา หน้าผา หุบเขา เหว ถ้ำ น้ำตก เกาะแก่ง แม่น้ำ ทะเล ทะเลสาบ หาดทราย เป็นต้น ภูมิประเทศหรือภูมิทัศน์ในลักษณะดังกล่าว ย่อมเป็นปัจจัยที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว และนับเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้ ในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรภาครัฐ หน่วยงานผู้รับผิดชอบหรือผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องยังอาจอาศัยวิธีการออกแบบ ตกแต่ง เพิ่มเติม หรือปรับภูมิประเทศและภูมิทัศน์ตามธรรมชาติที่มีอยู่ เพื่อเสริมสร้างหรือพัฒนาให้เป็นภูมิประเทศหรือภูมิทัศน์ให้สวยงาม น่าสนใจ และสามารถช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากยิ่งขึ้น

4.2 ภูมิอากาศ โดยปกติสภาพภูมิอากาศของแต่ละพื้นที่ แต่ละประเทศ หรือแต่ละภูมิภาคย่อมผันแปรไปตามฤดูกาล ภูมิอากาศเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลต่อรูปแบบของการท่องเที่ยว และการตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางท่องเที่ยว ลักษณะของภูมิอากาศที่เหมาะสมและดึงดูดใจนักท่องเที่ยว ได้แก่ สภาพภูมิอากาศที่ไม่อบอุ่น ไม่ร้อนจัดและไม่หนาวจัด แสงแดดไม่จัดจนเกินไป และไม่มีฝนตกหรือตกชุกจนเกินไป และไม่มีฝนตกหนักหรือตกชุกจนเกินไป มีลมพัดปานกลางช่วยให้รู้สึกเย็นสบายหรือมีการถ่ายเทอากาศที่ดี แหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีสภาพภูมิอากาศแตกต่างไปตามฤดูกาล และทำให้สภาพตามธรรมชาติและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ และภูมิทัศน์ที่แตกต่างกันไปด้วย เช่น ความแตกต่างของสภาพภูมิอากาศและภูมิทัศน์ที่ภูกระดึงในฤดูร้อนกับฤดูหนาว และที่น้ำตกไทร

โซนในฤดูแล้งกับฤดูฝน เป็นต้น โดยทั่วไปนักท่องเที่ยวมักเลือกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหรือทำกิจกรรมต่างๆ ตามทะเลและชายหาดฤดูร้อน ท่องเที่ยวตามแหล่งน้ำตกในฤดูฝนที่มีน้ำหลากและท่องเที่ยวตามภูเขาหรือภูต่าง ๆ ในช่วงฤดูหนาวที่อากาศค่อนข้างเย็นสบายไม่หนาวจัดจนเกินไป ปัจจัยเกี่ยวกับภูมิอากาศนับเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกรณีที่มีการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว หากมีการศึกษาเกี่ยวกับภูมิอากาศของแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละฤดูกาลหรือแต่ละช่วงเวลา และประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับรายละเอียดของภูมิอากาศในแต่ละช่วงเวลา การเตรียมตัวของนักท่องเที่ยว การบริการในการท่องเที่ยว และกิจกรรมที่จัดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวย่อมช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวได้มากขึ้น

4.3 ทรัพยากรธรรมชาติ ปัจจัยเกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาตินอกเหนือจากภูมิประเทศ เช่น ภูเขา ถ้ำ น้ำตก แม่น้ำ ลำธาร ทะเล เกาะแก่งฯลฯ ซึ่งเป็นธรรมชาติของแต่ละพื้นที่ประเทศหรือภูมิภาคแล้ว ยังมีป่า ดิน น้ำ ต้นไม้ ดอกไม้ หรือพืชตามธรรมชาติ สัตว์ป่า นก ปลา ปะการัง และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งนับเป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพื้นที่ประเทศหรือภูมิภาคที่มีทรัพยากรธรรมชาติต่างๆ ดังกล่าวย่อมเป็นที่สนใจและดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางไปพักผ่อนท่องเที่ยว และเป็นปัจจัยที่ใช้ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่หรือประเทศด้วย เช่น การไปเที่ยวชมสัตว์ป่าในทวีปแอฟริกา น้ำพุร้อนในเกาะไอซ์แลนด์และนิวซีแลนด์ ทุ่งบัวตองที่จังหวัดแม่ฮ่องสอน ปะการังใต้น้ำที่หมู่เกาะพีพีและหมู่เกาะสิมิลันในประเทศไทย เป็นต้นการดำเนินการเกี่ยวกับการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะประเทศที่มีหรือเน้นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ จึงจำเป็นต้องถึงการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม โดยตระหนักถึงความสำคัญของสิ่งแวดล้อมและปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมของประเทศหรือในภูมิภาค มีการศึกษา วางแผน เตรียมการ และการดำเนินการเกี่ยวกับการอนุรักษ์ การป้องกันและแก้ไขปัญหา รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก็จะต้องพิจารณาและดำเนินการโดยคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด หรือเป็นผลกระทบที่อยู่ในเงื่อนไขที่สามารถควบคุมหรือแก้ไขปัญหาได้ แหล่งท่องเที่ยวใดหรือประเทศใดที่มีระบบและวิธีการอนุรักษ์ ป้องกัน แก้ไขปัญหา หรือมีมาตรการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ย่อมได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว หรือเป็นที่ประทับใจ และทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเดินทางกลับไปท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยียน พักผ่อน และชื่นชมความสวยงามของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศนั้นย่อมเจริญเติบโตขยายตัวมากยิ่งขึ้น แต่ในทางตรงข้ามในภูมิภาค ประเทศ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมที่เป็นระบบ หรือ

มีปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมรุนแรง เช่น ปล่อยปละละเลยให้มีการทำลายสิ่งแวดล้อมหรือทรัพยากรธรรมชาติเกิดภาวะอากาศเป็นพิษ มีปัญหาน้ำเน่าเสียหรือปัญหาเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมด้านต่างๆ ถึงขั้นที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพของมนุษย์ ก็มักจะได้รับการต่อต้านจากองค์กรหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือประชาคมโลก และทำให้นักท่องเที่ยวหลีกเลี่ยงหรือไม่เดินทางไปท่องเที่ยวยังภูมิภาค ประเทศ พื้นที่ หรือแหล่งท่องเที่ยวนั้น ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวม

5) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว (Tourist attraction) เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการพบเห็น เพื่อพักผ่อน ชื่นชมความสวยงาม หรือศึกษาหาความรู้ในการวิเคราะห์ปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งพิจารณาเกี่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภท คือ ประการแรก ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่ธรรมชาติได้สร้างสรรค์ไว้ เช่น ถ้ำ ภูเขา น้ำตก หาดทราย ชายทะเล เกาะแก่ง แม่น้ำ ลำคลอง สถานที่ชมวิวทิวทัศน์ต่างๆ เป็นต้น ประการที่สอง ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมาเช่น ปราสาท พระราชวัง พระที่นั่ง วัดวาอาราม โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ สวนสัตว์ สวนสนุก การเล่นหรือการจัดให้มีการแข่งขันกีฬา รวมทั้งวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี เทศกาลงานบุญ เทศกาลหรือกิจกรรมพิเศษลักษณะต่างๆ หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคมหรือในพื้นที่ เป็นต้น ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวของพื้นที่ ประเทศ หรือภูมิภาค เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงบวกในอันที่จะชักจูงใจ สร้างความน่าสนใจ หรือดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวได้มากหรือน้อย ในพื้นที่ ประเทศ หรือภูมิภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ที่หลากหลาย มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก หรือมีแหล่งท่องเที่ยวที่เด่น สำคัญน่าสนใจ น่าประทับใจ แปลกใหม่ เป็นสิ่งตื่นตาตื่นใจ สามารถชักจูงใจ หรือดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปท่องเที่ยว และช่วยให้การส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ประเทศ หรือภูมิภาคนั้นๆ ง่ายขึ้น และมีประสิทธิภาพมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับพื้นที่ ประเทศ หรือภูมิภาคที่มีปัจจัยเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่มีปริมาณและคุณภาพที่ด้อยกว่า ซึ่งจำเป็นต้องเร่งรัดการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งทำได้ยากใช้เวลานานและสิ้นเปลืองค่าใช้จ่ายมากด้วย

6) ปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ปัจจุบันวิทยาการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับการพัฒนาให้เจริญก้าวหน้าและมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างกว้างขวางและรวดเร็ว ทำให้มีความสะดวกในการติดต่อสื่อสารได้ทั่วทุกมุมโลก ประชาชนในประเทศหรือสังคมต่างๆ ทั่วโลก หรือนักท่องเที่ยวสามารถค้นคว้าหาข้อมูลข่าวสารติดต่อ หรือตรวจสอบรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ ประเทศ หรือภูมิภาคต่างๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจว่าจะเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวในที่แห่งใดได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศใดก้าวทันความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และนำเข้ามาใช้ในการจัดการบริการข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยวทั้ง

สภาพของดินฟ้าอากาศ อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราฯลฯ ซึ่งครอบคลุมครบถ้วนและพร้อมที่จะให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อสื่อสาร ค้นคว้า หาข้อมูล และสามารถเข้าถึงระบบสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกเดินทางไปท่องเที่ยว หรือเลือกใช้บริการด้านต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว เช่น การบริการสารสนเทศ การบริการด้านต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ต และระบบการซื้อขายอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวหรือประเทศดังกล่าวนั้น ย่อมมีโอกาสเข้าถึงลูกค้าได้รับการติดต่อจากลูกค้าอย่างรวดเร็ว รวมทั้งมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสนใจและเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้แหล่งท่องเที่ยวพื้นที่ และประเทศนั้นๆ เจริญเติบโตขยายตัว และเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ปัจจัยด้านเทคโนโลยีระบบสารสนเทศและสื่อสารโทรคมนาคมของประเทศ โดยเฉพาะเกี่ยวกับการท่องเที่ยวนับเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบในเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งช่วยเสริมสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้สามารถแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวโลกได้

7) ปัจจัยด้านการบริการท่องเที่ยว การบริการท่องเที่ยว (Tourist services) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่เป็นสะพานเชื่อมโยงให้ตัวนักท่องเที่ยวได้ไปพบและสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวตามที่ปรารถนา ทั้งนี้ปัจจัยย่อยต่างๆ เกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยว ซึ่งมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีดังนี้

7.1 การบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นการให้บริการอำนวยความสะดวกเพื่อนำเสนอให้ทราบเกี่ยวกับปัจจัยดึงดูดทางการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ถ้ำ ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก เกาะแก่ง หาดทราย ชายทะเล และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้น เช่น แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณสถาน กิจกรรมงานเทศกาล ขนบธรรมเนียมประเพณี กีฬา สวนสัตว์ สวนสนุก วัฒนธรรม ประเพณี หรือวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน เพื่อสร้างความสนใจหรือความต้องการทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ พิธีการเข้า - ออกประเทศ สภาพดิน ฟ้า อากาศ หน่วยเงินตรา ระบบกระแสไฟฟ้า การนับถือศาสนาของประชาชน ข้อควรปฏิบัติและข้อห้ามที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ที่สนใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวได้รับทราบและเตรียมความพร้อมได้อย่างสะดวก การจัดให้มีการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเพียงไร ก็ยิ่งเป็นประโยชน์ต่อการกระตุ้นให้มีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น หรือกระจายไปยังแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเพียงนั้น ในทางตรงกันข้าม หากการให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวมีน้อย หรือมีระบบบริการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของ

แหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ หรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไม่สะดวก มีปัญหา หรืออุปสรรค ย่อมทำให้เกิดปัญหาหรืออุปสรรคในการ - ส่งเสริมหรือพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวไม่สามารถขยายตัวหรือพัฒนาไปได้มากเท่าที่ควร

7.2 การบริการคมนาคมขนส่ง เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับบริการข้อมูลข่าวสารจนมีการตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวแล้ว ก็จะต้องพิจารณาเลือกว่าจะเดินทางไปวิธีใด ใช้ยานพาหนะอะไร การบริการเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยที่รองรับนำนักท่องเที่ยวให้ไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว (Tourist attraction) โดยวิธีการเดินทางที่เหมาะสมซึ่งอาจเป็นคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ กรณีดังกล่าว นับเป็นเอกลักษณ์พิเศษของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ณ ถิ่นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และไม่สามารถสั่งหรือสั่งซื้อแหล่งท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวไปบริโภค ณ ถิ่นที่อยู่ของตนเองได้ เหมือนกับสินค้าหรือบริการประเภทอื่น ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวใด เมืองใด หรือประเทศใด จัดให้มีการคมนาคมขนส่งที่อำนวยความสะดวกให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวก และมีประสิทธิภาพ ย่อมมีโอกาสเพิ่มกระแสการเดินทางท่องเที่ยวหรือพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ ประเทศ หรือภูมิภาคนั้นได้มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวหรือในประเทศที่มีการคมนาคมขนส่งไม่สะดวก

7.3 การบริการนำเที่ยว เป็นการพัฒนาให้บริการอำนวยความสะดวกเพิ่มอีกระดับหนึ่ง ต่อจากการให้บริการ ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวและการบริการคมนาคมขนส่ง ซึ่งเป็นธรรมชาติที่มนุษย์ต้องการความสะดวกเพิ่มขึ้น จึงมีธุรกิจการจัดนำเที่ยวเกิดขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการได้ตามอัธยาศัย จะจัดการเดินทางท่องเที่ยวเอง หรือเลือกใช้บริการนำเที่ยวสำเร็จรูปที่ได้เตรียมการไว้แล้วการดำเนินการธุรกิจนำเที่ยว เป็นกระแสการที่เสาะแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและจัดทำเป็นรายการนำเที่ยว (Package tour) เพื่อนำไปเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว หรือจัดเตรียมไว้ในรูปของข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว บริการสถานที่พักแรม บริการภัตตาคาร ร้านอาหาร ตลอดจนสิ่งที่จำเป็นสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของแต่ละเส้นทาง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการและสามารถจัดกำหนด การเดินทางท่องเที่ยวได้ตามความต้องการของตนเอง ดังนั้นหากกระตุ้น เชิญชวนให้บรรดาบริษัทนำเที่ยวสนใจที่จะเสนอขายการท่องเที่ยวไป ณ แหล่งท่องเที่ยวใด โอกาสที่การท่องเที่ยวนั้นจะเติบโตขยายตัวก็มีเพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามหากบริษัทนำเที่ยวไม่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเข้าไปในแหล่งท่องเที่ยวใด การท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นก็คงจะไม่ขยายตัวเท่าที่ควร

7.4 การบริการมัคคุเทศก์ เป็นปัจจัยให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทำหน้าที่ให้บริการต้อนรับ ชี้แจงข้อมูลข่าวสาร ติดตามดูแลชีวิตความเป็นอยู่ของนักท่องเที่ยวระหว่างการให้บริการนำเที่ยว ซึ่งนับได้ว่ามัคคุเทศก์เปรียบเสมือนเป็นทูตทางวัฒนธรรมที่จะบอกเรื่องราวต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เป็นบุคคลแรกที่ต้อนรับแขกหรือ

นักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศ และเป็นคนสุดท้ายที่คอยส่งแขกหรือนักท่องเที่ยวกลับออกนอกประเทศ การบริการมัคคุเทศก์ส่วนใหญ่ประเทศต่างๆ จะสงวนไว้เป็นอาชีพของประชาชนที่ถือสัญชาติของประเทศนั้นๆ เช่น ประเทศไทยก็สงวนไว้เป็นอาชีพของคนที่ถือสัญชาติไทยเท่านั้น ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากความเชื่อที่ว่าคนของแต่ละชาตินำจะบอกเล่าเรื่องราว หรือแสดงทัศนคติ พฤติกรรมทางขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรมของชาติตนเองได้เหมาะสมกว่าที่จะให้คนชาติอื่นมาทำหน้าที่แทน การที่จะเป็นมัคคุเทศก์ได้ก็ต้องมีกระบวนการการกลั่นกรองตามมาตรฐานที่กำหนดไว้เป็นเอกสิทธิ์ของแต่ละประเทศ ซึ่งในส่วนของประเทศไทยมีพระราชบัญญัติ ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กำหนดให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานที่ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติดังกล่าว โดยจัดให้มีขั้นตอนการดำเนินงาน คือ ในขั้นต้น ททท. ได้ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมมัคคุเทศก์ อาชีพคณาจารย์จากสถาบันการศึกษาต่างๆ และผู้ทรงคุณวุฒิ พิจารณาการกำหนดหลักสูตรมาตรฐานมัคคุเทศก์ และมอบหมายให้สถาบันการศึกษานำไปใช้อบรมแก่ผู้สนใจที่มีสัญชาติไทยเท่านั้น เพราะมีกฎหมายฉบับหนึ่งว่าด้วยการสงวนอาชีพไว้ให้แก่ประชาชนชาวไทย ห้ามชาวต่างชาติประกอบอาชีพเป็นมัคคุเทศก์ในประเทศเมื่อผ่านการอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์แล้วประสงค์จะเป็นมัคคุเทศก์ จะต้องนำหลักฐานที่สำเร็จการอบรมไปยื่นขออนุญาตต่อสำนักงานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่ ททท. กำหนดไว้ เมื่อสำนักงานทะเบียนฯ ตรวจสอบคุณสมบัติครบถ้วนตามมาตรฐานที่กำหนดไว้แล้ว ก็จะออกบัตรอนุญาตให้เป็นมัคคุเทศก์ จึงไปประกอบอาชีพมัคคุเทศก์ได้ ตามปกติการบริการมัคคุเทศก์จะดำเนินการควบคู่กับการบริการนำเที่ยวของบริษัทนำเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวใดมีการบริการมัคคุเทศก์ได้หลายภาษา และสามารถให้บริการได้อย่างมีคุณภาพในระดับมาตรฐานสากลก็จะเป็นผลดีที่ทำให้เกิดความประทับใจ และเป็นโอกาสที่บริษัทนำเที่ยวจากต่างประเทศจะส่งนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น หากแหล่งท่องเที่ยวใดหรือประเทศใดมีข้อจำกัด ให้บริการมัคคุเทศก์ได้ไม่สะดวก เช่น ท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น หากแหล่งท่องเที่ยวใดหรือประเทศใดมีข้อจำกัดให้บริการมัคคุเทศก์ได้ไม่สะดวก เช่น มีจำนวนน้อย คุณภาพไม่ดี ก็อาจเป็นข้อจำกัดส่งผลกระทบทำให้การท่องเที่ยวไม่ขยายตัวเท่าที่ควร

7.5 การบริการที่พักแรม เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวขยายตัวมากน้อยอย่างไร กล่าวคือ หากในแหล่งท่องเที่ยวใดมีสถานที่พักแรมเพียงพอให้บริการได้มาตรฐานเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ก็มีโอกาสทำให้การท่องเที่ยวในแหล่งนั้นขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ หากในแหล่งท่องเที่ยวนั้นขาดสถานที่พักแรมรองรับ หรือมีแต่ให้บริการได้ไม่เป็นที่ประทับใจ ก็พลาดโอกาสที่จะได้ผลประโยชน์จากการพักแรมของนักท่องเที่ยวไปอย่างน่าเสียดาย หรืออาจจะพลาดโอกาสที่จะต้อนรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวได้ เพราะที่พักไม่เพียงพอให้บริการ บริษัทนำเที่ยวก็เลย

จัดไปท่องที่ยวในแหล่งท่องที่ยวที่มีความพร้อมมากกว่าแทน เป็นต้น การจัดการที่พักแรม แบ่งได้ 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ในส่วนแรกเป็นการกำกับดูแลของภาครัฐโดยกระทรวงมหาดไทย ใช้อำนาจตามพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 ทำหน้าที่ในการอนุญาตให้ดำเนินการและกำกับดูแลตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดไว้ ในส่วนที่สองเป็นการดำเนินการของภาคเอกชนที่ขออนุญาตดำเนินธุรกิจสถานที่พักแรม ในปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนห้องพักแรมทั่วประเทศประมาณ 280,000 ห้อง ซึ่งผู้ประกอบการได้จัดให้มีอัตราค่าบริการหลายระดับตามความต้องการของนักท่องที่ยว โดยเฉพาะในระดับมาตรฐานสากลก็สามารถบริการจนได้รับการคัดเลือกเป็นโรงแรมชั้นหนึ่งของโลกหลายปีติดต่อกัน

7.6 การบริการอาหาร อาหารกินเป็นปัจจัยสำคัญที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ ซึ่งตามปกติจะมีการบริโภคอาหารอย่างน้อย 3 มื้อต่อวัน จึงเป็นสิ่งที่ต้องกำหนดไว้เป็นส่วนหนึ่งของการบริการนำที่ยวว่าจำนวนนักท่องที่ยวไปรับประทานอาหารกลางวัน อาหารเย็นที่ไหน อย่างไร ในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการบริการภัตตาคาร อยู่ในการดำเนินการร่วมกันของหน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กระทรวงสาธารณสุข จังหวัด เทศบาล และภาคเอกชน ที่จะประกอบธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหาร ซึ่งได้มีการพัฒนาคุณภาพการประกอบ ปรุงอาหาร ภาชนะใส่อาหาร บุคลากรในภัตตาคาร ร้านอาหาร โดยกระทรวงสาธารณสุขได้จัดให้มีโครงการ " Clean food good taste " ขึ้นมารับรองการพัฒนาเพื่อยกระดับมาตรฐานการให้บริการ ภัตตาคาร ร้านอาหารใดที่พัฒนาได้มาตรฐานตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด ก็จะได้รับเครื่องหมาย Clean food good taste ติดประจำร้านเชิญชวนให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการต่อไป ในปัจจุบันทุกฝ่ายได้พยายามผลักดันเพื่อประชาสัมพันธ์อาหารไทยให้เป็น ที่รู้จักแพร่หลายในสังคมโลกมากยิ่งขึ้น ซึ่งการท่องที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจสถิติร่วมกับกรมส่งเสริมการส่งออกประมาณได้ว่า มีร้านอาหารไทยเปิดให้บริการอยู่ในประเทศต่างๆ ทั่วโลกไม่น้อยกว่า 5,000 แห่ง สำหรับในประเทศไทยสามารถกล่าวได้ว่า มีความอุดมสมบูรณ์ในเรื่องอาหาร การกิน ทั้งอาหารไทย และอาหารต่างประเทศ ตลอดจนผลไม้ที่มีมากมายทุกฤดูกาลตลอดทั้งปี สามารถรองรับการเดินทางมาเยือนของนักท่องที่ยวได้เป็นอย่างดี แต่ทุกฝ่ายก็ตระหนักและให้ความสำคัญกับคุณภาพของอาหารอยู่เสมอ เพราะหากนักท่องที่ยวประสบปัญหาความเดือดร้อนจากการบริโภคอาหาร เช่น โรคท้องเสีย ท้องร่วง ก็จะเป็นผลเสียต่อการท่องที่ยวได้ ดังนั้น จึงอนุมานได้ว่า แหล่งท่องที่ยวใดที่ยังไม่มีความพร้อมในเรื่องอาหารการกิน ก็จะส่งเสริมการท่องที่ยวได้จำกัด หากแหล่งท่องที่ยวใดมีอาหารการกินอุดมสมบูรณ์หลากหลาย สามารถให้บริการนักท่องที่ยวได้หลายชาติ หลายภาษาก็จะเป็นประโยชน์ในการเชิญชวน ดึงดูดให้นักท่องที่ยวเดินทางมาท่องที่ยวได้สะดวกมากยิ่งขึ้น

7.7 การบริการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก เป็นบริการเสริมที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น กล่าวคือ นอกจากการพักผ่อนหย่อนใจเที่ยวชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ยังได้จับจ่ายใช้สอย ซื้อของใช้ ของฝาก ให้แก่เพื่อนฝูง ญาติมิตรอีกด้วย หรือในอีกแง่มุมหนึ่งสามารถที่จะนำเอาธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่

ระลึกมาเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่นิยมการซื้อสินค้า (Shopping) ได้การสร้างสรรค์สิ่งดึงดูดความสนใจทำได้หลายรูปแบบ เช่น การเปิดบริการธุรกิจร้านอาหาร ปลอดอากร (Duty free shop) การจัดกิจกรรม ลด แลก แจก แถม เป็นต้น การดำเนินธุรกิจด้านการบริการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก หากทุกฝ่ายร่วมมือกันพัฒนาและส่งเสริมด้วยการนำเสนอขายสินค้าดี มีคุณภาพ ราคายุติธรรม สมเหตุสมผล ก็จะเป็นผลดีช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจับจ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้น เป็นประโยชน์ต่อการสร้างรายได้เข้าประเทศ สร้างงาน สร้างอาชีพแก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้าประเภทต่างๆ ภายในประเทศได้เป็นอย่างดี แต่หากสร้างปัญหาความเดือดร้อนแก่นักท่องเที่ยว เช่น การเสนอขายสินค้าคุณภาพต่ำราคาสูง หลอกลวงเอารัดเอาเปรียบ ขายของปลอม นอกจากจะเป็นผลเสียต่อธุรกิจนี้แล้วยังเป็นผลเสียต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนภาพลักษณ์และชื่อเสียงของประเทศด้วย

7.8 การบริการบันเทิง เป็นปัจจัยเสริมให้นักท่องเที่ยวได้พักผ่อนหย่อนใจ และมีความสนุกสนานมากขึ้น เช่น การบริการบาร์ ไนต์คลับ กิจกรรมการแสดงทางวัฒนธรรม เป็นต้น กิจกรรมดังกล่าวหากให้บริการด้วยคุณภาพไม่เอารัดเอาเปรียบ เช่น การจัดกิจกรรมที่อ้างว่าเป็นการแสดงวัฒนธรรมแต่ไม่สะท้อนให้เห็นวัฒนธรรมที่แท้จริง โดยขาดการศึกษาข้อมูลที่แท้จริงเป็นพื้นฐานหรือการโก่งราคาค่าบริการ เป็นต้น ย่อมสร้างความประทับใจแก่นักท่องที่ยว ทำให้มีรายได้เข้าประเทศเพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้ามบริการที่จัดขาดคุณภาพหรือเอารัดเอาเปรียบทำให้เกิดปัญหาความเดือดร้อนแก่นักท่องที่ยวก็จะเป็นผลกระทบทางลบต่ออุตสาหกรรมท่องที่ยว

ปัจจัยด้านการบริการท่องเที่ยว (Tourist services) ที่กล่าวมา เป็นสิ่งให้บริการอำนวยความสะดวก ทำหน้าที่เสมือนสะพานเชื่อมโยงให้นักท่องเที่ยวได้ไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว (Tourism attraction) ที่ประสงค์จะไปพบเห็น หากปัจจัยดังกล่าวสามารถให้บริการได้ดีเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการบริการข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยว การบริการคมนาคมขนส่ง การบริการนำเที่ยว การบริการมัคคุเทศก์ การบริการภัตตาคาร ร้านอาหาร การบริการสถานที่พักแรม การบริการสินค้าของที่ระลึก และการบริการสถานบันเทิง ซึ่งล้วนแต่ให้ความชื่นชมแก่นักท่องเที่ยวและเมื่อได้พบเห็นแหล่งท่องเที่ยวก็สวยงามถูกใจอีกก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความทรงจำที่ดี พร้อมถ่ายทอดบอกกล่าวเล่าขาน ในสิ่งที่ดีงามต่อๆ กันไป ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเจริญเติบโต ขยายตัวอย่างรวดเร็วมากยิ่งขึ้น แต่ในทางตรงกันข้าม หากนักท่องเที่ยวประสบปัญหาความเดือดร้อนจากการใช้บริการท่องเที่ยวประการใดประการหนึ่ง หรือหลายๆ ประการ ประกอบกับเมื่อได้สัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยวก็ไม่สวยงามตามคาดหวัง นักท่องเที่ยวก็จะมีความทรงจำที่ไม่ดี และคงจะบอกกล่าวเล่าขานต่อๆ กันไปในทางที่ไม่ดี อันจะเป็นผลทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเสื่อมถอยลงได้

สรุป จากแนวคิดปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวประกอบด้วย เงิน เวลา และความตั้งใจที่จะเดินทางมาที่ยว โดยอาจถูกกระตุ้น โดยสิ่งต่างๆ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย และภาพพจน์ทางการท่องเที่ยว เป็นต้น ผู้ศึกษาจึงได้นำปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยวมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.2.7 รูปแบบการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการได้กล่าวถึงรูปแบบการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542 : 5) จากปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวมีรูปแบบการท่องเที่ยวแบบต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) การท่องเที่ยวส่วนบุคคล ได้แก่ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจัดขึ้นสำหรับตัวเองกับครอบครัว หรือสำหรับตัวเองกับกลุ่มเพื่อน โดยใช้รถส่วนตัว หรือเช่ารถบัส ซึ่งสามารถกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว เวลาเดินทางที่จะเดินทางไปได้ด้วยตัวเอง หรือเปลี่ยนแปลงอย่างไรก็สามารถทำได้ตามที่ปรารถนา

2) การท่องเที่ยวแบบทัวร์ หรือบริษัทนำเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวของคนหนึ่งคน หรือกี่คนก็ตาม ซึ่งไม่ได้นัดกัน ไปเสียเงินจำนวนหนึ่งให้แก่ผู้จัดบริษัทนำเที่ยว ผู้จัดนำเที่ยวจะจัดการเรื่องยานพาหนะ ที่พัก และบริการอื่นๆ โดยกำหนดไว้เป็นรายการแน่นอน การท่องเที่ยวแบบนี้นักท่องเที่ยวมักเสียเงินน้อยกว่า แต่ขาดเสรีในการเดินทางท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการเที่ยว แบ่งเป็น 2 อย่าง คือ

(1) การท่องเที่ยวคาบเวลายาว ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมหรือการศึกษา จะหมายถึงการอยู่พัก ณ ที่หนึ่งใดเป็นคาบเวลายาวนานนับเป็นสัปดาห์หรือเดือน ถ้าเป็นการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานคาบเวลาอาจยาวนานเหมือนกันแต่สถานที่อาจเปลี่ยนไป

(2) การท่องเที่ยวแบบทัศนาจร เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้เวลาไม่นานเกิน 24 ชั่วโมง และไม่มีการพักค้างคืน การทัศนาจรมีความสำคัญพิเศษสำหรับผู้มีถิ่นอยู่ใกล้พรมแดน จะมีทัศนาจรข้ามพรมแดนเพื่อซื้อสินค้าสำหรับใช้ส่วนตัว

4) การท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวแบบใช้อากาศยาน เรือ รถไฟ เรือเดินทาง (Cruise) รถนั่งส่วนบุคคล และรถยนต์โดยสารสาธารณะในประเทศยุโรป การเดินทางท่องเที่ยวข้ามประเทศที่ใกล้ๆ กับประเทศของนักท่องเที่ยวก็กระทำกันไม่น้อย

5) การท่องเที่ยวแบบบวกกับแบบลบ ถ้านักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาใช้ในประเทศนั้น จัดเป็นนักท่องเที่ยวแบบบวกของประเทศนั้น แต่ถ้าคนในประเทศนั้น แต่ถ้าคนในประเทศนั้นออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศ การท่องเที่ยวดังกล่าวเป็นการท่องเที่ยวแบบลบประเทศนั้น

สรุป การท่องเที่ยวมีรูปแบบ ดังนี้ การท่องเที่ยวส่วนบุคคล การท่องเที่ยวแบบทัวร์ หรือบริษัทนำเที่ยว การท่องเที่ยวตามคาบเวลาการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถจำแนกเป็น 2 อย่าง ดังนี้ การท่องเที่ยวตามคาบเวลายาว การท่องเที่ยวแบบทัศนาจร และการท่องเที่ยวจัดจำพวกตามพาหนะที่ใช้ท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงได้ใช้รูปแบบการท่องเที่ยวในการอภิปรายผล

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

2.1.3.1 ความหมายของวัฒนธรรม

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของวัฒนธรรม ไว้หลากหลาย มีทั้งที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

สุพิศวง ธรรมพันทา (2532 : 3) กล่าวถึงวัฒนธรรม สรุปได้ว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิธีการดำรงชีวิตของมนุษย์ที่สมาชิกนับแต่ขั้นบรรพบุรุษเป็นต้นมา ร่วมกันสร้างสมอย่างต่อเนื่อง จนเห็นเป็นลักษณะเด่นเฉพาะในสังคมนั้นๆ วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่แสดงอัจฉริยะ และคุณค่าของมนุษยชาติอีกด้วย

สุพัตรา สุภาพ (2536 : 2) ได้สรุปว่า วัฒนธรรมมีความหมายครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างอันเป็นแบบแผนในความคิดและการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคมของกลุ่มใด กลุ่มหนึ่งหรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์ได้คิดสร้างระเบียบกฎเกณฑ์วิธีการในการปฏิบัติ การจัดระเบียบตลอดจนระบบความเชื่อ ความนิยม ความรู้ และเทคโนโลยีต่างๆ ในการควบคุมและใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ

นิยพรรณ วรรณศิริ (2540 : 37) กล่าวว่า วัฒนธรรม คือพฤติกรรมที่กลั่นกรองมาจากความคิดที่จะหาวิธีการมาตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ อันได้แก่ การตอบสนองความจำเป็นที่มนุษย์จะยืนหยัดในการอยู่รอดเป็นคนได้ในสังคม เช่น การหาอาหารและการกินอาหารเพื่อให้ร่างกายคงอยู่เจริญเติบโตตามวัย การจัดกลุ่มอยู่ร่วมกันของมนุษย์ การเรียนรู้เรื่องต่างๆ การสื่อสารความคิดต่อกัน การมีจิตใจที่มั่นคงไม่หวั่นไหวหวาดกลัวพยันอันตราย และการขับถ่ายทางเพศที่จะไม่ก่อให้เกิดโทษต่อตนเองและผู้อื่น เป็นต้น

อมรา พงศาพิชญ์ (2541 : 17) ได้ให้ความหมายของวัฒนธรรม คือ สิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น กำหนดขึ้น มิใช่สิ่งที่มนุษย์ทำตามสัญชาตญาณ อาจจะเป็นการประดิษฐ์วัตถุสิ่งของขึ้นใช้หรือ อาจเป็นการกำหนดพฤติกรรมและหรือความคิด ตลอดจนวิธีการหรือระบบการทำงาน

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข (2542 : 21) ได้ให้ความหมายว่า วัฒนธรรม หมายถึง วิถีแหล่งการดำรงชีพที่มนุษย์สร้างขึ้น ตามที่มนุษย์มีความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับมนุษย์ มนุษย์กับสังคมและมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นระบบความรู้ ความคิด หรือความเชื่อจนมีการยอมรับปฏิบัติ

งามพิศ สัตย์สงวน (2543 : 33) ได้กล่าวว่า วัฒนธรรม คือ พฤติกรรมของมนุษย์ที่เกิดจากการเรียนรู้รวมทั้งผลิตผลที่เกิดจากการเรียนรู้และนักมนุษยวิทยาใช้เป็นเครื่องมือเพื่อทำความเข้าใจประเพณีและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันของมนุษย์ในสังคมต่างๆ ทั่วโลก รวมทั้งเข้าใจตัวของเราสังคมด้วย

เฉลิมลาภ ราชภัณฑารักษ์ (2544 : 19) ได้แสดงความคิดเห็นว่า วัฒนธรรมมีความหมายรวมถึงทุกกสิ่งทุกอย่างที่มนุษย์คิดประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อช่วยในการดำรงอยู่ในโลก อาจเป็นวัตถุสิ่งของต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นใช้สอย ตลอดจนความรู้และเทคนิควิธีการต่างๆ ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม จริยธรรม ศาสนา ความเชื่อ ศิลปหัตถกรรม เป็นต้น

เอกวิทย์ ณ กลาง (2544 : 72) สรุปได้ว่า วัฒนธรรม คือ วิถีชีวิตของมนุษย์ในแต่ละสังคม อันเป็นผลของการที่มนุษย์เรียนรู้จากธรรมชาติ จากสังคมมนุษย์ด้วยกัน แล้วสั่งสมประสบการณ์ที่เรียนรู้ไว้ เพื่อปรับตัวถ่ายทอด และปรับเปลี่ยนตามเหตุการณ์ เป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่งมีการเคลื่อนไหว

สรุป วัฒนธรรม คือ ความเชื่อ ศิลปะ ศีลธรรม ประเพณี และพฤติกรรม อื่นๆ ที่มนุษย์แสดงออก และปฏิบัติใช้ร่วมกัน จนสามารถถ่ายทอดไปยังรุ่นต่อๆ มา ในสังคมใดสังคมหนึ่ง จนเป็นที่ยอมรับของสังคม ไม่ใช่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ แต่เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ศึกษาจึงได้นำความหมายของวัฒนธรรมมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.3.2 ความสำคัญของวัฒนธรรม

ได้มีนักวิชาการ กล่าวถึงความสำคัญของวัฒนธรรม ไว้หลากหลาย ดังนี้

สุพิศวง ธรรมพันทา (2532 : 4) ได้กำหนดความสำคัญของวัฒนธรรมว่า มีอยู่ 3 ประการ คือ

1) วัฒนธรรมแสดงถึงอัจฉริยะภาพของมนุษย์ที่เกี่ยวกับการดำรงชีวิต (Culture several man's intelligence in leading ways of life) เป็นการปรับใช้สิ่งแวดล้อมอย่างมีคุณค่าเพื่อการดำรงชีวิตแล้วถ่ายทอดสู่กันภายในกลุ่มคนนั้นๆ เป็นความหมายเฉพาะกลุ่มที่ทำให้ชีวิตดำเนินต่อไปได้

2) วัฒนธรรม สร้างความเป็นระเบียบเรียบร้อย และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของสังคมมนุษย์ (Culture is an organization and unity of society) เช่น การกำหนดบรรทัดฐานของสังคมต่างๆ อาทิ วิถีประชา (Folkways) ขนบประเพณี (Mores) กฎหมาย (Laws) ค่านิยม (Values) และความเชื่อ (Beliefs)

3) วัฒนธรรม เป็นเครื่องแสดงถึงความเหมือน และความแตกต่างกันของสังคมมนุษย์ (Culture is a similarity and diversity) วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มชนต่างก็มีวิถีชีวิตเฉพาะที่เป็นของตนเอง โดยมาจากการถ่ายทอดและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องมาหลายชั่วคน จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของคนกลุ่มนั้นๆ

ยศ สันตสมบัติ (2540 : 10) ได้สรุปลักษณะพื้นฐานที่สำคัญของวัฒนธรรมไว้ 6 ประการด้วยกันคือ

1) วัฒนธรรมเป็นความคิดร่วม (Shared ideas) และค่านิยมทางสังคม ซึ่งเป็นตัวกำหนดมาตรฐานของพฤติกรรม

2) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์เรียนรู้ (Culture is learned) ได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง โดยผ่านกระบวนการถ่ายทอดทางวัฒนธรรม (enculturation) ซึ่งรวมทั้งการอบรมสั่งสอนของพ่อแม่ ครูอาจารย์ และประสบการณ์ต่างๆ ที่มนุษย์ได้รับสั่งสมมาจากการเป็นสมาชิกสังคม จากกระบวนการต่างๆ ที่มนุษย์สามารถเข้าใจได้ว่าตนควรมีพฤติกรรมอย่างไรในแต่ละสถานการณ์

3) วัฒนธรรมมีพื้นฐานมาจากใช้สัญลักษณ์ (Symbol) พฤติกรรมของมนุษย์มีต้นกำเนิดมาจากการใช้สัญลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นเงินตรา สัญญาณไฟจราจร หรือสัญลักษณ์ทางศาสนา เช่น พระพุทธรูป เป็นต้น และรวมถึงภาษาซึ่งเป็นเครื่องมือสื่อความหมาย ทั้งหมดนี้สามารถถ่ายทอดความรู้นั้นไปยังคนรุ่นหลังต่อไปได้

4) วัฒนธรรมเป็นองค์รวมของความรู้และภูมิปัญญา ในลักษณะนี้วัฒนธรรมมีหน้าที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น สอนให้มนุษย์รู้จักหาอาหารอย่างมีประสิทธิภาพ วางกฎเกณฑ์ให้มนุษย์ดำเนินชีวิตอย่างมีระเบียบแบบแผนเพื่อให้สังคมทำงานได้อย่างเป็นระบบ นอกจากนั้นยังช่วยให้สามารถปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อม และเป็นพื้นฐานของการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีเพื่อความเจริญก้าวหน้าและความอยู่รอดของมนุษย์

5) วัฒนธรรมคือ กระบวนการที่มนุษย์กำหนดนิยามความหมายให้กับสิ่งมีชีวิตและสิ่งต่างๆ ที่อยู่รอบตัว ซึ่งอาจแสดงออกได้ในรูปแบบของศาสนา พิธีกรรม แนวคิดพื้นฐานของระบบการเมือง ก่อให้สร้างสถาบัน หรือองค์กรขึ้นเมาเพื่อมารองรับการนิยามความหมายต่างๆ และสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตอลดเวลา

6) วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ไม่หยุดนิ่ง หากแต่มีการเปลี่ยนแปลงปรับตัวอยู่ตอลดเวลา ที่อาจจะมีสาเหตุจากความคิดและค่านิยมมาจากวัฒนธรรมอื่น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีซึ่งเป็นความพยายามที่จะควบคุมธรรมชาติและใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

สรุป ความสำคัญของวัฒนธรรม เป็นตัวกำหนดมาตรฐานของมนุษย์ เป็นตัวกำหนดค่านิยม ซึ่งอาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา พิธีกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ค่านิยม ความเชื่อ มีการเปลี่ยนแปลงปรับตัวอยู่ตลอดเวลา จากความสำคัญของวัฒนธรรมผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.3.3 ประเภทของวัฒนธรรม

มีนักวิชาการได้กล่าวถึงประเภทของวัฒนธรรมไว้ดังนี้

อมรา พงศาพิชญ์ (2541 : 18) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมไว้ 2 ลักษณะ คือ

1) วัฒนธรรมที่มีลักษณะขนบธรรมเนียมประเพณีและความเชื่อถือ ที่เป็นสัญลักษณ์และจับต้องไม่ได้ เป็นต้นว่า ภาษาพูด ระบบ ความเชื่อ กิริยามารยาท ขนบธรรมเนียมประเพณี

2) วัฒนธรรมในลักษณะสิ่งประดิษฐ์และสถาปัตยกรรม เป็นต้นว่า อาคารบ้านเรือน วัด ศิลปกรรม ประติมากรรมต่างๆ ซึ่งใช้เป็นประจำทุกวัน

งามพิศ สัตย์สงวน (2543 : 35) ได้แบ่งประเภทของวัฒนธรรมออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ

1) วัฒนธรรมทางวัตถุ หมายถึง ส่วนของวัฒนธรรมที่จับต้องสัมผัสได้ มีรูปร่างขนาด และน้ำหนักแตกต่างกันไปตั้งแต่ จอบ เสียม มีด หม้อ บ้าน รถยนต์ รถไฟ ไปจนถึงเครื่องจักรกลประเภทต่างๆ

2) วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ คือ ส่วนของวัฒนธรรมที่จับต้องสัมผัสไม่ได้ เพราะไม่มีรูปร่าง ขนาด หรือน้ำหนัก แต่มีอิทธิพลต่อชีวิตมนุษย์มาก วัฒนธรรมประเภทนี้แบ่งออกเป็น 5 ประเภทย่อยๆ คือ

(1) สถาบันทางสังคม คือส่วนต่างๆ ของวัฒนธรรมที่เข้าจัดการกับปัญหาพื้นฐานของสังคม สถาบันทางสังคมคือหัวใจของวัฒนธรรม สถาบันสังคมแบ่งเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้ คือ สถาบันครอบครัว เศรษฐกิจ การเมืองการปกครอง การศึกษา ศาสนา การแพทย์และสาธารณสุข เป็นต้น

(2) วัฒนธรรมประเภทที่เกี่ยวกับการควบคุมทางสังคม คือ วัฒนธรรมที่ช่วยทำให้เกิดระเบียบในสังคม ซึ่งบางอย่างจะเป็นการควบคุมอย่างเป็นทางการ และบางอย่างไม่เป็นทางการ วัฒนธรรมประเภทนี้มี 5 ประเภทย่อยๆ

- ศาสนา ในหลักศาสนาจะมีข้อห้ามต่างๆ เช่น ศาสนาพุทธมีศีล 5 ศีล 8 ศาสนาจึงช่วยควบคุมทางสังคมอย่างสำคัญ

- ความเชื่อทางสังคม คือ ระบบความคิดเกี่ยวกับเรื่องต่างๆ ที่เป็นของคนจำนวนมากในสังคม เช่น ในสังคมคนจำนวนมากเชื่อในนรก สวรรค์ บุญ บาป การทำบุญ และโลกหน้า ความเชื่อต่างๆ ดังกล่าวจะช่วยควบคุมพฤติกรรมของคนให้อยู่ในระเบียบได้

- ค่านิยม คือ มาตรฐานที่ใช้วัดว่าสิ่งใดมีค่าในสังคมบ้าง เมื่อสิ่งใดมีค่าคนก็อยากมีอยากเป็นอยากได้ ความเชื่อในค่านิยมของสังคม ทำให้เกิดความมีระเบียบในสังคมได้

- ประเพณี แต่ละสังคมมีประเพณีที่ปฏิบัติติดต่อกันมาเป็นเวลายาวนาน เช่น ลอยกระทง เข้าพรรษา เป็นต้น เมื่อคนทำตามประเพณีจะทำให้เกิดความมีระเบียบในสังคมขึ้นได้

- กฎหมาย คือ การควบคุมทางสังคมโดยตรง กฎหมายมีความสำคัญมากในสังคมสมัยใหม่ เพราะจะทำให้เกิดความมีระเบียบในสังคมได้อย่างดี

(3) ศิลปะ ศิลปะในที่นี้หมายถึงการสร้างสรรค์ผลงานด้านต่างๆ เช่น กิจกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม หัตถกรรม ดนตรี การละคร นาฏศิลป์ และวรรณกรรมเป็นต้น

(4) ภาษา คือ ระบบสัญลักษณ์ที่ใช้ติดต่อสื่อสารกัน ภาษาในที่นี้หมายถึงภาษาพูด ภาษาเขียน รวมทั้งกิริยาท่าทางต่างๆ ด้วย

(5) พิธีกรรม เน้นเฉพาะพิธีที่ต้องทำในแต่ละขั้นตอนของพิธี เช่น ในงานศพประกอบไปด้วยพิธีที่ทำในช่วงเวลาที่ต่างกัน

สรุป วัฒนธรรมมี 2 ลักษณะ คือ วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา ความเชื่อ เป็นต้น และวัฒนธรรมทางวัตถุ เช่น สถาปัตยกรรมต่างๆ วัด หรือศิลปกรรม เป็นต้น ผู้ศึกษาจึงได้นำประเภทของวัฒนธรรมมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.3.4 องค์ประกอบของวัฒนธรรม

มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้แนวคิดองค์ประกอบของวัฒนธรรมไว้ทั้งที่แตกต่าง และคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

สุพัตรา สุภาพ (2536 : 6) ได้แบ่งองค์ประกอบของวัฒนธรรมไว้ 4 ลักษณะ คือ

1) องค์วัตถุ (Instrumental and symbolic objects) คือ วัฒนธรรมที่สามารถสัมผัสจับต้องได้ และมีรูปร่าง เช่น เครื่องมือเครื่องใช้ ภาพเขียน เครื่องจักร โบสถ์ วิหาร และส่วนที่ไม่มีรูปร่าง เช่น ภาษา สัญลักษณ์ในการติดต่อสื่อความหมาย ตัวเลข เป็นต้น

2) องค์การ (Association or organization) หมายถึง กลุ่มที่มีการจัดระเบียบโครงสร้างอย่างเป็นทางการ มีการวางกฎเกณฑ์ระเบียบข้อบังคับ และวัตถุประสงค์ไว้อย่างแน่นอน เป็นกลุ่มที่มีความสำคัญที่สุดในสังคมที่ซับซ้อน เช่น ครอบครัว วัด สหประชาชาติ

3) องค์พิธีการ (Usage) เป็นขนบธรรมเนียมประเพณีที่ยอมรับกันโดยทั่วไป เช่น พิธีกรรมต่างๆ ตั้งแต่เรื่องการเกิด แต่งงาน บวชนาค ตาย ซึ่งศาสนาก็เข้ามามีอิทธิพลอยู่บ้าง รวมถึงพิธีการแต่งกาย และรับประทานอาหาร

4) องค์มติ (Concept) หมายถึง ความเข้าใจ ความเชื่อ ความคิดเห็นตลอดจนอุดมการณ์ต่างๆ เช่น ความเชื่อกรรมเป็นเรื่องชี้เจตนา การยอมรับว่าสิ่งใดถูกหรือผิด สมควรหรือไม่

สรุป องค์ประกอบของวัฒนธรรมมี ดังนี้ องค์มติ คือ ความเชื่อ ความคิดเห็น ความเข้าใจ ตลอดจนอุดมการณ์ต่างๆ องค์การ คือ กลุ่มสังคมที่มีการจัดสภาพแวดล้อมไว้อย่างเป็นระเบียบ มีการตั้งกฎเกณฑ์ ระเบียบข้อบังคับไว้อย่างแน่นอน องค์พิธีการ คือ ขนบธรรมเนียมประเพณีที่เป็นที่ยอมรับ และแสดงออกมาในรูปพิธีกรรม เช่น ประเพณีการโกนผมไฟ พิธีการแต่งงาน เป็นต้น และองค์วัตถุ คือ คือ วัฒนธรรมทางวัตถุที่มีรูปร่างสมารถมองเห็นสัมผัสแตะต้องได้ เช่น อาคาร สถานที่ต่างๆ วัด โบสถ์ วิหาร เป็นต้น จากองค์ประกอบของวัฒนธรรมดังกล่าวผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.3.5 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้หลายท่านดังนี้

บริษัทมรดกโลก จำกัด (2537 : 36) สรุปสาระได้ว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเป็นกลไกที่แยกนักท่องเที่ยว ออกจากนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนตั้งแต่อาชีพ ฐานะทางเศรษฐกิจ โลกทัศน์ รสนิยม และความสนใจที่ค่อนไปทางการศึกษา ทำให้อยากรู้อยากเห็นความแตกต่างและความหลากหลายทางวัฒนธรรมสถานที่ที่ไปพบเห็น เพื่อเปรียบเทียบกับบ้านเมืองของตน สะท้อนถึงความเป็นนักคิดนักจัดการที่แสวงประสบการณ์ เพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตมากกว่าจะสนุกอย่างเดียว เหมือนกับนักท่องเที่ยวทั้งหลายที่เอาความพึงพอใจของตนเองเป็นที่ตั้ง โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบอย่างหนึ่งอย่างใดในชุมชนหรือประเทศที่ตนไปเที่ยว

พลอยศรี โปราณานนท์ (2539 : 40) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ต้องการความรู้ หรือประสบการณ์ในวัฒนธรรมด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปในรูปแบบที่ได้รับความรู้หรือประสบการณ์ในวัฒนธรรมด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งความเพลิดเพลินประกอบกันไป

โครงการวิถีทรรศ (2540 : 28) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การคือท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่น โดยต้องเดินเท้าเข้าไปเที่ยวชมอย่างเกรงใจ ให้ความเคารพต่อศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น และรักษาสิ่งแวดล้อม หากสามารถกระทำได้เช่นนี้ก็จะเกิดประโยชน์จากการเรียนรู้และเกิดการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมจากการเดินทางท่องเที่ยว

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ (2540 : 1) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยววัฒนธรรมไว้ว่า เป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญาสร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ศักดิ์ศรี และวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวได้อีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยววัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่างๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพาไม่สามารถแยกออกจากกันได้

ทวีป ศิริรัศมี (2547 : 7) กล่าวว่า การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การวางแผนการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ จำเป็นจะต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ จำนวนมาก แนวคิดทางด้านการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม สามารถประมวลหัวข้อสำคัญได้ดังต่อไปนี้

1) ตัดสินใจวางแผน และพัฒนาการท่องเที่ยว ต้องคำนึงถึงคุณค่าทางด้านกายภาพ และวัฒนธรรมของพื้นที่

2) การกำหนดรูปแบบของการท่องเที่ยวภายในชุมชนต้องคำนึงถึงศักยภาพด้านการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในแง่ของกายภาพ ระบบการบริการต่างๆ และความเปราะบางทางวัฒนธรรม

3) การพัฒนาการท่องเที่ยวต้องยึดหลักความสมดุลทางวัฒนธรรม และการดำเนินชีวิตของคนในชุมชนเป็นหลัก และต้องไม่ให้ผลกระทบในเชิงลบต่อคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและการดำเนินชีวิตของคนในชุมชน

4) การท่องเที่ยวจะต้องเป็นการจัดการ และพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable development)

5) ชุมชนควรมีบทบาทในการวางแผนเพื่อการท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ชุมชนตั้งแต่เริ่มต้น

6) ประชาชนในชุมชนควรจะได้รับประโยชน์จากการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียมกัน ผลประโยชน์ที่ได้รับอาจจะอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกัน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 283) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่มุ่งเดินไปยังท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อให้ได้รับความบันสนุกสนาน เพลิดเพลิน และได้รับความรู้จากการศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม โดยชุมชนท้องถิ่น มีสวนร่วมต่อการตัดการท่องเที่ยว และกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป จึงสมควรอย่างยิ่งที่จะต้องช่วยกันสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพ่อก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งในปัจจุบันและอนาคตอย่างยั่งยืน และยังกล่าวถึงการท่องเที่ยวในอีก 2 ลักษณะ ดังนี้คือ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural tourism) เพื่อพิจารณาตามวัตถุประสงค์การเดินทางได้ให้ความหมายไว้ดังนี้ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม และเมื่อพิจารณาตามการแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือ ชมงานประเพณีต่างๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นๆ จัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เป็นต้น

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวนนทบุรี (2553) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการศึกษาหาความรู้ในพื้นที่หรือบริเวณที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม มี

การบอกเล่าเรื่องราวในการพัฒนาทางสังคมและมนุษย์ผ่านทางประวัติศาสตร์อันเป็นผลเกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม องค์ความรู้ และการให้คุณค่าของสังคม โดยสถาปัตยกรรมที่มีคุณค่าหรือสภาพแวดล้อมอย่างธรรมชาติ ที่สามารถแสดงออกให้เห็นถึงความสวยงามและประโยชน์ที่ได้รับจากธรรมชาติ สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิต ความเป็นอยู่ของคนในแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นสภาพทางเศรษฐกิจ สังคม หรือขนบธรรมเนียมประเพณี

สรุป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งที่แสดงความเป็นมาของวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง ประเพณีและวิถีการดำเนินชีวิต เป็นต้น ผู้ศึกษาจึงได้นำการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.3.6 ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีนักวิชาการกล่าวถึงประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 286) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ประเภท คือ

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourisms) หมายถึงการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดี และประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยวและได้รับความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์ และโบราณคดีในท้องถิ่นบนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยที่ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่มในการจัดการท่องเที่ยว

2) การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานศิลปวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ที่ท้องถิ่นจัดขึ้น เพื่อความเพลิดเพลินและศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพพิธีกรรมต่างๆ อีกทั้งยังได้รับความรู้ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม บนพื้นฐานความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural tourisms / Village tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษโดดเด่น เพื่อได้รับความเพลิดเพลิน ได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์ และภูมิปัญญาพื้นบ้าน อีกทั้งมีความเข้าใจในวัฒนธรรมท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาหรือแข่งขันการกีฬา ทำให้ได้รับความรู้ความ

เข้าใจและประสบการณ์ใหม่ๆ เพิ่มขึ้น บนพื้นฐานของความรับผิดชอบและมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าทางสภาพแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว

5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural health tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังชมแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ หรือฟื้นฟูสุขภาพทางวัฒนธรรม ได้แก่ การนวด การอบสมุนไพร การฝึกกายบริหาร เพื่อเสริมสร้างสุขภาพและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความรับผิดชอบอย่างมีจิตสำนึกต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรมและคุณค่าของสิ่งแวดล้อม โดยชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ

สำนักคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2549 : 13) ได้แบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 5 ประเภท คือ

1) การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourisms)

2) การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism)

3) การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural tourisms / Village tourism)

4) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport tourism)

5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural health tourism)

สรุป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแบ่งออกได้ ดังนี้ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประเพณี การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม จากประเภทของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าวผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.3.7 วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีนักวิชาการกล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการท่องที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 283) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ อันประกอบด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของชนต่างสังคม เช่น ด้านของศิลปะ สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ เรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ภาษา การแต่งกาย การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี ล้วนแต่เป็นสิ่งดึงดูดใจต่อนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนที่ต้องรับผิดชอบต่อปัจจัยพื้นฐานทางวัฒนธรรม 4 ประการคือ

1) เพื่อมุ่งเน้นคุณค่าของวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น

2) เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องดูแลรักษาให้คงไว้ถึงคุณภาพสิ่งแวดล้อมและคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

3) เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด แต่ในขณะเดียวกันก็ต้องเคารพในวัฒนธรรมท่องถิ่นด้วย

4) เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับประโยชน์ตอบแทนอย่างเพียงพอ พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพชีวิตของชุมชนท้องถิ่นให้ดีขึ้น

สำนักคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ (2549 : 10) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่า

1) เพื่อแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ประกอบด้วยการเรียนรู้ การสัมผัส การชื่นชมกับเอกลักษณ์ ความงดงามของวัฒนธรรม

2) เพื่อศึกษาคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น

3) เพื่อศึกษาเรื่องราวและคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ

4) เพื่อศึกษารูปแบบวิถีชีวิต ภาษา การแต่งการ การบริโภค ความเชื่อ ศาสนา จารีตประเพณี

สรุป การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์ เพื่อ แสวงหาความรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ การชื่นชมเอกลักษณ์ความงดงามของวัฒนธรรม วิถีชีวิต คุณค่าทางประวัติศาสตร์ และความเป็นอยู่ของกลุ่มชนอื่น จากวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมดังกล่าวผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.3.8 ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีนักวิชาการกล่าวถึงลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 284) กล่าวว่า หลักของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สำคัญ มีอยู่ 9 ประการคือ

1) ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณี โดยยึดหลักการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืนทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่าด้วยไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือกระทบน้อยที่สุด

3) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักว่าต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น โดยยึดหลักว่าต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้ความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวพร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยหลักว่าต้องให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์แห่งการอนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักว่าต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะมาดของพื้นที่ โดยยึดหลักว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ และความสะอาดของพื้นที่โดยยึดหลักว่าต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับของพื้นที่ในทุกๆ ด้านและต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่าต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด

สรุป ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เป็นการยึดหลักอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้ดีที่สุด ไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือ เกิดผลกระทบน้อยที่สุด มีจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคม และวัฒนธรรมที่หลากหลาย และให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวด้วย จากลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.3.9 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

มีนักวิชาการกล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ดังนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 285) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่สำคัญมี 6 ด้าน กล่าวคือ

1) องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการคือ

(1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น

(2) โบราณคดี และพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ

(3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้างผังเมืองรวมทั้งซากปรักหักพัง

(4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก

(5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา

(6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ

(7) ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา

(8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร

(9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่างๆ

(10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

2) องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม เป็นการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมและระบบนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เพื่อปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้องในการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้แก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3) องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการให้บริการทางการท่องเที่ยวโดยผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว และได้ผลตอบแทนในกำไรสู่ธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม และช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

4) องค์ประกอบด้านการตลาดการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงการตลาดการท่องเที่ยวคุณภาพ โดยแสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวทาง

วัฒนธรรม เพื่อให้นักท่องเที่ยวคุณภาพได้รับรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างพึงพอใจ อีกทั้งยังช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5) องค์ระกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่มีการคำนึงถึงส่วนร่วมของประชาชน โดยให้ชุมชนท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมนั้นมีส่วนร่วมในการพัฒนาหรือจัดการการท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และได้รับผลประโยชน์ตอบแทนเพื่อการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น และยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนท้องถิ่น

6) องค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องคำนึงถึงการปลูกฝังจิตสำนึกที่ถูกต้องทางการท่องเที่ยวแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายโดยมีการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ทุกฝ่ายเกิดความรัก ความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม

สรุป องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมี ดังนี้ องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น ประวัติศาสตร์ และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น โบราณคดี วิถีชีวิต ประเพณี และวัฒนธรรม เป็นต้น องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านตลาดการท่องเที่ยว องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น และองค์ประกอบด้านการสร้างจิตสำนึกแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงได้นำองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมาใช้ในการอภิปรายผ

2.1.4 แนวคิดเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยว

2.1.4.1 ความหมายของการบริการ

สำหรับความหมายของการบริการได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

สุมนา อยู่โพธิ์ (2536 : 3) ให้ความหมายของการบริการไว้ว่า การบริการหมายถึง กิจกรรมประโยชน์ หรือความพึงพอใจซึ่งนำเสนอเพ่อขายโดยตรง หรือจัดทำขึ้นรวมกับรายการขายสินค้า โดยทั่วไปแล้วบริการไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับอุปกรณ์นั้นเท่านั้น แต่อาจจะมีบริการให้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการใช้ การแลกเปลี่ยน เป็นต้น

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542 : 174) ให้ความหมายคำว่าบริการ หมายถึง พฤติกรรมกิจกรรมหรือการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่ง โดยมีเป้าหมายและมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการนั้น หรือสิ่งที่จับสัมผัส หรือแตะต้องได้ยาก เป็นสิ่งที่เสื่อมและสูญสลายได้ง่าย บริการจะได้รับการกระทำขึ้นโดยบริการ และจะส่งมอบสู่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) เพื่อใช้สอยบริการนั้นๆ

สมเดช มุงเมือง (2546 : 4) ได้สรุปความหมายของการบริการไว้ว่ากิจกรรมหรือกระบวนการอย่างใดอย่างหนึ่งของบุคคลหรือองค์การ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น และก่อให้เกิดความต้องการของผู้ที่แสดงเจตจำนงให้ได้ตรงกับสิ่งที่บุคคลนั้นคาดหวังไว้ พร้อมทั้งทำให้บุคคลดังกล่าวเกิดความรู้สึกที่ดี และประทับใจต่อสิ่งที่ที่ได้รับในเวลาเดียวกันในความหมายนี้จะครอบคลุมการบริการทุกด้านไม่ว่าจะเป็นการบริการทั่วไป หรือการบริการพาณิชย์

ฉัตรยาพร เสมอใจ (2548 : 14) ได้กล่าวไว้ว่า การบริการ หมายถึง กิจกรรม ประโยชน์ หรือ ความพึงพอใจที่จัดทำเพื่อเสนอขาย หรือกิจกรรมที่จัดขึ้นรวมกับการขายสินค้า อาจแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบ คือ ผลิตภัณฑ์บริการ และบริการส่วนตัว ซึ่งผลิตภัณฑ์บริการจะเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเป็นผลิภัณฑ์รูปแบบหนึ่งเพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค เช่น การนวดเพื่อผ่อนคลาย ส่วนบริการส่วนควบเป็นกิจกรรมผลประโยชน์หรือความพึงพอใจที่ผู้ขายจัดทำขึ้นเพื่อเสริมกับสินค้าเพื่อให้การขาย และใช้สินค้ามีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น เช่น บริการติดตั้งเครื่องซักผ้าหลังการขาย หรือการให้คำแนะนำในการใช้งานเครื่องพิมพ์ให้มีประสิทธิภาพเป็นต้น

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549 : 18) กล่าวว่า การบริการ หมายถึงกิจกรรมของกระบวนการส่งมอบสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible goods) ของธุรกิจให้กับผู้บริการ โดยสินค้าที่ไม่มีตัวตนนั้นจะต้องตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ จนนำไปสู่ความพึงพอใจได้

สมิต สัชฌุกร (2550 : 11) กล่าวว่า การบริการเป็นการปฏิบัติงานที่ต้องมีความเกี่ยวข้องกับผู้ใช้บริการ เป็นการให้บุคคลต่างๆ ได้รับประโยชน์ รวมถึงได้รับความช่วยเหลือ

วารสารรถไฟสัมพันธ์ อ้างถึงใน โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย (2553) กล่าวถึงการบริการว่า

1) การบริการ คือ การทำให้ผู้อื่นชื่นชอบ

2) การบริการ คือ การทำให้ผู้อื่นได้รับสิ่งใดสิ่งหนึ่งตามความต้องการ

3) การบริการ คือ การทำให้ผู้อื่นที่ใช้รู้สึกความประทับใจ

4) การบริการ คือ ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์โดยมีเงื่อนไขแห่ง " การให้ " ทั้งที่เป็นส่งที่จับต้องได้ และไม่ได้ ด้วยความสะดวกรวดเร็ว ถูกต้อง และอัธยาศัยดี

5) การบริการ คือ การขยายตลาด หรือแม้กระทั้งความหมายในเชิงการประชาสัมพันธ์

6) การบริการ คือ การให้บริการแก่ประชาชน ลูกค้า รวมทั้งอำนวยความสะดวกสบายเพื่อเป็นการสร้างค่านิยมและภาพพจน์

สรุป การบริการ คือ กระบวนการในการส่งมอบกิจกรรม ที่สื่อออกมาในรูปของพฤติกรรม และการกระทำจากผู้ให้บริการไปสู่ผู้รับบริการโดยมีลักษณะที่เป็นการปฏิบัติรับใช้และการให้ความสะดวกต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการแก่ผู้บริโภค ผู้ศึกษาจึงได้นำความหมายการบริการมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.4.2 ความสำคัญของการบริการ

มีนักวิชาการได้กล่าวถึงความสำคัญของการบริการไว้หลากหลาย ดังนี้

จิตนันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ และพูลศิริ วัจนะภูมิ (2542 : 9) กล่าวว่า ความสำคัญของการให้บริการแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นดังนี้

1) ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการหลากหลายมากขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องเร่งรีบ และแข่งขันตลอดเวลาทั้งในด้านการดำรงชีวิต และการงานอาชีพทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยผู้อื่นช่วยเหลือจัดการเรื่องต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไป ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่เห็นขณะนี้มีอย่ามากในรูปแบบของการจัดการบริการเชิงพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการในปัจจุบันมีหลากหลายประเภทซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า หรือผู้บริโภคทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจผู้บริโภคจึงจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของธุรกิจบริการแต่ละประเภท และเปรียบเทียบดูคุณภาพการบริการที่ตรงตามความต้องการให้มากที่สุด เพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัตภาพของแต่ละบุคคล

2) ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

(1) ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหาร จำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวมาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้นเพื่อให้การดำเนินการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่นๆ ได้โดยเฉพาะผลกำไร และภาพพจน์ของการบริการ กล่าวคือ

- ช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ
- ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ
- ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ
- ช่วยรักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจ

(2) ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวของอุตสาหกรรมการบริการในช่วงที่ผ่านมาได้ก่อให้เกิดการบริการเพิ่มขึ้นในหลายสาขาอาชีพจนเติบโตเป็นธุรกิจบริการต่างๆ มากมาย โดยมีจุดประสงค์เพื่อตอบสนองความต้องการการบริการ

ของผู้บริโภคซึ่งมีแนวโน้มหลากหลายมากขึ้น การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงานและทำรายได้ดีกล่าวคือ

- ช่วยให้มีอาชีพ และรายได้
- ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขาย

สมิต สัชฌุกร (2546 : 14) ได้กล่าวถึงการบริการเป็นสิ่งสำคัญยิ่งในงานด้านต่างๆ ฉะนั้น การบริการ คือ การให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ไม่มีการดำเนินงานใดๆ ที่ปราศจากบริการทั้งในภาคราชการ และภาคธุรกิจเอกชน การขายสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ใดๆ ก็ต้องมีการบริการรวมอยู่ด้วยเสมอ ในการพิจารณาความสำคัญของการบริการอาจพิจารณาได้ใน 2 ด้าน ได้แก่

1) ผลของการบริการที่ดีจะส่งผลให้ผู้มาใช้บริการมีทัศนคติทางด้านความคิดและความรู้สึก ทั้งต่อตัวผู้ให้บริการ และหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางบวก คือ ความชอบความพึงพอใจดังนี้

(1) มีความชื่นชมในตัวผู้ให้บริการ
(2) มีความนิยมในหน่วยงานที่ให้บริการ
(3) มีความระลึกถึง และยินดีมาขอรับบริการอีก
(4) มีความประทับใจที่ดีไปอีกนานแสนนาน
(5) มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่นแนะนำให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น
(6) มีความภักดีต่อหน่วยงานที่ให้บริการ
(7) มีการพูดถึงผู้ให้บริการและหน่วยงานในทางที่ดี

2) ผลของการบริการที่ไม่ดีจะส่งผลให้ผู้มาใช้บริการมีทัศนคติทั้งต่อตัวผู้ให้บริการและหน่วยงานที่ให้บริการเป็นไปในทางลบ มีความไม่ชอบ และความไม่พึงพอใจ ดังนี้

(1) มีความรังเกียจตัวผู้ให้บริการ
(2) มีความเสื่อมศรัทธาในหน่วยงานที่ให้บริการ
(3) มีความผิดหวัง และไม่ยินดีมาใช้บริการอีก
(4) มีความประทับใจที่ไม่ดีไปอีกนานแสนนาน
(5) มีการบอกกล่าวไปยังผู้อื่น ไม่แนะนำให้มาใช้บริการอีก
(6) มีการพูดถึงผู้ให้บริการ และหน่วยงานในทางที่ไม่ดี

สมชาติ กิจยรรยง (2546 : 15) กล่าวว่า การบริการเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับคนแม้ในอนาคตเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการให้บริการ แต่ก็ไม่สามารถสร้างความประทับใจที่ดึงดูดใจลูกค้าหรือผู้มาติดต่อได้ดีเท่ากับคนซึ่งหมายถึงผู้ให้บริการ เพราะว่าคนที่ให้บริการนั้นมีชีวิต มีความรู้สึก มีศักดิ์ศรี มีอารมณ์ เช่นเดียวกันกับผู้ให้บริการ คือมีความรู้สึกที่เหมือนๆ กัน บทบาทของผู้ให้บริการก็คือพฤติกรรมต่างๆ ที่ลูกค้าหรือผู้อื่นคาดหวังว่าจะต้องปฏิบัติให้เหมาะสมกับตำแหน่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่าง

ความสมกับฐานะ และสภาพแวดล้อมในขณะนั้น จุดสำคัญที่สุดของการให้บริการคือการสร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาติดต่อกับองค์กร

สมเดช มุงเมือง (2546 : 5) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการไว้ 2 ประการดังนี้

1) ความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้บริโภคสมัยใหม่มีความต้องการใช้บริการต่างๆ หลากหลายมากขึ้น จากการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ต้องรีบเร่ง และเข่งขันตลอดเวลา ทั้งในด้านการดำรงชีวิตและการงานอาชีพ ทำให้จำเป็นต้องพึ่งพาผู้อื่นช่วยเหลือจัดการเรื่องต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วงไปเพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้อย่างผาสุก กล่าวคือ

(1) ช่วยตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล การบริการที่พบเป็นขณะนี้มีอยู่มากมายในรูปแบบของการจัดการบริการเชิงพาณิชย์เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ธุรกิจบริการในปัจจุบันจึงมีหลากหลายประเภท ซึ่งสามารถให้บริการที่ตอบสนองความต้องการหรือผู้บริโภคทั้งด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา และจิตใจ ผู้บริโภคจำเป็นต้องศึกษามาตรฐานของธุรกิจบริการแต่ละประเภท และเปรียบเทียบคุณภาพการบริการที่ตรงกับความต้องการให้มากที่สุดเพื่อให้ได้รับบริการที่ตนเองพอใจตามอัตภาพของแต่ละบุคคล

(2) ช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิต เมื่อลูกค้าได้รับการบริการที่ตรงกับความคาดหวังก็จะเกิดความรู้สึกที่ดีต่อการบริการนั้น ซึ่งประสิทธิภาพของการให้บริการที่มีคุณภาพย่อมทำให้ผู้รับบริการเกิดความประทับใจและมีความสุข ทั้งนี้การให้บริการที่เป็นที่ต้องการของผู้ใช้บริการจะต้องไม่ยุ่งยาก อำนวยความสะดวกสบาย และสนองตอบสิ่งที่ผู้ใช้บริการต้องการได้อย่างแท้จริง

2) ความสำคัญต่อผู้ให้บริการ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

(1) ความสำคัญต่อผู้ประกอบการหรือผู้บริหารการบริการ ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องปรับกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการขายสินค้าแต่เพียงอย่างเดียวมาให้ความสนใจเป็นพิเศษกับการบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือการขายบริการโดยตรงมากยิ่งขึ้น เพื่อให้การดำเนินการบริการประสบความสำเร็จเหนือคู่แข่งอื่นๆ ได้โดยเฉพาะผลกำไรและภาพพจน์ของการบริการ กล่าวคือ

- ช่วยเพิ่มผลกำไรระยะยาวให้กับธุรกิจ การบริการที่ดีจะเป็นตัวสร้างผลกำไรระยะยาวได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคสมัยใหม่ให้ความสำคัญต่อการบริการมากขึ้นในการตัดสินใจซื้อสินค้า คุณภาพของการบริการจึงบอกถึงความแตกต่างของสินค้าจากคู่แข่งได้ ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างโอกาสในการขายเพื่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ซึ่งก็คือผลกำไรที่ตามมานั่นเอง

- ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ การดำเนินธุรกิจแทบจะทุกประเภทการบริการจะเข้ามาเกี่ยวข้องทุกขั้นตอนของการติดต่อระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ไม่ว่าบริการนั้นจะเกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือไม่ก็ตาม เริ่มตั้งแต่การให้ข้อมูลข่าวสาร หรือคำแนะนำ

ต่างๆ แก่ผู้ซื้อประกอบการตัดสินใจซื้อ การแสดงออกถึงการเอาใจใส่ และเห็นความสำคัญของผู้ซื้อ หรือลูกค้า สิ่งเหล่านี้ย่อมสร้างความพึงพอใจและความประทับใจแก่ลูกค้า ซึ่งจะมีส่วนทำให้ลูกค้าตัดสินใจและเกิดการพูดกันต่อๆ ไปในกลุ่มลูกค้า (Words of mouth) เป็นการประชาสัมพันธ์ภาพพจน์ของธุรกิจดังกล่าวให้เกิดความน่าเชื่อถือมากขึ้น

- ช่วยลดการเปลี่ยนใจของลูกค้าไปจากธุรกิจ ธุรกิจใดที่คำนึงถึงความสำคัญของการบริการ และส่งเสริมการบริการที่มีคุณภาพ ย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ เมื่อลูกค้าแน่ใจว่าสินค้า หรือบริการที่เขาจะตัดสินใจซื้อบริการที่ดีกว่าสินค้าหรือบริการอื่นๆ การตกลงใจซื้อขายจะกระทำได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะลูกค้าเก่าจะมีการซื้อเพิ่มขึ้นโดยไม่ลังเล รวมทั้งแนะนำลูกค้ารายใหม่อีกด้วย

- รักษาพนักงานให้ปฏิบัติงานกับธุรกิจ การหมุนเวียนเข้าออกของพนักงานพบว่า มีความสัมพันธ์กับคุณภาพของการบริการเป็นอย่างมาก กล่าวคือ การให้บริการที่ดีย่อมสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า และรักษาลูกค้าให้ผูกพันกับธุรกิจนั้นนาน ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจมีกำไรสูง และสามารถจ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานให้อัตราสูงได้ พนักงานก็จะเกิดความพึงพอใจไม่คิดที่จะเปลี่ยนใจไปทำงานที่อื่น แต่ในทางกลับกัน หากธุรกิจเสนอบริการที่ไม่ดี ทำให้ลูกค้าไม่พอใจและเปลี่ยนไปใช้บริการอื่นที่ดีกว่า ธุรกิจย่อมประสบความล้มเหลว และส่งผลให้พนักงานไม่พอใจจนกระทั่งลาออกได้ จะเห็นได้ว่า การบริการมีส่วนสำคัญต่อการรักษาพนักงานให้ทำงานกับกิจการนั้นนานๆ หรือในทำนองเดียวกันพนักงานก็มีบทบาทสำคัญในการเสนอบริการที่มีคุณภาพ การประกอบธุรกิจบริการดังกล่าวจึงประสบความสำเร็จ

(2) ความสำคัญต่อผู้ปฏิบัติงานบริการ การขยายตัวของอุตสาหกรรมการบริการได้ก่อให้เกิดงานบริการเพิ่มในหลายสาขาอาชีพ จนเติบโตขึ้นเป็นธุรกิจต่างๆ มากมายโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อตอบสนองความต้องการการบริการของผู้บริโภค ซึ่งมีแนวโน้มหลากหลายมากขึ้น การประกอบอาชีพบริการจึงเป็นอาชีพสำคัญในตลาดแรงงานและทำรายได้ดีกว่า กล่าวคือ

- ช่วยให้มีอาชีพและรายได้ ธุรกิจบริการตระหนักถึงความสำคัญของพนักงานบริการในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า ทำให้มีการฝึกอบรมพนักงานแต่ละคนให้มีประสิทธิภาพในการให้บริการที่มีคุณภาพ ซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจมีผลกำไรและสามารถจ่ายค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับพนักงานได้ งานบริการเป็นอาชีพที่สุจริตที่ทำให้มีรายได้ที่ดีพอสมควร ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของการบริการและความสามารถของแต่ละบุคคลที่จะฝึกฝนและพัฒนาตนเอง

- ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขาย โดยทั่วไปลูกค้ามักมีความรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ค่อนข้างจำกัดในแง่ของเทคโนโลยีการผลิตหรือประสิทธิภาพการใช้งานของสินค้าต่างๆ แต่ลูกค้าจะทราบเงื่อนไขการบริการต่างๆ ที่ผู้ขายเสนอให้และสามารถนำมาเปรียบเทียบ

ประกอบกับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการที่ตรงกับความต้องการได้ทันที โอกาสที่ผู้ขายหรือพนักงานบริการจะขายสินค้าหรือบริการทำได้ง่าย และสะดวกขึ้นโดยไม่ต้องเสียเวลาในการโน้มน้าวจิตใจลูกค้า

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2547 : 109) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการสามารถพิจารณาได้ในเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

1) เชิงคุณภาพประกอบด้วย

(1) สร้างความพอใจ และความจงรักภักดีให้ลูกค้า การบริการอย่างมีคุณภาพย่อมทำให้ติดใจ และรู้สึกพอใจ ต้องการมาบริการในครั้งต่อไป ไม่ต้องการเปลี่ยนไปใช้กับธุรกิจบริการอื่นที่ไม่คุ้นเคย ในที่สุดย่อมเกิดความจงรักภักดี ซึ่งความพอใจ และความจงรักภักดีจากลูกค้าหาได้ยากเต็มทีในยุคที่ที่มีการบริการจากคู่แข่งให้เลือกมากมาย ซึ่งมีผลต่อความอยู่รอดของธุรกิจ นอกจากนี้การให้บริการที่ดีเลิศยังช่วยลดความไม่พอใจของลูกค้าลงด้วย เนื่องจากเป็นการลดความผิดพลาดของการให้บริการลง

(2) มีผลต่อการสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจ การบริการมีคุณภาพย่อมทำให้ลูกค้าชื่นชมธุรกิจ และความชื่นชมนั้นจะถูกถ่ายทอดไปยังผู้อื่น ทำให้ธุรกิจมีภาพพจน์ที่ดี

(3) มีอิทธิพลต่อขั้นตอนการการตัดสินใจในการรับบริการ คุณภาพการบริการมีผลอย่างมากในขั้นตอนการตัดสินใจรับบริการ เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันพิจารณาถึงความคุ้มค่า คือ คุณภาพบริการ

(4) เป็นกลยุทธ์ถาวรแทนส่วนประสมทางการตลาด ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และส่งเสริมการตลาดล้วนไม่คงทน ธุรกิจอาจคิดกลยุทธ์หรือพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดใหม่ๆ มาสู่ตลาด ไม่นานนักคู่แข่งรายอื่นอาจลอกเลียนแบบได้ ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบบริการใหม่ เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ปรับปรุงราคา หรือการส่งเสริมการตลาดแบบแจกแถม หลักฐานอันหนึ่งที่ชัดเจน คือ ผลิตภัณฑ์หรือบริการต่างๆ ในธุรกิจหนึ่งๆ จะเหมือนกันหรือคล้ายกันมาก แยกความแตกต่างอย่างชัดเจนได้ยาก เช่น บริการเครดิตของแต่ละธนาคาร บริการของโรงพยาบาล บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ การบริการให้บริการสินเชื่อของสหกรณ์ออมทรัพย์ แต่สิ่งที่ช่วยให้ลูกค้าแยกแยะความแตกต่างได คือ คุณภาพการบริการ ซึ่งเกิดขึ้นจากพนักงานทุกคนที่มอบบริการผ่านกระบวนการให้บริการ ที่มีประสิทธิภาพภายใต้การสนับสนุนจากเทคโนโลยีที่ทันสมัย

(5) สร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืน และสร้างความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ด้วยเหตุผลทั้งหมดข้างต้น ทำให้การบริการที่มีคุณภาพเป็นการสร้างความแตกต่างอย่างยั่งยืนให้ธุรกิจ ยากที่คู่แข่งจะลอกเลียนแบบได้ในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เกิดความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน

2) เชิงปริมาณประกอบด้วย

(1) ลดค่าใช้จ่ายการแก้ไขข้อผิดพลาด การที่ธุรกิจต้องตามมาแก้ไขข้อผิดพลาดจากการให้บริการ ย่อมทำให้เสียค่าใช้จ่าย เสียเวลา เสียแรงงานพนักงานที่ต้องมาตามแก้ไข และการสูญเสียลูกค้า ดังนั้น การปรับปรุงธุรกิจเพื่อสร้างคุณภาพในการให้บริการย่อมลดค่าใช้จ่าย และเวลาในการแก้ไขข้อผิดพลาด ซึ่งมีการลงทุนที่ถูกกว่าแต่ได้ประโยชน์คุ้มค่ากว่า นอกจากนี้ การติดตามแก้ไขข้อผิดพลาดจะแก้ไขได้ไม่หมด หรืออาจจะแก้ไขได้ไม่ถึงรากเหง้าของปัญหา ซึ่งในที่สุดอาจจะเกิดขึ้นซ้ำได้ นอกจากนี้การหาลูกค้าใหม่เพื่อชดเชยลูกค้าที่สูญเสียไปจะใช้เงินมากกว่าการรักษาลูกค้าเก่าถึงร้อยละ 25

(2) เมื่อลูกค้าเกิดความมั่นใจในบริการที่ได้รับว่าคุ้มค่าการเสนอขายบริการอย่างอื่นเพิ่มเติมที่ที่ตรงความต้องการของลูกค้าได้ ยิ่งทำให้ลูกค้าตัดสินใจได้ไม่ยาก และทำให้ธุรกิจสามารถเพิ่มรายได้จากฐานลูกค้าปัจจุบันในขณะเดียวกันการเพิ่มรายได้ และส่วนแบ่งการตลาดจากลูกค้าใหม่และจากลูกค้าปัจจุบันที่พอใจในการบริการของธุรกิจย่อมเป็นไปได้ไม่ยาก

ซีเอสพี (2553) กล่าวถึงความสำคัญของการบริการว่า

1) เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้บริษัท

2) เพื่อสร้างตลาดภายในที่แข็งแกร่ง

3) เพื่อเพิ่มบทบาทการบริการให้กับพนักงานทุกส่วนงาน : ทุกคนมีบทบาทเป็น Front line

4) เพื่อสร้างความเข้าใจ และความร่วมมือจากผู้รับบริการ

5) เพื่อสร้างความประทับใจ จากคุณภาพการบริการที่เป็นเลิศ

(1) การสร้างประสบการณ์ทางบวกจากการให้บริการ

(2) การทำความเข้าใจ สร้างความเชื่อมั่นและบริหารความคาดหวัง

สรุป ความสำคัญของบริการมีความสำคัญต่อผู้รับบริการ ผู้ให้บริการ ช่วยสร้างภาพพจน์ที่ดีของธุรกิจ สร้างความพอใจ และความจงรักภักดีให้ลูกค้า ช่วยสร้างโอกาสในการเสนอขาย และช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของธุรกิจนั้นๆ จากความสำคัญของการบริการผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.4.3 ลักษณะของการบริการ

ได้มีนักวิชาการให้ความหมายลักษณะของการบริการที่แตกต่าง และคล้ายคลึงกันดังนี้

นันทวัน เหลี่ยมปรีชา (2538 : 26) ได้กล่าวถึงคุณลักษณะที่สำคัญบางประการของการบริการมีดังนี้

1) ส่วนที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ส่วนใหญ่แล้วการบริการจะประกอบด้วยส่วนหลักๆ 2 ส่วน คือ ส่วนที่เป็นวัตถุและส่วนที่ไม่ใช่วัตถุ ส่วนที่เป็นวัตถุนี้ผู้รับและผู้ให้บริการจะสามารถตรวจสอบคุณภาพได้โดยไม่ยากนัก เนื่องจากผู้รับและผู้ให้บริการสัมผัสกับสิ่งเหล่านี้ได้

อีกส่วนหนึ่งของการบริการคือส่วนที่ไม่ใช่วัตถุ ส่วนนี้เป็นส่วนที่ไม่มีตัวตนและไม่สามารถจับต้องได้ด้วยประสาททั้ง 5 คือ ผู้รับบริการจะไม่สามารถสัมผัส เห็นได้ยิน ได้กลิ่น หรือรู้รสของการบริการได้ การให้บริการเป็นการขายในสิ่งที่ไม่มีตัวตน ไม่มีรูปร่างลักษณะ ดังนั้น ผู้รับบริการไม่อาจทราบได้ว่าบริการที่จะได้รับเป็นอย่างไรและจะมีประสิทธิภาพดีแค่ไหนจนกว่าจะได้รับบริการนั้น ๆ แล้ว จากลักษณะดังกล่าว ก็จะทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกว่าเสี่ยง และไม่มั่นใจต่อการใช้บริการในครั้งแรกเพราะไม่สามารถทดสอบก่อนการใช้ได้ ดังนั้นการบริการจึงเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการหวังพึงพอใจจากการใช้บริการนั้นเป็นสำคัญซึ่งลักษณะความพึงพอใจนี้จะมีผลต่อการใช้บริการในครั้งต่อๆ ไปด้วย

2) ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ การบริการจะไม่สามารถแยกผู้ให้และรู้รับบริการออกจากกันได้ เพราะการบริการนั้นผู้ให้และผู้รับจะต้องดำเนินการร่วมกันไปจึงทำให้ผู้รับบริการมีความสัมพันธ์ระหว่างกัน เช่น การพูดคุยกันในระหว่างการบริการของทั้งสองฝ่าย จากลักษณะการให้บริการที่ไม่สามารถแยกผู้รับบริการออกจากกันได้ ผู้ให้บริการจะมีวงจำกัดในการให้บริการกับผู้รับบริการแต่ละรายผู้ให้บริการเพียงคนเดียวไม่อาจให้บริการหลายๆ แห่งพร้อมกันได้ การให้บริการจะทำได้ในปริมาณและขอบเขตที่จำกัดเพราะไม่สามารถให้บริการได้คราวละมากๆ ในแต่ละครั้ง

3) มาตรฐานของบริการ การให้บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถกำหนดมาตรฐานให้แน่นอนได้ขึ้นอยู่กับผู้รับบริการจะใช้บริการเมื่อไร ที่ไหน และอย่างไร ผู้ให้บริการแต่ละคนมีแบบและวิธีการในการให้บริการที่แตกต่างกันแม้ว่าจะเป็นการบริการจากคนๆ เดียวกัน แต่ถ้าต่างวาระกันก็จะให้การบริการไม่เหมือนกัน เช่น การบริการในสถานศึกษาแต่ละวันอาจจะให้บริการไม่เหมือนกัน ขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และจิตใจของผู้ให้บริการ ถ้าผู้ให้บริการมีสภาพอารมณ์ที่ดี มีจิตใจดี และบริการก็จะออกมาดี เป็นที่พึงพอใจของผู้รับบริการ แต่ถ้าสภาพอารมณ์และจิตใจของผู้ให้บริการเป็นไปในทางตรงกันข้าม ผลของการบริการก็จะออกมาไม่ดีเท่าที่ควรซึ่งทำให้ความพอใจน้อยกว่าครั้งก่อน จากการที่การบริการแต่ละครั้งมีลักษณะแตกต่างกันดังกล่าวข้างต้นอาจก่อให้เกิดปัญหาต่อการพิจารณาคุณภาพของการบริการ

4) การกักเก็บบริการ การบริการไม่สามารถกักเก็บ หรือรักษาสภาพของการบริการให้คงทนได้ ปริมาณความต้องการด้านการบริการมีความไม่แน่นอน ซึ่งขึ้นอยู่กับสถานการณ์ถ้าความต้องการด้านการบริการมีน้อยความสามารถในการให้บริการที่เหลือก็ไม่อาจเก็บไว้ในคราวต่อไปได้ หรือความต้องการด้านการบริการมีมากในบางครั้ง ก็ไม่อาจให้การบริการที่รวดเร็วเท่ากับครั้งที่มีความต้องการน้อย เนื่องจากจำนวนบุคลากรและส่วนประกอบอื่นๆ มีจำกัด เช่น การไปติดต่อที่ห้องทะเบียนระยะเวลาลงทะเบียน นักศึกษาจะต้องเสียเวลาในการรอคอยที่จะ

รับการบริการจากเจ้าหน้าที่ ซึ่งจะแตกต่างกับการไปติดต่อในเวลาที่ไม่มีการลงทะเบียนที่ได้รับการอำนวยความสะดวกอย่างรวดเร็ว ปัญหาเหล่านี้ไม่สามารถดำเนินการ

พิมพ์ชนก ศันสนีย์ (2540 : 5) กล่าวถึง ลักษณะของการบริการว่า ลักษณะของการบริการมีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากสินค้า หรือผลิตภัณฑ์ทั่วไปเมื่อเกี่ยวพันกับการดำเนินการธุรกิจ ซื้อขายสินค้า และบริการ ดังนี้

1) สาระสำคัญของความไว้วางใจ (Trust) การบริการเป็นกิจกรรมหรือการกระทำที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อผู้รับบริการขณะที่กระบวนการเกิดขึ้น ผู้ซื้อหรือผู้รับบริการจึงไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับการปฏิบัติอย่างไร จนกว่ากิจกรรมการบริการจะเกิดขึ้น

2) สิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) การบริการมีลักษณะเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ และไม่อาจสัมผัสก่อที่จะมีการซื้อเกิดขึ้น

3) ลักษณะที่แบ่งแยกออกจากกันไม่ได้ (Inseparability) การบริการมีลักษณะที่ไม่อาจแยกออกจากตัวบุคคล หรืออุปกรณ์เครื่องมือที่ทำหน้าที่เป็นผู้ให้บริการหรือขายบริการนั้นๆ ได้ การบริการจะเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกันกับการขายบริการ

4) ลักษณะที่แตกต่างไม่คงที่ (Heterogeneity) การบริการมีลักษณะที่ไม่คงที่ และไม่สามารถกำหนดมาตรฐานที่แน่นอนได้ ถึงแม้จะเป็นการบริการอย่างเดียวกันจากผู้ให้บริการคนเดียวกัน แต่ต่างวาระกัน คุณภาพของการบริการก็อาจแตกต่างกัน

5) ลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ (Perish ability) การบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถเก็บรักษา หรือเก็บสำรองไว้ได้เหมือนกับสินค้าทั่วๆ ไป

6) ลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ (Non-ownership) การบริการมีลักษณะที่ไม่มีความเป็นเจ้าของ เมื่อมีการซื้อบริการเกิดขึ้นซึ่งแตกต่างจากการซื้อสินค้าทั่วไปในขณะที่ผู้ซื้อจ่ายเงินซื้อบริการใดก็จะเป็นค่าบริการนั้นที่ผู้ซื้อจะได้รับตามเงื่อนไขของการบริการแต่ละประเภทเพราะการบริการไม่ใช่สิ่งของแต่เป็นกิจกรรมหรือกระบวนการของการกระทำนั้นๆ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 211) ได้กล่าวว่า บริการ (Services) เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการแก่ลูกค้า โดยมีลักษณะสำคัญ 4 ลักษณะ ซึ่งจะมีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์การตลาดดังนี้

1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นหรือเกิดความรู้สึกได้ก่อนที่จะมีการซื้อ ดังนั้นเพื่อลดความเสี่ยงของผู้ซื้อ และเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ผู้ขายบริการจะต้องจัดหาสิ่งต่างๆ เพื่อเป็นหลักประกันให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจได้เร็วขึ้น

(1) สถานที่ (Place) ต้องสามารถสร้างความเชื่อมั่น และความสะดวกให้กับผู้ที่มาติดต่อ เช่น ธนาคาร ต้องมีสถานที่กว้างขวาง ออกแบบให้เกิดความคล่องตัวแก่ผู้มาติดต่อ เป็นต้น

(2) บุคคล (People) พนักงานที่ขายบริการต้องมีการแต่งตัวที่เหมาะสม บุคลิกดี หน้าตายิ้มแย้ม แจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ และเกิดความเชื่อมั่นงาสบริการที่ซื้อจะดีด้วย

(3) อุปกรณ์เครื่องใช้ (Equipment) อุปกรณ์ภายในสำนักงานจะต้องทันสมัย มีประสิทธิภาพ ทีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

(4) วัสดุสื่อสาร (Communication material) สื่อโฆษณา และเอกสารต่างๆ จะต้องมีการให้บริการที่รวดเร็ว เพื่อให้ลูกค้าพึงพอใจ

(5) สัญลักษณ์ (Symbols) คือ ชื่อตราสินค้า หรือเครื่องหมายตราสินค้าที่ใช้ในการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

(6) ราคา (Price) การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่แตกต่างกัน

2) ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ (Inseparability) การให้บริการเป็นการผลิต และการบริโภค ในขณะเดียวกัน กล่าวคือ ผู้ขายรายหนึ่งสามารถให้บริการลูกค้าในขณะนั้นได้หนึ่งราย เนื่องจากผู้ขายแต่ละรายมีลักษณะเฉพาะตัวไม่สามารถให้คนอื่นให้บริการแทนได้ เพราะต้องผลิต และบริโภคในเวลาเดียวกัน ทำให้การขายบริการอยู่ในวงจำกัดในเรื่องของเวลา

3) ไม่แน่นอน (Variability) ลักษณะของบริการไม่แน่นอน ขึ้นอยู่กับว่าผู้ขายบริการเป็นใคร จะให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหนและอย่างไร สำหรับผู้ขายบริการจะต้องการควบคุมคุณภาพทำได้ 3 ขั้นตอน คือ

(1) ตรวจสอบ คัดเลือก และฝึกอบรมพนักงานที่ให้บริการรวมทั้งมนุษย์สัมพันธ์ของพนักงานที่ให้บริการ

(2) การมีมาตรฐานในกระบวนการในการให้บริการที่มีสมรรถนะตลอดทั่วทั้งองค์การ

(3) ต้องสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า โดยเน้นการใช้การรับฟังคำแนะนำ และข้อเสนอแนะของลูกค้า การสำรวจข้อมูลลูกค้าและการเปรียบเทียบ ทำให้ได้รับข้อมูลเพื่อการแก้ไขปรับปรุงบริการให้ดีขึ้น

(4) ไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perishabilty) บริการไม่สามารถผลิตเก็บไว้ได้เหมือนสินค้าอื่นถ้าความต้องการมีสม่ำเสมอ การให้บริการก็จะไม่มีปัญหา แต่ถ้าลักษณะความต้องการไม่แน่นอนจะทำให้เกิดปัญหา คือ บริการไม่ทันหรือไม่มีลูกค้า กลยุทธ์การตลาดที่นำมาใช้เพื่อปรับให้เกิดความต้องการซื้อสม่ำเสมอ และปรับการให้บริการไม่ให้เกิดปัญหามากหรือน้อยเกินไป

ปณิศา ลัญชานนท์ (2548 : 163) ได้กล่าวถึงลักษณะบริการว่าสามารถจำแนกออกเป็น 4 ประการ ดังนี้

1) ไม่สามารถจับต้องได้ (Intangibility) หมายความว่า ผู้บริโภค (ลูกค้าที่คาดหวัง) ไม่สามารถรู้สึกมองเห็น ได้ยิน ลิ้มรส หรือได้กลิ่น ทำให้ไม่สามารถทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ก่อนที่จะทำการซื้อ เช่น การทำศัลยกรรม หรือการโดยสารบนเครื่องบิน สิ่งเหล่านี้ผู้บริโภคไม่สามารถรู้ผลของการบริการได้จนกว่าจะมีการผ่าตัดหรือการเดินทางจริง ทำให้ผู้บริโภคพยายามจะแสวงหาสิ่งที่จะบ่งบอกถึงคุณภาพของการบริการ (Service quality) เพื่อทำให้ตัวเองเกิดความเชื่อมั่นที่จะใช้บริการนั้นๆ นักการตลาดจึงต้องพยายามทำให้บริการมีความสามารถในจับต้องได้ให้มากที่สุดโดยโปรแกรมการส่งเสริมการตลาดควรชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากบริการอย่างชัดเจนมากว่าที่จะเน้นตัวบริการเท่านั้น

2) ความไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Service inseparability) หมายความว่า การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นในขณะเดียวกัน ในประเด็นนี้จะตรงข้ามกับการผลิตสินค้าซึ่งเริ่มจากการนำวัตถุดิบมาผลิตแล้วนำไปเก็บไว้ในคลังสินค้า และหลังจากที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจึงจะเกิดการบริโภค ส่วนบริการนั้นเริ่มจากการที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อแล้วจึงเกิดการผลิตและการบริโภคในขณะเดียวกัน เช่น ผู้บริโภคตัดสินใจว่าจะตัดผมที่ร้านนี้แล้วช่างตัดผมจึงเริ่มกระบวนการผลิต (การตัดผม) และผู้บริโภคได้รับผมทรงใหม่ในขณะเดียวกัน

3) ความไม่แน่นอน (Service variability) กล่าวคือ คุณภาพในการให้บริการจะผันแปรไปตามผู้ให้บริการ และขึ้นอยู่กับว่าให้บริการเมื่อไหร่ ที่ไหน และอย่างไร ตัวอย่าง ภาพรวมการให้บริการของโรงแรมแมริออท (Marriott) อาจสูงกว่ามาตรฐานทั่วไป แต่การให้บริการของพนักงานภายในโรงแรมแต่ละคนอาจไม่เหมือนกัน บางคนอาจให้บริการดีกว่าอีกคนหนึ่ง ซึ่งทำให้การให้บริการเกิดความไม่แน่นอน เป็นต้น

4) ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ (Perish ability) บริการเป็นสิ่งที่ไม่สามารถเก็บไว้ในโกดังหรือคลังสินค้าเมื่อบริการเกิดขึ้นนักการตลาดจะไม่สามารถเก็บไว้เพื่อขายหรือใช้ในภายหลังได้ ความไม่สามารถเก็บไว้ได้ และไม่เกิดปัญหาถ้าอุปสงค์ที่มีต่อบริการนั้นคงที่ แต่เมื่ออุปสงค์ที่มีต่อบริการมีความผันผวนมากจะทำให้เกิดอุปสรรคในการบริหาร เช่น ในช่วงที่ไม่ใช่วันหยุดเทศกาล โรงแรมและรีสอร์ทต่างๆ จะคิดราคาห้องพักในระดับต่ำ หรือกรณีของร้านอาหารจ้างพนักงานชั่วคราวเพื่อเสิร์ฟอาหารในช่วงที่มีลูกค้ามาก

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2549 : 27) ได้กล่าวถึง การบริการมีลักษณะเฉพาะ 5 ประการ ดังนี้

1) ความไม่มีตัวตน (Intangibility) บริการไม่สามารถมองเห็นจับต้องและสัมผัสไม่ได้ (abstract) โดยใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้าไม่ว่าจะเป็นตา หู จมูก ลิ้น ผิวหนัง บริการไม่สามารถแบ่งแยกเป็นชิ้นเหมือนสินค้าได้ เช่น หากจะซื้อน้ำหอม ผู้ซื้อย่อมจับขวดน้ำหอมมาทดลองฉีดได้ดมกลิ่นได้ หรือซื้อเป็นขวดได้

2) ความแยกจากกันไม่ได้ระหว่างผู้ให้บริการ และลูกค้าผู้รับบริการ (Inseparability) ในช่วงเวลาการให้บริการนั้น เช่น บริการนวดแผนโบราณ ผู้นวดและลูกค้าจะต้องอยู่พร้อมกัน ณ สถานที่ที่ให้บริการ ในการตรวจรักษาแพทย์และคนไข้จะต้องอยู่ที่เดียวกัน ทั้งสองฝ่ายก็ไม่สามารถแยกจากกันได้ในช่วงเวลาที่ให้บริการนั้น

3) การเก็บรักษาไม่ได้ (Perish ability) การบริการต้องอาศัยคนในการให้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้นหากไม่มีลูกค้ามาใช้บริการในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง พนักงานที่ให้บริการก็จะว่างงาน (idle) เกิดการสูญเสียค่าใช้จ่ายในด้านแรงงานโดยเปล่าประโยชน์ ไม่ก่อให้เกิดรายได้ใด

4) ความต้องการที่ไม่แน่นอน (Fluctuating demand) ความต้องการใช้บริการของลูกค้าขึ้นลงอยู่เสมอ การให้บริการนั้นลูกค้านั้นจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการจะมากหรือน้อยต่างกันขึ้นกับช่วงเวลาในแต่ละวัน วันในต้นสัปดาห์หรือท้ายสัปดาห์ รวมทั้งฤดูกาล เช่น ที่สาขาของธนาคาร ช่วงพักกลางวันจะมีลูกค้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงบ่าย ช่วงวันจันทร์และวันศุกร์จะมีลูกค้าฝากถอนเงินมากกว่าช่วงวันอื่นๆ ในสัปดาห์

5) ความแตกต่างของการบริการในแต่ละครั้ง (Variability or heterogeneity) ความแตกต่างในด้านคุณภาพในการให้บริการ เนื่องจากบริการต้องอาศัยคนหรือพนักงานในการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (Labor intensive) ซึ่งการที่พนักงานจะยิ้มหรือไม่ จะให้บริการด้วยจิตใจอย่างแท้จริงหรือไม่ ต้องขึ้นกับองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งในด้านร่างกายและจิตใจ เช่น พนักงานคนหนึ่งเมื่อวันวานนี้ให้บริการดีมาก ยิ้มแย้มแจ่มใสทักทายลูกค้าเป็นอย่างดี แต่วันรุ่งขึ้นพนักงานคนเดียวกันอาจถูกร้องเรียนว่าบริการไม่ดี ไม่ยิ้มแย้มพูดจาไม่ไพเราะ สาเหตุเนื่องมาจากพนักงานคนนั้นไม่ได้นอนหลับอย่างเต็มอิ่มเพราะต้องดูแลลูกสาววัยหนึ่งปีที่ป่วยเป็นไข้หวัดตลอดคืนที่ผ่านมา

นิติพล ภูตะโชติ (2549 : 170) ได้กล่าวถึงลักษณะของงานบริการ (Characteristics of service) มีความแตกต่างจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพราะงานบริการมีลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งลักษณะเฉพาะของงานบริการแบ่งได้ดังนี้

1) จับต้องไม่ได้และมองไม่เห็น (Intangibility) งานบริการมีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องได้ มองไม่เห็น และไม่มีรูปร่าง แต่สิ่งต่างๆ เหล่านั้นสามารถ

รับรู้ได้จากความรู้สึก หรือการแสดงออกบางอย่างของลูกค้า เช่น ความชอบ ความเกลียด ความพอใจ ความไม่พอใจความโกรธ เป็นต้น

2) ไม่สามารถแบ่งแยกได้ (Inseparability) งานบริการบางชนิดไม่สามารถแบ่งแยกได้อย่างชัดเจน เพราะนอกจากเรื่องบริการแล้วยังมีสิ่งอื่นๆ ที่ได้รับจากบริการ เช่น ถ้าเดินทางจากกรุงเทพฯ ไปประเทศเวียดนามโดยเครื่องบิน บริการที่ได้รับคือได้เดินทางถึงจุดหมายปลายทางและในระหว่างการเดินทางพนักงานบริการบนเครื่องบินยังเสิร์ฟอาหาร เครื่องดื่ม และอื่นๆ ซึ่งสิ่งที่ได้รับไม่ใช่แค่เพียงการเดินทางถึงจุดหมายปลายทางเท่านั้น แต่ยังได้รับบริการอื่นๆ อีกด้วย ดังนั้นบริการ สินค้า และผลิตภัณฑ์บางอย่างจึงไม่สามารถแบ่งแยกกันได้อย่างชัดเจน

3) สูญเสียง่ายหรือเสียหายง่าย (Perish ability) บริการต่างๆ ไม่สามารถกักตุนจัดเก็บหรือสต็อกเอาไว้ได้เหมือนกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพราะงานบริการมีเงื่อนไขเรื่องเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงไม่สามารถเก็บบริการเอาไว้ขายได้ เช่น ในฤดูการท่องเที่ยวห้องพักของโรงแรมจะมีลูกค้าเข้าพักเต็ม และยังมีลูกค้าอีกจำนวนไม่น้อยที่ไม่สามารถจองห้องพักในเวลานั้นได้ แต่ในช่วงฤดูฝนห้องพักของโรงแรมว่างเป็นจำนวนมาก ซึ่งห้องพักที่ว่างจำนวนมากเหล่านี้ก็ไม่สามารถนำไปขายในฤดูกาลท่องเที่ยวที่ผ่านมาได้ เพราะมีเงื่อนไขของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง

4) งานบริการมีลักษณะทำซ้ำๆ (Repetitiveness) งานบริการจะมีลักษณะเป็นการทำงานซ้ำๆ หลายครั้ง เช่น พนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารมีหน้าที่ต้อนรับลูกค้า รับคำสั่งจากลูกค้า นำคำสั่งไปสั่งอาหารและเครื่องดื่ม นำอาหารและเครื่องดื่มมาเสิร์ฟลูกค้า คอยดูแลความเรียบร้อย เก็บเงินเมื่อลูกค้าต้องการจะกลับ จัดโต๊ะอาหารเพื่อเตรียมต้อนรับลูกค้าคนใหม่ การทำงานของพนักงานเสิร์ฟอาหารในห้องอาหารจะทำงานในลักษณะเช่นนี้ซ้ำแล้วซ้ำอีกหลายๆ ครั้งจนกว่าจะถึงเวลาเลิกงาน จะเห็นได้ว่าลักษณะของงานบริการจะปฏิบัติงานซ้ำแล้วซ้ำอีกหลายๆ ครั้งซึ่งอาจจะมีความแตกต่างจากงานอื่น ๆ

5) ความเข้มข้นรุนแรงต่อความรู้สึกของพนักงาน (Labor intensiveness) เนื่องจากลักษณะงานของการให้บริการพนักงานจะต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า ลูกค้ามีความต้องการที่แตกต่างอุปนิสัยที่ไม่เหมือนกัน อารมณ์ของลูกค้าอาจเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมหรือปัจจัยอื่นๆ การให้บริการไม่ใช่เรื่องง่ายที่ลูกค้าทุกคนจะได้รับความพึงพอใจเหมือนกัน พนักงานอาจจะพบกับลูกค้าที่มีอารมณ์ร้ายหรือลูกค้าที่จู้จี้จุกจิกสร้างปัญหา พนักงานให้บริการจะต้องเข้าใจในลักษณะงานให้บริการเป็นอย่างดีจึงจะสามารถทำงานในอาชีพนี้ได้

6) ความไว้วางใจ (Trust) เนื่องจากลูกค้าหรือผู้ใช้บริการไม่สามารถทราบล่วงหน้าได้ว่าจะได้รับบริการที่ดีจากสถานบริการหรือไม่ ดังนั้นผู้ใช้บริการต้องอาศัยความเชื่อถือ หรือความไว้วางใจในสถานบริการเหล่านั้น เช่น อาจจะได้รับการบอกต่อถึงบริการจาก

เพื่อนหรือคนใกล้ชิดหรืออาจจะได้รับรู้จากประสบการณ์โดยตรง หรืออาจจะได้รับข่าวสารข้อมูลจากแหล่งอื่นจนเกิดความไว้วางใจและตัดสินใจไปใช้บริการ ลูกค้าก็คาดหวังว่าจะได้รับบริการที่ดีเพราะเกิดความเชื่อถือไว้ใจในสถานบริการดังกล่า

สรุป ลักษณะของการบริการ เป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ ไม่สามารถแบ่งแยกการให้บริการได้ ไม่แน่นอน ไม่มีความคงที่ ไม่สามารถเก็บรักษาเหมือนสินค้าอื่นทั่วไปได้ และการบริการมีลักษณะที่ไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของได้ จากแนวคิดลักษณะการบริกาการข้างต้นดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงนำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.4.4 องค์ประกอบของการบริการ

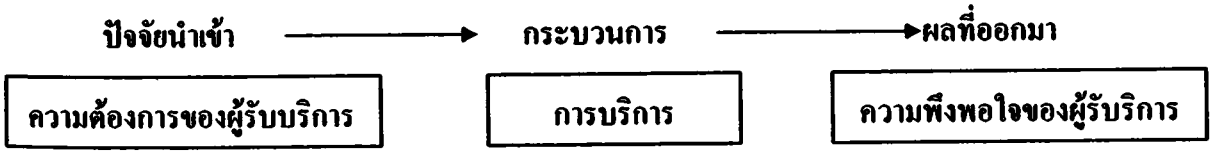
มีนักวิชาการที่ให้ความหมายไว้หลากหลาย และมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

ชุษณะ รุ่งปัจฉิม (2538 : 181) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบสำคัญของการบริการว่าประกอบไปด้วย 3 ส่วน คือ

1) ผู้ให้บริการ ซึ่งในที่นี้หมายถึงทั้งองค์กรที่ประกอบธุรกิจบริการและบุคลากรหรือพนักงานที่ทำหน้าที่ในการให้บริการ

2) กระบวนการในการให้บริการ หรืออีกนัยหนึ่งก็คือวิธีการให้บริการ

3) ผู้รับบริการ ซึ่งองค์ประกอบเหล่านี้ก็ยังมีความแตกต่างกันไปตามประเภทของการบริการยกตัวอย่างในเรื่องผู้รับบริการ หากเป็นการบริการสาธารณะผู้รับบริการก็มักหมายถึงประชาชนโดยทั่วไป ในขณะที่การบริการทางด้านธุรกิจก็จะหมายถึงเฉพาะผู้ที่มาซื้อบริการนั้นๆ ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบที่ 1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างผู้รับบริการกับการบริการ

ที่มา : ชุษณะ รุ่งปัจฉิมและคณะ (2538 : 193)

ธงชัย สันติวงษ์ (2539 : 72) ได้กล่าวว่า งานบริการมิใช่งานง่ายๆ ที่ทำให้ได้บรรลุผลสำเร็จในวันเดียว แต่ตรงกันข้าม งานบริการต้องใช้ความอดทนอย่างยิ่งที่ต้องเปลี่ยนแปลงปรับปรุง ส่วนที่ยังไม่เข้ารูปเข้ารอยให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้บริการต้องคำนึงถึงสิ่งที่จะมีผลต่องานบริการดังนี้

1) ผู้ใช้บริการ ผู้ให้บริการต้องเข้าใจว่าคนจัดบริการเพื่อใคร และพยายามให้ผู้ใช้บริการนั้นได้รับประโยชน์มากที่สุด

2) บุคลากร ต้องพิจารณาถึงจำนวนบุคลากรว่ามีเพียงพอต่อการให้บริการหรือไม่ ในแต่ละด้าน เพราะบริการแต่ละประเภทต้องการจำนวนบุคลากรที่แตกต่างกันมีความชำนาญเฉพาะด้านต่างกันจึงจะทำงานได้สำเร็จ

3) วัสดุ อุปกรณ์ ประกอบการให้บริการจะต้องเลือกเป็นแบบที่เหมาะสมต่อการให้บริการแต่ละประเภท วิธีการให้บริการ ธุรกิจสามารถให้บริการโดยเครื่องมือหรือวิธีต่างๆ ได้แก่

(1) การให้บริการด้วยคน หรือพนักงาน งานวิธีการให้บริการที่มีความสำคัญมากกว่าการให้บริการด้วยวิธีอื่นๆ เนื่องจากการให้บริการแบบนี้สามารถปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละรายการได้ รวมทั้งเป็นการให้บริการอย่างใกล้ชิด ซึ่งหากธุรกิจใดมีการบริการอย่างเป็นเลิศแล้ว ธุรกิจนั้นย่อมถือว่ามีทรัพย์สินอันมีค่ายิ่งสำหรับการแข่งขัน อย่างไรก็ตามข้อจำกัดของการให้บริการด้วยวิธีนี้ได้แก่ การที่พนักงานเป็นคนจึงมีความรู้สึก และอารมณ์ที่แตกต่างกันแม้ในคนเดียวกันก็มีอารมณ์ และความรู้สึกที่แตกต่างกันในช่วงเวลาต่างกัน นอกจากนี้ค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการบริการคน ตั้งค่าใช้จ่ายเพื่อการฝึกอบรม เงินเดือน และสวัสดิการจึงสูงมาก

(2) การให้บริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ การให้บริการประเภทนี้พบเห็นโดยทั่วไป ได้แก่ การให้บริการด้วยการนวด กาให้บริการด้วยการเงินผ่านเครื่องเอทีเอ็ม (Automatic Teller Machine ; ATM) เครื่องฝากเงินอัตโนมัติ การชั่งน้ำหนักด้วยเครื่องอัตโนมัติ หมอดูอัตโนมัติด้วยเครื่องหยอดเหรียญ หรือหมอดูทางโทรศัพท์ เป็นต้น

สรุป องค์ประกอบของการบริการ สิ่งที่มีผลต่อการบริการคือ ผู้ใช้บริการ ซึ่งต้องคำถึงว่าจัดบริการเพื่อใคร ผู้ใช้บริการได้ประโยชน์มากน้อยเพียงใด บุคลากรต้องคำนึงถึงว่าบุคลากรมีเพียงพอหรือไม่ วัสดุอุปกรณ์ คือ การบริการด้วยคน หรือบริการด้วยอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จากองค์ประกอบของการบริการผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.4.5 หลักการให้บริการ

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของหลักการให้บริการไว้หลากหลาย มีทั้งที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

สมิต สัชฌุกร (2542 : 173) ได้กล่าวถึงหลักการให้บริการว่า การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือ หรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้การช่วยเหลือ การทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเรา ผู้ซึ่งเป็นให้ผู้บริการโดยทั่วไป หลักการให้บริการมีข้อความคำนึง ดังนี้

1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดีเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญการบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2) ทำให้ผู้บริการเกิดความพึงพอใจ คุณภาพคือความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็เป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณค่าของบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3) ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะถ้าหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4) เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้า หรือให้บริการตรงตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งสำคัญ ความล่าช้าไม่ทันกำหนดทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนด ยังต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้าและสนองตอบโต้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

คลยา วุฒิวิวัฒนกุล (2544 : 54) ได้ชี้ให้เห็นถึงหลักการให้บริการที่สำคัญมี 5 ประการ คือ

1) หลักการสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลเป็นส่วนใหญ่ กล่าวคือประโยชน์และบริการที่องค์การจัดให้นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมดมิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ มิฉะนั้นแล้วนอกจากจะไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการเอื้ออำนวยประโยชน์และบริการแล้วไม่คุ้มค่ากับการดำเนินงานนั้นๆ ด้วย

2) หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้นๆ ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอมิใช่ทำๆ หยุดๆ ตามความพอใจของผู้บริหารหรือผู้ปฏิบัติงาน

3) หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นจะต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกัน ไม่มีการใช้สิทธิพิเศษแก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใดกลุ่มบุคคลหนึ่งในลักษณะต่างจากกลุ่มคนอื่นๆ อย่างเห็นได้ชัด

4) หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกิดกว่าผลที่จะได้รับ

5) หลักความสะดวก บริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งยังไม่เป็นการสร้างความยุ่งยากใจให้แก่ผู้บริการหรือผู้ใช้บริการมากจนเกินไป

สมิต สัชฌุกร (2542 : 173) ได้กล่าวถึงหลักให้บริการว่า การบริการเป็นการให้ความช่วยเหลือหรือการดำเนินการเพื่อประโยชน์ของผู้อื่นจะต้องมีหลักยึดถือปฏิบัติ มิใช่ว่าการให้การช่วยเหลือ การทำประโยชน์ต่อผู้อื่นจะเป็นไปตามใจของเรา ผู้ซึ่งเป็นผู้ให้บริการโดยทั่วไป หลักการให้บริการมีข้อความคำนึงดังนี้

1) สอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ การให้บริการต้องคำนึงถึงผู้รับบริการเป็นหลัก จะต้องนำความต้องการของผู้รับบริการมาเป็นข้อกำหนดในการให้บริการ แม้ว่าจะเป็นการให้ความช่วยเหลือที่เราเห็นว่าดี และเหมาะสมแก่ผู้รับบริการเพียงใด แต่ถ้าผู้รับบริการไม่สนใจไม่ให้ความสำคัญการบริการนั้นก็อาจจะไร้ค่า

2) ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ คุณภาพ คือ ความพอใจของลูกค้าเป็นหลักเบื้องต้น เพราะฉะนั้นการบริการจะต้องมุ่งให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ และถือเป็นหลักสำคัญในการประเมินผลการให้บริการ ไม่ว่าเราจะตั้งใจให้บริการมากมายเพียงใด แต่ก็เป็นเพียงด้านปริมาณ แต่คุณค่าของการบริการวัดได้ด้วยความพอใจของลูกค้า

3) ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน การให้บริการซึ่งจะสนองความต้องการ และความพึงพอใจของผู้รับบริการที่เห็นได้ชัด คือ การปฏิบัติที่ต้องมีการตรวจสอบความถูกต้อง และความสมบูรณ์ครบถ้วน เพราะถ้าหากมีข้อผิดพลาดขาดตกบกพร่องแล้วก็ยากที่จะทำให้ลูกค้าพอใจ แม้จะมีคำขอโทษขออภัย ก็ได้รับเพียงความเมตตา

4) เหมาะสมแก่สถานการณ์ การให้บริการที่รวดเร็ว ส่งสินค้า หรือให้บริการตรงความต้องตามกำหนดเวลาเป็นสิ่งที่สำคัญความล่าช้าไม่ทันกำหนด ทำให้เป็นการบริการที่ไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ นอกจากการส่งสินค้าทันกำหนดเวลา ยังจะต้องพิจารณาถึงความเร่งรีบของลูกค้า และสนองตอบให้รวดเร็วก่อนกำหนดด้วย

กุลธน ธนาพงศ์ธร (2537 : 34) ให้ความเห็นในเรื่องหลักการให้บริการ โดยมีหลักเกณฑ์ดังนี้

1) ให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการของคนส่วนใหญ่

2) ให้บริการโดยยึดหลักความสม่ำเสมอ

3) ให้บริการโดยยึดหลักความเสมอภาค

4) ให้บริการโดยยึดหลักความประหยัด

5) ให้บริการโดยยึดหลักความสะดวก

สรุป หลักการให้บริการ มีสิ่งที่ต้องคำนึงถึง คือ ความสอดคล้องตรงตามความต้องการของผู้รับบริการ ทำให้ผู้รับบริการเกิดความพอใจ ปฏิบัติโดยถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วน เหมาะสมแก่สถานการณ์ จากหลักการให้บริการผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.4.6 คุณภาพการให้บริการ

มีนักวิชาการหลายท่าน ได้กล่าวถึง คุณภาพการให้บริการไว้หลากหลาย ดังนี้

วีระวัฒน์ ปันตินัย (2538 : 234) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการว่า หมายถึงคุณสมบัติ คุณลักษณะทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของการบริการ ที่ผู้รับบริการ (ลูกค้า) รับรู้ว่ามีความโดดเด่นตรงหรือเกินความคาดหวังเป็นที่น่าประทับใจ จากการที่ผู้รับบริการได้จ่ายเงินแลกเปลี่ยน สัมผัส มีประสบการณ์ ทดลองใช้ เป็นต้น

ธรรมรัฐ วงศ์ศรีสกุล (2541 : 30) กล่าวว่า คุณภาพการบริการ หมายถึง ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของผู้บริการ ในธุรกิจการให้บริการคุณภาพของการบริการเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดที่จะสร้างความแตกต่างของผู้รับบริการเป็นสิ่งที่กระทำ ผู้รับบริการจะพอใจถ้าได้รับในสิ่งที่ต้องการ เมื่อผู้รับบริการมีความต้องการ ณ สถานที่ผู้รับบริการต้องการ และในรูปแบบที่ต้องการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541 : 342) ได้กล่าวว่า คุณภาพการให้บริการเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในการสร้างความแตกต่างของธุรกิจ การที่จะดำเนินธุรกิจทางด้านการบริการให้ชนะคู่แข่งขันได้นั้นจะต้องมีการส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูงอย่างต่อเนื่องมากกว่าคู่แข่ง และเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวังนั้นจะได้จากประสบการณ์ต่างๆ ของลูกค้าในอดีตการบอกปากต่อปาก และการโฆษณาของธุรกิจให้บริการ ภายหลังจากที่ลูกค้าได้รับการบริการ ลูกค้าจะเปรียบเทียบการบริการที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้าจะขาดความสนใจฝันตัวผู้ให้บริการ แต่ถ้าการบริการที่ลูกค้าได้รับเท่ากับหรือเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง ลูกค้ามักจะใช้บริการจากผู้ให้บริการอีกครั้ง และคุณภาพการให้บริการมีลักษณะ 10 ประการ ดังนี้

1) การเข้าถึงลูกค้า (Access) หมายถึง บริการที่ให้กับลูกค้าต้องอำนวยความสะดวกในด้านเวลา และสถานที่ที่ให้แก่ลูกค้า คือ ไม่ให้ลูกค้าต้องคอยนาน ทำเลที่ตั้งเหมาะสมอันแสดงถึงความสามารถเข้าถึงลูกค้า เช่น สามารถจองที่พักและจ่ายเงินผ่านระบบอินเตอร์เน็ต เป็นต้น

2) การติดต่อสื่อสาร (Communication) หมายถึง ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ และสื่อสารความหมายได้ชัดเจน ใช้ภาษาที่ง่ายและรับฟังการใช้บริการ เช่น พนักงานเสริฟอาหารสามารถแนะนำรายการอาหารให้กับลูกค้า เป็นต้น

3) ความสามารถ (Competence) หมายถึง ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานบริการที่รับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น พนักงานห้องอาหารมีความรู้และเชี่ยวชาญในการให้บริการอาหาร เป็นต้น

4) ความมีน้ำใจ (Courtesy) หมายถึง ความมีไมตรีจิตที่สุภาพนอบน้อมเป็นกันเองรู้จักให้เกียรติผู้อื่น จริงใจ มีน้ำใจ และเป็นมิตรของผู้ปฏิบัติงานบริการ โดยเฉพาะผู้ให้บริการที่ต้องปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เช่น พนักงานโรงแรมจะต้องแสดงการต้อนรับแขกด้วยรอยยิ้ม ท่าทีอ่อนโยน และพูดจาเรียบร้อย เป็นต้น

5) ความน่าเชื่อถือ (Credibility) หมายถึง ความสามารถในด้านการสร้างความเชื่อมั่นด้วยความซื่อตรง และซื่อสัตย์สุจริตของผู้ปฏิบัติงานบริการ เช่น เมื่อลูกค้ามาใช้บริการที่โรงแรมโดยไม่ทราบว่าอยู่ในช่วงที่ลดราคาพิเศษ พนักงานคิดเงินควรคิดเงินลูกค้าในราคาที่ลดพิเศษ เป็นต้น

6) ความไว้วางใจ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการนำเสนอผลิตภัณฑ์บริการตามคำมั่นสัญญาที่ให้ไว้อย่างตรงไปตรงมาและถูกต้อง เช่น การบริการห้องพักได้ตรงกับที่ลูกค้าจองไว้ทุกประการ

7) การตอบสนองลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง การแสดงความเต็มใจที่จะช่วยเหลือ และพร้อมที่จะให้บริการลูกค้าอย่างทันทีทันใด เช่น ลูกค้ามีปัญหาในการใช้บริการต่างๆ ของโรงแรม พนักงานจะต้องให้ความสนใจต่อปัญหา แนะนำและให้ข้อมูลกับลูกค้าโดยตรง

8) ความปลอดภัย (Security) หมายถึง สภาพที่ปราศจากอันตราย ความเสี่ยง และปัญหาต่างๆ เช่น โรงแรมจัดพนักงานรักษาความปลอดภัยไว้รักษาความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง เป็นต้น

9) การสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม (Tangible) หมายถึง สภาพที่ปรากฏให้เห็น หรือจับต้องได้ในการให้บริการ เช่น การตกแต่งสถานที่ และบริการให้บริการลูกค้า การใช้เครื่องมืออุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกต่างๆ การแต่งกายของผู้ปฏิบัติการบริการ เป็นต้น

10) การเข้าใจและรู้จักลูกค้า (Understanding / Knowing Customer) หมายถึง ความพยายามในการค้นหา และทำความเข้าใจกับความต้องการของลูกค้า รวมทั้งการให้ความสนใจตอบสนองความต้องการดังกล่าว เช่น พนักงานโรงแรมช่วยเลือกห้องพักให้ลูกค้า เป็นต้น

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2542 : 14) ได้กล่าวไว้ว่า คุณภาพการบริการ คือ

1) ความสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2) ระดับของความสามารถของการบริการในการบำบัดความต้องการของลูกค้า

3) ระดับความพึงพอใจของลูกค้าหลังจากที่ได้รับบริการไปแล้ว

พิรุณ รัตนวณิช (2545 : 184) ได้ให้ความหมายของคุณภาพบริการว่า เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อที่จะคุ้มครองสิทธิของผู้รับบริการให้ได้รับบริการที่ดีที่สุด เป็นบริการที่ถูกต้องตามหลักวิชาชีพรวดเร็ว ค่าใช้จ่ายเหมาะสม และผู้รับบริการพึงพอใจ ซึ่งผู้ให้บริการจะต้องตระหนักถึงความจำเป็น และความสำคัญของการบริการที่มีคุณภาพ โดยการจัดระบบบริหารจัดการทั้ง

ทรัพยากรบุคลากร และสิ่งอำนวยในการบริการให้เพียงพอ มีการพัฒนาคุณภาพอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มมาตรฐานบริการให้สูงขึ้น ทั้งนี้เพื่อคงไว้เพื่อบริการที่มีคุณภาพยั่งยืน

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ (2546 : 106) ได้ให้ความหมายคุณภาพของการบริการ (Service quality) ไว้ว่า หมายถึงการบริการที่ดีเลิศ (Excellent service) ตรงกับความต้องการหรือเกินความต้องการของลูกค้าจนทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (Customer satisfaction) และเกิดความจงรักภักดี (Customer loyalty)

ฉัตยาพร เสมอใจ (2548 : 1 5) กล่าวว่า คุณภาพของการบริการขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย ซึ่งส่วนใหญ่ต้องอาศัยความพร้อมของพนักงาน หากพนักงานเกิดความไม่พร้อมไม่ว่าจะด้านจิตใจ หรือร่างกายก็อาจส่งผลถึงคุณภาพของการบริการไปด้วย

สรุป คุณภาพการให้บริการ คือ การเข้าถึงลูกค้า การติดต่อสื่อสาร ความสามารถ ความมีน้ำใจ ความน่าเชื่อถือ ความไว้วางใจ การตอบสนองลูกค้า ความปลอดภัย การสร้างบริการให้เป็นรูปธรรม การเข้าใจและรู้จักลูกค้า จากคุณภาพการให้บริการ ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.4.7 ความหมายของการบริการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการให้ความหมายของการบริการท่องเที่ยวไว้หลายท่าน มีทั้งที่แตกต่าง และคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ (2543 : 6) กล่าวว่า บริการท่องเที่ยว คือ พฤติกรรม กิจกรรม และการกระทำที่บุคคลหนึ่งทำให้หรือส่งมอบต่ออีกบุคคลหนึ่งโดยมีเป้าหมาย และมีความตั้งใจในการส่งมอบบริการอันนั้น การบริการท่องเที่ยว คือ กระบวนการหรือกระบวนกิจกรรมในการส่งมอบบริการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการท่องเที่ยว (บริกร) ไปยังผู้รับบริการท่องเที่ยว หรือผู้ใช้บริการท่องเที่ยวนั้น

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544 : 34) ได้อธิบายการบริการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นงานที่ไม่สามารถจับต้องได้ การผลิต และการบริโภคเกิดขึ้นในเวลาเดียวกันมีรูปแบบที่หลากหลายแปรผันไปตามคุณลักษณะของผู้ให้บริการท่องเที่ยวในช่วงเวลานั้นการตัดสินหรือวัดคุณภาพการบริการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความพอใจของผู้รับบริการ และเป็นงานที่ไม่มีผลงานไม่สามารถเก็บสะสมผลงานไว้ได้

สมบัติ กาญจนกิจ (2544 : 88) บริการการท่องเที่ยว เป็นบริการที่รองรับการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางหลักของนักท่องเที่ยว แต่เป็นบริการที่รองรับให้เกิดความสะดวกสบาย และความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยวซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย (2553) หมายถึง การบริการเพื่อการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่หรือกิจกรรมที่มีผลเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของพื้นที่นั้นๆ เป็นการใช้ความสะดวกระหว่างการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

สรุป การบริการท่องเที่ยว คือ การส่งมอบกระบวนการ หรือกิจกรรมบริการท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกสบาย ความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว จากการบริการท่องเที่ยวผู้ศึกษาจึงได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.4.8 ลักษณะการบริการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการกล่าวถึงลักษณะการบริการท่องเที่ยว ไว้ดังต่อไปนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2544 : 35) ได้กล่าวถึงลักษณะการบริการท่องเที่ยวไว้ว่า บริการท่องเที่ยวมีลักษณะ 4 ประการดังนี้

1) เป็นการให้บริการแบบใกล้ชิดตัวต่อตัว สามารถทำให้ผู้ได้รับบริการได้รับความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจทันทีเมื่อได้รับบริการ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับสภาพอารมณ์และทัศนคติของผู้ให้และผู้ได้รับบริการ

2) การบริการท่องเที่ยว จำเป็นต้องเตรียมไว้ล่วงหน้าเป็นเวลานาน และมีความพร้อมเสมอเมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เช่น ความพร้อมของห้องพัก ร้านอาหาร

3) การพัฒนางานบริการ จำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องรูปแบบ ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพของการให้บริการ ตลอดจนบุคลากรผู้ให้บริการ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจะใช้เวลาในการให้บริการสั้นมาก เช่น การพักแรมเพียง 1 คืน ดังนั้น ผู้ให้บริการจึงมีเวลาสั้นมากในการให้บริการอย่างเสมอภาค ถูกต้อง และเป็นที่ประทับใจ

4) ใช้แรงคนในการให้บริการ ไม่เป็นที่นิยมที่จะมีการทดแทนด้วยเครื่องจักร งานด้านนี้จึงมีปัญหาด้านแรงงานอยู่เสมอ เช่น คุณวุฒิ คุณสมบัติ ความรู้ ความสามารถ และค่าตอบแทน

สรุป ลักษณะการบริการท่องเที่ยวนั้น คือ การบริการใกล้ชิดตัวต่อตัวสมารถทำให้ผู้ได้รับบริการเกิดความพึงพอใจ การบริการต้องมีการเตรียมการล่วงหน้า มีความเสมอภาค การพัฒนางานบริการต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องรูปแบบ ความรวดเร็ว และควรใช้แรงงานคนในการให้บริการนักท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงได้นำลักษณะการบริการท่องเที่ยวมาใช้ในการอภิปรายผล

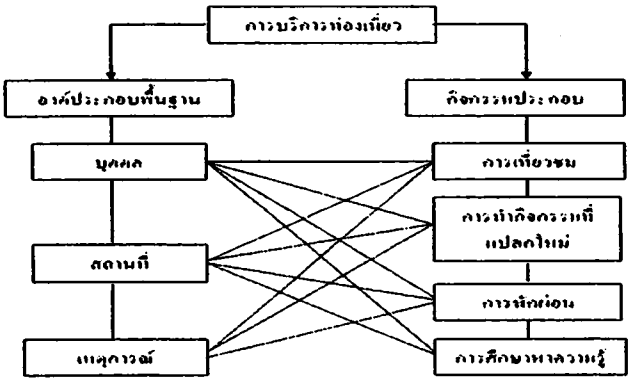
2.1.4.9 องค์ประกอบของการบริการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการกล่าวถึงองค์ประกอบของการบริการท่องเที่ยวไว้ ดังนี้

มนัสวี ธาดาสีห์ (2545 : 6) การบริการท่องเที่ยว คือ สิ่งที่ถูกส่งผ่านจากผู้เสนอบริการไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดการบริโภค ประกอบด้วย 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ ส่วนที่เป็นองค์ประกอบพื้นฐาน และกิจกรรมประกอบ มีรายละเอียดดังนี้

1) องค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ บุคคล สถานที่ และเหตุการณ์ อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือเป็นส่วนผสมขององค์ประกอบหลายๆ อย่าง

2) กิจกรรมประกอบ เป็นส่วนที่ผู้เสนอบริการคิดค้นวิธีในการบริโภคองค์ประกอบพื้นฐานในรูปแบบต่างๆ เช่น การเที่ยวชม การทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ การพักผ่อน การศึกษาหาความรู้ หรืออีกนัยหนึ่งคือผู้เสนอบริการได้นำองค์ประกอบพื้นฐานไปผ่านกระบวนการผลิตเพื่อออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ ดังที่ สุดาภรณ์ ชุตินธรานนท์ ได้เสนอไว้ตามภาพประกอบ



ภาพประกอบที่ 2 องค์ประกอบของการบริการท่องเที่ยว
ที่มา : สุดาภรณ์ ชุตินธรานนท์ (2542 : 15)

สรุป องค์ประกอบของการบริการท่องเที่ยว ปรกอบด้วย 2 ส่วน คือ องค์ประกอบพื้นฐาน ได้แก่ บุคคล สถานที่ และเหตุการณ์ กิจกรรมประกอบเป็นส่วนที่ผู้เสนอบริการ เช่น การเที่ยวชม การทำกิจกรรมที่แปลกใหม่ การพักผ่อน เป็นต้น ผู้ศึกษาจึงได้นำองค์ประกอบของการบริการท่องเที่ยวมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับศิลปกรรม

2.1.5.1 ความหมายของศิลปกรรม

มีนักวิชาการได้ให้ความหมายของความหมายของศิลปกรรมไว้หลากหลาย ดังนี้

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย (2553 : ออนไลน์) กล่าวว่า ศิลปกรรม คือ ผลงานศิลปะที่เกิดจากพลังความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่แสดงออกในรูปลักษณ์ต่างๆ ให้ปรากฏซึ่งสุนทรียภาพ ความประทับใจ หรือความสะเทือนอารมณ์ ตามอัจฉริยภาพ ทุทธิปัญญา ประสบการณ์ รสนิยม และทักษะของแต่ละคน เพื่อความพอใจ ความรื่นรมย์ ขนบธรรมเนียม จารีต ประเพณี หรือความเชื่อทางศาสนา

กองอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม (2553 : ออนไลน์) กล่าวว่า ศิลปกรรม หมายถึง สิ่งที่มนุษย์ได้สร้างหรือกำหนดขึ้นทั้งในอดีตและปัจจุบันด้วย

ความสามารถสติปัญญากำลังกายกำลังใจ และได้รับการยกย่องว่ามีคุณค่าในทางศิลปวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และเทคโนโลยีวิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2553 : ออนไลน์) กล่าวว่า ศิลปกรรม เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ไม่ใช่สิ่งที่มีอยู่เองตามธรรมชาติ เช่น พระอาทิตย์ตกดินที่มีความสวยงามมากไม่นับเป็นศิลปกรรม แต่จิตรกรรมหรือภาพเขียนทิวทัศน์พระอาทิตย์นับเป็นศิลปกรรม ศิลปกรรม เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นให้มีความสวยงาม สิ่งมนุษย์สร้างที่ไม่สวยงาม เช่น กองขยะ ป้ายโฆษณารกตาฯลฯ ไม่นับเป็นศิลปกรรมการสร้าง

สรุป ศิลปกรรม คือสิ่งที่มนุษย์สร้างหรือกำหนดขึ้นทั้งในอดีต และปัจจุบัน โดยเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ที่แสดงออกในรูปลักษณ์ต่างๆ และได้รับการยกย่องว่ามีคุณค่าในทางศิลปวัฒนธรรม ผู้ศึกษาจึงได้ใช้แนวคิดศิลปกรรมมาใช้ในการกำหนดตัวแปรตาม

2.1.5.2 ประเภทของศิลปกรรม

มีนักวิชาการได้กล่าวถึงประเภทของศิลปกรรมไว้ ดังนี้

จีรพันธ์ สมประสงค์ (2533 : 7) ได้แบ่งประเภทของศิลปกรรมไว้ดังนี้

1) จิตรกรรม
2) ประติมากรรม
3) สถาปัตยกรรม
4) วรรณกรรม
5) นาฏศิลป์ และดุริยางค์ศิลป์

ชลูด นิ่มเสมอ (2543 : 17) ได้แบ่งประเภทของศิลปกรรมตามลักษณะสื่อในการแสดงออก คือ

1) จิตรกรรม
2) ประติมากรรม
3) สถาปัตยกรรม
4) คีตกรรม
5) วรรณกรรม

น.ณ ปากน้ำ (2543 : 11) ได้แบ่งประเภทของศิลปกรรมไว้ 5 ประเภท คือ

1) จิตรกรรม
2) ประติมากรรม
3) สถาปัตยกรรม
4) คีตกรรม
5) วรรณกรรม

สรุป ประเภทของศิลปกรรม คือ จิตรกรรม ประติมากรรม สถาปัตยกรรม คีตกรรม วรรณกรรม นาฏศิลป์ และดุริยางค์ศิลป์ จากแนวคิดประเภทของศิลปกรรม ผู้วิจัยจึงได้นำ จิตรกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม มาใช้ในการกำหนดตัวแปรตาม

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับจิตรกรรม

2.1.6.1 ความหมายของจิตรกรรม

จิตรกรรมเป็นส่วนหนึ่งของประเภทศิลปกรรม จึงมีนักวิชาการให้ความหมายของจิตรกรรม ไว้หลายท่าน มีทั้งที่แตกต่าง และคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

จีรพันธ์ สมประสงค์ (2533 : 7) กล่าวว่า จิตรกรรมเป็นความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ โดยการถ่ายทอดเรื่องราวธรรมชาติในลักษณะที่ปรากฏบนแผ่นระนาบ

ศุภชัย สุกขีโชติ (2553) กล่าวว่า งานจิตรกรรมโดยทั่วไปก็จะหมายถึงผลงานที่สามารถมองเห็นได้เพียงด้านเดียวอาจจะอยู่บนกระดาษ บนผนัง บนกระดาน หรือบนผ้าใบ โดยใช้เทคนิคต่างๆ เช่น สีน้ำ สีฝุ่น สีน้ำมัน สีอครายลิก สีโปสเตอร์ สีไม้ สีเทียน สีชอล์ก หรือใช้วัสดุ ต่างๆ ปะปิดผสมผสานลงไปบนผลงาน

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2553) กล่าวว่า จิตรกรรม หมายถึง ภาพเขียนที่มีลักษณะเป็นแบบอย่างของไทยที่แตกต่าง จากศิลปะของชนชาติอื่นอย่างชัดเจน ถึงแม้จะมีอิทธิพลศิลปะของชาติอื่นอยู่บ้างแต่ก็สามารถดัดแปลง คลี่คลาย ตัดทอน หรือเพิ่มเติมจนเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของ ตนเองได้อย่างสวยงามลงตัว น่าภาคภูมิใจและมีวิวัฒนาการทางด้านรูปแบบ และวิธีการมาตลอดจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสามารถพัฒนาต่อไปอีกในอนาคต จิตรกรรมไทยเป็นลักษณะอุดมคติ เป็นภาพ 2 มิติ โดยนำสิ่งใกล้ไว้ตอนล่างของภาพสิ่งไกลไว้ตอนบนของภาพ ใช้สีแบบเอกรงค์ คือ ใช้หลายสี แต่มีสีที่โดดเด่นเพียงสีเดียว

สรุป จิตรกรรม คือ การเขียนภาพด้วยเส้น และแรเงา โดยมีการเขียนเส้นด้วยปากกา และระบายด้วยสีชนิดต่างๆ ถ่ายทอดความงาม และความรู้สึกบนพื้นระนาบ เช่น กระดาษ และผ้าใบ เป็นต้น เป็นงานศิลปะที่มี 2 มิติ แต่สามารถเขียนลวงตาให้เห็นว่ามีความลึกหรือนูนได้ ความงามของจิตรกรรมเกิดจากการใช้สีในลักษณะต่างๆ กัน จากแนวคิดจิตรกรรมผู้ศึกษาจึงนำมาใช้กำหนดตัวแปรตาม

2.1.6.2 ลักษณะของภาพจิตรกรรม

มีนักวิชาการหลานท่านได้อธิบายถึงลักษณะของภาพจิตรกรรม ดังนี้

จีรพันธ์ สมประสงค์ (2533 : 8) ได้แบ่งลักษณะของภาพจิตรกรรม ดังนี้

1) ภาพทิวทัศน์ (Landscape painting) เป็นจิตรกรรมที่แสดงเกี่ยวกับภูมิประเทศ บรรยากาศ เวลา ซึ่งมีจำนวนพื้นที่แสดงเกี่ยวกับทิวทัศน์ ดิน ต้นไม้ มากกว่าจำนวนพื้นที่ที่แสดงเกี่ยวกับน้ำทะเล หรืออากาศ

2) ภาพทะเล (Seascape painting) เป็นจิตรกรรมที่มีบริเวณที่เป็นชายทะเลมากกว่าบริเวณที่เป็นส่วนอื่นๆ ทั้งภาพทะเลนี้นิยมเขียนกันมานานเหมือนกัน และส่วนมากจะแสดงเกี่ยวกับบรรยากาศชายทะเล แสดงถึงหิน ต้นไม้ และหาดทราย

3) ภาพอาคารสิ่งก่อสร้าง (Architectural landscape) เป็นจิตรกรรมที่แสดงถึงสิ่งก่อสร้าง ความงามของแสงสี และตัวอาคารสิ่งก่อสร้างนั้นๆ

4) ภาพคนครึ่งตัว (Portrait) เป็นภาพเขียนคนตั้งแต่บริเวณหัวลงมาถึงเอว อาจจะกล่าวว่าตั้งแต่เข็มขัดขึ้นไป แต่ถ้าเขียนคนทั้งตัว หรือเต็มตัวเรียกว่า ภาพคนเต็มตัว (Figure painting)

5) ภาพผนัง (Mural painting) เป็นภาพที่เขียนบนผนัง มีขนาดใหญ่ ส่วนมากนิยมเขียนด้วยสีฝุ่น หรือสีเฟรสโก (Fresco)

6) ภาพหุ่นนิ่ง (Still-life painting) เป็นภาพเขียนที่มีวัตถุหรือหุ่นที่ไม่เคลื่อนไหว เช่น ผลไม้ ดอกไม้ เครื่องมือ เครื่องใช้ต่างๆ ภาพหุ่นนิ่งเป็นวิธีการแสดงความรู้สึกอย่างหนึ่งของวัตถุกับแสงเงา

7) ภาพประกอบ (Illustration) เป็นภาพที่ขยายความสำคัญของเรื่องราวที่เป็นนิยมกัน ให้เป็นภาพชักจูงโน้มน้าวจิตใจของผู้พบเห็น ซึ่งรวมถึงภาพโฆษณาด้วย

ไทยกู๊ดวิวดอทคอม (2553) ได้แบ่งลักษณะของภาพจิตรกรรม ดังนี้

1) ภาพหุ่นนิ่ง (Silllife) เป็นภาพวาดเกี่ยวกับสิ่งของเครื่องใช้ หรือวัสดุต่างๆ ที่ไม่มีการเคลื่อนไหว เป็นสิ่งที่อยู่กับที่

2) ภาพคนทั่วไป แบ่งได้ 2 ชนิด คือ

(1) ภาพคน (Figure) เป็นภาพที่แสดงกิริยาท่าทางต่างๆ ของมนุษย์ โดยไม่เน้นแสดงความเหมือนของใบหน้า

(2) ภาพคนเหมือน (Potrait) เป็นภาพที่แสดงความเหมือนของใบหน้าของคนๆ ใดคนหนึ่ง

3) ภาพสัตว์ (Animals Figure) แสดงกิริยาท่าทางของสัตว์ทั้งหลาย ในลักษณะต่างๆ

4) ภาพทิวทัศน์ (Landscape) เป็นภาพที่แสดงความงาม หรือความประทับใจในความงามของธรรมชาติ หรือสิ่งแวดล้อมของศิลปินผู้วาด ภาพทิวทัศน์ยังแบ่งเป็นลักษณะต่างๆ ได้อีก คือ

(1) ภาพทิวทัศน์ผืนน้ำ หรือทะเล (Seascape)

(2) ภาพทิวทัศน์พื้นดิน (Landscape)

(3) ภาพทิวทัศน์ของชุมชนหรือเมือง (Cityscape)

5) ภาพประกอบเรื่อง (Illustration) เป็นภาพที่เขียนขึ้นเพื่อบอกเล่าเรื่องราว หรือถ่ายทอดเหตุการณ์ต่างๆ ให้ผู้อื่นได้รับรู้ โดยอาจเป็นทั้งภาพประกอบเรื่องในหนังสือ พระคัมภีร์ หรือภาพเขียนบนฝาผนัง อาคาร สถาปัตยกรรมต่างๆ และรวมถึงภาพโฆษณาต่างๆ ด้วย

6) ภาพองค์ประกอบ (Composition) เป็นภาพที่แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของศิลปะ และลักษณะในการจัดองค์ประกอบเพื่อให้เกิดความรู้สึกต่างๆ ตามความต้องการของผู้สร้างโดยที่อาจไม่เน้นแสดงเนื้อหาเรื่องราวของภาพ หรือแสดงเรื่องราวที่มาจากความประทับใจ โดยไม่ยึดติดกับความเป็นจริงตามธรรมชาตินักๆ ชนิดนี้ปรากฏมากในงานจิตรกรรมสมัยใหม่

7) ภาพลวดลายตกแต่ง (Decorative painting) เป็นภาพวาดลวดลายประกอบเพื่อตกแต่งสิ่งต่างๆ ให้เกิดความสวยงามมากขึ้น เช่น การวาดลวดลายประดับอาคาร สิ่งของเครื่องใช้ ลวดลายสักฯลฯ

สรุป ลักษณะของภาพจิตรกรรม สามารถแบ่งได้ดังนี้ ภาพทิวทัศน์ ภาพคน ภาพคนเหมือน ภาพหุ่นนิ่ง ภาพสัตว์ ภาพประกอบเรื่อง ภาพองค์ประกอบ และภาพตกแต่งลวดลาย จากลักษณะของภาพจิตรกรรม ผู้ศึกษาจึงนำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.7 แนวคิดเกี่ยวกับประติมากรรม

2.1.7.1 ความหมายของประติมากรรม

ประติมากรรมเป็นส่วนหนึ่งของประเภทศิลปกรรม และมีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของประติมากรรมไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

จีรพันธ์ สมประสงค์ (2533 : 9) กล่าวว่า ประติมากรรม (Sculpture) เป็นความความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างรูปทรงที่มองเห็น มีลักษณะเป็นสามมิติ คือ มีความกว้าง ความยาว ความหนาสูง ประติมากรรมมีวิธีทำได้หลายวิธี เช่น แกะสลัก วิธีปั้น วิธีหล่อ วิธีถอดแบบพิมพ์ และวิธีเชื่อม เป็นต้น

สรุป ประติมากรรม คือ ความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ที่เกิดจากวิธีการปั้น การหล่อ การแกะสลัก หรือการประกอบขึ้นรูป ให้เกิดเป็นรูปทรง 3 มิติ มีปริมาณ มีน้ำหนัก

และกินเนื้อที่ในอากาศ และได้แสดงออกมาเป็นงานประติมากรรมอันเป็นสัญลักษณ์ประจำชนชาตินั้นๆ จากแนวคิดประติมากรรม ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรตาม

2.1.7.2 ลักษณะของประติมากรรม

นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายลักษณะของประติมากรรม ทั้งที่แตกต่างและคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

จีรพันธ์ สมประสงค์ (2533 : 9) ได้อธิบายถึงลักษณะของประติมากรรมไว้ 5 ลักษณะ คือ

1) แบบลอยตัว (Round relief) หรือรูปปั้นที่สามารถดูได้รอบด้าน มีความกลมกลืน มีความสูงต่ำเหมาะสม

2) แบบนูนสูง (High relief, Alto rilievo) เป็นแบบมีฐานด้านกว้าง ตัวอย่างที่เห็นได้ คือ รูปปั้นบริเวณตอนล่างของอนุสาวรีย์ประชาธิปไตย

3) แบบนูนต่ำ (Low relief, Base relief, Basso rilievo) เป็นแบบที่ต่ำกว่าแบบนูนสูง

4) แบบกลางระหว่างนูนสูงและนูนต่ำ (Mezzo relief) เป็นแบบที่ต่ำกว่านูนสูง และสูงกว่านูนต่ำ

5) แบบต่ำสุด (Squashed relief, Rilievo Scihacciato) เป็นแบบที่ต่ำกว่าแบบนูนต่ำ ส่วนมากพบตามเหรียญเงินทั่วไป

ประติมากรรมที่มีรูปทรงจมอยู่ในพื้น โดยการฉลุหรือเจาะส่วนพื้นออกทิ้งเหลือไว้แต่ส่วนที่เป็นรูปภาพ

สรุป ลักษณะของประติมากรรม มีลักษณะต่างๆ ดังนี้ ลักษณะลอยตัว ลักษณะนูนสูง ลักษณะนูนต่ำ ลักษณะระหว่างนูนสูงและนูนต่ำ ลักษณะต่ำสุด และลักษณะเป็นรูปทรงจมอยู่ในพื้น จากแนวคิดลักษณะของประติมากรรม ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.8 แนวคิดเกี่ยวกับสถาปัตยกรรม

2.1.8.1 ความหมายของสถาปัตยกรรม

สถาปัตยกรรมเป็นส่วนหนึ่งของประเภทศิลปกรรม มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของสถาปัตยกรรมไว้หลากหลาย ดังนี้

จีรพันธ์ สมประสงค์ (2533 : 10) กล่าวว่า สถาปัตยกรรม ได้แก่ งานก่อสร้างต่างๆ เป็นที่อยู่อาศัย สถานที่ทำการ วัตถุสถานทางศาสนา หรือการวางผังเมือง

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย (2553) กล่าวว่า สถาปัตยกรรม คือ ศิลปะและวิทยาการแห่งการก่อสร้าง ซึ่งอาจอธิบายได้อีกอย่างหนึ่งว่า หมายถึงการจัดที่ว่างสามมิติเพื่อ

สนองความต้องการของมนุษย์ทั้งทางร่างกาย และจิตใจ กล่าวคือ เพื่อให้เกิดคุณค่า 3 ประการได้แก่ (1) ความสะดวกและเหมาะสมในการใช้สอย (2) ความมั่นคงแข็งแรง (3) ความชื่นชม

บ้านจอมยุทธ (2553) กล่าวว่า สถาปัตยกรรม เป็นผลทางวัตถุที่ได้รับการสร้างสรรค์ด้วยศิลป และวิทยาการในการก่อสร้าง เป็นสิ่งที่อำนวยประโยชน์แก่มนุษย์ทั้งในด้านความสะดวกสบาย ปลอดภัย และพึงพอใจ ควรสร้างสรรค์งานทางด้านศิลปแห่งการก่อสร้างมิให้จำกัดจำเพาะเพียงแต่การสร้างที่อยู่อาศัยเท่านั้น แต่ในความเชื่อ และศรัทธาในศาสนา ก็เป็นเหตุสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้คน สร้างสรรค์งานทางด้านสถาปัตยกรรมขึ้น ต่างไปจากความมั่นคงแข็งแรงและสวยงาม ซึ่งเป็นผลต่อจิตใจของผู้คนส่วนรวม

สรุป สถาปัตยกรรม คือ สิ่งก่อสร้างต่างๆ อันได้แก่ อาคารบ้านเรือน และสิ่งก่อสร้างทางศาสนาพุทธ รวมทั้งการกำหนดผังบริเวณ มักมีรูปลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมนั้นๆ จากแนวคิดสถาปัตยกรรม ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรตาม

2.1.8.2 ประเภทของสถาปัตยกรรม

มีนักวิชาการหลายได้อธิบายถึงประเภทของสถาปัตยกรรม ดังนี้

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย (2553) กล่าวว่า ประเภทของสถาปัตยกรรมไทยซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตของคนไทย จำแนกได้ 4 ประเภท คือ

1) สถาปัตยกรรมทางพระพุทธศาสนา จัดเป็นสถาปัตยกรรมที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ต่างๆ เพื่อประโยชน์ทางพุทธศาสนา มีดังนี้ พระสถูปเจดีย์ต่างๆ พระมหาธาตุเจดีย์ พระพุทธปรางค์ พระอุโบสถ พระวิหาร ศาลาการเปรียญ กุฏิ หอฉัน ซุ้ม ระเบียง กำแพงแก้ว ศาลาราย เป็นต้น

2) สถาปัตยกรรมประเภทปูชนียสถาน เป็นสถาปัตยกรรมที่จัดสร้างขึ้นเพื่อเป็นอนุสรณ์สถานอันควรแก่การสักการบูชาของพุทธศาสนิกชนทั้งหลาย จำแนกเป็นพร สถูป เจดีย์ และพระปรางค์ ปูชนียสถานดังกล่าวนี้ใช้เป็นสถานที่ประดิษฐานพระบรมสารีริกธาตุ แต่เมื่อใดที่มีการสร้างพระอุโบสถเป็นประธานของวัดแล้วความสำคัญของพระสถูป และพระปรางค์ก็จะลดลงไปเพียงส่วนประกอบของเขตพุทธาวาสเท่านั้น

3) สถาปัตยกรรมประเภทอาคารสถาน คือ สถานที่ซึ่งก่อสร้างขึ้น เพื่อใช้เป็นที่ประดิษฐานปูชนียวัตถุ มีรูปแบบเป็นเรือนหรือโรงอันเป็นที่อยู่อาศัยประจำ เป็นที่ประชุมคณะสงฆ์หรือพุทธศาสนิกชนประกอบพิธีกรรม เช่น เป็นสถานที่ประกอบพิธีอุปสมบท และเป็นที่รับกฐินตลอดจนประโยชน์อื่นๆ ได้แก่ เป็นที่สวดพระอภิธรรม เป็นที่พักของอุโบสถ เป็นที่บอกเวลา เป็นที่เก็บพระธรรม เป็นต้น สถาปัตยกรรมประเภทอาคารสถาน ได้แก่ วิหาร โบสถ์ และสถาปัตยกรรมประเภทบริวารสถาน (พระระเบียง หอไตร ศาลาการเปรียญ ศาลาบาตร ศาลาราย ศาลาเปลื้องเครื่อง สีมาและซุ้มสีมา กำแพงแก้ว) เป็นต้น

สรุป ประเภทของสถาปัตยกรรม มีดังนี้ สถาปัตยกรรมที่ใช้เป็นที่อยู่อาศัย ซึ่งได้แก่ อาคาร บ้านเรือน และสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น โบสถ์ สถูป พระพุทธรูป เป็นต้น จากประเภทของสถาปัตยกรรม ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.9 แนวคิดเกี่ยวกับขนบธรรมเนียมประเพณี

2.1.9.1 ความหมายของขนบธรรมเนียมประเพณี

ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของขนบธรรมเนียมประเพณี ไว้หลากหลายดังนี้

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (2553) กล่าวว่า ขนบประเพณีหรือสถาบัน คือ ประเพณีที่วางเป็นระเบียบแบบแผนไว้โดยตรงหรือโดยปริยาย โดยตรงคือวางเป็นระเบียบพิธีการไว้แจ้งชัด โดยปริยายคือรู้กันเอง ไม่ได้วางเป็นระเบียบแบบแผนไว้ว่าควรจะประพฤติปฏิบัติกันอย่างไร

โอเคเนชั่น (2553) กล่าวว่า ขนบประเพณี (Customs) คือประเพณีที่วางแบบแผนสำหรับการปฏิบัติไว้ในสังคม มีข้อกำหนดชัดเจนหรือบางทีอาจเป็นที่รู้กันเอง เช่น การรดน้ำสังข์ในพิธีแต่งงาน หรือมีแนวปฏิบัติโดยรวม เช่น ประเพณีเกี่ยวกับชีวิต (การเกิด การตาย) เป็นต้น

ธนาคร วันมหาชัย (2553) กล่าวว่า ขนบประเพณี คือ เป็นพิธีกำหนดวิธีปฏิบัติตามคติความเชื่อทางสังคม เช่น ประเพณีเรื่องการเกิด การตาย การแสดงความเคารพต่อผู้ใหญ่ บรรพบุรุษ การรื่นเริงต่างๆ

เทศบาลวารินชำราบ (2553) กล่าวว่า ขนบประเพณี เป็นประเพณีที่สังคมกำหนดระเบียบแบบแผนหรือขั้นตอนการปฏิบัติไว้อย่างชัดเจน ปฏิบัติสืบต่อกันมาช้านาน ผู้ใดไม่ปฏิบัติก็ไม่ถือว่าเป็นเรื่องเสียหาย เช่น ประเพณีรดน้ำผู้ใหญ่ในวันสงกรานต์ ประเพณีแข่งวิ่งควายที่อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม โรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช (2553) กล่าวว่า ขนบประเพณี ได้แก่ ประเพณีที่วางระเบียบพิธีการไว้ชัดแจ้ง หรือรู้กันเองและไม่ได้วางระเบียบแบบแผนไว้ว่าควรประพฤติปฏิบัติอย่างไร

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (2553) กล่าวว่า ธรรมเนียมประเพณี คือ แนวทางปฏิบัติต่างๆ ในการดำเนินชีวิตประจำวันที่ปฏิบัติกันมาจนเคยชินเป็นปรกติวิสัย เป็นเรื่องเกี่ยวกับสถานการณ์ธรรมดาสามัญที่ไม่มีความสำคัญมากมายต่อสวัสดิภาพหรือความจำเป็นของสังคม และเป็นเรื่องที่ทุกคนปฏิบัติอยู่ทั่วๆ ไปจนเป็นนิสัยหรือมาตรฐานทั่วไปในสังคมนั้น ธรรมเนียมประเพณี หรือวิถีประชา (Folkways) จะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลสมัยและเกิดขึ้นได้ง่าย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) กล่าวว่า ธรรมเนียมประเพณี (Convention) หมายถึง ประเพณีที่ปฏิบัติกันอยู่ในชีวิตประจำวัน หากมีการฝ่าฝืนก็ไม่ถือเป็นเรื่องผิด นอกจากจะเห็นว่าเป็นผู้เสียมารยาทเท่านั้น ไม่มีระเบียบแบบแผนเหมือนขนบประเพณี

โอเคเนชั่น (2553) ธรรมเนียมประเพณี (Folkways) ส่วนมากเกี่ยวกับวิธีที่จะปฏิบัติตน เช่น เรื่องของกิริยามารยาทในสังคมว่านิยมให้คนในสังคมนั้นทำอย่างไร เช่น การกิน การแสดงความเคารพ การพูด เป็นต้น เป็นการกระทำตามๆ กันไป

ธนาคร วันมหาชัย (2553) กล่าวว่า ธรรมเนียมประเพณี คือ เป็นพิธีที่ประพฤติปฏิบัติตามความนิยมของคนในสังคม โดยการยอมรับตามๆ กันมา เพื่อให้สังคมยกย่องเพื่อการเข้าร่วมสังคมกับคนอื่นๆ เช่น การแสดงกริยามารยาท บุคลิกภาพ การแต่งกาย การทักทายปราศรัยฯลฯ

เทศบาลวารินชำราบ (2553) กล่าวว่า ธรรมเนียมประเพณี คือ แบบแผนเกี่ยวกับขั้นตอนของพิธีการต่างๆ ซึ่งกำหนดไว้อย่างชัดเจน เช่น พิธีมงคลสมรส พิธีบายศรีสู่ขวัญ พิธีสวดศพฯลฯ ถ้าทำถูกต้องตามขั้นตอนจะรู้สึกสบายใจ

กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม โรงเรียนเบ็ญจะมะมหาราช (2553) กล่าวว่า ธรรมเนียมประเพณี ได้แก่ ประเพณีเกี่ยวกับเรื่องธรรมดาสามัญไม่มีผิดถูกเหมือนจารีตประเพณี หรือไม่มีระเบียบแบบแผนอย่างขนบประเพณี ถ้าไม่ปฏิบัติตามก็ไม่ผิดอย่างไร แต่อาจถูกตำหนิว่าเป็นคนขาดการศึกษาหรือไม่มีมารยาท

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553) กล่าวว่า ขนบธรรมเนียมประเพณี หมายถึง เป็นคำที่ใช้เรียกรวมกัน ซึ่งมีความหมายว่า สิ่งที่หมู่คณะในสังคมหนึ่งๆ นิยมประพฤติปฏิบัติต่อเนื่องสืบกันมาเป็นเวลานาน จนยึดถือกันในจิตใจว่าต้องปฏิบัติเช่นนั้นจึงจะเกิดความสุข ความเจริญ ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยมีอยู่มากมายหลายประการ เช่น ผู้น้อยต้องมีความเคารพผู้ใหญ่ มีความจงรักภักดีต่อ ชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์ แสดงความเคารพกันด้วยการยกมือไหว้หรือกราบ ทำการต้อนรับแขกที่มาเยี่ยมเยียนตามสมควร ผู้ชายไทยต้องทำงานหนักกว่าผู้หญิง ต้องประกอบอาชีพอย่างใดอย่างหนึ่ง ต้องกล้าหาญ ต้องเป็นผู้นำครอบครัว ควรศึกษาพระธรรมโดยบวชเป็นพระภิกษุอย่างน้อยหนึ่งพรรษา ผู้หญิงต้องแต่งกายมิดชิด เลี้ยงลูก จัดบ้านเรือนและปรุงอาหาร มีกิริยามารยาทเหมาะสมตามโอกาส

วัดธัมมาราม นครชิคาโก สหรัฐอเมริกา (2553) กล่าวว่า ขนบธรรมเนียมประเพณี หมายถึง ความประพฤติที่คนกลุ่มหนึ่งกำหนดถือเป็นแบบแผนกันมาอย่างเดียวกัน ปฏิบัติสืบเนื่องกันมาช้านานจนเป็นลักษณะเฉพาะของคนกลุ่มนั้นและยอมรับในสังคมมาจนถึงปัจจุบัน

สรุป ขนบธรรมเนียมประเพณี คือ คำที่ใช้เรียกรวมกันซึ่งมีความหมายว่า สิ่งที่หมู่คณะหมู่หนึ่ง หรือกลุ่มชนใดกลุ่มชนหนึ่ง กำหนด หรือนิยมประพฤติปฏิบัติสืบต่อเนื่องกันมาช้านานจนยึดถือกันในจิตใจว่าจะต้องยึดถือเช่นนั้น เป็นลักษณะเฉพาะของคนกลุ่มนั้น และยอมรับในสังคมมาจนถึงปัจจุบัน ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรตาม

2.1.9.2 ความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณี

มีนักวิชาการได้อธิบายถึงความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณีไว้หลากหลาย ดังนี้

เวชพล อ่อนละมัย อ้างถึงใน วนิดา เผดิมศักดิ์พิทยา (2553) กล่าวว่า

1. ความเป็นสิริมงคล ขนบธรรมเนียมประเพณีไทยนั้น ล้วนเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา และพราหมณ์ พิธีกรรมต่าง ๆ ที่ปฏิบัติสืบทอดกันมานั้น เป็นความเชื่อในเรื่องของความเป็นมงคลแก่ชีวิต

2. ความรักความสามัคคี ความเสียสละ ขนบธรรมเนียมประเพณีเป็นเครื่องฝึกจิตใจให้รู้จักเป็นผู้เสียสละ จะเห็นได้จากงานบุญต่างๆ มักเกิดจากการร่วมมือ ร่วมแรงร่วมใจกัน เช่น พิธีขนทรายเข้าวัด การก่อพระเจดีย์ทราย ทำให้เกิดความรัก สามัคคี

3. การมีสัมมาคารวะ ถือเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีไทยอย่างหนึ่ง แสดงถึงความนอบน้อม อ่อนโยน ความมีมารยาทไทย

4. ขนบธรรมเนียมประเพณีไทย ช่วยทำให้คนไทยอยู่ในกรอบที่ดีงาม ถือว่าเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมได้อย่างหนึ่ง

5. ขนบธรรมเนียมประเพณีในแต่ละท้องถิ่น ถึงแม้ว่าจะแตกต่างกัน แต่ทุกคนก็มีความรู้สึกว่าทุกคนเป็นคนไทยมีความเป็นชาติเดียวกัน และสามารถบ่งบอกถึงความเป็นมาของชาติได้

สรุป ความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณี มีความสำคัญดังนี้ มีความเป็นสิริมงคล เพราะขนบธรรมเนียมประเพณีไทยนั้น ล้วนเกี่ยวข้องกับพระพุทธศาสนา สร้างความสามัคคี ความเสียสละ ซึ่งจะเห็นได้จากงานบุญต่างๆ การมีสัมมาราวะ ช่วยแสดงถึงความอ่อนน้อม ถ่อมตน ช่วยให้คนไทยอยู่ในกรอบที่ดีงาม ถือได้ว่าเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมอย่างหนึ่ง สามารถแบ่งออกถึงความเป็นมาของชาติได้ จากความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณี ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.10 แนวคิดเกี่ยวกับนาฏศิลป์

2.1.10.1 ความหมายของนาฏศิลป์

มีนักวิชาการหลายท่าได้ให้ความหมายของนาฏศิลป์ ไว้หลากหลาย ดังนี้

วัชรีพร ลีลานันทกิจ (2553) กล่าวว่า นาฏศิลป์ หมายถึง ศิลปะการฟ้อนรำ หรือความรู้แบบแผนของการฟ้อนรำ เป็นสิ่งที่มนุษย์ประดิษฐ์ขึ้นด้วยความประณีตงดงาม ให้ความบันเทิง อันโน้มน้าวอารมณ์ และความรู้สึกของผู้ชมคล้อยตาม ศิลปะประเภทนี้ต้องอาศัยการบรรเลงดนตรี และการขับร้องเข้าร่วมด้วย เพื่อส่งเสริมให้เกิดคุณค่ายิ่งขึ้น หรือเรียกว่า ศิลปะของการร้องรำทำเพลง

อัษฎา จรัญชล (2553) กล่าวว่า นาฏศิลป์ หมายถึง ศิลปะการฟ้อนรำที่มนุษย์ประดิษฐ์คัดแปลงขึ้นเพื่อให้ความบันเทิง อาศัยดนตรีและการขับร้องแสดงถึงวัฒนธรรมที่เก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรือง และเป็นเอกลักษณ์ของชาติ

สรุป นาฏศิลป์ คือ ศิลปะการฟ้อนรำที่มนุษย์ประดิษฐ์ คัดแปลงขึ้นเพื่อให้ความบันเทิง โดยอาศัยดนตรีประกอบการแสดง และมีความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น มีลีลาท่าทางการแสดงที่แตกต่างกันออกไป จากแนวคิดนาฏศิลป์ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรตาม

2.1.10.2 ประเภทของนาฏศิลป์

มีนักวิชาได้อธิบายประเภทของนาฏศิลป์ ไว้หลากหลาย ทั้งที่แตกต่าง และคล้ายคลึงกัน ดังนี้

คลังปัญญาไทย (2553) กล่าวว่า นาฏศิลป์ไทย จำแนกออกได้เป็น 4 ประเภท คือ

1) รำ คือ การแสดงที่มุ่งเน้นถึงศิลปะท่วงท่า ดนตรี ไม่มีการแสดงเป็นเรื่องราว รำบางชุดเป็นการชมความงาม บางชุดตัดตอนมาจากวรรณคดี หรือบางที่ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องมีเนื้อเพลงเช่น การรำหน้าพาทย์ เป็นต้น รำจะแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

(1) รำเดี่ยว เป็นการแสดงที่มุ่งอวดศิลปะทางนาฏศิลป์อย่างแท้จริง ซึ่งผู้รำจะต้องมีฝีมือดีเยี่ยม เพราะเป็นการแสดงที่แสดงแต่เพียงผู้เดียว รำเดี่ยวโดยส่วนมากก็จะเป็นการรำฉุยฉายต่างๆ เช่น ฉุยฉายเบญจกาย ฉุยฉายวันทองฯลฯ เป็นต้น

(2) รำคู่ การแสดงชุดนี้ไม่จำเป็นจะต้องพร้อมเพียงกันแต่อาจมีท่าที่เหมือนก็ได้ เพราะการรำคู่นี้เป็นการใช้ลีลาที่แตกต่างกันระหว่างผู้แสดงสองคน เช่น ตัวพระกับตัวนาง หรือบทบาทของตัวแสดงนั้น รำคู่นี้ก็จะแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ

- รำคู่สวยงามจากวรรณคดี เช่น หนุมานจับนางสุพรรณมัจฉา เป็นต้น
- รำมุ่งอวดการใช้อุปกรณ์ เช่าการรำอาวุธ

(3) รำหมู่ รำชุดนี้เป็นการรำที่เน้นความพร้อมเพรียง เช่น รำอวยพรชุดต่างๆ

(4) รำละคร คือ การรำที่ใช้ในการแสดงละคร หรือโขน

2) ระบำ คือการแสดงที่มีความหมายในตัวใช้ผู้แสดงสองคนขึ้นไป คือผู้คิดได้มีวิสัยทัศ และต้องการสื่อการแสดงชุดนั้นผ่านทางบทร้อง เพลง หรือการแต่งกาย ที่มาจากแรงบัลดาลใจ จากเรื่องต่างๆ เช่น วิถีชีวิต เป็นต้น จะแบ่งออกเป็นสองประเภท คือ

(1) ระบำมาตรฐาน เป็นระบำที่บรมครูทางนาฏศิลป์ได้คิดค้นไว้ ทั้งเรื่อง เพลง บทร้อง การแต่งกาย ท่ารำ ซึ่งไม่สามารถที่จะเปลี่ยนแปลงได้ ระบำมาตรฐานจะมีอยู่ทั้งหมด 6 ชุด คือ ระบำสี่บท ระบำย่องหงิด หรือยูหงิด ระบำพรมมาตร ระบำดาวดึงส์ ระบำกฤษดา ระบำเทพบันเทิง

(2) ระบำที่ปรับปรุงขึ้นใหม่ เป็นระบำที่บรมครูหรือผู้รู้ทางนาฏศิลป์ได้คิดค้น และปรับปรุงขึ้นมาใหม่ ซึ่งสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้ตามโอกาส อาจเป็นระบำที่ได้แรงบัลดาลใจที่ผู้ประดิษฐ์ต้องการสื่ออาจเป็นเรื่องของการแต่งกาย ระบำปรับปรุงมีอยู่หลากหลาย เช่น ระบำชุมนุมเผ่าไทย ระบำไกรราศสำเริง ระบำไก่ ระบำสุโขทัยฯลฯ เป็นต้น ฟ้อน และเซิ้ง ก็จัดว่าเป็นระบำที่ปรับปรุงขึ้นใหม่ เพราะผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญทางนาฏศิลป์ได้คิดค้นขึ้นมา มีการแต่งการตามท้องถิ่นเพราะการแสดงแต่ละชุดได้เกิดขึ้นมาจากแรงบัลดาลใจของผู้คิดที่จะถ่ายทอดไม่ว่าจะเป็นเรื่องของวิถีชีวิต การแต่งกาย ดนตรี เพลง และการเรียกชื่อการแสดงนั้นจะเรียกตามภาษาท้องถิ่น และการแต่งกายก็แต่งกายตามท้องถิ่น เช่น ภาคเหนือก็จะเรียกว่าฟ้อน เช่น ฟ้อนเล็บ ฟ้อนเทียน ภาคอีสานก็จะเรียก และแต่งกายตามท้องถิ่น ทางภาคอีสาน เช่น เซิ้งกะติ๊บข้าว เซิ้งสวิง เป็นต้น การแสดงต่างๆ ล้วนแล้วแต่เกิดขึ้นมาจากท้องถิ่น และแต่งกายตามท้องถิ่นไม่ได้มีหลัก หรือเกณฑ์ที่ใช้กันโดยทั่วไปในวงการนาฏศิลป์ไทยทั่วประเทศ จึงถือว่าการฟ้อนและการเซิ้งเป็นระบำที่ปรับปรุงขึ้นใหม่

3) ละคร คือการแสดงเรื่องราวโดยมีตัวละครต่างดำเนินเรื่องมีผูกเหตุหรือการผูกปมของเรื่อง ละครอาจประกอบไปด้วยศิลปะหลายแขนง เช่น การรำ ร้อง หรือดนตรี ละครจะแบ่งออกเป็นสองประเภทได้แก่

(1) ละครแบบดั้งเดิม มีอยู่ 3 ประเภท คือ โนห์ราชาตรี ละครนอก ละครใน

(2) ละครที่ปรับปรุงขึ้นใหม่ มีอยู่ 6 ประเภท คือ ละครดึกดำบรรพ์ ละครพันทาง ละครเสภา ละครพูด ละครร้อง ละครสังคีต

4) มหรสพ คือการแสดงรื่นเริง ที่ใช้ในงานพิธีต่างๆ มีรูปแบบและวิธีการแสดงที่เป็นแบบแผน เช่น การแสดงโขน หนังใหญ่ เป็นต้น

วิชาการดอทคอม (2553) กล่าวว่า ประเภทของนาฏศิลป์ สามารถแบ่งออกได้ดังนี้

1) โขน (Khon) หมายถึง ศิลปะการแสดงที่มุ่งการเต้นให้เข้าจังหวะเพลงดนตรีหน้าพาทย์ ผู้แสดงส่วนใหญ่จะสวมหัวโขน นิยมใช้ผู้ชายแสดง ตัวแสดงแบ่งเป็น พระ นาง ยักษ์ และลิง โขนแต่งกายแบบยืนเครื่อง มีผู้พากย์ และเจรจาแทนผู้แสดงไม่ต้องร้อง และเจรจาเองเพียงแต่ทำท่าทางตามบทพากย์และคำร้องเรื่องที่นำมาแสดงคือ “รามเกียรติ์” (Ramakian)

2) ละคร (Drama) หมายถึง ศิลปะที่แสดงเป็นเรื่องราว มีเหตุการณ์เกี่ยวโยงเป็นตอนๆ มุ่งการร่ายรำประกอบเพลงขับร้องและดนตรี นิยมใช้ผู้หญิงแสดง มีจุดมุ่งหมายเพื่อก่อให้เกิดความรื่นเริง บันเทิงใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน และสอดแทรกแนวความคิด คติธรรม และปรัชญาแก่ผู้ดูผู้ชม

3) รำ และระบำ (Thai dance)

(1) รำ หมายถึง การแสดงท่าทางเคลื่อนไหวร่างกายประกอบจังหวะเพลงร้อง และดนตรีที่เน้นท่วงท่าลีลาการร่ายรำที่งดงาม จะเป็นศิลปะการรำเดี่ยว รำคู่ รำหมู่ รำอาวุธ รำทำบทหรือรำใช้บท จุดมุ่งหมายเพื่อเป็นการแสดงฝีมือในการรำ เช่น รำแม่บท รำสีนวล รำฉุยฉาย รำพลายชุมพล รำกริช รำมโนห์ราบูชายัญ

(2) ระบำ หมายถึง ศิลปะการแสดงที่รำเป็นชุดหรือเป็นหมู่ มีผู้แสดงตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป ไม่คำนึงถึงการใช้บท ไม่แสดงเป็นเรื่องราว ใช้เพลงบรรเลงมีเนื้อร้องประกอบหรือไม่มีเนื้อร้องก็ได้ ความสวยงามอยู่ที่การแปรรูปแบบแถวในการแสดง ความพร้อมเพรียงของผู้แสดง และเครื่องแต่งกายสวยงาม ระบำ แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

- ระบำมาตรฐาน หมายถึง ระบำที่ปรมาจารย์ทางนาฏศิลป์ได้คิดประดิษฐ์ท่ารำไว้ มีความงดงาม วางท่าได้เหมาะสมเป็นแบบฉบับสอดคล้องกับบทร้อง และการบรรเลง ท่ารำตายตัว ไม่ควรเปลี่ยนแปลงท่ารำตามใจชอบ ระบำมาตรฐานนี้นิยมแต่งกายแบบ "ยืนเครื่อง" เช่น ระบำเทพบันเทิง ระบำดาวดึงส์ ระบำกฤดาภินิหาร ระบำสี่บท ระบำย่องหงิด ระบำพรหมาศาสตร์ รำแม่บทเล็กฯลฯ

- ระบำเบ็ดเตล็ด หรือ ระบำที่ปรับปรุงขึ้น หมายถึง ระบำที่ประดิษฐ์ขึ้นใหม่ ลักษณะท่ารำไม่ตายตัวจะมีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา ขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ ตัวบุคคล ตลอดจนฝีมือ และความสามารถของผู้สอน และผู้เรียน ความสำคัญอยู่ที่ความพร้อมเพรียงของผู้แสดง ความงามของเครื่องแต่งกาย เช่น ระบำชุมนุมเผ่าไทย ระบำนพรัตน์ ระบำดอกบัว ระบำฉิ่ง ระบำนกเขา ระบำไก่ ระบำครุฑฯลฯ

4) การแสดงพื้นเมือง (Folk dance) หมายถึง การแสดงศิลปะของชาวบ้านที่มีรูปแบบการแสดงง่ายๆ นิยมเล่นกันในหมู่ประชาชนแต่ละท้องถิ่น เพื่อความรื่นเริงในฤดูเทศกาลต่างๆ ไม่ได้ยึดถือเป็นอาชีพ หรือเล่นเพื่อหารายได้ การแสดงพื้นเมืองจะมีลักษณะการแต่งกาย การร้อง การรำ การเต้น และเครื่องดนตรี เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นนั้นๆ สะท้อนถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพ วัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณี การแสดงพื้นเมืองแบ่งตามภาคต่างๆ 4 ภาค ดังนี้ คือ

(1) การแสดงพื้นเมืองภาคเหนือ เป็นศิลปะการรำ และการละเล่น ที่นิยมเรียกกันทั่วไปว่า "ฟ้อน" มีลักษณะการแสดงลีลาท่ารำที่แช่มช้า อ่อนช้อย นุ่มนวล และสวยงาม แต่การแสดงบางชุดได้รับอิทธิพลจากศิลปะของพม่า เช่น ฟ้อนเล็บ ฟ้อนเทียน ฟ้อนเงี้ยว ฟ้อนมาลัย ฟ้อนม่านมุ้ยเชียงตา ฟ้อนไต ฟ้อนกิงกะหร่า ฟ้อนโต ฟ้อนดาบ ฟ้อนเจิง ฟ้อนบายศรี ตีกลองสะบัดชัย ฟ้อนสาวไหม ฟ้อนโยคีถวายไฟ การแต่งกายแบบพื้นบ้านภาคเหนือ ดนตรีที่ใช้คือ วงดนตรีพื้นบ้าน เช่น วงสะล้อ ซอ ซึง วงปูเจ่ วงกลองแอว

(2) การแสดงพื้นเมืองภาคอีสาน แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มวัฒนธรรมใหญ่ๆ คือ กลุ่มอีสานเหนือ ได้รับอิทธิพลจากศิลปะของลาว ซึ่งมักเรียกการละเล่นว่า "เซิ้ง ฟ้อน และหมอลำ" เช่น เซิ้งกระติบข้าว เซิ้งโปงลาง เซิ้งแหย่ไข่มดแดง ฟ้อนภูไท เซิ้งสวิง เซิ้งบ้องไฟ เซิ้งกะหยัง เซิ้งตังหวายฯลฯ ใช้เครื่องดนตรีพื้นบ้านประกอบด้วย แคน พิณ ซอ กลองยาวอีสาน โปงลาง โหวด ฉิ่ง ฉาบ ฆ้อง และกรับ ส่วนกลุ่มอีสานใต้ ได้รับอิทธิพลจากศิลปะของเขมร มีการละเล่นที่เรียกว่า "เรือม หรือ เร็อม" เช่น เรือมลูดอันเร (รำกระทบสาก) รำกระโน็บติงต็อง (ระบำตั๊กแตนตำข้าว) รำอาไย (รำตัด) วงดนตรีที่ใช้บรรเลงคือวงมโหรีอีสานใต้ มีเครื่องดนตรี เช่น ซอด้วง ซอตรัวเอก กลองกันตรึม พิณ ระนาดเอกไม้ ปี่สไล กลองรำมะนา และเครื่องประกอบจังหวะ การแต่งกายประกอบการแสดงแต่งแบบวัฒนธรรมของพื้นบ้านอีสาน มีลักษณะลีลาท่ารำและท่วงทำนองดนตรีในการแสดงค่อนข้างกระชับ กระฉับกระเฉง รวดเร็ว และสนุกสนาน

(3) การแสดงพื้นเมืองภาคกลาง เป็นศิลปะการรำ และการละเล่นของชาวพื้นบ้านภาคกลาง ซึ่งส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม ศิลปะการแสดงจึงมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต และเพื่อความบันเทิง สนุกสนาน เป็นการพักผ่อนหย่อนใจจากการทำงาน หรือเมื่อเสร็จจากฤดูเก็บเกี่ยว ส่วนมากเป็นการละเล่นประเภทการร้องโต้ตอบกันระหว่าง ฝ่ายชาย และฝ่ายหญิงโดยใช้ปฏิภาณไหวพริบในการร้องด้นกลอนสด เช่น ลำตัด เพลงฉ่อย เพลงพวงมาลัย เพลงเรือ เพลงเกี่ยวข้าว เต้นกำรำเคียว เพลงอีแซว เพลงปรบไก่ เพลงเหย่อย รำเถิดเทิงฯลฯ ใช้เครื่องดนตรีพื้นบ้าน เช่น กลองยาว กลองโทน ฉิ่ง ฉาบ กรับ และโหม่ง

(4) การแสดงพื้นเมืองภาคใต้ อาจแบ่งตามกลุ่มวัฒนธรรมได้ 2 กลุ่ม คือ วัฒนธรรมไทยพุทธ ได้แก่ การแสดงโนรา หนังตะลุง เพลงบอก เพลงนา วัฒนธรรมไทยมุสลิม ลักษณะการแสดงส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลจากศิลปะของมาเลเซีย เช่น รองเง็ง ซำเป็ง มะโย่ง (การแสดงละคร) ลิเกฮูลู และซิละ นอกจากนี้ยังมีระบำที่ปรับปรุงมาจากกิจกรรมในวิถีชีวิตศิลปาชีพต่างๆ เช่น ระบำร่อนแร่ ระบำตารีกีปัส ระบำปาเต๊ะ ระบำกรีดยาง เป็นต้น มีเครื่องดนตรีประกอบที่สำคัญ คือ กลองโนรา กลองโพน กลองโทน ทับ โหม่ง ปี่กาหลอ ปี่ไหน รำมะนา ไวโอลิน แอคคอเดียนฯลฯ

สรุป ประเภทของนาฏศิลป์ คือ โขน ระบำ รำ การฟ้อนรำ และการแสดงมหรสพ จากประเภทของนาฏศิลป์ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.11 แนวคิดเกี่ยวกับดนตรีพื้นบ้าน

2.1.11.1 ความหมายของดนตรีพื้นบ้าน

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงดนตรีพื้นบ้านไว้หลากหลาย ดังนี้

เฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี (2538 : 88) ให้ความหมายของดนตรีพื้นบ้าน ดังนี้ ดนตรีพื้นบ้านเกิดขึ้น และพัฒนาในสังคมเกษตรกรรม ที่มีสภาพเศรษฐกิจแบบเลี้ยงตัวเองได้ สภาพสังคมจะไม่ใช่สภาพสภาพสังคมที่อยู่อย่างโดดเดี่ยว หรือแยกออกจากสังคมอื่น

สงัด ภูเขาทอง (2541 : 5) ได้กล่าวถึงลักษณะของดนตรีพื้นบ้านไว้ว่า ธรรมชาติของเพลงพื้นบ้านนั้นก็ไม่แตกต่างอะไรกับหุ่นที่ยังไม่ได้แต่งตัว เป็นหุ่นที่มีความสะอาดบริสุทธิ์ และเป็นจริง ไม่มีมายาเจือปน ศิลปินพื้นบ้านที่ถูกสร้างมาจากสังคมชาวบ้านจะเป็นผู้บอกให้เราทราบถึงฐานะทางสังคมในระดับ " ชาวบ้าน " ด้วยศิลปะที่เขาแสดงออกมาให้เราได้เห็นอย่างชัดเจนทำให้เราทราบถึงสิ่งต่างๆ ที่แฝงอยู่ใน " ชาวบ้าน " ได้มากมาย เช่น กิริยา มารยาท ภาษา วัฒนธรรม อาชีพ ประวัติศาสตร์ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ทำให้คนรุ่นหลังได้อาศัยศิลปวัฒนธรรมชาวบ้าน มองลึกเข้าสู่สังคมไทยในอดีตได้อย่างชัดเจน

สรุป ดนตรีพื้นบ้าน คือ ดนตรีของผู้คนในอาณาบริเวณใดบริเวณหนึ่ง หรือวัฒนธรรมใดวัฒนธรรมหนึ่ง เป็นการสืบทอดทางวัฒนธรรมของชาวบ้านตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และช่วยสร้างสรรค์ความรื่นเริงบันเทิงเป็นหมู่คณะและชาวบ้าน จนกลายเป็นเอกลักษณ์ทางพื้นบ้านของท้องถิ่นนั้นๆ ผู้ศึกษาจึงนำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.12 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.1.12.1 ความหมายพฤติกรรมการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายทานได้ให้ความหมายของพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้หลากหลายดังต่อไปนี้

วาสนา อ่องเอี่ยม (2546 : 43) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นลักษณะพฤติกรรมการตัดสินใจ และเลือกรูปแบบที่จะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวจะมีอยู่หลายๆ ลักษณะที่แตกต่างกันไป และนักท่องเที่ยวจะทำการพิจารณาเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสม สอดคล้องกับลักษณะ พฤติกรรมของตนเอง เพื่อให้เกิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ณัฐชา สุวิทยพันธ์ (2545 : 71) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวได้กระทำขึ้นทุกๆ ประเภทไม่ว่าจะเป็นสิ่งที่มองเห็น หรือ มองไม่เห็นก็ตาม เช่น การทำงานของอวัยวะภายในร่างกาย การเดิน การพูด ความคิด ความรู้สึก ความชอบ เป็นต้น

สุกัญญา เจริญศรี (2549 : 33) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมนรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกัน ของแต่ละบุคคล ซึ่งจะส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวก็มีความแตกต่างกันไปด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับความชื่นชอบของแต่ละบุคคลในแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง เป็นต้น

สรุป พฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ การตัดสินใจในการเลือกหรือพิจารณาที่จะเลือกรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของตนเอง ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาในรูปแบบที่หลากหลาย แตกต่างกัน และจะส่งผลให้เป้าหมายของการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปด้วย จากพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.12.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

ได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวทั้งที่ แตกต่างและคล้ายคลึงกัน ดังต่อไปนี้

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 20) ได้สรุปถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินท่องเที่ยวดังนี้

1) การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ โดยผ่าสื่อต่างๆ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2) ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละคนหลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

3) สิ่งที่จูงใจในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งมีปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 2 ปัจจัยดังนี้

(1) Push factor เป็นปัจจัยในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว

(2) Pull faction เป็นปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปชมยังแหล่งท่องเที่ยว และเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ

- การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
- การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
- การวางแผนเตรียมการท่องเที่ยว
- การเดินทางท่องเที่ยว และการประเมินการผลในระหว่างการท่องที่ยว
- ประสบการณ์หลังการท่องเที่ยว และการประเมินผลในด้านความพึงพอใจ

- ทัศนคติหลังจากได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวนั้นๆ

สุกัญญา เจริญศรี (2549 : 34) กล่าวว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว มีสาเหตุดังต่อไปนี้

1) ความเครียดจากการทำงาน นักท่องเที่ยวจึงเกิดความต้องการพักผ่อนเพื่อให้สามารถที่จะกลับมาทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพได้ในอนาคต

2) รายได้ของประชากรที่ดีขึ้น จึงทำให้ประชากรมีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการพักผ่อน และหาความรู้เพิ่มเติมให้กับตนเอง

3) ความสะดวกสบายทางด้านคมนาคม ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะเดินทางเข้าไปใช้บริการ

4) การมีเวลาว่าง จึงทำให้ประชาชนมีเวลาว่างที่จะสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ได้มากขึ้น

5) จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้สภาพแวดล้อมเกิดความแออัด ดังนั้นจึงส่งผลให้ประชากรมีความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว พักผ่อนในสถานที่ต่างๆ ไม่ว่าจากเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางชนบท หรือจากต่างจังหวัดเข้ามาท่องเที่ยวในเมือง เป็นต้น

สรุป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมี ดังนี้ การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละคน หลังจากที่ได้รับข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ สิ่งที่จูงใจในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากเดินทางมาท่องเที่ยว ทัศนคติ หลังจากได้รับประสบการณ์ท่องเที่ยวในการท่องเที่ยว ความเครียดจากการทำงาน รายได้ของประชากรที่ดีขึ้น ความสะดวกสบายทางด้านคมนาคม การมีเวลาว่าง จำนวนประชากรที่มากขึ้น จากปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.1.12.3 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

มีนักวิชาการหลายท่านได้อธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

วาสนา อ่องเอี่ยม (2546 : 65) กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณ และลักษณะของความต้องการในการท่องเที่ยว เช่น ผู้ที่มีอายุเกิน 55 ปี ซึ่งอยู่ในวัยเกษียณนั้น จะมีอำนาจในการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีอายุน้อย เนื่องจากไม่มีพันธะที่ต้องเลี้ยงดูบุตร มีเงินเบี้ยบำเหน็จบำนาญ การมีเวลาว่างที่แน่นอน และมีความต้องการพักผ่อนในบั้นปลายชีวิต

2) องค์ประกอบด้านเพศ เป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยม และพฤติกรรมในการเลือกซื้อการท่องเที่ยว ซึ่งขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์แต่ละลักษณะทางสังคม และวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ เช่น นักท่องเที่ยวเพศหญิง จะมีพฤติกรรมที่ชอบการท่องเที่ยวแบบปลอดภัยมากกว่า นักท่องเที่ยวเพศชาย ที่มีความชอบการท่องเที่ยวผจญภัยมากกว่า

ณัฐชา สุวิทยพันธ์ (2549 : 74) กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1) องค์ประกอบด้านอายุ เป็นปัจจัยที่มีผลในการใช้วิเคราะห์ ซึ่งอายุที่มีความแตกต่างกันนั้น จะส่งผลให้การตัดสินใจต่างกันด้วย

2) องค์ประกอบด้านเพศ คือ ความแตกต่างกันของนักท่องเที่ยว ก็จะมีบทบาทต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมและสังคมของแต่ละบุคคลเป็นตัวกำหนดบทบาทด้วย

3) องค์ประกอบด้านอาชีพ เป็นตัวชี้วัดความแตกต่างทางด้านสถานภาพทางสังคม และเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันนั้นย่อมมีพฤติกรรม ค่านิยม ความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันด้วย

4) องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความแตกต่างที่เกี่ยวกับแนวคิด พฤติกรรม รูปแบบ ความชื่นชมในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลด้วย

สรุป องค์ประกอบของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวมี ดังนี้ องค์ประกอบด้านอายุ องค์ประกอบด้านเพศ องค์ประกอบด้านอาชีพ องค์ประกอบด้านรายได้ จากแนวคิดดังกล่าวผู้ศึกษาจึงได้นำ องค์ประกอบด้านอายุ องค์ประกอบด้านเพศ องค์ประกอบด้านอาชีพ องค์ประกอบด้านรายได้ นำมาใช้เป็นตัวแปรต้น

2.2 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจ

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงทฤษฎีแรงจูงใจไว้หลากหลายดังนี้

อารี พันธ์มณี (2538 : 26) ได้อธิบายทฤษฎีแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจดังนี้

1) ทฤษฎีความต้องการความสุขส่วนตัว (Hedonistic theory) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความต้องการความสุขส่วนตัวในเรื่องแรงจูงใจไว้ว่าในสมัยโบราณเชื่อกันว่ามูลเหตุสำคัญของมนุษย์ที่ทำให้เกิดแรงจูงใจก็เพราะใจมนุษย์ต้องการหาความสุขส่วนตัวและพยายามหลีกหนีความเจ็บปวด

2) ทฤษฎีสัญชาตญาณ (Instinctual theory) สัญชาตญาณ เป็นสิ่งที่ติดตัวบุคคลมาตั้งแต่กำเนิดซึ่งทำให้บุคคลมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งเร้าต่างๆ โดยไม่จำเป็นต้องมีการเรียนรู้

3) ทฤษฎีการมีเหตุผล (Cognitive theory) ทฤษฎีหลักการมีเหตุมีผลเป็นทฤษฎีที่มีความเชื่อในเรื่องเกี่ยวกับความสามารถของบุคคลในการมีเหตุผลที่จะตัดสินใจกระทำสิ่งต่างๆ เพราะบุคคลทุกคนมักมีความตั้งใจจริง นอกจากนั้น ทฤษฎีนี้มีความเชื่อว่า บุคคลมีอิสระที่จะกระทำพฤติกรรมได้อย่างมีเหตุผล และสามารถตัดสินใจต่อการกระทำต่างๆ ได้ มีความรู้ว่าตนต้องทำอะไร ปรารถนาสิ่งใดและควรจะต้องตัดสินใจออกในลักษณะใด

4) ทฤษฎีแรงขับ (Drive theory) โดยปกติแล้วพฤติกรรมและการกระทำต่างๆ ของบุคคลนั้นๆ จะมีส่วนสัมพันธ์กับแรงขับภายในของแต่ละบุคคล แรงขับภายในของแต่ละบุคคลนั้นเป็นภาวะความตึงเครียดนั้นออกไป แรงขับจึงมีลักษณะที่สำคัญ 2 ลักษณะ คือ แรงขับภายในร่างกาย และแรงขับภายนอกร่างกาย หรือแรงขับทุติยภูมิ เป็นแรงขับที่เกิดจากความต้องการทางด้านสติปัญญา อารมณ์และสังคม ซึ่งลักษณะดังกล่าวจะมีผลทำให้บุคคลมีพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป อันเป็นผลเนื่องมาจากประสบการณ์การเรียนรู้ที่สะสมไว้ในแต่ละบุคคล

5) ทฤษฎีลำดับความต้องการ (Theory of need gratification) เป็นทฤษฎีลำดับขั้นของความต้องการของมาสโลว์ (Abraham H. Maslow) ซึ่งกล่าวไว้ว่ามนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความต้องการที่จะสนองความต้องการให้กับตนเองทั้งสิ้น และความต้องการของมนุษย์นี้มีมากมายหลายอย่างด้วยกัน โดยมนุษย์จะมีความต้องการขั้นสูงๆ ถ้าความต้องการในขั้นต่ำๆ ได้รับการตอบสนองอย่างพึงพอใจเสียก่อน Abraham H. Maslow

สรุป จากทฤษฎีแรงจูงใจ สรุปได้ดังนี้ มนุษย์มีความต้องการ และรับรู้ว่าตนต้องการอะไรหรือปรารถนาสิ่งใด และมีเหตุผลที่จะตัดสินใจกระทำสิ่งต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับตนเอง จากความต้องการของมนุษย์สามารถเรียงเป็นลำดับดังนี้ 1) ความต้องการทางด้านร่างกาย (Physiological needs) 2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety needs) 3) ความต้องการความรักและความเป็นเจ้าของ (Belongingness and love needs) 4) ความต้องการได้รับความนับถือยกย่อง (Esteem needs) 5) ความต้องการที่จะเข้าใจตนเองอย่างแท้จริง (Self-actualization needs) จากทฤษฎีดังกล่าวผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.2.2 ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ไว้หลากหลายดังนี้

ออกุสต์ กองต์ อ้างถึงใน สนธยา พลศรี (2545 : 71) เสนอว่า สังคมประกอบไปด้วยโครงสร้างต่างๆ หลายส่วน เช่นเดียวกับร่างกายมนุษย์ที่ประกอบไปด้วยอวัยวะต่างๆ โครงสร้างแต่ละส่วนเหล่านี้จะทำหน้าที่แตกต่างกันออกไปอย่างชัดเจน แต่ต่างประสานสัมพันธ์

กันอย่างเป็นระบบ สังคมจึงจะคำรงอยู่ได้อย่างสงบสุข หรือมีคุณภาพ (Equilibrium) ซึ่งมีความเห็นสอดคล้องกับ เฮอร์เบิร์ท สเปนเซอร์ และขยายเพิ่มเติมว่า โครงสร้างของสังคมจะเพิ่มความซับซ่อนมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดความหลากหลายและแตกต่างไปจากโครงสร้างเดิมเสมอ แต่จะรวมกันในลักษณะของการบูรณาการ (Integration) เมื่อสมาชิกของสังคมเพิ่มจำนวนขึ้น ก็ยิ่งทำให้เกิดความแตกต่างทางสังคมมากยิ่งขึ้น ทำให้สังคมขาดดุลยภาพ สมาชิกจึงต้องปรับตัวในรูปแบบต่างๆ เช่น การแบ่งงานกันทำ การจัดระเบียบสังคม เป็นต้น เพิ่มความซับซ้อนและเกิดความแตกต่างกัน เป็นความพิเศษเฉพาะอย่าง (Specialization) แต่สังคมจะมีดุลยภาพ เพราะโครงสร้างต่างๆ ได้ปฏิบัติหน้าที่ของตน และประสานสัมพันธ์กับโครงสร้างอื่นๆ ด้วยทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ จะมองสังคมเป็นระบบ (System) และในระบบนั้นจะประกอบด้วยระบบย่อย (Sub system) อันเป็นส่วนประกอบที่ทำให้ระบบใหญ่คงอยู่ วิจัยระบบย่อยแต่ละระบบจะต้องมีหน้าที่ (Function) ในตัวของมันเองในลักษณะโดยเท่าเทียมกัน เมื่อระบบย่อยทั้งหลายต่างมีภาระหน้าที่ในตัวของมันเอง ก็จะต้องประพฤติบทบาทหน้าที่ให้เป็นไปตามบทบาทของมัน แต่ถ้าระบบย่อยทำหน้าที่โดยไม่ต้องสมบูรณ์ (Dye function) การเปลี่ยนแปลงที่ก่อให้เกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นทางบวกหรือทางลบในระบบย่อย ที่ส่วนใดส่วนหนึ่งก็ย่อมกระทบส่วนอื่นๆ ด้วย สุดท้ายต้องมีการปรับตัว (Adaptation) เข้าหากันของการมีปฏิสัมพันธ์กัน และการปรับตัวเข้าหากันในกลไกของระบบทำให้เข้าสู่สภาวะสมดุล (Balance)

ทัลคอตต์ พาร์สัน อ้างถึงใน สนธยา พลศรี (2533 : 140) นักสังคมวิทยาชาวอเมริกาเป็นนักทฤษฎีคนสำคัญที่พัฒนาทฤษฎีหน้าที่ให้กลายเป็นทฤษฎีโครงสร้างและหน้าที่ โดยเสนอแนวความคิดว่า การที่มนุษย์เข้าไปอยู่ในสังคม และสังคมมีการจัดระเบียบขึ้นเนื่องจากสมาชิกในสังคมมีความสมัครใจที่จะเข้าไปทำกิจกรรมต่างๆ ในสังคมนั้น เขาเสนอว่าการกระทำ (Action) มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบสังคม การกระทำคือ การกระทำระหว่างกัน (Interaction) ระหว่างผู้กระทำ (Actor) สถานการณ์ (Situation) จุดมุ่งหมายหรือจุดประสงค์ (Goals) วิธีการ (Means) และแนวความคิดของผู้กระทำ (Actor's Orientation) เมื่อขยายความให้กระจ่าง ผู้กระทำ หมายถึง บุคคลที่มีประสบการณ์ มีวิธีการต่างๆ เพื่อไปสู่จุดมุ่งหมายต่างๆ ที่ตั้งไว้ สถานการณ์ หมายถึง เงื่อนต่างๆ ที่ผู้กระทำรู้จักและมีอิทธิพลต่อการเลือกจุดมุ่งหมาย และจะดำเนินการต่างๆ ไปสู่จุดมุ่งหมายนั้นๆ และแนวคิดของผู้กระทำ หมายถึง ค่านิยม บรรทัดฐาน และความคิดอื่นๆ ที่ผู้กระทำได้รับอิทธิพลซึ่งเป็นแนวทางที่ผู้กระทำดำเนินการต่างๆ ไปสู่จุดมุ่งหมายภายใต้สถานการณ์นั้น

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2538 : 26) ทฤษฎีเป็นโครงสร้างและหน้าที่นี้สามารถนำมาใช้การพัฒนาชุมชนได้เป็นอย่างดี คือ การที่นักพัฒนาชุมชนต้องพยายามพัฒนาระบบงานพัฒนาชุมชนให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในรูปของกลุ่มและองค์กรต่างๆ ทั้งนี้จะต้องให้ระบบ

ย่อยต่างๆ ปฏิบัติหน้าที่ของตนเต็มความสามารถ และประสานสัมพันธ์กับระบบย่อยอื่นๆ ด้วย ก็จะทำให้การดำเนินงานนั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อย่างไรก็ดี จากข้อเปรียบเทียบเช่นนั้น ทำให้เกิดอคติเกี่ยวกับสังคมขึ้นมา 3 ประการ คือ

1) สังคมเป็นระบบๆ หนึ่ง

2) ระบบนั้นประกอบด้วยส่วนต่างๆ ที่สัมพันธ์ซึ่งกันและกัน

3) ระบบมีขอบเขตแน่นอน พร้อมทั้งมีกระบวนการรักษาบูรณาการและอาณาเขตนั้นไว้เสมอ ต่อจากนั้นก็ได้มีการขยายต่อเติมความคิดนี้ให้ครอบคลุมสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตามความคิดของนักสังคมวิทยาที่นิยมอินทรีย์อุปมานี้ แบบสุดโต่งกว่าแบบอื่นในหมู่นักโครงสร้าง – หน้าที่นิยม มองเห็นสังคมมีลักษณะดังนี้

(1) สังคมในฐานะที่เป็นระบบที่มีอาณาเขตแน่นอนเป็นสังคมที่วางระเบียบให้ตนเอง ควบคุมตนเองโดยมีแนวโน้มที่ส่วนประกอบต่างๆพึ่งพาอาศัยกันและรักษาดุลยภาพไว้ได้

(2) ในฐานะที่เป็นระบบที่บำรุงรักษาตนเอง ทำนองเดียวกันกับอินทรีย์ทั้งหลาย สังคมมีความต้องการจำเป็นจำนวนหนึ่ง ซึ่งเมื่อสนองได้แล้วจะทำให้สังคมดำรงชีวิตอยู่ได้ ส่วนต่างสามารถพึ่งพากันได้ และสามารถรักษาสมดุลยภาพไว้ได้

(3) เมื่อเป็นดังนั้น การวิเคราะห์ระบบที่บำรุงรักษาตนเอง (สังคม) เชิงสังคมวิทยา จึงควรต้องมุ่งเสนอความต้องการจำเป็นของส่วนประกอบต่างๆ ของสังคม ซึ่งการทำเช่นนั้นจะส่งผลให้เป็นการรักษาความพึ่งพากันและดุลยภาพ

(4) ในระบบที่มีความต้องการจำเป็นอย่างนี้ สังคมจะต้องมีโครงสร้างแบบใดแบบหนึ่งขึ้นมา เพื่อเป็นหลักประกันให้มีการพึ่งพา ดุลยภาพ และการมีชีวิต อาจกล่าวได้ว่าโครงสร้างหลายโครงสร้างสามารถตอบสนองความต้องการจำเป็นอันเดียวกันได้ แต่โครงสร้างจำนวนจำกัดเท่านั้น ที่สามารถตอบสนองความต้องการจำเป็นใดๆ หรือความต้องการจำเป็นหลายอย่างได้ในขณะเดียวกัน

สรุป ทฤษฎีโครงสร้างหน้าที่ มีความสำคัญอย่างยิ่งในสังคม เมื่อสมาชิกในสังคมเพิ่มจำนวนมากขึ้น ก็ยิ่งทำให้เกิดความแตกต่างทางสังคม ความคิด ความเชื่อ สมาชิกจึงต้องปรับตัวในรูปแบบต่างๆ เช่น การแบ่งงานกันทำ การจัดระเบียบสังคม เป็นต้น อีกทั้งยังสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาชุมชนได้เป็นอย่างดี จากทฤษฎีดังกล่าวผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.2.3 ทฤษฎีระบบ

มีนักวิชาการหลายท่านได้กล่าวถึงทฤษฎีระบบไว้หลากหลายดังนี้

เฉลียว บุรีภักดี และคณะ (2545 : 31) ได้สังเคราะห์แนวความคิดเชิงระบบ (Systems concepts) และการคิดเชิงระบบ (System thinking) ในตำราภาษาอังกฤษหลายเล่มได้

ศึกษาทฤษฎีในทางพุทธธรรม 3 ทฤษฎี คือ อิทัปปัจจยตา ปฏิจจสมุปบาท และไตรลักษณ์ ตลอดเวลาประมาณ 30 ปีที่ได้ศึกษาเรื่องนี้และได้เฝ้าสังเกต " สิ่งจริง " หรือ " Reality " ในเอกภพนี้ (The universe) แล้วนำมาคิดทบทวนประมวลและสังเคราะห์เข้าด้วยกัน สรุปขึ้นเป็นแนวคิดเชิงทฤษฎีชุดหนึ่งแนวคิดประเด็นต่างๆ อันเป็นส่วนประกอบของ "ทฤษฎีระบบ" นับว่าเป็นผลสะสม ซึ่งได้ผ่านการปรับปรุงมาเป็นระยะๆ คือ เมื่อสังเกตเห็นปรากฏการณ์บางอย่างของสิ่งจริง (Reality) เพิ่มขึ้นก็นำมาปรับปรุงแนวคิดเดิมให้สอดคล้องกับสิ่งที่สังเกตเห็นนั้นพร้อมกับไปศึกษาแนวความคิดของผู้อื่นอีกครั้งและทดลองนำแนวคิดใหม่ที่ปรับปรุงแล้วของตนเองไปเปรียบเทียบ หรือประยุกต์ ใช้กับสิ่งจริงอีกอันหนึ่ง เพื่อตรวจดูความสอดคล้องกัน ทั้งนี้เพราะเชื่อว่า ทฤษฎีใดๆ ถ้าไม่สอดคล้องกับสิ่งจริง ย่อมไม่มีประโยชน์ที่จะใช้อธิบายหรือใช้ทำนายหรือใช้ควบคุมความเป็นไปของสิ่งจริงเหล่านั้น

ทฤษฎีระบบนี้มีลักษณะเนื้อหาสาระเป็น " ทฤษฎีทั่วไป " หรือเป็นความคิดพื้นฐาน หรือข้อตกลงเบื้องต้น (Basic assumption) ที่รองรับทฤษฎีเฉพาะด้านหรือทฤษฎีเฉพาะเรื่อง กล่าวคือ ทฤษฎีเฉพาะด้านทั้งหลาย ต่างก็มีข้อตกลงเบื้องต้นมาก่อนว่า "ผลย่อมเกิดจากเหตุ" ดังเช่น ที่เป็นความคิดหลักของทฤษฎีระบบ จากนั้นแต่ละทฤษฎีดังกล่าวจึงเจาะจงระบุแต่ละคู่ของความสัมพันธ์ระหว่างเหตุผล เมื่อนำทฤษฎีระบบไปใช้อธิบายเหตุการณ์หรือใช้แก้ปัญหา เราสามารถนำเอาทฤษฎีอื่นๆ เฉพาะด้านมาใช้ร่วมกันได้อย่างไม่มีความขัดแย้ง ทฤษฎีระบบจึงเป็นเหมือนเข้าหล่อหลอมรวมทฤษฎีอื่นๆ เข้ามาใช้งานด้วยกันได้ภาพโดยรวมของทฤษฎีระบบ

ทฤษฎีระบบ (The system theory) คือ แนวคิดที่เชื่อว่าเอกภพนี้ (The universe) เป็นหน่วยหนึ่งหน่วยระบบ ซึ่งมีคุณสมบัติประการต่างๆ ตามที่จะกล่าวต่อไป ยกเว้นบางประการที่ยังไม่อาจจะรู้ได้ เพราะเอกภพเป็นหน่วยระบบที่ใหญ่โตเกินกว่าที่เราจะสังเกตและพิสูจน์ได้ครบถ้วน และแม้ส่วนประกอบที่เล็กที่สุดของเอกภพ ซึ่งนักวิทยาศาสตร์ปัจจุบันเรียกว่า " ควาร์ก " (Quaek) และเราสังเกตหรือพิสูจน์ได้อยากก็เป็นหน่วยระบบเช่นเดียวกัน แต่อาจมีคุณสมบัติอย่างไม่ครบถ้วน ส่วนสิ่งอื่นๆ ทั้งหลายที่มีขนาดระหว่างกลางของสิ่งทั้งสองนี้ ล้วนมีคุณสมบัติของความเป็นหน่วยระบบครบถ้วนมุกประการ คุณสมบัติสำคัญเท่าที่ได้ค้นพบแล้วของหน่วยระบบแต่ละหน่วย คือ

1) เป็นหน่วยงานทำงาน
2) มีขอบเขต
3) มีผลผลิต
4) มีกระบวนการ
5) มีปัจจัยนำเข้า

6) มีบริบท

7) มีผลย้อนกลับ

8) ประกอบขึ้นจากหน่วยระบบอนุระบบจำนวนหนึ่ง

9) เป็นหน่วยอนุระบบหนึ่งของหน่วยอภิระบบ

10) มีจุดเริ่มต้น และจุดสิ้นสุดบนมิติเวลา

11) มีที่มา ที่อยู่ ที่ไป

วิโรจน์ สารรัตนะ (2546 : 46) กล่าวไว้ว่า ทฤษฎีนี้พัฒนาขึ้นบนพื้นฐานความคิดที่ว่าองค์การต่างๆ สามารถมองเป็นระบบหนึ่งๆ ได้โดยระบบหนึ่งๆ นั้นเอง หมายถึง ชุดขององค์ประกอบที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นเอกภาพเพื่อสู่จุดมุ่งหมายขององค์การร่วมกันดังนี้

1) ปัจจัยป้อนเข้า (Input) คือ ทรัพยากรต่างๆ เช่น คน วัสดุอุปกรณ์ เงิน ข้อมูลสารสนเทศที่จำเป็นต่อการผลิตสินค้าหรือให้บริการ

2) กระบวนการเปลี่ยนแปลง (Transformation processes) จากการให้ศักยภาพทางการบริหารและเทคโนโลยีขององค์การเพื่อเปลี่ยนปัจจัยป้อนเข้าเป็นปัจจัยป้อนออก

3) ปัจจัยป้อนออก (Output) ประกอบด้วยผลผลิต การให้บริการ หรือผลลัพธ์อื่นๆ ที่องค์การผลิตขึ้น

4) ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เกี่ยวกับผลลัพธ์และสถานะขององค์การที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม

สรุป ทฤษฎีระบบ เป็นทฤษฎีที่มีชุดองค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ดังนี้ ปัจจัย คือ ทรัพยากรต่างๆ เช่น คน วัสดุอุปกรณ์ เป็นต้น กระบวนการเปลี่ยนแปลงซึ่งเป็นกระบวนการเพื่อเปลี่ยนปัจจัยป้อนเข้าเป็นปัจจัยป้อนออก ปัจจัยป้อนออก ซึ่งประกอบไปด้วย ผลผลิต การให้บริการ หรือผลลัพธ์ที่ได้จากการผลิตขึ้นมา ข้อมูลย้อนกลับ หรือผลตอบแทน ผลลัพธ์ที่ได้กลับมา จากทฤษฎีระบบผู้ศึกษาจึงได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

2.3 ข้อมูลทั่วไปของอำเภอเมืองเชียงคาน

เทศบาลตำบลเชียงคาน (ม.ป.ป : 2551) ได้รวบรวมได้รวบรวมข้อมูลพื้นฐานของอำเภอเชียงคานไว้ ดังนี้

2.3.1 ลักษณะที่ตั้ง

เทศบาลตำบลเชียงคาน มีพื้นที่ 2.7 ตารางกิโลเมตร ตั้งอยู่ในเขตอำเภอเชียงคาน ห่างจากจังหวัดเลย ประมาณ 48 กิโลเมตร ห่างกรุงเทพมหานคร ประมาณ 568 กิโลเมตร ด้าน

เหนือ ตั้งแต่หลักเขตที่ ซึ่งตั้งอยู่ที่ฝั่งใต้ของแม่น้ำโขง ตอนที่อยู่ห่างจากวัดโพนชัย ไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ ระยะทาง 350 เมตร และอยู่หางจากที่จอดเรือสาธารณะแม่น้ำโขงฝั่งใต้ ไปทางทิศตะวันตก ระยะทาง 1,350 เมตร จากหลักเขตที่ 1 เลียบตามฝั่งใต้ของแม่น้ำโขงไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ถึงฝั่งตะวันตกของปากลำน้ำฮวย ซึ่งเป็นหลักเขตที่ 2 ด้านตะวันออก จากหลักเขตที่ 2 เลียบตามฝั่งตะวันตกของลำน้ำฮวยไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ผ่านทางสายไปอำเภอทางถึงจุดซึ่งอยู่ห่างจากทางสายไปอำเภอท่าบ่อ ระยะทาง 250 เมตร ซึ่งเป็นหลักเขตที่ 3 ด้านใต้ จากหลักเขตที่ 3 เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ผ่านทางหลวงแผ่นดินสายเชียงคาน – เลย ตรงเชิงสะพานของทางหลวงแผ่นดินสายเชียงคาน–เลย ด้านเหนือ ตอนที่อยู่ห่างจากสุขศาลา อำเภอ ระยะทาง 350 เมตร ถึงจุดซึ่งอยู่ห่างจากทางหลวงแผ่นดินสายเชียงคาน–เลย ระยะทาง 1,000 เมตร ซึ่งเป็นหลักเขตที่ 4 ด้านตะวันตก จากหลักเขตที่ 4 เป็นเส้นตรงไปทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือจนบรรจบกับหลักเขตที่ 1 เทศบาลตำบลเชียงคานแบ่งออกเป็น 9 ชุมชนย่อยดังนี้

1) ชุมชนคุ้มวัดท่าคก
2) ชุมชนคุ้มวัดป่าใต้
3) ชุมชนคุ้มวัดศรีพนมมาศ
4) ชุมชนคุ้มวัดมหาธาตุ
5) ชุมชนคุ้มวัดศรีคุณเมือง
6) ชุมชนคุ้มวัดมัชฌิมาราม (ป่ากลาง)
7) ชุมชนคุ้มวัดโพนชัย
8) ชุมชนคุ้มวัดสันติวนาราม
9) ชุมชนส่วนราชการ

2.3.2 ลักษณะภูมิประเทศและลักษณะภูมิอากาศ

เทศบาลตำบลเชียงคาน มีลักษณะภูมิประเทศโดยส่วนใหญ่เป็นที่ลุ่มริมฝั่งแม่น้ำ สภาพพื้นที่จะมีความลาดเทจากทิศใต้สู่ทิศเหนือ ด้านตะวันออกเป็นที่ราบสูง เนื่องจากพื้นที่ดังกล่าวติดต่อกับภูทอก และภูหม่อน ซึ่งเป็นเขตของป่าสงวนแห่งชาติ และการมีพื้นที่ที่ติดลำน้ำโขง ส่งผลให้สภาพความอุดมสมบูรณ์ของดินมีสูง เหมาะแก่การเพาะปลูก สภาพอากาศของเทศบาลตำบลเชียงคานมีลักษณะสำคัญ ดังนี้ ฤดูร้อน เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม ฤดูฝน เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายน ฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ อุณหภูมิโดยเฉลี่ยของพื้นที่เทศบาลเชียงคาน จากข้อมูลสถิติอากาศ ของกรมอุตุนิยมวิทยา อยู่ที่ 25.5 องศาเซลเซียส อุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดและต่ำสุด เท่ากับ 32.0 และ 20.1 องศาเซลเซียส ตามลำดับ ในช่วงเดือนเมษายน และมกราคม เป็นเดือนที่มีอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุดและต่ำสุด เท่ากับ 35.7 และ 13.4 องศาเซลเซียสตามลำดับ

2.3.2 โครงสร้างประชากร และด้านการเมืองการปกครอง

มีจำนวนประชากรนับถึงเดือน พฤษภาคมปี 2552 มีจำนวนทั้งสิ้น 5,948 คน ความหนาแน่นของประชากรในเขตเทศบาล คิดเป็น 2,202.96 คน/ตารางกิโลเมตร จำนวนครัวเรือนรวม 2,332 ครัวเรือน ในด้านการเมืองการปกครอง เทศบาลตำบลเชียงคานมีหน่วยงานต่างๆ ในเขตเทศบาลตำบลเชียงมีจำนวน 22 แห่งคือ ที่ว่าการอำเภอเชียงคาน สำนักงานเทศบาลตำบลเชียงคาน สำนักงานเกษตรอำเภอเชียงคาน สถานีตำรวจภูธรเชียงคาน สำนักงานสาธารณสุขอำเภอเชียงคาน สำนักงานที่ดินจังหวัดเลย สาขาเชียงคาน สำนักงานป่าไม้อำเภอเชียงคาน สำนักงานสรพกรอำเภอเชียงคาน สำนักงานสัสดีอำเภอเชียงคาน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเชียงคาน โรงพยาบาลเชียงคาน ด่านศุลกากร ด่านตรวจคนเข้าเมืองเชียงคาน สถานีประมงน้ำจืดจังหวัดเลย กองร้อย ตชด.ที่ 243 อำเภอเชียงคาน สถานีเรืออำเภอเชียงคาน (นรข) ศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย โรงเรียนเชียงคาน โรงเรียนบ้านเชียง (ปทุมมาสงเคราะห์) โรงเรียนบ้านเชียงคาน (วิจิตรวิทยา) สถานีตำรวจน้ำ ศูนย์สำรวจอุทกวิทยา และหน่วยงานรัฐวิสาหกิจอีกจำนวน 5 แห่ง คือ บริษัท ทีโอที (มหาชน) จำกัด บริษัทไปรษณีย์ไทย จำกัด สำนักงานการประปาส่วนภูมิภาคอำเภอเชียงคาน ธนาคารออมสิน สาขาเชียงคาน ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรสาขาเชียงคาน

2.3.3 โครงสร้างพื้นฐาน

มีสำนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค อำเภอเชียงคาน 1 แห่ง มีการประปาสาวนภูมิภาคอำเภอเชียงคาน 1 แห่ง โทรศัพท์ มีจำนวนคู่สายโทรศัพท์ให้บริการในเขตเทศบาล 1,000 คู่สาย การคมนาคมขนส่ง ส่วนใหญ่จะเป็นการเดินทางโดยทางบก โดยมีเส้นทางการคมนา ระหว่างอำเภอ และจังหวัด รวมทั้งการคมนาคมภายในเขตเทศบาล และจากเทศบาลไปยังตำบลต่างๆ การเดินทางจากจังหวัดเลยสู่อำเภอเชียงคาน โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 201 รวมระยะทาง 48 กิโลเมตร จากอำเภอเชียงคานสู่อำเภอปากชม โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 211 รวมระยะทาง 40 กิดลเมตร และจากอำเภอเชียงคานสู่บ้านหนองผือ อำเภอท่าลี่ โดยทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 2195 รวมระยะทาง 58 กิโลเมตร ส่วนการคมนาคม จากเทศบาลเชียงคานไปยังตำบลต่างๆ ก็มีรถประจำทาง (รถสองแถว) คอยบริการผู้ที่โดยสารไปมา สำหรับการเดินทางภายในเขตเทศบาลจะมีรถโดยสารไว้คอยบริการประชาชน โดยมีถนนสายหลัก 3 สาย คือ ถนนมะลิวัลย์, ถนนศรีเชียงคาน และถนนชายโขง โดยมีถนนภายในเขตที่มีซอยต่างๆ อีก 28 ซอย การคมนาคมทางน้ำมีการติดต่อค้าขายกับ ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาง โดยทางเรือที่ท่าเทียบเรือข้ามฟาก บริเวณด่านตรวจคนเข้าเมืองไปยังเมืองสานะคาม และการสื่อสารคมนาคม มี ดังนี้ บริษัท ไปรษณีย์ไทย จำกัด 1 แห่ง และโทรศัพท์สาธารณะ 26 แห่ง

2.3.4 ด้านเศรษฐกิจ

รายได้ประชากรในเขตเทศบาลเชียงคาน มีรายได้จากการประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จากการเกษตรกรรม การรับจ้าง และการทำประมง รวมถึงการรับราชการ ซึ่งรายได้เฉลี่ยของประชากรในพื้นที่มีประมาณ 13,000 บาท ต่อครอบครัว/ปี การพาณิชยกรรม สถานีบริการน้ำมันเชื้อเพลิงขนาดกลาง 1 แห่ง มีธนาคารของรัฐ 2 แห่ง มีโรงแรมและสถานที่บริการที่พัก 6 แห่ง

2.3.5 การท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในเขตเทศบาลเชียงคาน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปกรรม ที่วัดศรีคุณเมือง ตั้งอยู่ที่บ้านเชียงคาน หมู่ที่ 1 ตำบลเชียงคาน สวนสุขภาพเฉลิมพระเกียรติ สำหรับพักผ่อนหย่อนใจของประชาชนในเขตเทศบาล และชุมชนบ้านไม้เก่าบริเวณถนนชายโขง

2.3.6 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

เทศบาลตำบลเชียงคานมีแหล่งน้ำธรรมชาติที่สำคัญได้แก่

1) แม่น้ำโขง เป็นแม่น้ำที่กั้นเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีต้นกำเนิดจากภูเขาประเทศธิเบต ไหลผ่านหลายจังหวัดของประเทศไทย และผ่านเทศบาลตำบลเชียงคาน มีความยาวประมาณ 2 กิโลเมตร เป็นแหล่งน้ำการประปาส่วนภูมิภาคใช้ในการผลิตน้ำประปา เพื่อให้ประชาชนได้ใช้อุปโภคบริโภค และยังใช้ในการเกษตรกรรม การประมง

2) ลำน้ำฮวย เกิดจากป่าภูเขาแก้ว ไหลจากตำบลเขาแก้ว ผ่านทางทิศตะวันออกของเทศบาล มีช่วงความยาวที่ผ่านเขตเทศบาล ประมาณ 700 เมตร โดยจะไหลลงสู่แม่น้ำโขง ประชาชนใช้ประโยชน์ในการเกษตรกรรม และลำน้ำฮวยยังใช้แบ่งเขตระหว่างเทศบาลและหมู่ 4 บ้านน้อย ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน

ลักษณะทั่วไปของดิน และการใช้ประโยชน์ในที่ดินในเขตเทศบาลเชียงคาน เป็นลักษณะดินปนทราย ดินแม่น้ำ และภูเขา โดยมีการใช้ประโยชน์ในที่ดิน แบ่งแยกชัดเจน คือ ด้านทิศตะวันตกจองเทศบาลเป็นย่านที่อยู่อาศัย การพาณิชย์ ส่วนด้านทิศตะวันออกเป็นที่ตั้งของศูนย์ราชการและที่ดินเพื่อการเกษตรรวมทั้งการประมงขนาดเล็ก เป็นต้น

เทศบาลตำบลเชียงคาน เป็นพื้นที่ชายแดนติดแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นแม่น้ำนานาชาติ มีภูเขา และธรรมชาติที่ดีงาม ในทุกฤดูกาล อากาศบริสุทธิ์ เหมาะแก่การพักผ่อนท่องเที่ยว ตลอดจนประชาชนมีความสมัครสมานสามัคคี ยิ้มแย้มแจ่มใส พร้อมอัธยาศัยดี เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พีระพงษ์ ดวงสนิท (2545 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้ทราบถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงราย และ 2) เพื่อศึกษาถึงคุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพึงประสงค์

กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถาม ข้อมูลที่รวบรวมได้นำมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ การหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษา พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์จังหวัดเชียงราย ในเรื่องของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ สำหรับในเรื่องความสามารถอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะความสามารถในด้านวิชาการ ด้านการนำเที่ยว และด้านการจัดการ ส่วนคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ในด้านหน้าที่ ความรับผิดชอบอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะการตรงต่อเวลา และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในตนเอง และการมีอารมณ์ขัน และด้านมนุษยสัมพันธ์ อยู่ในระดับดี เช่นกัน โดยเฉพาะความเอื้อเฟื้อ รู้จักอาทรห่วงใยผู้อื่น และมีน้ำใจพร้อมจะให้ความช่วยเหลือ

คุณลักษณะของมัคคุเทศก์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพึงประสงค์นั้น ส่วนใหญ่ทีความต้องการให้มัคคุเทศก์เป็นผู้มีความรู้ดี ทั้งความรู้เกี่ยวกับโบราณสถาน โบราณวัตถุ สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ และประเพณี วัฒนธรรม สำหรับในเรื่องความสามารถอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะด้านการจัดการ และด้านวิชาการ ส่วนคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ในด้านหน้าที่ และความรับผิดชอบอยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในตนเอง และมีอารมณ์ขัน และด้านมนุษยสัมพันธ์อยู่ในระดับดี โดยเฉพาะมีความเอื้อเฟื้อ รู้จักอาทรห่วงใยผู้อื่น สดชื่น ร่าเริงแจ่มใส และมีน้ำใจพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือกับให้ความร่วมมือ ตามลำดับ

นอกจากนี้ ยังพบว่า ความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางมา และความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลังจากได้รับบริการแล้ว มีสิ่งที่เกินความคาดหวัง คือ ความสามารถด้านภาษา หน้าที่และความรับผิดชอบ ในด้านการแนะนำในสิ่งที่ดี และตรงต่อเวลา บุคลิกภาพ ด้านพลานามัยสมบูรณ์ วาจาสุภาพอ่อนหวาน ไพเราะ และการแต่งกายได้เหมาะสมกับกาลเทศะ ส่วนด้านมนุษยสัมพันธ์ ได้แก่ การมีน้ำใจพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ และสิ่งที่น้อยกว่าความคาดหลัง คือ บุคลิกภาพ ในด้านความเชื่อมั่น

จากงานวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

ปัญญา ซิ้มสื่อ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า – หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะกรณี เกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อ ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า – หมู่เกาะเสม็ด และเพื่อศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจระหว่างตัวแปรอิสระกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า–หมู่เกาะเสม็ดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเกาะเสม็ดในเดือนตุลาคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2546 จำนวน 368 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบประมาณค่า 5 ระดับ มีทั้งหมด 3 ตอน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.963 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ เพื่อหาค่าร้อยละ (%) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.), t-test, F - test และทดสอบหาความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยรายคู่โดยเทคนิคเชฟเฟ่ (Scheffe')

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว และด้านกิจกรรมและนันทนาการอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความและการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ อยู่ในระดับปานกลาง

2. ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ดจังหวัดระยองศึกษาเฉพาะกรณี เกาะเสม็ดพ.ศ. 2546 แบ่งได้ ดังนี้

2.1 จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยวไทย ด้านกิจกรรมและนันทนาการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

2.2 จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวไทย ในภาพรวม ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความ และการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

2.3 จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยวไทย ในภาพรวม ด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมและนันทนาการ ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความและการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05

2.4 จำแนกตามอายุ ระดับรายได้ ภูมิลำเนาที่มา และจุดประสงค์การเดินทางมาของนักท่องเที่ยวไทยในภาพรวม ด้านกฎระเบียบและการปฏิบัติของนักท่องเที่ยว ด้านการรักษาความปลอดภัย ด้านกิจกรรมและนันทนาการ ด้านการสื่อความหมาย ป้าย สัญลักษณ์ ข้อความและการประชาสัมพันธ์ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านการจัดการภูมิทัศน์และทัศนียภาพ แตกต่างกันอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และ 0.05

จากงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า – หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ศึกษาเฉพาะกรณี เกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ รายได้ ภูมิลำเนาที่มา และอาชีพของนักท่องเที่ยว

พิษณุ วงษ์เกษม (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี การศึกษาเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมบางประการของนักท่องเที่ยว 2) ศึกษากิจกรรมและการใช้บริการการท่องเที่ยวในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท 3) ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท และ 4) ศึกษาเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพของนักท่องเที่ยว โดยกลุ่มตัวอย่างศึกษาเป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 204 ราย สุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (Stratified random sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ใช้โปรมแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for the social sciences for windows (SPSS for Windows) โดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่า t-test F-test และวิเคราะห์ความแตกต่างเฉลี่ยแต่ละคู่โดยใช้ Scheffe′ test ผลการศึกษามีดังนี้ ข้อมูลพื้นฐานบางประการ พบว่า นักท่องเที่ยว ร้อยละ 51.0 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 30.4 ปี มีการศึกษาระดับอนุปริญญา สถานภาพโสด ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา ส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอาศัยในจังหวัดอุดรธานี ร้อยละ 94.6 ระบุว่าได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ร้อยละ 72.1 เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ภูพระบาท ร้อยละ 43.1 มามากกว่า 2 ครั้ง และร้อยละ 86.8 คิดจะกลับมาท่องเที่ยวภูพระบาทอีก ในด้านกิจกรรมและการใช้บริการการท่องเที่ยว พบว่า

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มาท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลัก และมากับเพื่อนเป็นส่วนใหญ่ ใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ ร้อยละ 55.9 ได้รับความสะดวกในการเดินทาง และส่วนใหญ่เดินทางมาเช้า–เย็นกลับ ส่วนใหญ่เห็นว่าควรจ่ายค่าธรรมเนียมในการท่องเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท และเห็นว่าค่าธรรมเนียมที่เก็บอยู่ไม่แพง การเก็บค่าธรรมเนียมสำหรับเด็กเห็นว่าควรเก็บในระหว่าง 6–10.00 บาท ผู้ใหญ่ควรเก็บไม่เกิน 10.00 บาท ชาวต่างประเทศควรเก็บไม่เกิน 30.00 บาท โดยใช้เวลาในการท่องเที่ยวในระหว่าง 1.30 – 3.00 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยรับรู้ข่าวสารความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จากสื่อนิตยสาร วารสาร จุลสาร แผ่นพับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท พบว่า 1) ด้านสภาพทรัพยากรธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจน้อยทุกเรื่อง 2) ด้านการบริหารจัดการ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ได้แก่ เรื่องการบรรยายและให้ความรู้ของเจ้าหน้าที่แก่นักท่องเที่ยว การต้อนรับอำนวยความสะดวกและให้คำแนะนำของเจ้าหน้าที่ต่อนักท่องเที่ยว นอกนั้นมีความพอใจในระดับพอใจน้อย 3) ด้านการบริการต่างๆ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับไม่พอใจ ในเรื่อง ความเพียงพอใจของโต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อน นอกนั้นมีความพึงพอใจในระดับพอใจน้อย และ 4) ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับพอใจน้อยทุกกิจกรรม เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศใน 4 ด้าน ตามลักษณะพื้นฐานบางประการของนักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ที่แตกต่างกัน พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา 1) ควรจะมีการพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีกิจกรรมหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ใช้เวลาประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและมีการพักแรมค้างคืน และ 2) พัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกโต๊ะเก้าอี้สำหรับนั่งพักผ่อนให้มีสภาพที่ดีและมีปริมาณพอเพียงต่อการบริการ

จากงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตอนุรักษ์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพของนักท่องเที่ยว

นาวิน วิไลเลิศ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี โดยศึกษาศึกษามูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี จำนวน 400 คน โดยใช้แบบตรวจสอบทรัพยากรท่องเที่ยว และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ข้อมูล คือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว การเปรียบเทียบเชิงซ้อนตามวิธีของเชฟเฟ่ และการทดสอบไค – สแควร์ ประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Windows version 10 ผลการวิจัยพบว่า

1. ทรัพยากรท่องเที่ยวที่โดดเด่นของโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี คือ น้ำตกธารงาม จุดชมวิว สวนรวมพรรณไม้ป่า 60 พรรษามหาราชินี เส้นทางศึกษาธรรมชาติ สัตว์ป่า พิพิธภัณฑ์ล้านปีภูฝอยลม อุทยานล้านปีภูฝอยลม วิถีชีวิตชุมชน อาหารพื้นบ้าน ประเพณีฟุตบอลภูฝอยลมคลับ โครงการคืนความสะอาดให้ภูฝอยลม กิจกรรมดูนก กิจกรรมการศึกษาธรรมชาติ กิจกรรมเดินป่า ระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐาน

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 15 – 24 ปี ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. สาเหตุที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยว ก็คือ ต้องการผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน / ศึกษาเล่าเรียน ต้องการมีส่วนร่วมพบปะสังสรรค์กับเพื่อน ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับชีวิตและต้องการสนับสนุนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานีในระดับมาก โดยเฉพาะความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยว และมีความประทับใจต่อสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุด คือ น้ำตกธารงาม และจุดชมวิวส่วนด้านการบริการอยู่ในระดับปานกลาง

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

5.1 เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิภาคที่อาศัยอยู่แตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อมูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยว แตกต่างกัน

5.2 เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิภาคที่อาศัยอยู่ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกัน

6. แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์ให้มีความสวยงาม ปรับปรุงระบบสาธารณูปโภค และโครงสร้างพื้นฐานให้พร้อมต่อการรองรับจากนักท่องเที่ยว เช่น ถนน ระบบคมนาคมขนส่ง ป้ายบอกทาง ป้ายสื่อความหมาย โทรศัพท์สาธารณะ ระบบไฟฟ้า การรองรับขยะ ห้องน้ำ เพิ่มจำนวนเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี โดยศึกษาศึกษามูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี ผู้ศึกษานำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้

เบญจมาศ ประยูรหงษ์ (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนาปัจจุบัน และลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต จำนวน 400 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีค่าความเชื่อมั่น .93 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t- test) และค่าเอฟ (F - test) ผลการวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจของต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.44)

2. นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต โดยรวมไม่แตกต่างกัน

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยว สวนสัตว์ดุสิตโดยรวมไม่แตกต่างกัน

5. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาปัจจุบันต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

จากงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนดุสิต ผู้ศึกษาสามารถนำมาใช้กำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ และภูมิลำเนา (จังหวัด)

ชลวรรณ อัตนะ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม และข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ศึกษาระดับความพึงพอใจ และศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการศึกษาเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกับการบริการในพื้นที่เมืองอุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี การศึกษาได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือสอบถามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแห่งนี้ รวมจำนวน

400 คน สถิติที่ใช้ทดสอบสมมุติฐาน ใช้วิธีทดสอบที (t-test) และวิธีทดสอบเอฟ (F-test) ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95 เปอร์เซ็นต์ ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ผลการทดสอบพบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุเฉลี่ย 32 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพรับราชการเป็นอาชีพหลัก ไม่มีอาชีพรอง มีรายได้และรายจ่ายรวมของครัวเรือนเฉลี่ยต่อปีเท่ากับ 279,657 บาท แบะ 268,660 บาท ตามลำดับ มาท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มเพื่อน มีจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มเฉลี่ย 9 คน ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะเดินทาง มีการพักค้างแรม โดยกางเต็นทพักในอุทยานแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์ของการมาเยือนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย 2,426 บาท มีความพึงพอใจต่อการบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ในระดับสูงโดยมีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีขนาดใหญ่ และความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากงานวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้

พวงพิศ บุญนะรัตน์ (2549 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม ทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวและพักค้างในจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 31 ตัวอย่างในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวกในสถานที่พักค้างที่มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการทดสอบสมมุติฐานโดยใช้ Chi-Square test และPaired-Sample t-test จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีสถานภาพโสด อายุระหว่าง 21-40 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท และมีอาชีพรับราชการ การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวจากจังหวัดภาคกลาง มีเวลาพักผ่อนท่องเที่ยวในประเทศโดยเฉลี่ยปีละ 1-2 ครั้ง ซึ่งแต่ละครั้งจะใช้เวลาพักผ่อนท่องเที่ยว 1-2 วัน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางในการพักผ่อนแต่ละครั้งประมาณ 2-3 คน สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศที่ชอบมากที่สุดคือ ทะเล ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในปัจจุบัน ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รู้จักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงครามโดยมีบุคคลแนะนำ ซึ่งเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงครามโดยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการเดินทางพักผ่อนท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก โดยมีผู้ร่วมเดินทาง 2-3 คน มีการใช้จ่ายในการเดินทาง

พักผ่อนท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง 1,001-3,000 บาท ส่วนใหญ่ใช้เวลาพักผ่อนท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสงคราม 2-3 วัน จากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังของผู้ตอบแบบสอบถามด้านภาพรวมโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรม ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝาก ด้านสถานที่จอดรถ และค่าเฉลี่ยการรับรู้จริง พบว่า ค่าเฉลี่ยความคาดหวังด้านภาพรวมโดยทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านกิจกรรม ด้านร้านจำหน่ายของที่ระลึก/ของฝากน้อยกว่าการรับรู้จริง สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจขณะที่การรับรู้จริงที่ด้านสถานที่จอดรถน้อยกว่าที่คาดหวังไว้ สรุปว่าผู้ตอบแบบสอบถามไม่พึงพอใจเกี่ยวกับสถานที่จอดรถ

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม จากงานวิจัยนี้ผู้ศึกษาสามารถนำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ สถานภาพ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว

ชลธิชา เพ่งพินิจ (2550 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี โดยการวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพ จังวัดกาญจนบุรี ใน 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพบริเวณริมน้ำหน้าเมืองกาญจนบุรี จำนวน 460 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่และร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน คือ การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างอิสระ 2 กลุ่ม โดยการใช้ t-test และใช้สถิติวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยกลุ่มตัวอย่างมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป โดยการใช้การวิเคราะห์แปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ในกรณีพบค่าความแตกต่างจะทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยใช้วิธี Fisher's Least significant difference (LSD) ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 25 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง สถานภาพโสด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า/เท่ากับ 10,000 บาทความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าด้านบุคลากรและด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านอื่นๆ อยู่ในระดับปานกลาง นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้น ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา

และด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรี โดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการนำเสนอลักษณะทางกายภาพมีความพึงพอใจแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมแตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านแตกต่างกัน ยกเว้นผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านไม่แตกต่างกัน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากรมีความพึงพอใจแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแพล่องจังหวัดกาญจนบุรีโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า มีความพึงพอใจในทุกด้านไม่แตกต่างกันยกเว้นด้านผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจแตกต่างกัน

การศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาล่องแพจังหวัดกาญจนบุรี ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ไพศาล ชุ่มวงศ์ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า จำนวน 337 คน เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา คือ แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วยเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านสิ่งดึงดูดใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการคมนาคมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจในระดับสูงสุด คือ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทาง ความสะดวกในการเดินทาง และค่าพาหนะในการเดินทางตามลำดับ ด้านร้านอาหาร นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ ความสุภาพเรียบร้อยในการบริการของพนักงาน จำนวนร้านอาหาร และราคาของอาหาร ตามลำดับ ด้านการบริการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ การไม่จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว มีข้อมูลข่าวสารสนเทศให้แก่นักท่องเที่ยว และการบริการติดต่อสื่อสารก่อนเดินทาง ตามลำดับ ด้านสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยว

ให้ความพึงพอใจในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ จุดท่องเที่ยวมีความงดงามดึงดูดใจให้มาท่องเที่ยว ความสวยงามของวนอุทยานภูชี้ฟ้า และความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านความวามารในการพัฒนาขององค์การบริหารส่วนตำบลตับเต่า นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ การจัดการด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบลตับเต่า และการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวขององค์การบริการส่วนตำบลตับเต่า ตามลำดับ ด้านของที่ระลึกที่มีจำหน่ายนักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ ความหลากหลายของที่ระลึก และความเหมาะสมในเรื่องของราคาของที่ระลึก ตามลำดับ สำหรับด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ ป้าย หรือสัญญาณเตือนนักท่องเที่ยวเมื่อไม่ปลอดภัย การรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว และจำนวนเจ้าหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ ป้าย หรือสัญญาณเตือนนักท่องเที่ยวเมื่อไม่ปลอดภัย การรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว และจำนวนเจ้าหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยว ตามลำดับ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจมนระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ ป้ายบอกเส้นทาง จำนวนห้องน้ำ - ห้องส้วม และความสะอาดห้องน้ำ - ห้องส้วมตามลำดับ

จากงานวิจัยเรื่อง เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ผู้ศึกษาได้นำมาใช้ในการอภิปรายผล

ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (2550 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามมี 3 ตอน คือ 1. ถามเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง 2. ถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ และ 3. แบบสอบถามชนิดปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอแนะเพิ่มเติมทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติค่าร้อยละ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าที (t-test) และค่าความแปรปรวนทางเดียว ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 15 - 25 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี มีรายได้ 5,000-15,000 บาท และมีอาชีพเป็นข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

2. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และด้านสถานที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีเพศต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี ไม่แตกต่าง แต่นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี จากงานวิจัยนี้ผู้ศึกษาสามารถนำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

รุ้งกาญจน์ แสวงกาญจน์ (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยววรวิหาร จังหวัดอ่างทอง การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ วัดไชโยววรวิหาร จังหวัดอ่างทอง 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ณ วัดไชโยววรวิหาร จังหวัดอ่างทอง 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ วัดไชโยววรวิหาร จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยววรวิหาร จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้นักท่องเที่ยว จำนวน 246 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และค่า F-test

ผลการวิจัยพบว่า

1. การศึกษาปัจจัยที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวจะเข้ามาท่องเที่ยวภายในวัดเนื่องจากต้องการมาสักการะรูปหล่อสมเด็จพุฒาจารย์โต และเดินทางมาเพื่อต้องการไหว้พระ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวโดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายไปกับ

ค่าพาหนะซึ่งระยะทางในการท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวเพราะต้องการไหว้พระและเดินทางสะดวก สำหรับการเข้ามาท่องเที่ยวนั้นนักท่องเที่ยวจะรับทราบข้อมูลจากญาติ/เพื่อนแนะนำ ส่วนกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวนั้น คือ งานแข่งเรือยาวและการบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยว คือ มีความสะดวกสบายและง่ายในการเดินทาง

2. การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลแหล่งท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ด้านการอำนวยความสะดวกมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านการให้บริการร้านอาหาร ด้านบุคลากรให้บริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจปานกลาง

3. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ อาชีพ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว ระยะทางในการท่องเที่ยว การรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวการบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

การศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง ผู้ศึกษาสามารถนำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อายุ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

สาวเสาวณีย์ ตนหมั้น (2551 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการเรือนแรมในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการเรือนแรม ในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยว จำนวน 400 ราย แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 200 ราย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 200 ราย เก็บข้อมูลด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ยจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 20 – 29 ปี มากที่สุด มีการระดับศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่า มีสถานภาพโสด มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้ 20,001 – 30,000 บาทต่อเดือน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางเป็นหมู่คณะ 2 – 8 คน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวและพักผ่อน โดยเดินทางมาเป็นครั้งแรก ด้วยวิธีการเดินทางโดยรถโดยสารประจำทาง ส่วนใหญ่ไม่เคยรู้จักเรือนแรมที่เลือกพักและไม่เคยพักเรือนแรมที่เลือกพักมาก่อน เลือก

พักเรือนแรมโดยไม่มีการจองเรือนแรมก่อนเข้าพัก โดยเลือกพักเรือนแรมชื่อ อาโบดายา มากที่สุด และส่วนใหญ่พักห้องพัก ที่มีราคา 301 – 500 บาท มีระยะเวลาในการเข้าพัก 1 – 3 คืน โดยแหล่งข้อมูลที่รู้จักเรือนแรมที่เลือกพักเป็นการสุ่มหาห้องพัก โดยไม่มีการหาข้อมูลหรือการเตรียมการล่วงหน้ามีผู้ร่วมเดิน ทางเป็นผู้ตัดสินใจเลือกพักเรือนแรม และมีเหตุผลในการตัดสินใจเนื่องจากราคาประหยัดมากที่สุด ความพึงพอใจในส่วนประสมทางการตลาดบริการของเรือนแรมของผู้ตอบแบบสอบถาม อยู่ในระดับมาก 5 ด้าน เรียงลำดับ ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านราคา และด้านกระบวนการให้บริการตามลำดับ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีความพึงพอใจสูงสุด คือ มีบริการเครื่องทำน้ำอุ่น รองลงมา คือ บริการรถเช่า และห้องอาหาร / ภัตตาคาร ด้านราคา มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ราคาห้องพัก รองลงมา คือ การชำระเงินค่าบริการทั้งหมดเมื่อเช็คเอ้าท์ และการแสดงราคาห้องพักไว้ชัดเจน ด้านทำเลที่ตั้งมีความพึงพอใจสูงสุด คือ ใกล้แหล่งธรรมชาติ รองลงมา คือ ใกล้ตัวเมือง และใกล้แหล่งรวมร้านค้าและร้านจำหน่ายของที่ระลึก ด้านการส่งเสริมทางการตลาด มี ความพึงพอใจสูงสุด คือ การขยายเวลาเช็คเอ้าท์จนถึงเวลาตามตารางบินของลูกค้า รองลงมา คือ มีกิจกรรมที่มีส่วนร่วมรับผิดชอบด้านสังคม สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมของชุมชน และการลง โฆษณาในอินเตอร์เน็ต, การได้รับทราบข้อมูลเกสต์เฮ้าส์จากคนรู้จัก ด้านการให้บริการของพนักงาน มีความพึงพอใจสูงสุด คือ พนักงานมีความสุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และเป็นกันเอง รองลงมา คือ ระบบดูแลรักษาความปลอดภัย และพนักงานมีความรับผิดชอบในการทำงาน สามารถไว้วางใจได้เป็นอย่างดี ด้านลักษณะทางกายภาพ มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ลักษณะการตกแต่งของอาคารที่พัก รองลงมา คือ ความสะอาดภายในห้องพัก และขนาดของห้องพัก ด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจสูงสุด คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้บริการเช็คอิน-เช็คเอ้าท์ รองลงมา คือ ความรวดเร็วและถูกต้องในการให้ข้อมูลข่าวสาร และความรวดเร็ว และถูกต้องในการแก้ไขปัญหา

การศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการเรือนแรมในอำเภอปราย จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้เรือนแรม ในอำเภอปราย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากงานวิจัยนี้ผู้ศึกษาสามารถนำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และจำนวนครั้งที่มาเที่ยว

ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ (2552 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มายัง

แหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว 4) เปรียบเทียบระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการของนักท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล 5) เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว 6) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test, LSD., Chi - Square และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลงานวิจัยพบว่า

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายใช้สอยหาซื้อสินค้า เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาด้วยกัน 2 - 5 คน ใช้เวลาในการเที่ยวชม 1 - 2 ชั่วโมงมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,001 - 1,500 บาท และรู้จักตลาดร้อยปีสามชุก โดยครอบครัว/เพื่อนแนะนำ

2. นักท่องเที่ยวมีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผน ด้านการจัดองค์การ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่ตั้งและความสะดวก ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

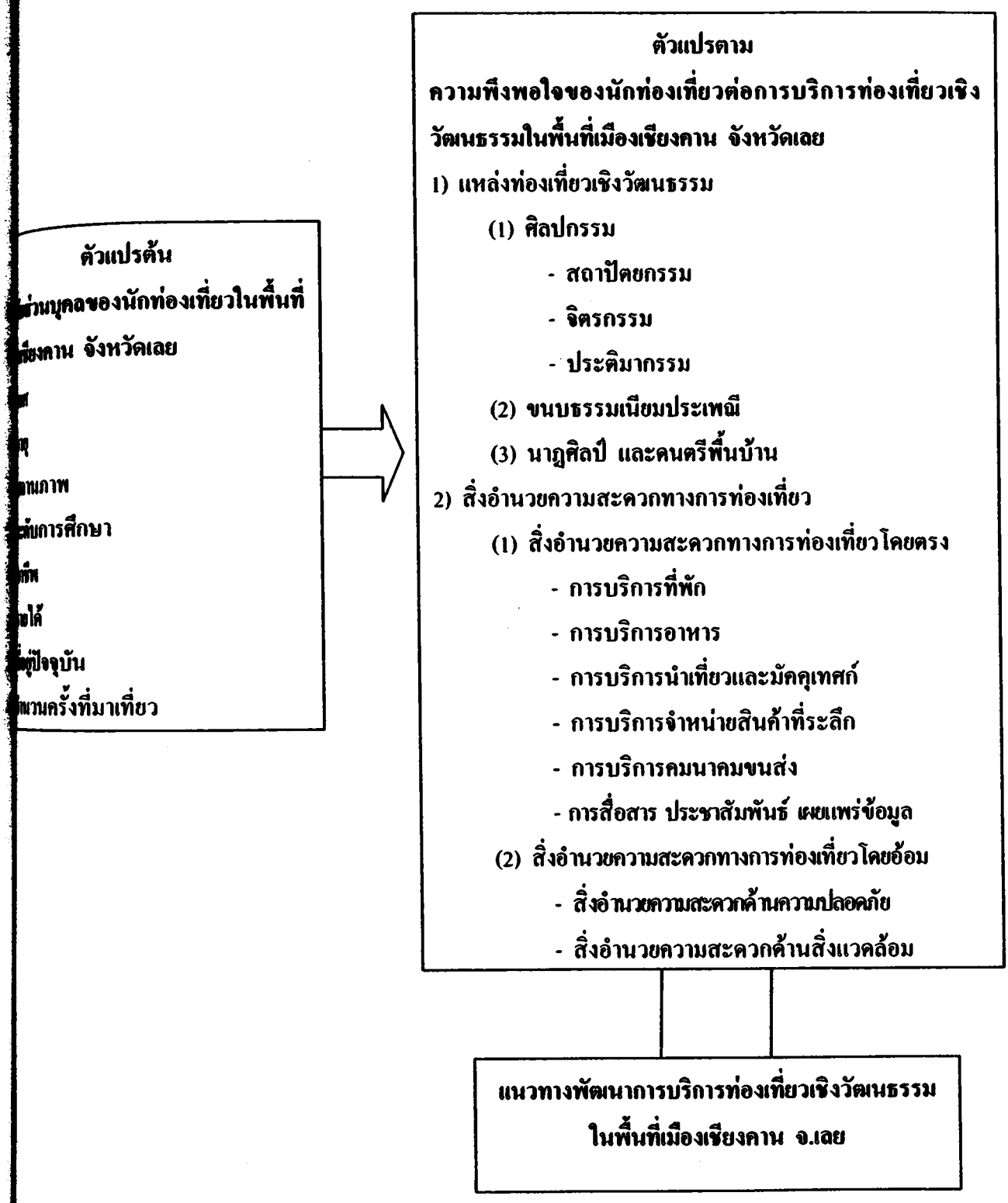
4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

6. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับต่ำมากถึงปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี ผู้ศึกษาสามารถนำมาใช้ในการกำหนดตัวแปรต้น ได้แก่ ระดับการศึกษา อายุ และรายได้ต่อเดือน

2.5 กรอบแนวคิดการวิจัย



บทที่ 3
วิธีการดำเนินวิจัย

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย เป็นลักษณะการศึกษาเชิงบรรยาย (Descriptive research) และในลักษณะการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey research) การดำเนินการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ดำเนินการหัวข้อต่างๆ ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 การสร้างเครื่องมือ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย บริเวณบ้านไม้เก่าโบราณถนนชายโขง จากการที่ผู้ศึกษาสอบถามผู้ประกอบการที่พักที่ถนนริมโขงทั้งที่เป็นเกสต์เฮ้าส์ โฮมสเตย์ และโรงแรม ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2553 ได้ให้ความเป็นตรงกันว่า มีนักท่องเที่ยวในวันราชการ โดยปกติที่เป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป (ไม่ใช่กลุ่มทัวร์) โดยเฉลี่ยวันละ 33 คน และนักท่องเที่ยวในวันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ โดยเฉลี่ย 200 คน ต่อวัน เมื่อคิดจำนวนนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 1 เดือน (ยกเว้นเทศกาล) มีนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยววันจันทร์ ถึงวันศุกร์ 600 คน และมีนักท่องเที่ยววันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ 2,000 คน รวมจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 2,260 คนต่อเดือน ผู้ศึกษาจึงใช้จำนวนดังกล่าวเป็นประชากร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

ผู้ศึกษาได้ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปของของเครจซี่ และมอร์แกน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (สุวิมล ติรกานนท์, 2547 : 99) จากประชากร 2,260 คน แบ่งเป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยววันจันทร์ - วันศุกร์ จำนวน 660 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 97 คน และกลุ่มที่มาท่องเที่ยววันเสาร์ - วันอาทิตย์ ประชากรจำนวน 1,600 คน ได้กลุ่มตัวอย่าง 234 คน ดังรายละเอียดในตารางที่ 1

การสุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเก็บข้อมูลเป็นเวลา 1 เดือน โดยแบ่งตามสัดส่วนของวัน โดยวันจันทร์ถึงวันศุกร์ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 22 วัน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 97 คน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวันละ 4-5 คน และวันเสาร์ถึงวันอาทิตย์ เก็บข้อมูลทั้งหมด 8 วัน จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 234 คน โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวันละ 29-30 คน ดังตาราง

ตารางที่ 1 ตารางแสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

วัน	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
วันจันทร์ – วันศุกร์	660	97
วันเสาร์ – อาทิตย์	1,600	234
รวม	**2,260**	**331**

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด ประกอบด้วยคำถามแบบเลือกตอบ และแบบปลายเปิด

แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่ปัจจุบัน จำนวนครั้งที่มาเที่ยว

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

3.3 การสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

3.3.1 ศึกษาเอกสารงานวิจัย และแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย มาสร้างกรอบแนวคิด เพื่อสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา

3.3.2 สร้างแบบสอบถาม ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

3.3.3 นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เพื่อตรวจสอบพิจารณาแก้ไขให้ถูกต้องเหมาะสมยิ่งขึ้น

3.3.4 นำแบบสอบถาม ที่ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้ว เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน เพื่อตรวจสอบความตรงตามเชิงเนื้อหา (Content validity) ตรงตามเชิงโครงสร้าง (Construct validity) ความเหมาะสมในการใช้ถ้อยคำ (Wording) รูปแบบ (Format) และวิเคราะห์แบบสอบถามโดยหาค่า IOC ข้อที่มีค่า 0.5 ขึ้นไปใช้ได้ ส่วนข้อที่ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 ปรับปรุงหรือตัดออก

3.3.5 ปรับปรุงแบบสอบถาม ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ

3.3.6 นำแบบสอบถาม ที่ได้ปรับปรุงเรียบร้อยแล้วไปทดลองใช้ (Try out) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 30 ราย เพื่อนำไปหาคุณภาพเครื่องมือ ได้ค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.871 (α = 0.871)

3.3.7 นำแบบสอบถาม ที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว มาจัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เนื่องจากการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อเท็จจริงของสภาพที่มีอยู่จริง ผู้ศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยเดินทางไปเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

3.4.2 การเข้าพบกลุ่มตัวอย่าง ก่อนแจกแบบสอบถามแนะนำตัวเอง บอกจุดมุ่งหมาย สร้างความคุ้นเคย ความเป็นมิตร โดยสนทนาในเรื่องที่คาดว่าผู้ตอบแบบสอบถามจะสนใจ โดยใช้เวลาเล็กน้อย ผู้แจกแบบสอบถามต้องมีกริยาสุภาพเรียบร้อย ยิ้มแย้มแจ่มใส ใช้ภาษาเข้าใจง่าย ชัดเจน

3.4.3 รอรับแบบสอบถาม ตรวจสอบครบถ้วนของแบบสอบถาม รวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างให้ครบตามจำนวน

3.4.4 ทำการสอบถามเพิ่มเติมตามคำถามปลายเปิด เพื่อศึกษาและค้นหาแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3.4.5 หลังจากเก็บรวบรวมแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว นำแบบสอบถามที่ได้ไปวิเคราะห์ตามตัวแปรที่ศึกษาหรือกำหนดไว้

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลเชิง ปริมาณมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ และเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับความพึงพอใจ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และข้อมูลจากคำถามปลายเปิดทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และนำเสนอด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis) ในการวิเคราะห์ข้อมูลมีขั้นตอน ดังนี้

3.5.1 ลงรหัสข้อมูล เพื่อนำมาประมวล และวิเคราะห์ด้วยโปรมแกรมสำเร็จรูป

3.5.2 ข้อมูลจากแบบสอบแบบถามตอนที่ 1 เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลนำข้อมูลที่วิเคราะห์แจกแจงความถี่และวิเคราะห์ด้วยการหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปของตาราง แปลผลตาราง สรุปและอภิปรายผล ในรูปของการบรรยาย

3.5.3 ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นข้อมูลความพึงพอใจของการบริการท่องเที่ยวเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

3.5.4 นำข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 1 และ 2 วิเคราะห์เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคล กับระดับความพึงพอใจ โดยหาค่า t - test และ F - test

3.5.5 เกณฑ์การให้คะแนน ได้แบ่งค่าระดับคะแนนของการวัดความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ตามลักษณะแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ของ Likert (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2531) ดังนี้

คะแนน	5	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนน	4	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
คะแนน	3	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
คะแนน	2	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
คะแนน	1	หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแบ่งระดับความพึงพอใจ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ความหมายค่าระดับคะแนนได้ดังนี้ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2541 : 110)

ค่าเฉลี่ย	4.51 - 5.00 หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51 - 4.50 หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51 - 3.50 หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51 - 2.50 หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ย	1.00 - 1.50 หมายถึง	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.5.6 ข้อมูลจากแบบสอบถามตอนที่ 3 ที่เป็นการคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากขึ้น โดยนำข้อมูลที่ได้มาทำการจัดหมวดหมู่วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ลำดับความสำคัญของเนื้อหา และนำเสนอโดยการบรรยายเชิงพรรณนา

3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติบรรยาย (Descriptive statistics) ใช้ค่าต่อไปนี้

3.6.1 ความถี่ (Frequency)

3.6.2 ค่าร้อยละ(Percentage)

3.6.3 ค่าเฉลี่ย (Arithmetic mean : ($\bar{x}$))

3.6.4 ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation : S.D.)

3.6.5 สถิติทดสอบค่าที (t-test) โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – way Anova)

3.6.6 สถิติทดสอบค่าเอฟ (F - test)

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้ศึกษาได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ต่อไปนี้

4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

4.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ

4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ

4.5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ

4.6 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา

4.7 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ

4.8 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

4.9 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

4.10 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว

4.11 แนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตาม เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ต่อเดือน ที่อยู่ปัจจุบัน และจำนวนครั้งที่มาเที่ยว ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถาม 331 ชุด พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.20 (207 คน) อายุ 21-40 ปี ร้อยละ 52.30 (174 คน) มีสถานภาพโสด ร้อยละ 61.00 (203 คน) การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.30 (161 คน) อาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 39.00 (130 คน) รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 58.00 (193 คน) ที่อยู่ปัจจุบันอยู่ที่ภาคกลาง ร้อยละ 29.70 (99 คน) มาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ร้อยละ 46.20 (154 คน) ดังรายละเอียดในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน (คน) (n = 331)	ร้อยละ
1. เพศ		
1.1 ชาย	124	37.80
1.2 หญิง	207	62.20
2. อายุ		
2.1 ต่ำกว่า 21 ปี	108	32.40
2.2 อายุ 21-40 ปี	174	52.30
2.3 อายุ 41-60 ปี	48	15.00
2.4 มากกว่า 60 ปี	1	0.30
3. สถานภาพ		
3.1 โสด	203	61.00
3.2 สมรส	113	33.90
3.3 หย่าร้าง/แยกกันอยู่	9	2.70
3.4 หม้าย	6	2.40
4. ระดับการศึกษา		
4.1 ระดับประถมศึกษา	7	3.40
4.2 ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.	90	27.00
4.3 ระดับอนุปริญญา/ปวส.	45	13.50
4.4 ระดับปริญญาตรี	161	48.30
4.5 สูงกว่าปริญญาตรี	28	7.80
5. อาชีพ		
5.1 ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ	73	23.00
5.2 ค้าขาย/นักธุรกิจ	62	18.60
5.3 พนักงานบริษัท/ห้างร้าน	31	9.30
5.4 นักเรียน/นักศึกษา	130	39.00

ตารางที่ 2 (ต่อ) สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	จำนวน (คน) (n = 331)	ร้อยละ
5.5 เกษตรกร/รับจ้าง	6	1.80
5.6 อาชีพอิสระ	29	8.70
6. รายได้ต่อเดือน		
6.1 ต่ำกว่า 10,000 บาท	193	58.00
6.2 10,001-20,000 บาท	67	20.70
6.3 20,001-30,000 บาท	40	12.00
6.4 30,001-40,000 บาท	16	4.80
6.5 40,001-50,000	6	1.80
6.6 สูงกว่า 50,000 บาท	9	2.70
7. ที่อยู่ปัจจุบัน		
7.1 จังหวัดเลย	90	27.00
7.2 ภาคเหนือ	37	11.10
7.3 ภาคกลาง	99	29.70
7.4 ภาคตะวันออก	27	8.10
7.5 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	70	21.70
7.6 ภาคตะวันตก	5	1.50
7.7 ภาคใต้	3	0.90
8. จำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยว		
8.1 มาครั้งแรก	154	46.20
8.2 2-3 ครั้ง	89	26.70
8.3 4-5 ครั้ง	25	7.50
8.4 มากกว่า 5 ครั้ง	63	19.60

4.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ของกลุ่มตัวอย่าง 331 คน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.55, S.D. = 0.83)

ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.53, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้ง 2 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ($\bar{x}$ = 3.76, S.D. = 0.79) และด้านศิลปกรรม ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มี 1 ด้าน คือ ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน ($\bar{x}$ = 3.17, S.D. = 0.94)

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.56, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้ง 2 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง ($\bar{x}$ = 3.62, S.D. = 0.81) และด้านสิ่งอำนวยทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม ($\bar{x}$ = 3.51, S.D. = 0.78) ดังรายละเอียดในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวม และรายด้าน

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศิลปกรรม ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน			
1. ศิลปกรรม	3.67	0.83	มาก
2. ขนบธรรมเนียมประเพณี	3.76	0.79	มาก
3. นาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน	3.17	0.94	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.53	0.85	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม			
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง	3.62	0.81	มาก
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม	3.51	0.78	มาก
เฉลี่ย	3.56	0.80	มาก
รวม	3.55	0.83	มาก

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

4.2.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านศิลปกรรม โดยภาพรวม และรายข้อ

ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านศิลปกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.66, S.D. = 0.84)

ความพึงพอใจที่มีต่อสถาปัตยกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.75, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ทั้ง 3 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ 1) สิ่งก่อสร้างที่ใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เรือนไม้ ใช้วัสดุก่อสร้างอย่างเหมาะสม ($\bar{x}$ = 3.83, S.D. = 0.77) 2) สิ่งก่อสร้างเชิงวัฒนธรรมมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น โบสถ์ อาคาร บ้านเรือน เป็นต้น ($\bar{x}$ = 3.75, S.D. = 0.82) และ 3) สิ่งก่อสร้าง เช่น อาคาร บ้านเรือน มีลักษณะทางสถาปัตยกรรม เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.68, S.D. = 0.83)

ความพึงพอใจที่มีต่อจิตรกรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.70, S.D. = 0.86) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 2 ข้อ คือ 1) งานจิตกรรมฝาผนังในวัด มีคุณค่า และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และ 2) งานศิลปะที่รังสรรค์ขึ้นบนตัวผลิตภัณฑ์ เช่น เสื้อยืด ของที่ระลึก มีความสวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x}$ = 3.70, S.D. = 0.86)

ความพึงพอใจที่มีต่อประติมากรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.52, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ งานปั้น งานแกะสลักที่เป็นประติมากรรมดั้งเดิมที่ตกแต่งในวัด อาคาร บ้านเรือนต่างๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.54, S.D. = 0.85) ส่วนข้อที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมี 1 ข้อ คือ งานปั้น งานแกะสลัก ที่รังสรรค์ขึ้นให้เป็นงานประติมากรรม เช่น หลักกิโลเมตร ประติมากรรมที่ตกแต่งตามอาคารบ้านเรือน โรงแรม โฮมสเตย์ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ($\bar{x}$ = 3.52, S.D. = 0.84) ดังรายละเอียดในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านศิลปกรรมโดยภาพรวม และรายข้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน			
1. ด้านศิลปกรรม			
1.1 สถาปัตยกรรม			
1) สิ่งก่อสร้างเชิงวัฒนธรรมมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น โบสถ์ อาคาร บ้านเรือน เป็นต้น	3.75	0.82	มาก
2) สิ่งก่อสร้างที่ใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เรือนไม้ ใช้วัสดุก่อสร้างอย่างเหมาะสม	3.83	0.77	มาก
3) สิ่งก่อสร้าง เช่น อาคาร บ้านเรือน มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.68	0.83	มาก
เฉลี่ย	3.75	0.81	มาก
1.2 จิตรกรรม			
1) งานจิตกรรมฝาผนังในวัด มีคุณค่า และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.70	0.86	มาก
2) งานศิลปะที่รังสรรค์ขึ้นบนตัวผลิตภัณฑ์ เช่น เสื้อยืด ของที่ระลึก มีความสวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์	3.70	0.86	มาก
เฉลี่ย	3.70	0.86	มาก

ตารางที่ 4 (ต่อ) ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านศิลปกรรมโดยภาพรวม และรายข้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.3 ประติมากรรม			
1) งานปั้น งานแกะสลัก ที่เป็นประติมากรรมดั้งเดิมที่ตกแต่งในวัดอาคาร บ้านเรือนต่างๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.54	0.85	มาก
2) งานปั้น งานแกะสลัก ที่รังสรรค์ขึ้นให้เป็นงานประติมากรรม เช่น หลักกิโลเมตร ประติมากรรมที่ตกแต่งตามอาคารบ้านเรือน โรงแรม โฮมสเตย์ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.50	0.82	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.52	0.84	มาก
รวม	3.66	0.84	มาก

4.2.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี โดยภาพรวม และรายข้อ

ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.76, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ 1) มีงานเทศกาลประเพณีที่เหมาะสม และเพียงพอแก่การท่องเที่ยว เช่น ประเพณีแห่เรือ งานออกพรรษา เป็นต้น ($\bar{x}$ = 3.73, S.D. = 0.82) 2) อาหารมีคุณค่า มีรสชาติ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.69, S.D. = 0.78) และ 3) วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภาษา การใช้เครื่องมือในการประกอบอาชีพในชีวิตประจำวัน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.68, S.D. = 0.78) ดังรายละเอียดในตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี โดยภาพรวม และรายข้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี			
1) วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภาษา การใช้เครื่องมือในการประกอบอาชีพในชีวิตประจำวัน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.68	0.78	มาก
2) อาหารมีคุณค่า มีรสชาติ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.69	0.78	มาก
3) มีงานเทศกาลประเพณีที่เหมาะสม และเพียงพอแก่การท่องเที่ยว เช่น ประเพณีแห่เรือ งานออกพรรษา เป็นต้น	3.73	0.82	มาก
รวม	3.76	0.79	มาก

4.2.1.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน โดยภาพรวม และรายข้อ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.17 ,S.D. = 0.94) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 2 ข้อ คือ 1) การแสดงขับร้องฟ้อนรำ มีเพียงพอต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 3.00 ,S.D. = 0.96) และ 2) มีการแสดงขับร้อง และดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์ เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว เช่น การแสดงดนตรีของกลุ่มผู้สูงอายุที่วัดศรีคุนเมือง ($\bar{x}$ = 3.34 ,S.D. = 0.92) ดังรายละเอียดในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้านโดยภาพรวม และรายข้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
3 ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน			
1) มีการแสดงขับร้อง และดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์ เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว เช่น การแสดงดนตรีของกลุ่มผู้สูงอายุที่วัดศรีคุนเมือง	3.34	0.92	ปานกลาง
2) การแสดงขับร้องฟ้อนรำ มีเพียงพอต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.00	0.96	ปานกลาง
รวม	3.17	0.94	ปานกลาง

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

4.2.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง โดยภาพรวม และรายข้อ

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.60, S.D. = 0.82)

ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการที่พัก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.74, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 5 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ 1) ที่พักมีสภาพแวดล้อมบรรยากาศดี สวยงาม เหมาะสมตามสภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 3.97 ,S.D. = 0.74) 2) ที่พักปลอดภัย ตั้งอยู่ในที่สะดวกต่อการเดินทางเข้าพัก ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.75) 3) พนักงานที่ให้บริการในที่พัก และ เจ้าของบ้านโอมสเตย์มีอัธยาศัยดี บริการประทับใจ ($\bar{x}$ = 3.83, S.D. = 0.76) 4) ที่พักมีระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเตอร์เน็ต เป็นต้น ($\bar{x}$ = 3.75, S.D. = 0.77) และ 5) ที่พักมีเพียงพอต่อการบริการท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.64, S.D. = 0.92) ส่วนข้อที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมี 1 ข้อ คือ ที่พักมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{x}$ = 3.41, S.D. = 0.86)

ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการอาหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.64, S.D. = 0.84) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ 1) อาหารมีความสด สะอาด ถูกสุขอนามัย($\bar{x}$ = 3.73, S.D. = 0.76) 2) อาหารมีให้เลือกหลากหลาย ($\bar{x}$ = 3.69, S.D. = 0.85) 3) อาหารมีเพียงพอต่อการบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{X}$ = 3.62, S.D. = 0.86) และ 4) อาหารมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{x}$ = 3.52, S.D. = 0.88)

ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการนำที่ยวและมัคคุเทศก์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.45, S.D. = 0.85) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 4 ข้อ คือ 1) มีมัคคุเทศก์เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.40, S.D. = 0.87) 2) มัคคุเทศก์มีความรู้ ความชำนาญในการนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 3.43, S.D. = 0.85) 3) มีเส้นทาง และระยะเวลาการนำเที่ยวที่เหมาะสม ($\bar{x}$ = 3.47, S.D. = 0.85) และ 4) มีจุดบริการนำเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคานเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.49, S.D. = 0.83)

ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.71, S.D. = 0.77) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 4 ข้อ

โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ 1) สินค้า หรือของที่ระลึกมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ($\bar{x}$ = 3.84, S.D. = 0.70) 2) สินค้า หรือของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ($\bar{x}$ = 3.77, S.D. = 0.74) 3) สินค้า หรือของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย ($\bar{x}$ = 3.73, S.D. = 0.74) และ 4) สินค้า หรือของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม ($\bar{x}$ = 3.52 ,S.D. = 0.91)

ความพึงพอใจที่มีต่อการบริการคมนาคมขนส่ง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.48, S.D. = 0.80) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 1 ข้อ คือ มีเส้นทางคมนาคม และบริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ($\bar{x}$ = 3.51, S.D. = 0.77) ส่วนข้อที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมี 1 ข้อ คือ มีพาหนะให้บริการเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ($\bar{x}$ = 3.44, S.D. = 0.82)

ความพึงพอใจที่มีต่อการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.56, S.D. = 0.81) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทั้ง 3 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ 1) มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น ทางอินเตอร์เน็ต หนังสือ วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น ($\bar{x}$ = 3.58, S.D. = 0.86) 2) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานเทศกาลประเพณีต่างๆ อย่างทั่วถึง ($\bar{x}$ = 3.57, S.D. = 0.81) และ 3) มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกเส้นทางสถานที่ระยะทางชัดเจนละเอียด อ่านเข้าใจง่าย และเพียงพอ ($\bar{x}$ = 3.53, S.D. = 0.75) ดังรายละเอียดในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง โดยภาพรวม และรายข้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่			
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง			
1.1 การบริการที่พัก			
1) ที่พักมีเพียงพอต่อการบริการท่องเที่ยว	3.64	0.92	มาก
2) ที่พักปลอดภัย ตั้งอยู่ในที่สะดวกต่อการเดินทางเข้าพัก	3.86	0.75	มาก
3) ที่พักมีสภาพแวดล้อมบรรยากาศดี สวยงาม เหมาะสมตามสภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.97	0.74	มาก
4) ที่พักมีระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเตอร์เน็ต เป็นต้น	3.75	0.77	มาก
5) พนักงานที่ให้บริการในที่พัก และเจ้าของบ้านโอมสเตย์มีอัธยาศัยดี บริการประทับใจ	3.83	0.76	มาก
6) ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	3.41	0.86	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.74	0.80	มาก
1.2 การบริการอาหาร			
1) อาหารมีเพียงพอต่อการบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.62	0.86	มาก
2) อาหารมีความสด สะอาด ถูกสุขอนามัย	3.73	0.76	มาก
3) อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	3.69	0.85	มาก
4) อาหารมีราคาที่เหมาะสม	3.52	0.88	มาก
เฉลี่ย	3.64	0.84	มาก

ตารางที่ 7 (ต่อ) ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง โดยภาพรวม และรายข้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.3 การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์			
1) มีจุดบริการนำเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคานเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.49	0.83	ปานกลาง
2) มีเส้นทาง และระยะเวลาการนำเที่ยวที่เหมาะสม	3.47	0.85	ปานกลาง
3) มีมัคคุเทศก์เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.40	0.87	ปานกลาง
4) มัคคุเทศก์มีความรู้ ความชำนาญในการนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.43	0.85	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.45	0.85	ปานกลาง
1.4 การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก			
1) สินค้า หรือของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.77	0.74	มาก
2) สินค้า หรือของที่ระลึกมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.84	0.70	มาก
3) สินค้า หรือของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย	3.73	0.74	มาก
4) สินค้า หรือของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม	3.52	0.91	มาก
เฉลี่ย	3.71	0.77	มาก

ตารางที่ 7 (ต่อ) ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง โดยภาพรวม และรายข้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.5 การบริการคมนาคมขนส่ง			
1) มีพาหนะให้บริการเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.44	0.82	ปานกลาง
2) มีเส้นทางคมนาคม และบริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก	3.51	0.71	มาก
เฉลี่ย	3.48	0.80	ปานกลาง
1.6 การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล			
1) มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกเส้นทาง สถานที่ระยะทางชัดเจน ละเอียด อ่านเข้าใจง่าย และเพียงพอ	3.53	0.75	มาก
2) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานเทศกาลประเพณีต่างๆ อย่างทั่วถึง	3.57	0.81	มาก
3) มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น ทางอินเตอร์เน็ต หนังสือ วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น	3.58	0.86	มาก
เฉลี่ย	3.56	0.81	มาก
รวม	3.60	0.82	มาก

4.2.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม โดยภาพรวมและรายข้อ

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.54, S.D. = 0.76)

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}$ = 3.41, S.D. = 0.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางทั้ง 3 ข้อ คือ 1) มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย ($\bar{x}$ = 3.40, S.D. = 0.78) 2) มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ($\bar{x}$ = 3.41, S.D. = 0.80) และ 3) มีหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่คอยให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ($\bar{x}$ = 3.42, S.D. = 0.77)

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.66, S.D. = 0.79) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับทั้ง 2 ข้อ โดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ 1) มีการปรับแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงาม และเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น การตกแต่งไฟแสงสียามค่ำคืน การตกแต่งมุมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวไว้ถ่ายรูป เป็นต้น ($\bar{x}$ = 3.71, S.D. = 0.78) และ 2) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยรวม มีการดูแลรักษาความสะอาด มีถังขยะในการทิ้งขยะให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย ($\bar{x}$ = 3.61, S.D. = 0.79) ดังรายละเอียดในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ประเภทสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม โดยภาพรวมและรายข้อ

รายการ	ระดับความพึงพอใจ (n=331)		
	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม			
2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย			
1) มีหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่คอยให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.42	0.77	ปานกลาง
2) มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย	3.40	0.78	ปานกลาง
3) มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.41	0.80	ปานกลาง
เฉลี่ย	3.41	0.78	ปานกลาง
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม			
1) มีการปรับแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงาม และเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น การตกแต่งไฟแสงสียามค่ำคืน การตกแต่งมุมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวไว้ถ่ายรูป เป็นต้น	3.71	0.78	มาก
2) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยรวม มีการดูแลรักษาความสะอาด มีถังขยะในการทิ้งขยะให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.61	0.79	มาก
เฉลี่ย	3.66	0.79	มาก
รวม	3.54	0.76	มาก

4.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ โดยภาพรวม เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน ทั้งความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวและความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ดังรายละเอียดในตารางที่ 9

ตารางที่ 9 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	ชาย		หญิง		t	p - value
	$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ดังนี้						
1) ด้านศิลปกรรม	3.60	0.83	3.70	0.83	1.38	0.54
2) ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี	3.74	0.77	3.61	0.81	0.43	0.46
3) ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน	3.24	0.96	3.37	0.92	0.54	0.66
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่						
1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง	3.57	0.79	3.62	0.84	0.85	0.37
2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม	3.51	0.76	3.55	0.81	0.96	0.22
รวม	**3.53**	**0.82**	**3.57**	**0.84**	**0.83**	**0.45**

4.3.1 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามเพศ โดยภาพรวม พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน ทั้งด้านศิลปกรรม ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน ดังรายละเอียดในตารางที่ 10

ตารางที่ 10 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ

รายการ	ชาย		หญิง		t	p - value
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ได้แก่						
1. ด้านศิลปกรรม						
1.1 สถาปัตยกรรม						
1) สิ่งก่อสร้างเชิงวัฒนธรรมมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น โบสถ์ อาคาร บ้านเรือน เป็นต้น	3.65	0.90	3.81	0.76	1.67	0.38
2) สิ่งก่อสร้างที่ใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เรือนไม้ ใช้วัสดุก่อสร้างอย่างเหมาะสม	3.81	0.76	3.84	0.78	0.24	0.78
3) สิ่งก่อสร้าง เช่น อาคาร บ้านเรือน มีลักษณะทางสถาปัตยกรรม เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.78	0.82	3.62	0.83	1.74	0.55
1.2 จิตรกรรม						
4) งานจิตกรรมฝาผนังในวัด มีคุณค่า และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.68	0.84	3.71	0.88	0.36	0.82
5) งานศิลปะที่รังสรรค์ขึ้นบนตัวผลิตภัณฑ์ เช่น เสื้อยืด ของที่ระลึก มีความสวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์	3.58	0.86	3.78	0.86	2.02	0.31

ตารางที่ 10 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ

รายการ	ชาย		หญิง		t	p - value
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1.3 ประติมากรรม						
6) งานปั้น งานแกะสลัก ที่เป็นประติมากรรมดั้งเดิมที่ตกแต่งในวัด อาคารบ้านเรือนต่างๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.48	0.88	3.58	0.82	1.05	0.17
7) งานปั้น งานแกะสลัก ที่รังสรรค์ขึ้นให้เป็นงานประติมากรรม เช่น หลักกิโลเมตรประติมากรรมที่ตกแต่งตามอาคารบ้านเรือน โรงแรม โฮมสเตย์ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.36	0.75	3.58	0.86	2.41	0.79
2. ด้านขนบธรรมนียมประเพณี						
1) วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภาษา การใช้เครื่องมือในการประกอบอาชีพในชีวิตประจำวัน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.81	0.72	3.39	0.83	0.96	0.43
2) อาหารมีคุณค่า มีรสชาติ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	3.69	0.81	3.70	0.76	0.11	0.47
3) มีงานเทศกาลประเพณีที่เหมาะสม และเพียงพอแก่การท่องเที่ยว เช่น ประเพณีแห่เรือ งานออกพรรษา เป็นต้น	3.72	0.79	3.74	0.83	0.23	0.48

ตารางที่ 10 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ

รายการ	ชาย		หญิง		t	p - value
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
3. ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน						
1) มีการแสดงขับร้อง และดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์ เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว เช่น การแสดงดนตรีของกลุ่มผู้สูงอายุที่วัดศรีคุนเมือง	3.60	1.01	3.66	0.85	0.96	0.56
2) การแสดงขับร้องฟ้อนรำ มีเพียงพอต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	2.88	0.91	3.07	0.98	0.11	0.75
รวม	**3.59**	**0.84**	**3.62**	**0.84**	**0.99**	**0.54**

4.3.2 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายด้าน เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางกมารท่องเที่ยวโดยตรง และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ 1) พนักงานที่ให้บริการในที่พัก และเจ้าของบ้านโฮมสเตย์มีอัธยาศัยดี บริการประทับใจ และ 2) สินค้า หรือของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย ส่วนข้อที่เพศชาย และเพศหญิงมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ 1) มีเส้นทาง และระยะเวลาการนำที่ยวที่เหมาะสม 2) มัคคุเทศก์มีความรู้ ความชำนาญในการนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานเทศกาลประเพณีต่างๆ อย่างทั่วถึง นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่เพศชายและเพศหญิงมีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ มีหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่คอยให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ หลากหลาย นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 11

ตารางที่ 11 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ

รายการ	ชาย		หญิง		t	p - value
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่						
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง						
1.1 การบริการที่พัก						
1) ที่พักมีเพียงพอต่อการบริการท่องเที่ยว	3.60	0.99	3.66	0.88	0.48	0.89
2) ที่พักปลอดภัย ตั้งอยู่ในที่สะดวกต่อการเดินทางเข้าพัก	3.83	0.78	3.88	0.73	0.56	0.27
3) ที่พักมีสภาพแวดล้อมบรรยากาศดี สวยงาม เหมาะสมตามสภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.94	0.80	3.98	0.71	0.43	0.17
4) ที่พักมีระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเตอร์เน็ต เป็นต้น	3.74	0.77	3.74	0.79	0.25	0.37
5) พนักงานที่ให้บริการในที่พัก และเจ้าของบ้านโฮมสเตย์มีอัธยาศัยดี บริการประทับใจ	3.70	0.90	3.90	0.67	2.16**	0.00
6) ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	3.40	0.84	3.45	0.89	0.52	0.35
1.2 การบริการอาหาร						
1) อาหารมีเพียงพอต่อการบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.64	0.77	3.61	0.92	0.25	0.10
2) อาหารมีความสด สะอาด ถูกสุขอนามัย	3.69	0.71	3.76	0.94	0.86	0.46
3) อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	3.62	0.83	3.72	0.87	1.08	0.97
4) อาหารมีราคาที่เหมาะสม	3.48	0.85	3.55	0.91	0.76	0.40

ตารางที่ 11 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ

รายการ	ชาย		หญิง		t	p - value
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1.3 การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์						
1) มีจุดบริการนำเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคานเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.41	0.76	3.53	0.88	0.04	1.32
2) มีเส้นทาง และระยะเวลาการนำเที่ยวที่เหมาะสม	3.47	0.84	3.46	0.86	0.69*	0.04
3) มีมัคคุเทศก์เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.40	0.83	3.40	0.91	0.01	0.15
4) มัคคุเทศก์มีความรู้ ความชำนาญในการนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.50	0.73	3.38	0.93	1.29*	0.01
1.4 การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก						
1) สินค้า หรือของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	3.70	0.74	3.81	.751	1.24	0.52
2) สินค้า หรือของที่ระลึกมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	3.82	0.70	3.86	.716	0.41	0.63
3) สินค้า หรือของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย	3.78	0.68	3.70	.787	1.00**	0.00
4) สินค้า หรือของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม	3.61	0.90	3.46	.918	1.45	0.68
1.5 การบริการคมนาคมขนส่ง						
1) มีพาหนะให้บริการเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.41	0.79	3.46	0.84	0.57	0.18
2) มีเส้นทางคมนาคม และบริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก	3.48	0.81	3.53	0.75	0.62	0.47

ตารางที่ 11 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ

รายการ	ชาย		หญิง		t	p - value
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
1.6 การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล						
1) มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกเส้นทาง สถานที่ระยะทางชัดเจนละเอียด อ่านเข้าใจง่าย และเพียงพอ	3.48	0.75	3.57	0.77	0.95	0.58
2) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานเทศกาลประเพณีต่างๆ อย่างทั่วถึง	3.45	0.73	3.65	0.86	2.22*	0.04
3) มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น ทางอินเตอร์เน็ต หนังสือ วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น	3.48	0.80	3.60	0.90	1.21	0.13
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม						
2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย						
1) มีหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่คอยให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.26	0.74	3.52	0.78	3.01*	0.01
2) มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย	3.38	0.75	3.42	0.80	0.47	0.16
3) มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.38	0.80	3.43	0.81	0.61	0.44

ตารางที่ 11 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามเพศ โดยภาพรวมและรายข้อ

รายการ	ชาย		หญิง		t	p - value
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D		
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม						
1) มีการปรับแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงามและเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น การตกแต่งไฟแสงสียามค่ำคืน การตกแต่งมุมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวไว้ถ่ายรูป เป็นต้น	3.70	0.74	3.71	0.81	0.15	0.22
2) พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยรวม มีการดูแลรักษาความสะอาด มีถังขยะในการทิ้งขยะให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	3.66	0.77	3.57	0.81	0.97	0.24
รวม	**3.58**	**0.79**	**3.62**	**0.83**	**0.88**	**0.35**

**p < .01, *p < .05

4.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันทุกด้าน ทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ดังรายละเอียดในตารางที่ 12 - 13

4.4.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ

ตารางที่ 12 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	ต่ำกว่า 21 ปี		21-40 ปี		41-60 ปี		มากกว่า 60 ปี	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ได้แก่								
1. ด้านศิลปกรรม	3.77	0.83	3.58	0.87	3.68	0.73	3.28	0.00
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี	3.89	0.82	3.68	0.78	3.78	0.71	3.67	0.00
3. ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน	3.04	0.95	3.25	0.95	3.19	0.87	2.50	0.00
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่								
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง	3.65	0.77	3.57	0.82	3.60	0.86	3.47	0.00
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม	3.58	0.78	3.50	0.81	3.59	0.81	3.17	0.00
รวม	**3.59**	**0.83**	**3.52**	**0.85**	**3.57**	**0.80**	**3.22**	**0.00**

4.4.2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน

ตารางที่ 13 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
มี 3 ด้าน ได้แก่					
1. ด้านศิลปกรรม					
ระหว่างกลุ่ม	2.854	3	.951	2.67	0.05
ภายในกลุ่ม	116.672	327	.357		
รวม	119.526	330			
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี					
ระหว่างกลุ่ม	3.182	3	1.061	2.70	0.05
ภายในกลุ่ม	128.248	327	.392		
รวม	131.430	330			
3. ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	3.151	3	1.050	1.56	0.20
ภายในกลุ่ม	219.955	327	.673		
รวม	223.106	330			

ตารางที่ 13 (ต่อ) การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่					
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง					
ระหว่างกลุ่ม	.449	3	.150	.61	0.61
ภายในกลุ่ม	79.929	327	.244		
รวม	80.378	330			
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม					
ระหว่างกลุ่ม	.777	3	.259	.80	0.50
ภายในกลุ่ม	106.077	327	.324		
รวม	106.855	330			
รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	.534	3	.178	.79	0.50
ภายในกลุ่ม	73.458	327	.225		
รวม	73.992	330			

4.5 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันทุกด้าน ทั้งด้านแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ดังรายละเอียดในตารางที่ 14 - 15

4.5.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 14 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	โสด		สมรส		หย่าร้างแยกกันอยู่		หม้าย	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ได้แก่								
1. ด้านศิลปกรรม	3.63	0.86	3.67	0.82	3.69	0.60	3.78	0.35
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี	3.79	0.83	3.73	0.74	3.60	0.66	3.50	0.72
3. นาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน	3.15	0.92	3.21	0.98	3.11	1.05	3.13	0.54
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่								
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง	3.57	0.81	3.63	0.84	3.72	0.74	3.40	0.53
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม	3.51	0.80	3.58	0.79	3.55	0.82	3.40	0.45
รวม	**3.53**	**0.84**	**3.56**	**0.83**	**3.53**	**0.77**	**3.44**	**0.52**

4.5.2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ

ตารางที่ 15 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้านได้แก่					
1. ด้านศิลปกรรม					
ระหว่างกลุ่ม	.104	4	.026	.07	0.99
ภายในกลุ่ม	119.422	326	.366		
รวม	119.526	330			
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี					
ระหว่างกลุ่ม	.950	4	.238	.59	0.67
ภายในกลุ่ม	130.480	326	.400		
รวม	131.430	330			
3. ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	.334	4	.084	.12	0.97
ภายในกลุ่ม	222.772	326	.683		
รวม	223.106	330			

ตารางที่ 15 (ต่อ) การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่					
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยวโดยตรง					
ระหว่างกลุ่ม	.884	4	.221	.91	0.46
ภายในกลุ่ม	79.494	326	.244		
รวม	80.378	330			
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยวโดยอ้อม					
ระหว่างกลุ่ม	.861	4	.215	.66	0.62
ภายในกลุ่ม	105.993	326	.325		
รวม	106.855	330			
รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	.152	4	.038	.17	0.96
ภายในกลุ่ม	73.840	326	.227		
รวม	73.992	330			

4.6 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.58, S.D. = 0.76) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ($\bar{x}$ = 3.56 , S.D. = 0.85) นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 16 - 17

4.6.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 16 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	ระดับประถมศึกษา		ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.		ระดับอนุปริญญา/ปวส.		ระดับปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ดังนี้										
1. ศิลปกรรม	3.63	0.70	3.70	0.82	3.55	0.89	3.68	0.84	3.60	0.80
2. ขนบธรรมเนียมประเพณี	3.52	0.84	3.94	0.76	3.61	0.86	3.73	0.79	3.63	0.71
3. นาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน	3.14	0.87	3.14	0.87	3.10	1.01	3.21	0.98	3.56	0.77
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่										
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง	3.65	0.78	3.55	0.78	3.64	0.85	3.61	0.83	3.51	0.77

ตารางที่ 16 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	ระดับประถมศึกษา		ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.		ระดับอนุปริญญา/ปวส.		ระดับปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม	3.69	0.64	3.44	0.79	3.60	0.76	3.55	0.81	3.61	0.75
รวม	**3.53**	**0.77**	**3.55**	**0.80**	**3.50**	**0.87**	**3.56**	**0.85**	**3.58**	**0.76**

4.6.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน

ตารางที่ 17 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ได้แก่					
1. ด้านศิลปกรรม					
ระหว่างกลุ่ม	.965	5	.193	.53	0.75
ภายในกลุ่ม	118.562	325	.365		
รวม	119.526	330			
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี					
ระหว่างกลุ่ม	5.461	5	1.092	2.82*	0.02
ภายในกลุ่ม	125.969	325	.388		
รวม	131.430	330			

ตารางที่ 17 (ต่อ) การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
3. ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	4.030	5	.806	1.20	0.31
ภายในกลุ่ม	219.076	325	.674		
รวม	223.106	330			
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่					
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง					
ระหว่างกลุ่ม	1.946	5	.389	1.61	0.16
ภายในกลุ่ม	78.432	325	.241		
รวม	80.378	330			
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม					
ระหว่างกลุ่ม	1.714	5	.343	1.06	0.38
ภายในกลุ่ม	105.141	325	.324		
รวม	106.855	330			
รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	.786	5	.157	.70	0.63
ภายในกลุ่ม	73.206	325	.225		
รวม	73.992	330			

*p <. 05

4.7 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกร/รับจ้าง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.80, S.D. = 0.92) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{x}$ = 3.68, S.D. = 0.84) และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเกษตรกร/รับจ้าง ($\bar{x}$ = 3.81, S.D. = 0.92) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{x}$ = 3.67, S.D. = 0.82) นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 18 - 19

4.7.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ

ตารางที่ 18 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ		ค้าขาย/นักธุรกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		นักเรียน/นักศึกษา		เกษตรกร/รับจ้าง		อาชีพอิสระ	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ดังนี้												
1. ศิลปกรรม	3.73	0.83	3.60	0.73	3.64	0.84	3.70	0.86	3.80	0.78	3.39	0.91
2. ขนบธรรมเนียมประเพณี	3.70	0.88	3.68	0.72	3.74	0.62	3.88	0.82	3.67	0.75	3.56	0.64
3. นาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน	3.16	0.90	3.03	0.90	3.47	0.87	3.18	0.99	3.50	0.67	3.07	0.78

ตารางที่ 18 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ		ค้าขาย/นักธุรกิจ		พนักงานบริษัท/ห้างร้าน		นักเรียน/นักศึกษา		เกษตรกร/รับจ้าง		อาชีพอิสระ	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่												
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยวโดยตรง	3.68	0.84	3.52	0.76	3.63	0.76	3.63	0.79	3.80	0.92	3.32	0.88
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยวโดยอ้อม	3.67	0.82	3.42	0.79	3.63	0.75	3.55	0.79	3.81	0.92	3.27	0.76
รวม	**3.59**	**0.85**	**3.45**	**0.78**	**3.62**	**0.77**	**3.59**	**0.85**	**3.72**	**0.81**	**3.32**	**0.79**

4.7.2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน

ตารางที่ 19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
มี 3 ด้าน ได้แก่					
1. ด้านศิลปกรรม					
ระหว่างกลุ่ม	3.034	5	.607	1.69	0.14
ภายในกลุ่ม	116.492	325	.358		
รวม	119.526	330			
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี					
ระหว่างกลุ่ม	3.639	5	.728	1.85	0.10
ภายในกลุ่ม	127.791	325	.393		
รวม	131.430	330			
3 ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	4.900	5	.980	1.46	0.20
ภายในกลุ่ม	218.206	325	.671		
รวม	223.106	330			

ตารางที่ 19 (ต่อ) การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่					
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง					
ระหว่างกลุ่ม	3.395	5	.679	2.87*	0.02
ภายในกลุ่ม	76.983	325	.237		
รวม	80.378	330			
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม					
ระหว่างกลุ่ม	4.870	5	.974	3.10*	0.01
ภายในกลุ่ม	101.985	325	.314		
รวม	106.855	330			
รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	2.669	5	.534	2.43*	0.04
ภายในกลุ่ม	71.323	325	.219		
รวม	73.992	330			

*p < .05

4.8 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.83) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้30,001-40,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.71, S.D. = 0.86) นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ได้แก่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.64, S.D. = 0.88) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.63, S.D. = 0.80) และนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.63, S.D. = 0.82) และ ด้าน

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 10,001-20,000 บาท มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.67, S.D. = 0.78) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ($\bar{x}$ = 3.65, S.D. = 0.82) ดังรายละเอียดในตารางที่ 20 - 21

4.8.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียง จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 20 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		30,001-40,000 บาท		40,001-50,000 บาท		สูงกว่า 50,000 บาท	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ดังนี้												
1. ศิลปกรรม	3.70	0.85	3.61	0.84	3.57	0.79	3.82	0.82	3.89	0.46	3.17	0.68
2. ขนบธรรมเนียมประเพณี	3.86	0.83	3.67	0.76	3.60	0.65	3.71	0.68	3.45	0.60	3.41	0.80
3. นาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน	3.19	0.96	3.15	0.97	3.21	0.75	3.16	1.18	3.33	0.95	4.34	0.53
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่												
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยวโดยตรง	3.63	0.80	3.63	0.82	3.47	0.81	3.64	0.88	3.27	0.74	3.19	0.69
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องที่ยวโดยอ้อม	3.55	0.79	3.67	0.76	3.39	0.73	3.65	0.82	3.19	0.78	2.81	0.57
รวม	**3.59**	**0.85**	**3.55**	**0.83**	**3.45**	**0.75**	**3.60**	**0.88**	**3.43**	**0.71**	**3.38**	**0.65**

4.8.2. การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

ตารางที่ 21 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
1. แหล่งท่องเที่ยว มี 3 ด้าน ได้แก่					
1. ด้านศิลปกรรม					
ระหว่างกลุ่ม	3.568	5	.714	2.00	0.08
ภายในกลุ่ม	115.958	325	.357		
รวม	119.526	330			
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี					
ระหว่างกลุ่ม	5.344	5	1.069	2.76*	0.02
ภายในกลุ่ม	126.086	325	.388		
รวม	131.430	330			
3. ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	1.285	5	.257	.38	0.87
ภายในกลุ่ม	221.820	325	.683		
รวม	223.106	330			
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง					
ระหว่างกลุ่ม	3.099	5	.620	2.61*	0.03
ภายในกลุ่ม	77.279	325	.238		
รวม	80.378	330			

ตารางที่ 21 (ต่อ) การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม					
ระหว่างกลุ่ม	7.646	5	1.529	5.01**	0.00
ภายในกลุ่ม	99.209	325	.305		
รวม	106.855	330			
รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	2.750	5	.550	2.51*	0.03
ภายในกลุ่ม	71.241	325	.219		
รวม	73.992	330			

**p < .01, *p < .05

4.9 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านศิลปกรรม พบว่า นักท่องเที่ยวที่อยู่ภาคตะวันตก มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.01, S.D. = 0.68) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่ที่อยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ($\bar{x}$ = 3.77, S.D. = 0.83) นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 22 - 23

4.9.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ตารางที่ 22 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามที่ออยู่ปัจจุบัน โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	จังหวัดเลย		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ได้แก่														
1. ศิลปกรรม	3.50	0.85	3.62	0.77	3.64	0.84	3.54	0.71	3.77	0.83	4.01	0.68	3.40	1.34
2 ขนบธรรมเนียมประเพณี	3.81	0.82	3.76	0.69	3.79	0.82	3.74	0.57	3.82	0.82	3.73	0.65	3.60	1.23
3. นาฏศิลป์ และดนตรีพื้นบ้าน	3.30	0.88	3.02	0.92	3.09	0.98	2.92	0.83	3.26	0.95	3.70	0.80	2.66	2.08

ตารางที่ 22 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามที่ออยู่ปัจจุบัน โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	จังหวัดเลย		ภาคเหนือ		ภาคกลาง		ภาคตะวันออก		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคตะวันตก		ภาคใต้	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ได้แก่														
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง	3.58	0.84	3.64	0.83	3.60	0.80	3.56	0.68	3.56	0.84	3.99	0.86	3.78	0.66
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม	3.52	0.82	3.59	0.74	3.65	0.72	3.56	0.70	3.47	0.88	3.67	0.86	3.56	0.60
รวม	3.54	0.84	3.53	0.79	3.55	0.83	3.46	0.70	3.58	0.86	3.82	0.77	3.40	1.18

4.9.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน

ตารางที่ 23 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
1. แหล่งท่องที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
มี 3 ด้าน ได้แก่					
1. ด้านศิลปกรรม					
ระหว่างกลุ่ม	5.470	6	.912	2.59*	0.02
ภายในกลุ่ม	114.056	324	.352		
รวม	119.526	330			
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี					
ระหว่างกลุ่ม	.999	6	.167	.41	0.87
ภายในกลุ่ม	130.431	324	.403		
รวม	131.430	330			
3. ด้านนาฏศิลป์ และดนตรีพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	7.424	6	1.237	1.86	0.09
ภายในกลุ่ม	215.681	324	.666		
รวม	223.106	330			

ตารางที่ 23 (ต่อ) การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง					
ระหว่างกลุ่ม	1.111	6	.185	.76	0.60
ภายในกลุ่ม	79.267	324	.245		
รวม	80.378	330			
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม					
ระหว่างกลุ่ม	2.823	6	.470	1.47	0.19
ภายในกลุ่ม	104.032	324	.321		
รวม	106.855	330			
รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	.986	6	.164	.73	0.63
ภายในกลุ่ม	73.006	324	.225		
รวม	73.992	330			

*p < .05

4.10 เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว โดยภาพรวมและรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว 4-5 ครั้ง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{x}$ = 3.46, S.D. = 0.80) รองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมากกว่า 5 ครั้ง ($\bar{x}$ = 3.32, S.D. = 0.90) นอกนั้นไม่แตกต่างกัน ดังรายละเอียดในตารางที่ 24 - 25

4.10.1 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว

ตารางที่ 24 การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	มาครั้งแรก		2-3 ครั้ง		4-5 ครั้ง		มากกว่า 5 ครั้ง	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ได้แก่								
1. ศิลปกรรม	3.73	0.83	3.60	0.81	3.60	0.89	3.56	0.87
2. ขนบธรรมเนียมประเพณี	3.77	0.78	3.64	0.82	3.90	0.65	3.82	0.83
3. นาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน	3.07	0.92	3.12	0.95	3.46	0.80	3.32	0.99

ตารางที่ 24 (ต่อ) การเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัด จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	มาครั้งแรก		2-3 ครั้ง		4-5 ครั้ง		มากกว่า 5 ครั้ง	
	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D	$\bar{x}$	S.D
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว								
มี 2 ด้าน ได้แก่								
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง	3.61	0.79	3.66	0.82	3.66	0.83	3.51	0.87
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม	3.54	0.75	3.55	0.75	3.58	0.83	3.45	0.93
รวม	**3.54**	**0.81**	**3.51**	**0.83**	**3.64**	**0.80**	**3.53**	**0.90**

4.10.2 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว

ตารางที่ 25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นทีเมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว โดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
1. แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ได้แก่					
1. ด้านศิลปกรรม					
ระหว่างกลุ่ม	1.944	4	.486	1.35	0.25
ภายในกลุ่ม	117.582	326	.361		
รวม	119.526	330			
2. ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี					
ระหว่างกลุ่ม	2.433	4	.608	1.54	0.19
ภายในกลุ่ม	128.997	326	.396		
รวม	131.430	330			
3. ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน					
ระหว่างกลุ่ม	7.600	4	1.900	2.87*	0.02
ภายในกลุ่ม	215.506	326	.661		
รวม	223.106	330			

ตารางที่ 26 (ต่อ) การวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกจำนวนครั้งที่มาเที่ยวโดยภาพรวมและรายด้าน

รายการ	SS	df	MS	F	p-value
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว					
1. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง					
ระหว่างกลุ่ม	1.646	4	.411	1.70	0.15
ภายในกลุ่ม	78.732	326	.242		
รวม	80.378	330			
2. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม					
ระหว่างกลุ่ม	1.307	4	.327	1.01	0.40
ภายในกลุ่ม	105.547	326	.324		
รวม	106.855	330			
รวมทุกด้าน					
ระหว่างกลุ่ม	1.207	4	.302	1.35	.25
ภายในกลุ่ม	72.784	326	.223		
รวม	73.992	330			

*$p < .05$

4.11 แนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

4.11.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ได้แก่ ด้านศิลปกรรม ด้านศิลปกรรม และด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นไว้ ดังนี้

4.11.1.1 ด้านศิลปกรรม ประกอบด้วย สถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรม

1) สถาปัตยกรรม

(1) มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นค่อนข้างน้อยและยังไม่โดดเด่น มีการสร้างอาคาร บ้านเรือนแบบสมัยใหม่มาแทนมากขึ้น

(2) ควรมีการปรับปรุงสิ่งก่อสร้างด้านสถาปัตยกรรมให้คงสภาพเดิมไว้ ควรซ่อมแซมให้มีความแข็งแรง และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมากขึ้น

2) จิตรกรรม

(1) ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเท่าที่ควร

(2) จิตรกรรมของสินค้า หรือของที่ระลึกควรมีความหลากหลายมากขึ้น

3) ประติมากรรม

(1) ด้านประติมากรรมมีน้อย และยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

(2) ควรมีความโดดเด่น และดึงดูดความสนใจในการท่องเที่ยว

4.11.1.2 ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี

1) มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีวิถีชีวิตเรียบง่าย แต่ควรใช้ภาษาถิ่นในการสื่อสารให้มากขึ้น

2) ประเพณีต่างๆ ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีน้อย และยังไม่ดึงดูดใจการท่องเที่ยวเท่าที่ควร

4.11.1.3 ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน

1) ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเท่าที่ควร

2) ควรมีการสนับสนุนการจัดแสดงพื้นบ้านให้มากกว่านี้

4.11.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาปรับปรุงการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย มี 2 ด้าน ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม โดยผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความคิดเห็นไว้ ดังนี้

4.11.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง ประกอบด้วย ด้านการบริการที่พัก ด้านการบริการอาหาร ด้านการบริการนำที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง และด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล

1) ด้านการบริการที่พัก

(1) ที่พักมีน้อยยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว

(2) ราคาแพง ไม่เหมาะสม โดยเฉพาะช่วงเทศกาล

2) ด้านการบริการอาหาร

(1) ร้านอาหารไม่เพียงพอต่อการบริการนักท่องเที่ยว

(2) ควรมีร้านอาหารพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเพิ่มขึ้น

(3) ควรมีร้านอาหารที่หลากหลายมากขึ้น

(4) อาหารราคาแพง ไม่เหมาะสม

3) ด้านการบริการนำที่ยวและมัคคุเทศก์

(1) มีน้อยไม่เพียงพอต่อการบริการท่องเที่ยว

(2) ควรมีการจัดตั้งชมรมเพื่อฝึกเด็กนักเรียน และเยาวชนในพื้นที่ให้เป็นมัคคุเทศก์

4) ด้านการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

(1) ควรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมากกว่านี้

(2) อยากให้สินค้ามีความหลากหลายมากขึ้น

(3) สินค้าราคาแพง ไม่เหมาะสม

5) ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง

(1) ควรมีการจัดระเบียบที่จอดรถ เพราะที่จอดรถไม่เพียงพอโดยเฉพาะช่วงเทศกาล

(2) เส้นทางแคบ ถนนค่อนข้างชำรุดควรปรับปรุง

(3) ควรมีป้ายบอกเส้นทาง แนะนำที่ท่องเที่ยว และการเดินทางด้วยพาหนะใดได้บ้าง

6) ด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล

(1) ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่มากกว่านี้

(2) ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขว้าง เช่น วิทยุ โทรทัศน์ เป็นต้น

(3) ควรมีการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรม ต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น

4.11.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม ประกอบด้วย ด้านความปลอดภัย และด้านสิ่งแวดล้อม

1) ด้านความปลอดภัย

(1) การบริการด้านความปลอดภัยยังไม่ทั่วถึงควรมีการจัดสายตรวจ เวรยามตลอดเวลา

(2) ควรมีตำรวจท่องเที่ยวเพื่อบริการนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

(3) ควรมีความสะดวก และรวดเร็วต่อการติดต่อเจ้าหน้าที่

(4) ควรมีเจ้าหน้าที่คอยเฝ้าดูตามจุดจอดรถเพื่อความปลอดภัย

2) ด้านสิ่งแวดล้อม

(1) ควรปลูกต้นไม้ และดอกไม้ ให้มากกว่านี้ เพื่อปรับแต่งภูมิทัศน์ให้ดีขึ้น

(2) ควรดูแลเรื่องความสะอาด และควรมีถังขยะไว้บริการเพิ่มมากขึ้น

บทที่ 5
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้ศึกษาขอเสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล สรุปผลการวิจัย การอภิปรายผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ตามลำดับ ดังนี้

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.1 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

5.1.2 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมตามปัจจัยส่วนบุคคล

5.1.3 เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมให้เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากขึ้น

5.2 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

5.2.1 ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย บริเวณบ้านไม้เก่าโบราณถนนชายโขงมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1 เดือน ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2553 พบว่า มีนักท่องเที่ยวจำนวน 2,260 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มที่มาท่องเที่ยววันจันทร์ - ศุกร์ จำนวน 660 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาวันเสาร์ - อาทิตย์ จำนวน 1,600 คน

5.2.2 กลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาได้ใช้การกำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยตารางสำเร็จรูปเครจซี่ และมอร์แกน (สุวิมล ติรกานนท์, 2547 : 99) ได้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 331 คน โดยแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยววันจันทร์ ถึงวันศุกร์ จำนวน 97 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวระหว่างวันเสาร์ ถึงวันอาทิตย์ จำนวน 234 คน

5.2.3 ตัวแปรที่วิจัย

5.2.3.1 ตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่ปัจจุบัน และจำนวนครั้งที่มาเที่ยว

5.2.3.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ประกอบไปด้วย

1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านศิลปกรรม ซึ่งมีอยู่ 3 ด้าน คือ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม และประติมากรรม ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว มี 2 ด้าน ดังนี้

(1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง มี 6 ด้าน คือ ด้านการบริการที่พัก ด้านการบริการอาหาร ด้านการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านการบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง และด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ และแหล่งข้อมูล

(2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม มี 2 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม

5.3 วิธีการดำเนินการวิจัย

5.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย บริเวณบ้านไม้เก่าโบราณถนนชายโขง รวมทั้งหมด 2,260 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 331 คน

5.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้น 1 ชุด โดยผ่านการตรวจสอบแก้ไขจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชียวชาญทั้ง 5 ท่าน และนำไปทดลองใช้ (Try out) กับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวบริเวณบ้านไม้เก่าโบราณถนนชายโขง ในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำนวน 30 คน และนำไปหาค่าความเชื่อ (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.871 ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สอบถามระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งประกอบไปด้วยแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 สอบถามแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้ศึกษาได้ดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

5.4.1 ผู้ศึกษาขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ให้ออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ถึงเทศบาลเชียงคานเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

5.4.2 ผู้ศึกษาได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวด้วยตัวเองในพื้นที่เมือง เชียงคาน จังหวัดเลยบริเวณบ้านไม้เก่าถนนชายโขง ระหว่างวันที่ 15 กุมภาพันธ์ - 17 มีนาคม 2554

5.4.3 เมื่อได้รับแบบสอบถามครบถ้วนทุกฉบับ จำนวน 331 ชุด เรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษาจึงทำการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม แล้วนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.5.1 วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

5.5.2 วิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ โดยการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

5.5.3 เปรียบเทียบความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตามเพศ ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่มด้วยสถิติทดสอบ t - test

5.5.4 เปรียบเทียบความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่าง จำแนกตาม อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่ปัจจุบัน และจำนวนครั้งที่มาเที่ยว ใช้สถิติทดสอบ F - test

5.5.1 วิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากคำถามปลายเปิด

5.6 สรุปผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย สรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

5.6.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 62.20 และ 37.80 ตามลำดับ มีอายุ 21-40 ปี ร้อยละ 52.30 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 61.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 48.30 มีอาชีพเป็นอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 39.00 รายได้ต่อเดือนรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 58.00 ที่อยู่ปัจจุบันส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยว คือ ภาคกลาง ร้อยละ 29.70 และมาท่องเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 46.20

5.6.2 การศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ของกลุ่มตัวอย่าง 331 คน โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านขนบธรรมเนียม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านศิลปกรรม ส่วนด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า ด้านสิ่งอำนวยทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง ด้านการบริการที่พัก ด้านการบริการอาหาร ด้านการบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก และการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก ส่วนด้านการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และด้านการบริการคมนาคมขนส่ง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจระดับปานกลาง

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านสิ่งแวดล้อมในระดับมาก และมีความพึงพอใจด้านความปลอดภัยระดับปานกลาง

5.6.3 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

5.6.3.1 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องกับเพศของกลุ่มตัวอย่าง โดยภาพรวมเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน

เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทุกด้าน ทั้งด้านศิลปกรรม ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน

เปรียบเทียบความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว พบว่า โดยภาพรวมและรายด้านเพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันทุกด้านทั้งด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง มีข้อที่เพศชายและเพศหญิงมีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ 1) พนักงานที่ให้บริการในที่พัก และเจ้าของบ้านโฮมสเตย์มีอัธยาศัยดี บริการประทับใจ 2) สินค้า หรือของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย ส่วนข้อที่เพศชายและเพศหญิงแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ 1) มีเส้นทาง และระยะเวลาการนำเที่ยวที่เหมาะสม 2) มัคคุเทศก์มีความรู้ความชำนาญในการนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 3) มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานเทศกาลประเพณีต่างๆ อย่างทั่วถึง นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่เพศชายและเพศหญิงมีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ มีหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่คอยให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ หลากหลาย นอกนั้นไม่มีความแตกต่างกัน

5.6.4 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอายุ โดยภาพรวม นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5.6.5 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามสถานภาพ โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5.6.6 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามระดับการศึกษา โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี นอกนั้นไม่แตกต่างกัน

5.6.7 ผลการการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามอาชีพ โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

5.6.8 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกัน และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ 1) ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง ส่วนด้านที่

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

5.6.9 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านศิลปกรรม

5.6.10 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน

5.6.11 เณวทางพัฒนาการบริการท่องที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

จากการศึกษาโดยใช้ความถี่ของการตอบแบบสอบถามแบบปลายเปิด สรุปแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ดังนี้

5.6.11.1 สรุปแนวทางพัฒนาด้านแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านศิลปกรรม ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และด้านนาฏศิลปะและดนตรีพื้นบ้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) ด้านศิลปกรรม ประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ด้านสถาปัตยกรรม ด้านจิตรกรรม และด้านประติมากรรม

1.1 ด้านสถาปัตยกรรม ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และยังไม่โดดเด่นดึงดูดใจนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร

1.2 ด้านจิตรกรรม มีค่อนข้างน้อย ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเท่าที่ควร ส่วนจิตรกรรมของสินค้าที่ระลึกควรมีความหลากหลายมากขึ้น

1.3 ด้านประติมากรรม มีน้อย ยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และควรมีความโดดเด่นดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมากกกว่านี้

2) ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีค่อนข้างน้อย และควรใช้ภาษาถิ่นในการสื่อสารกันให้มากกว่านี้

3) ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน มีค่อนข้างน้อย และยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเท่าที่ควร ควรมีการสนับสนุนกิจกรรมการแสดงพื้นบ้านให้มากกว่านี้

5.6.11.2 สรุปแนวทางพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง ประกอบไปด้วย 6 ด้าน คือ ด้านการบริการที่พัก ด้านการบริการอาหาร ด้านการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง และด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล

1.1 ด้านการบริการที่พัก ที่พักมีน้อย ยังไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมีราคาแพง ไม่เหมาะสม

1.2 ด้านการบริการอาหาร ร้านอาหารที่มีไว้บริการมีน้อย ไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรมีร้านอาหารพื้นบ้านที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเพิ่มขึ้น ร้านอาหารควรมีความหลากหลาย และอาหารมีราคาแพง ไม่เหมาะสม

1.3 ด้านการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ มีน้อยยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ควรมีการจัดตั้งชมรมเพื่อฝึกเด็กนักเรียน และเยาวชนในพื้นที่ให้เป็นมัคคุเทศก์

1.4 ด้านการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก สินค้าควรมีความหลากหลาย ควรมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และสินค้ามีราคาแพงไม่เหมาะสม

1.5 ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง ควรจัดระเบียบที่จอดรถ ควรมีการซ่อมแซมถนนที่ชำรุด และควรมีป้ายบอกเส้นทาง แนะนำที่ท่องเที่ยว และการเดินทางด้วยพาหนะใดบ้าง

1.6 ด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ควรมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้น กว้างขว้างมากขึ้น เช่น โทรทัศน์ วิทยุ และควรประชาสัมพันธ์ ด้านแหล่งท่องเที่ยว ประเพณี วัฒนธรรมต่างๆ วิถีการดำเนินชีวิต เพื่อดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม ประกอบด้วย 2 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม

2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย การบริการด้านความปลอดภัยยังไม่ทั่วถึง และควรมีการจัดตรวจเวรยามตลอดเวลา

2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม ควรปลูกต้นไม้ดอกไม้ เพื่อปรับแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงามมากยิ่งขึ้น และควรดูแลเรื่องความสะอาด ถังขยะควรมีไว้บริการให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น

5.7 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย อภิปรายผลประเด็นสำคัญ ดังนี้

5.7.1 ผลการศึกษา พบว่า ความพึงพอใจต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมือง เชียงคาน จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากและมีความเห็นคล้ายคลึงกันทั้ง 2 ด้าน คือ ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

5.7.1.1 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละด้านส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความเห็นคล้ายคลึงกันเกือบทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และด้านศิลปกรรม ส่วนด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้านนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

เมื่อพิจารณาโดยรวมทั้ง 3 ด้าน แล้วพบว่า ควรปรับปรุงฟื้นด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน ให้มีการเพิ่มกิจกรรมเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว เช่น การแสดงขับร้องฟ้อนรำ การแสดงดนตรีพื้นบ้าน เพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว และมีความเป็นเอกลักษณ์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548 : 283) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ว่า องค์ประกอบด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมอันประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ 10 ประการ คือ 1) ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น 2) โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์สถานต่างๆ 3) งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมในท้องถิ่นและสิ่งปลูกสร้าง ผังเมือง รวมทั้งซากปรักหักพัง 4) ศิลปะ หัตถกรรม ประติมากรรม ภาพวาด รูปปั้น และแกะสลัก 5) ศาสนารวมถึงพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนา 6) ดนตรี การแสดงละคร ภาพยนตร์ มหรสพต่างๆ 7) ภาษาและวรรณกรรม รวมถึงระบบการศึกษา 8) วิถีชีวิต เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การทำอาหาร ธรรมเนียมการรับประทานอาหาร 9) ประเพณี วัฒนธรรมพื้นบ้าน ขนบธรรมเนียม และเทศกาลต่างๆ 10) ลักษณะงานหรือเทคโนโลยีต่างๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น

5.7.1.2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละด้านส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวมีความเห็นคล้ายคลึงกันเกือบทั้งหมด โดยนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และด้านสิ่งอำนวยทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรงอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 4 ด้านโดยมีค่าเฉลี่ยตามลำดับ คือ 1) ด้านการบริการที่พัก 2) ด้านการบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 3) ด้านการบริการอาหาร และ 4) ด้านการ

บริการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ ด้านการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และด้านการบริการคมนาคมขนส่ง เมื่อพิจารณาโดยรวมด้านที่ควรมีการปรับปรุงพัฒนา มีดังนี้

ด้านการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งแตกต่างจากพีระพงษ์ ควงสนิท (บทคัดย่อ : 2545) ที่ศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการบริการของมัคคุเทศก์ จังหวัดเชียงราย ในเรื่องความรู้อยู่ในระดับดี มัคคุเทศก์สามารถบรรยายเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวได้ดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วัฒนธรรม และสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ สำหรับเรื่องความสามารถอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะความสามารถในด้านวิชาการ ด้านการนำเที่ยว และด้านการจัดการ ส่วนคุณสมบัติของมัคคุเทศก์ในด้านหน้าที่ ความรับผิดชอบ อยู่ในระดับดี โดยเฉพาะตรงต่อเวลา และความซื่อสัตย์สุจริต ด้านบุคลิกภาพอยู่ในระดับดี โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในตนเอง และการมีอารมณ์ขัน และด้านมนุษยสัมพันธ์ อยู่ในระดับดีเช่นกัน โดยเฉพาะความเอื้อเฟื้อ รู้จักอาทรห่วงใยผู้อื่น และมีน้ำใจพร้อมจะให้ความช่วยเหลือ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของวัดพระพุทธฉาย (2553 : ออนไลน์) ที่กล่าวถึงปัจจัยสนับสนุนต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในด้านการบริการนำเที่ยว ดังนี้ บริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัธยาศัยไมตรี และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ควรมีโครงการจัดอบรมอบรมเด็กและเยาวชน เป็นมัคคุเทศก์ที่มีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ มีคุณสมบัติการเป็นมัคคุเทศก์ที่ดี เพื่อให้เพียงพอแก่นักท่องเที่ยว

ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของไพศาล ชุ่มวงศ์ (บทคัดย่อ : 2550) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษา พบว่า ด้านคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอในระดับสูงสุด คือ การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางในการเดินทาง ความสะดวกในการเดินทาง และค่าพาหนะในการเดินทาง และยังสอดคล้องกับแนวคิดของสุวรรณชัย ฤทธิรักษ์ และมานิตย์ ศุทธสกุล (2544 : 336) ที่กล่าวถึงมูลเหตุและแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในด้านการบริการคมนาคมขนส่ง ดังนี้ เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับบริการข้อมูลข่าวสารจนมีการตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวแล้ว ก็จะต้องพิจารณาเลือกว่าจะเดินทางไปวิธีใด ใช้ยานพาหนะอะไร การบริการเกี่ยวกับการคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยที่รองรับนำนักท่องเที่ยวให้ไปสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว (Tourist attraction) โดยวิธีการเดินทางที่เหมาะสม ซึ่งอาจเป็นคมนาคม

ขนส่งทางบก ทางน้ำ หรือทางอากาศ กรณีดังกล่าวนับเป็นเอกลักษณ์พิเศษของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ณ ถิ่นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ และไม่สามารถสั่งหรือสั่งซื้อแหล่งท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวไปบริโภค ณ ถิ่นที่อยู่ของตนเองได้ เหมือนกับสินค้าหรือบริการประเภทอื่น ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวใด เมืองใด หรือประเทศใด จัดให้มีการคมนาคมขนส่งที่อำนวยความสะดวกให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือพื้นที่ต่างๆ ได้อย่างสะดวก และมีประสิทธิภาพ ย่อมมีโอกาสเพิ่มกระแสการเดินทางท่องเที่ยวหรือพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว พื้นที่ ประเทศ หรือภูมิภาคนั้นได้มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวหรือในประเทศที่มีการคมนาคมขนส่งไม่สะดวก ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าควรมีการปรับปรุงเส้นทางซ่อมแซมถนนที่ชำรุด มีป้ายบอกสถานที่ท่องเที่ยวอย่างชัดเจน และแนะนำว่าควรใช้ยานพาหนะใดได้บ้างที่สะดวกต่อการไปยังแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

ความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อมอยู่ในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย เมื่อพิจารณาโดยรวมด้านที่ควรมีการปรับปรุงพัฒนา มีดังนี้

สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปัญญา ซิ้มสือ (2546 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยว อุทยานแห่งชาติเขาแหลม - หมู่เกาะเสม็ด ผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า - เกาะเสม็ด จังหวัดระนอง ศึกษาเฉพาะกรณีเกาะเสม็ด พ.ศ. 2546 ในด้านการรักษาความปลอดภัยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีความพึงพอใจระดับสูงสุด คือ ป้ายหรือสัญญาณเตือนเมื่อไม่ปลอดภัย การรักษาความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว และจำนวนเจ้าหน้าที่ในการบริการนักท่องเที่ยวตามลำดับ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ จิตรานุช รักสัจจา (2553 : ออนไลน์) ที่กล่าวถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัยว่า ความปลอดภัย (Security) โดยนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ ซึ่งผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า ควรมีมาตรการจัดเจ้าหน้าที่สายตรวจ จัดเวรยาม และเพิ่มเจ้าหน้าที่คอยรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องที่ยว

5.7.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.7.3.1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า เพศชายและเพศหญิงมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของเบญจมาศ ประยูรหงษ์ (2549 : บทคัดย่อ) ที่ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนาปัจจุบัน และลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตโดยรวมไม่แตกต่างกัน

5.7.3.2 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามอายุ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างจากนาวิน วิไลเลิศ (2549 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี โดยศึกษามูลเหตุจูงใจในการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และภูมิภาคที่อาศัยอยู่ แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี แตกต่างกัน

5.7.3.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามสถานภาพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของรุ้งกาญจน์ แสวงกาญจน์ (2551 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง ผลการศึกษา พบว่า การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่านักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา แตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน

5.7.3.4 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างจากศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ (2552 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แม้โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี

5.7.3.5 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ (บทคัดย่อ : 2550) ได้ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี ตามตัวแปร เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีอายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ สมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

5.7.3.6 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมแตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของณัฐชา สุวิทยพันธ์ (2545 : 74) ที่กล่าวถึงองค์ประกอบของลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านรายได้ไว้ดังนี้ องค์ประกอบด้านรายได้ เป็นเครื่องกำหนดความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดความแตกต่างที่เกี่ยวกับแนวคิด พฤติกรรม รูปแบบ ความชื่นชมในการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลด้วย และยังซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ (2552 : บทคัดย่อ) ที่ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุและรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ 1) ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และ 3) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

5.7.3.7 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามที่อยู่ปัจจุบัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีที่อยู่แตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน ซึ่งแตกต่างจากเบญจมาศ ประยูรหงษ์ (2549 : บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต การวิจัยครั้งนี้เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต จำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ สถานภาพ ภูมิลำเนาปัจจุบัน และลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวสวนสัตว์ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาปัจจุบันต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิตโดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

แม้โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านศิลปกรรม

5.7.3.8 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จำแนกตามจำนวนครั้งที่มาเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจำนวนครั้งแตกต่างกันมีความพึงพอใจโดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน

แม้โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน

2.3.9 แนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

2.3.9.1 ด้านแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านศิลปกรรม ด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน โดยแนวทางพัฒนาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน ควรมีการสนับสนุนการจัดแสดงพื้นบ้านให้มีมากขึ้น และยังไม่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเท่าที่ควร

2.3.9.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง มี 6 ด้าน คือ ด้านการบริการที่พัก ด้านการบริการอาหาร ด้านการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง และด้านการสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล โดยแนวทางพัฒนาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ ด้านการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ยังมีไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และควรมีการตั้งชมรมเพื่อฝึกเด็กและเยาวชนในพื้นที่เป็นมัคคุเทศก์ รองลงมา ได้แก่

ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง ควรมีป้ายบอกเส้นทาง แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การเดินทางด้วยพาหนะใดได้บ้าง และควรซ่อมแซมถนนที่ชำรุด

สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม มี 2 ด้าน คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม โดยแนวทางพัฒนาที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากที่สุด ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย การบริการด้านความปลอดภัยยังไม่ทั่วถึง ควรมีเจ้าหน้าที่คอยตรวจเวรยามรักษาความปลอดภัยมากขึ้น

5.8 ข้อเสนอแนะ

5.8.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนา

5.8.1.1 หน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนทางการท่องเที่ยว เช่น เทศบาล และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ชุมชนท้องถิ่น และกลุ่มผู้ให้บริการท่องเที่ยวควรมีแผนการดำเนินการฟื้นฟู ปรับปรุงทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความเป็นเอกลลักษณ์ของท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน

5.8.1.2 กลุ่มผู้ให้บริการท่องเที่ยวควรปรับปรุงการบริการที่พัก อาหาร สินค้าที่ระลึก และการนำเที่ยว ให้มีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และเพิ่มคุณภาพมาตรฐานให้มีความเหมาะสมทางด้านราคา และจัดตั้งชมรมให้เด็กและเยาวชนได้เป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยว

5.8.1.3 หน่วยงานและชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการบริการคมนาคมขนส่ง ควรมีการดำเนินการจัดหาที่จอดรถ ปรับปรุงถนน ป้ายบอกเส้นทาง แนะนำแหล่งท่องเที่ยว และระบุพาหนะที่ควรใช้ตามเส้นทางต่างๆ

5.8.1.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านความปลอดภัย เช่น เทศบาล ตำรวจ ควรมีโครงการจัดสายตรวจให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

5.8.1.5 ควรมีแผนการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมด้านความสะอาด ควรเพิ่มถังขยะ การปลูกต้นไม้ ดอกไม้ และปรับแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงาม เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่นมากขึ้น

5.8.1.6 ควรให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมในการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น

5.8.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

5.8.2.1 ควรศึกษาปัญหา และแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวตามความคิดเห็นของผู้ประกอบการ และประชาชนในเขตเทศบาลเชียงคาน

5.8.2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบความคาดหวังกับสภาพจริงในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว และการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

5.8.2.3 ควรวิจัยและพัฒนาโดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อพัฒนาการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และการบริการท่องเที่ยว เมืองเชียงคานให้มีประสิทธิภาพ และสร้างความเป็นอัตลักษณ์ของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมให้โดดเด่นและยั่งยืน

5.8.2.4 ควรวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลายมีความเป็นเอกลักษณ์ ได้มาตรฐาน และพัฒนาความสามารถในการบริการท่องเที่ยวของผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น กระทรวงมหาดไทย . (2549) . **มาตรฐานการส่งเสริมการท่องเที่ยว** . ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2553, จาก http://www.thailocaladmin.go.th/work/e_book/eb1/std210550/22/22.htm

การท่องเที่ยว . (2551) . **พฤติกรรมนักท่องเที่ยว** . ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2553, จาก http://touristbehaviour.wordpress.com/1/

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . (2541) . **คู่มือแนวทางการบริหารและจัดการท่องเที่ยวในพื้นที่รับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบลและสภา** . กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

_____ . (2553) . **แผนแม่บทพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย** . ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2553, จาก http://www.mots.go.th

กองอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติและศิลปกรรม . (2552) . **สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.onep.go.th/ncecd/?name=onep_2&file=readnews&id=2

กิตติมา ปรีดีดิลก . (2532) . **การบริหารและการนิเทศการศึกษาเบื้องต้น** . กรุงเทพฯ : อัษราพิพัฒน์.

กุณฑลี รื่นรมย์, เพลินทิพย์ โกเมศโสภา และสาวิกา อุณหนันท์ . (2547) . **การมุ่งเน้นลูกค้าและตลาด สร้างองค์กรให้แตกต่างอย่างเหนือชั้น** . กรุงเทพฯ : อินโนกราฟฟิกส์.

กุลธน ธนาพงศ์ธร . (2537) . **การบริหารงานบุคคล** . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. (อัดสำเนา) .

กองผังเมืองเฉพาะ กรมโยธาธิการและผังเมือง . (ม.ป.ป) . **โครงการพัฒนาเมืองเชียงคาน** . เลย : ม.ป.พ.

กำพล ทับทิบไทย. (2533) . **การศึกษาความพึงพอใจในงานของราชการตำรวจ สังกัดกองอนามัย การศึกษา กองบัญชาการ กรมตำรวจ** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

คลังปัญญาไทย . (2548) . **นาฏศิลป์** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.panyathai.or.th/wiki/ index.php/%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%8F%E0%B8%A8%E0%B8%B4%E0%B8%A5%E0%B8%9B%E0%B9%8C

โครงการวิถีทรรศน์ .(2540). **วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม**.กรุงเทพฯ. อมรินทร์พริ้นติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

งามพิศ สัตย์สงวน . (2543) . **หลักมนุษย์วิทยาวัฒนธรรม** . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

จิตรานุช รักสัจจา . (2550) . **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://202.143.168.214/uttvc/newweb/2701_1001/g1d.html

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ . (2530) . **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับจิตวิทยาการบริการ** . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช .

จิตนันท์ เดชะคุปต์, ชินรัตน์ สมสืบ, และพูลศิริ วัจนะภูมิ . (2542) . **จิตวิยาการบริการ** . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

จีรพันธ์ สมประสงค์ . (2533) . **ประวัติศิลปะ** . กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ . (2542) . **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ . (2544) . **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตรยาพร เสมอใจ . (2548) . **การจัดการและการตลาดบริการ** . กรงเทพฯ : ส. เอเชียเพรส (1989).

เฉลิมศักดิ์ พิกุลศรี . (2538) . **วิธีการศึกษาดนตรีพื้นบ้าน** . ในดนตรีไทยอุดมศึกษา ครั้งที่ 26 . 26 - 27 มกราคม 2538 .เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เฉลียว บุรีภักดี และคณะ . (2545) . **ชุดวิชาการวิจัยชุมชน** .นนทบุรี : เอส.อาร์.พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.

ชลธิชา เพ่งพินิจ . (2550) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเฉ่องแพจังหวัดกาญจนบุรี** . สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ชลวรรณ อัตนะ . (2549) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติแก่งกระจาน จังหวัดเพชรบุรี** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรป่าไม้ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ชะลูด นิ่มเสมอ . (2533) . องค์ประกอบของศิลปะ . กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

ชาญวิทย์ เกษตรศิริ . (2540) . **โครงการวิถีทรรศน์ วิถีไทย การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม** . กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ชุษณะ รุ่งปัจฉิม และคณะ . (2538) . **จิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-15** . กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ . (2546) . **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว** . พิมพ์ครั้งที่ 4 . เชียงใหม่ : ลานนาการพิมพ์.

ชัยสมพล ชาวประเสริฐ. (2546). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

_____ . (2547). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ส. เอเชียเพรส (1989).

_____ . (2549). **การตลาดบริการ**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

โชว์เด็ดดอทคอม . (2551) . **ประโยชน์จากการท่องเที่ยว** . ค้นเมื่อ 30 กันยายน 2553, จาก http://www.showded.com/myprofile/mainblog.php?user=pimaksorn&jucId=31895

ซีเอสพี . (2552) . **ความสำคัญของการบริการ** . ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2553, จาก http://www.csp-th.com/board/index.php?topic=38.0

เฌอมาลย์ ราชภัณฑารักษ์ . (2544). **มนุษย์กับวัฒนธรรม** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐชมญ์ สุวิทยพันธ์ . (2545) . **การเปิดรับข่าวสาร ความรู้ ทัศนคติ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแบบโฮมสเตย์ของนักท่องเที่ยวไทย** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตรพัฒนาการ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ดลยา วุฒิวิวัฒนกุล . (2544) . **ความพึงพอใจการทำงานและพฤติกรรมการให้บริการของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการธนาคารออมสินสำนักพหลโยธิน** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ทวีป ศิริรัศมี . (2547) . **รวมบทความวิจัยการท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ : พี เอส พริ้น.

ทิพวรรณ หล่อสุวรรณรัตน์ . (2545) . **ทฤษฎีองค์การสมัยใหม่** . กรุงเทพฯ : ม ป พ.

ไทยกู๊ดวิวดอทคอม . (2551) . **ลักษณะของภาพจิตรกรรม** . ค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2553, จาก http://www.thaigoodview.com/node/7681

ไทยทูเลิน . (2552) . **นโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาท่องเที่ยว** . ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2553, จาก http://www.thai2learn.com/moi/images/stories/docs/paper142.pdf

เทศบาลวารินชำราบ . (จังหวัดอุบลราชธานี) . (2553) . **วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น** . ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2553, จาก http://www.warincity.go.th/index.php?option=com

เทศบาลตำบลเชียงคาน . (ม.ป.ป) . **ข้อมูลพื้นฐานของเทศบาลเชียงคาน** . เลย : (ม.ป.ท).

ธงชัย สันติวงษ์ . (2539) . **หลักการตลาด** . กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนพานิช.

ธนาคร วันมหาชัย . (2553) . **ประเพณี** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.laslaws.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538716128&Ntype=2

ธรรมรัฐ วงศ์ศรีสกุล . (2541) . **เจาะใจลูกค้าให้ตรงเป้า** . กรุงเทพฯ : ผู้จัดการ.

น.ณ ปากน้ำ . (2543) . **ความเข้าใจในศิลปะ** . กรุงเทพฯ : เมืองโบราณ.

นานา วิไลลิศ . (2549) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในโครงการท่องเที่ยวเชิงนิเวศภูฝอยลม จังหวัดอุดรธานี** . สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

นิคม จารุมณี . (2535) . **การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว** . อุบลราชธานี : อุบลกิจออฟเซ็ทการพิมพ์.

นิคม จารุณี . (2544) . **การท่องเที่ยวและการจัดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

นิติพล ภูตะโชติ . (2549) . **การบริหารการขาย** . กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดยูเคชั่น.

นิยพรรณ วรรณศิริ . (2540) . **มนุษย์กับวัฒนธรรม** . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นันทวัน เหลี่ยมปรีชา . (2538) . **การบริการ** . กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

บ้านจอมยุทธ . (2543) . **วัฒนธรรมและประเพณีไทย** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.baanjomyut.com/library/thai_culture3/04.html

บริษัทมรดกโลกจำกัด . (2537) . **การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม** . กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้ง ติ้ง แอนด์พับลิชชิ่ง.

บุญชม ศรีสะอาด . (2541) . **วิธีทางสถิติสำหรับการวิจัย.** กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์ . (2531) . ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ . กรุงเทพฯ : สามเจริญพานิช

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา . (2548) . **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน** . กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์.

_____ . (2548) . **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ . ศูนย์วิชาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

บังอร ผงผ่าน . (2538) . **ความพึงพอใจของผู้รับบริการต่องานบริการโรงพยาบาลชุมชนเฉพาะกรณีโรงพยาบาลกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ** . ภาคนิพนธ์ปริญญาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการวิเคราะห์และการวางแผนทางสังคม สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เบญจมาศ ประยูรหงส์ . (2549) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวสวนสัตว์ดุสิต** . ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปณิศศา ลัญชานนท์ . (2548) . **หลักการตลาด** . กรุงเทพฯ : ธรรมสาร.

ปราโมทย์ เลิศจิตรการุณ.(2550). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติสมเด็จพระนารายณ์ จังหวัดลพบุรี** . ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์ . (2535) . **การบริหารงานวิชาการ** . กรุงเทพฯ : สหมิตรออฟเซท.

ประภัสสร ศรีภักดี . (2548) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการและกิจกรรมนันทนาการของค่ายนักศึกษาวิชาทหารเขาชนไก่ จังหวัดกาญจนบุรี.** ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ปัญญา ชิ้มสื่อ . (2547) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวไทยต่อการบริการท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า - หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง : กรณีศึกษาเฉพาะเกาะเสม็ด พ.ศ. 2546** . วิทยานิพนธ์ปริญญาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

พวงพิศ บุญนะรัตน์ . (2549) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในจังหวัดสมุทรสงคราม** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พรสวรรค์ มโนพัฒนะ . (2547) . **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเบื้องต้น** . พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

พลอยศรี โปราณานนท์ . (2539) . **การท่องเที่ยวเบื้องต้น** . เชียงใหม่ : สาขาวิชาการท่องเที่ยว . มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พะยอม วงศ์สารศรี . (2533) . **การบริหารงานบุคคล** . กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

พิรุณ รัตนวณิช . (2545) . **คุณภาพบริการด้านสาธารณสุขสำหรับพยาบาล** . กรุงเทพฯ : มายด์ พับลิชชิ่ง.

พิมพ์ชนก ศันสนีย์ . (2540) . **ปัจจัยกำหนดคุณภาพของการบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคเชียงใหม่** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พิษณุ วงษ์เกษม (2548) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พีระพงษ์ ดวงสนิท . (2545) . **ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อการให้บริการของมัคคุเทศก์ในจังหวัดเชียงราย** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว . มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ไพฑูรย์ พงศะบุตร, และวิลาศ พงศะบุตร . (2536) . **คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์** . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ไพศาล ชุ่มวงศ์ . (2550) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยววนอุทยานภูชี้ฟ้า อำเภอเทิงจังหวัดเชียงราย** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

มนัสวี ธาดาสีห์ . (2545) . **บริการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ** . กรุงเทพฯ : แมกซิมัม โปรดักส์ซิวิตี้ คอลซัลแตนท์.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย.(2537).**มรดกทางวัฒนธรรม**.ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553,จาก http://www.mcu.ac.th/site/wangnoi/index.php?page=275

ยุพดี เสตพรรณ . (2539) . **ภูมิศาสตรการท่องเที่ยวไทย** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ยศ สันตสมบัติ . (2540) . **มนุษย์กับวัฒนธรรม** . กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

รุ้งกาญจน์ แสวงกาญจน์ . (2551) . **ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง** . ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา.

โรงเรียนบุษบา นาฏศิลป์ . (2553) . **ประวัติและความเป็นมาของนาฏศิลป์ไทย** . ค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2553, จาก http://www.bbacademy.net/index.php?lay=show&ac=article&Id=581209

โรงเรียนมงฟอร์ตวิทยาลัย.(2548).**กุญแจสู่ความสำเร็จแห่งการบริการ**.ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2553, จาก http://www.montfort.ac.th/newweb/vichakarn/viewDetail.php?sid=59

ลยศรี ทุณฑนะเสรี . (2534) . **ภูมิศาสตรการท่องเที่ยวไทย** . กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

เลยดีดอทคอม . **(2553) . แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน** . ค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2553, จาก http://www.loeidee.com/index.php?lay=show&ac=article&Id=538973441&Ntype=1

วรรณา วงษ์วานิช . (2539) . **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วารินทร์ สินสูงสุด, และวันทิพย์ สินสูงสุด . (2541) . **ความพึงพอใจ**. กรุงเทพฯ: มิตรสยาม.

วาสนา อ่องเอี่ยม . (2546) . **เอกสารประกอบการสอน** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วนิดา ผดิมศักดิ์พิทยา.(2552).**ความสำคัญของพหุบธรรมนิยมประเทศ**.ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2553, จาก http://www.thaigoodview.com/node/50993

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี . (2550) . **การท่องเที่ยว** . ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2553, จาก http://th.wikipedia.org/wiki/

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี . **จิตรกรรม** . (2552) . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%88%E0%B8%B4%E0%B8%95%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B9%84%E0%B8%97%E0%B8%A2

วิวรณ์ คูภูมิใจสกุล . (2532) . **ความพึงพอใจของบุคลากรฝ่ายบริการที่มีต่อการจัดสวัสดิการภายในมหาวิทยาลัยรามคำแหง** . ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

วิชาการดอทคอม . (2551) . **องค์ประกอบของนาฏศิลป์ไทย** . ค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2553, จาก http://www.vcharkarn.com/vcafe/145917

วิโรจน์ สารรัตนะ . (2546) . **การบริหารการศึกษา หลักการ ทฤษฎี หน้าที่** . กรุงเทพฯ : ทิพย์สุวิทธิ์.

วีระพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์ . (2542) . **คุณภาพในงานบริการ 1** . กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.

_____ . (2543) . **คุณภาพในงานบริการ 1** . (พิมพ์ครั้งที่ 4) . กรุงเทพฯ : สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย - ญี่ปุ่น).

วีระวัฒน์ ปันนิตานัย . (2538) . **การประเมินคุณภาพบริการ** . นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

วัชรีพร ลีลานันทกิจ . (2553) . **นาฏศิลป์** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.banramthai.com

วัดธัมมาราม นครชิคาโก สหรัฐอเมริกา . (2552) . **ขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.watdhammaram.org/?name=knowledge&file=readknowledge&id=19

วัดพระพุทธฉาย . (2547) . **ความหมายและความสำคัญของการท่องเที่ยว** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.watphraphutthachai.com/tourprachay/tour4.htm

วัฒนธรรมและประเพณีไทย . (2549) . **ลักษณะของวัฒนธรรม** . ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2553, จาก http://thaiculturebuu.wordpress.com/2010/07/06/%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%A9%E0%B8%93%E0%B8%B0%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%A7%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%98%E0%B8%A3% E0%B8%A3%E0%B8%A1/

ศศิรัตน์ ลอยประเสริฐ์ . (2552) . **พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวอนุรักษ์ร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ . (2541) . **การบริการการตลาดยุคใหม่** . กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์

ศุภชัย สุกขีโชติ . **จิตรกรรม** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://ffa.bpi.ac.th/bk/1story.html

ศูนย์การท่องที่ยวกีฬา และนันทนาการจังหวัดเลย . (ม.ป.ป) . **แผนยุทธศาสตร์การท่องที่ยวจังหวัดเลย พ.ศ. 2550-2553** . เลย : ม.ป.ท.

ศูนย์บูรณาการพัฒนามนุษย์ . (2553) . **หัวใจของธุรกิจบริการท่องที่ยว** . ค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2553, จาก http://www.thaiihdc.org/?news=12&wo=12

เศกสรรค์ ยงวนิชย์ . (2541) . **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว** . พิมพ์ครั้งที่ 2 . ขอนแก่น : ภาควิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สงัด ภูเขาทอง . (2541) . ดนตรี : ภาพสะท้อนของชีวิตมนุษย์ . **วารสารสุโขทัยธรรมาธิราช**, 20 - 24 .

สารสนเทศจังหวัดที่ตั้งสาขาวิทยบริการเฉลิมพระเกียรติ มหาวิทยาลัยรามคำแหง . (2546) . **ประวัติประติมากรรม** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.info.ru.ac.th/province/sukhotai/art2.htm

สถาบันวิจัยวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี . (2540) . **รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย** . พิมพ์ครั้งที่ 2 . กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.

สถาบันส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมการเรียนรู้ .(2553). **มนุษย์กับสังคม**.ค้นเมื่อ 30 พฤศจิกายน 2553, จาก http://dnfe5.nfe.go.th/ilp/soc1/so31-1-1.htm

สนธยา พลศรี . (2533) . **ทฤษฎี และหลักการพัฒนาชุมชน** . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.

_____. (2545) . **หลักสังคมวิทยา** . **กรุงเทพฯ** : โอ เอส พริ้นติ้งเฮ้าส.

สมชาติ กิจยรรยง . (2546) . **หลักการบริการ** . กรุงเทพฯ : ม.ป.พ.

สมเดช มุงเมือง . (2546) . **จิตวิทยาการบริการ** . เชียงราย : สยามโฆษณาและการพิมพ์.

สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวนนทบุรี .(2551). **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม**.ค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2553, จาก http://www.tournont.com/?ContentID=ContentID-060726100203694

สมบัติ กาญจนกิจ . (2544) . **นันทนาการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ : ทามาดี.

_____ . (2544) . **นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมรภูมิ ขวัญภูมิ . (2530) . **ความพึงพอใจของบุคลากรมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่มีต่อสวัสดิการภายในโรงเรียน** . ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข . (2542) . **การเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรม แนวทางศึกษา วิเคราะห์และวางแผน** . ขอนแก่น : คณะมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สมิต สัชฌุกร . (2542) . **การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ** . กรุงเทพฯ : สายธาร.

_____ . (2546) . **การต้อนรับและการบริการที่เป็นเลิศ** . พิมพ์ครั้งที่ 4 . กรุงเทพฯ : สายธาร.

_____ . (2550) . **ศิลปะการให้บริการ** . กรุงเทพฯ : สายธาร.

สร้อยตระกูล (ติวยานนท์) อรรถมานะ . (2542) . **พฤติกรรมองค์กร ทฤษฎีและการประยุกต์**. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุขุม นวลสกุล . (2535) . เล่นกับคน : **ศิลปะการบริหารแบบไทยฯ** . กรุงเทพฯ : สุณีย์การพิมพ์.

สุกัญญา เจริญศรี . (2549) . **การรับรู้ และแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวใน 6 จังหวัด ภาคใต้ฝั่งอันดามัน หลังจากได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติ (TSUNAMI) ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในเขตกรุงเทพฯ** . สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

สุจารี จันทรผาสุข.(2541).**ผลกระทบของการท่องที่ยวต่อสภาพเศรษฐกิจสังคมของประชาชนที่เคยย้ายถิ่นฐานและไม่เคยย้ายถิ่นฐานในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์**.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุพิศวง ธรรมพันทา.(2532). **รายงานการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพหมู่บ้านวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว: กรณีศึกษาเรื่องบ้านกลองชาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี**. เชียงใหม่ :มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุพัตรา สุภาพ . (2536) . **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี** . กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.

สุภาพ มากแจ้ง . (2534) . **หลักมัคคุเทศก์** . กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์ .

สุมนา อยู่โพธิ์ . (2536) . **ตลาดบริการ** . กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ .

สุรพล เย็นเจริญ.(2543).**ความพึงพอใจต่อการเรียนวิชาชีพธุรกิจของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 5 มัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนปทุมคงคา สังกัดกรมสามัญศึกษา**.ปริญญานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

สุวรรณชัย ฤทธิรักษ์ และมานิตย์ ศุทธสกุล . (2544) . ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว . **ในเอกสารการสอนชุดวิชาความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (หน่วยที่ 6)** . นนทบุรี : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุวิมล ติรกานนท์ . (2547) . **การประเมินโครง : แนวทางสู่การปฏิบัติ** . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

เสรี วังส์ไพจิตร . (2530) . **การนำวัฒนธรรมพื้นบ้านมาบริการนักท่องเที่ยว** . กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนพานิช.

สัญญา สัญญาวิวัฒน์ .(2538). **ทฤษฎีสังคมวิทยา**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ . (2549) . **เอกสารแนวทางการดำเนินงานวัฒนธรรมในส่วนภูมิภาค** . (ม.ป.พ) .

สำนักงานหอสมุดกลางสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง . (2553) . **การบริการที่ดี** . ค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2553, จาก http://blog.lib.kmitl.ac.th/?p=4771

เสาวนีย์ ตนหมั้น . (2551) . **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการเรือนแรมในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) . (ม.ป.ป) . **สรุปสำหรับผู้บริหารการศึกษาความเหมาะสมการประกาศพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนจังหวัดเลย** . เลย : (ม.ป.พ).

อมรา พงศาพิชญ์ . (2541) . **วัฒนธรรม ศาสนาและชาติพันธุ์** . กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อัจฉรา สมสวย . (2545) . **ความพึงพอใจของสมาชิกต่อการส่งเสริมและการให้บริการของสหกรณ์เกษตรเมืองขอนแก่นจำกัด**.วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาส่งเสริมการเกษตร มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อัษฎา จรัญชล . (2552) . **ความหมายนาฏศิลป์ไทย** . ค้นเมื่อ 18 ธันวาคม 2553, จาก http://www.oknation.net/blog/print.php?id=524076

อานัติ จักรแก้ว . (2545) . **ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์เพื่อการจัดการฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์** . วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาภูมิศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อารี พันธ์มณี . (2538) . **จิตวิทยาการเรียนการสอน** . กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนพานิช.

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว . (2553) . **การท่องเที่ยว** . ค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2553, จาก http://tourismindustrydpu002acare.blogspot.com/2010/06/lecture.html

เอกวิทย์ ณ กลาง . (2544) . **เพื่อความเข้าใจวัฒนธรรม** . กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.

เอนก สุวรรณบัณฑิต, และ ภาสกร อดุลพัฒนกิจ. (2548) . **จิตวิทยาบริการ Service Psychology**. กรุงเทพมหานคร : อดุลย์พัฒนกิจ.

โอเคเนชั่น . (2551) . **วัฒนธรรมคือมรดกของโลก** . ค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2553, จาก http://www.oknation.net/blog/artemis-inside/2008/04/04/entry-1

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม

เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่

คำชี้แจง เรียนท่านผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการและการประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ไม่มีผลในทางเสียหายใดๆ ต่อผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น และเพื่อการตอบแบบสอบถามในการศึกษาครั้งนี้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาจึงขอเรียนชี้แจงดังนี้

1. แบบสอบถามฉบับนี้แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล

ตอนที่ 2 เป็นคำถามระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นศิลปกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี นาฏศิลป์ และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง ประกอบด้วย การบริการที่พัก การบริการอาหาร การบริการนำเที่ยวมัคคุเทศก์ การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก การบริการคมนาคมขนส่ง การสื่อสารประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม ประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแนวทางพัฒนาการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

2. ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามให้ครบทุกข้อ และทุกตอนสภาพเป็นจริง

3. การศึกษาครั้งนี้จะสำเร็จตามวัตถุประสงค์เนื่องจากได้รับความช่วยเหลือมนการตอบแบบสอบถามจากท่าน

4. คำตอบของท่าน ผู้ศึกษาจะนำไปใช้เพียงการศึกษาเท่านั้น ขอความกรุณาให้ท่านให้ข้อมูลด้วยความเป็นจริงและเที่ยงตรงที่สุด

ขอขอบพระคุณไว้ ณ โอกาสนี้เป็นอย่างสูงที่ท่านกรุณาให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษา
นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์
นักศึกษาปริญญาโท สาขาการจัดการและการประเมินโครงการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดกาเครื่องหมาย ✓ ลงใน ( ) หน้าข้อความเพียงคำตอบเดียว และเติมคำลงในช่องว่างที่กำหนดให้

1. เพศ ( ) ชาย ( ) หญิง
2. อายุ ( ) ต่ำกว่า 21 ปี ( ) 21-40 ปี
   ( ) 41-60 ปี ( ) มากกว่า 60 ปี
3. สถานภาพ ( ) โสด ( ) สมรส
   ( ) หย่าร้าง/แยกกันอยู่ ( ) หม้าย
4. ระดับการศึกษา ( ) ระดับประถมศึกษา ( ) ระดับมัธยมศึกษา/ปวช.
   ( ) ระดับอนุปริญญา/ปวส. ( ) ระดับปริญญาตรี
   ( ) สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ ( ) ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/รัฐวิสาหกิจ
   ( ) ค้าขาย/นักธุรกิจ ( ) พนักงานบริษัท/ห้างร้าน
   ( ) นักเรียน/นักศึกษา ( ) เกษตรกร/รับจ้าง
   ( ) อาชีพอิสระ
6. รายได้ต่อเดือน ( ) ต่ำกว่า 10,000 บาท ( ) 10,001-20,000 บาท
   ( ) 20,001-30,000 บาท ( ) 30,001-40,000 บาท
   ( ) 40,001-50,000 บาท ( ) สูงกว่า 50,000 บาท
7. ที่อยู่ปัจจุบัน ( ) จังหวัดเลย ( ) ภาคเหนือ
   ( ) ภาคกลาง ( ) ภาคตะวันออก
   ( ) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ( ) ภาคตะวันตก
   ( ) ภาคใต้
8. จำนวนครั้งที่มาเที่ยว ( ) มาครั้งแรก ( ) 2-3 ครั้ง
   ( ) 4-5 ครั้ง ( ) มากกว่า 5 ครั้ง

ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย

การบริการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
1.1 ศิลปกรรม					
1. สิ่งก่อสร้างเชิงวัฒนธรรมมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น โบสถ์ อาคาร บ้านเรือน เป็นต้น					
2. สิ่งก่อสร้างที่ใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เรือนไม้ ใช้วัสดุก่อสร้างอย่างเหมาะสม					
3. สิ่งก่อสร้าง เช่น อาคาร บ้านเรือน มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว					
4. งานจิตกรรมฝาผนังในวัด มีคุณค่า และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
5. งานศิลปะที่รังสรรค์ขึ้นบนตัวผลิตภัณฑ์ เช่น เสื้อยืด ของที่ระลึก มีความสวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์					
6. งานปั้น งานแกะสลัก ที่เป็นประติมากรรมดั้งเดิมที่ตกแต่งในวัด อาคารบ้านเรือนต่างๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว					
7. งานปั้น งานแกะสลัก ที่รังสรรค์ขึ้นให้เป็นงานประติมากรรม เช่น หลักกิโลเมตร ประติมากรรมที่ตกแต่งตามอาคารบ้านเรือน โรงแรม โฮมสเตย์ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
1.2 ขนบธรรมเนียมประเพณี					
8. วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภาษา การใช้เครื่องมือในการประกอบอาชีพในชีวิตประจำวัน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว					
9. อาหารมีคุณค่า มีรสชาติ มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว					
10. มีงานเทศกาลประเพณีที่เหมาะสม และเพียงพอแก่การท่องเที่ยว เช่น ประเพณีแห่เรือ งานออกพรรษา เป็นต้น					

การบริการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.3 นาฏศิลป์ และดนตรีพื้นบ้าน 11. มีการแสดงขับร้อง และดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์ เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว เช่น การแสดงดนตรีของกลุ่มผู้สูงอายุที่วัดศรีคุนเมือง					
12. การแสดงขับร้องฟ้อนรำ มีเพียงพอต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว 2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง 2.1.1 การบริการที่พัก 13. ที่พักมีเพียงพอต่อการบริการท่องเที่ยว					
14. ที่พักปลอดภัย ตั้งอยู่ในที่สะดวกต่อการเดินทางเข้าพัก					
15. ที่พักมีสภาพแวดล้อมบรรยากาศดี สวยงาม เหมาะสมตามสภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
16. ที่พักมีระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเตอร์เน็ต เป็นต้น					
17. พนักงานที่ให้บริการในที่พัก และเจ้าของบ้านโฮมสเตย์มีอัธยาศัยดี บริการประทับใจ					
18. ที่พักมีราคาที่เหมาะสม					
2.1.2 การบริการอาหาร 19. อาหารมีเพียงพอต่อการบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว					
20. อาหารมีความสด สะอาด ถูกสุขอนามัย					
21. อาหารมีให้เลือกหลากหลาย					
22. อาหารมีราคาที่เหมาะสม					
2.1.3 การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 23. มีจุดบริการนำเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคานเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
24. มีเส้นทาง และระยะเวลาการนำเที่ยวที่เหมาะสม					
25. มีมัคคุเทศก์เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
26. มัคคุเทศก์มีความรู้ ความชำนาญในการนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม					
2.1.4 การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 27. สินค้า หรือของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น					
28. สินค้า หรือของที่ระลึกมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
29. สินค้า หรือของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย					
30. สินค้า หรือของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม					
2.1.5 การบริการคมนาคมขนส่ง 31. มีพาหนะให้บริการเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
32. มีเส้นทางคมนาคม และบริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก					

การบริการท่องเที่ยว	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.1.6 การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล 33. มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกเส้นทาง สถานที่ระยะทางชัดเจนละเอียด อ่านเข้าใจง่าย และเพียงพอ					
34. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานเทศกาลประเพณีต่างๆ อย่างทั่วถึง					
35. มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น ทางอินเตอร์เน็ต หนังสือ วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น					
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม 2.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย 36. มีหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่คอยให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
37. มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย					
38. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม 39. มีการปรับแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงาม และเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น การตกแต่งไฟแสงสียามค่ำคืน การตกแต่งมุมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวได้ถ่ายรูปเป็นต้น					
40. พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยรวม มีการดูแลรักษาความสะอาด มีถังขยะในการทิ้งขยะให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย					

ภาคผนวก ข

ค่าดัชนีความสอดคล้องของคำถาม (IOC)

ผลการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม

รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ							
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	รวม	IOC	แปลผล
1) แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม								
1.1 ศิลปกรรม								
1. สิ่งก่อสร้างเชิงวัฒนธรรมมีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น โบสถ์ อาคาร บ้านเรือน เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2. สิ่งก่อสร้างที่ใช้เป็นสถานที่ท่องเที่ยว เช่น เรือนไม้ ใช้วัสดุก่อสร้างอย่างเหมาะสม	1	0	1	1	0	3	0.6	ใช้ได้
3. สิ่งก่อสร้าง เช่น อาคาร บ้านเรือน มีลักษณะทางสถาปัตยกรรมเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
4. งานจิตกรรมฝาผนังในวัด มีคุณค่า และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
5. งานศิลปะที่รังสรรค์ขึ้นบนตัวผลิตภัณฑ์ เช่น เสื้อยืด ของที่ระลึก มีความสวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์	1	1	0	0	1	3	0.6	ใช้ได้
6. งานปั้น งานแกะสลัก ที่เป็นประติมากรรมดั้งเดิมที่ตกแต่งในวัด อาคาร บ้านเรือนต่างๆ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
7. งานปั้น งานแกะสลัก ที่รังสรรค์ขึ้นให้เป็นงานประติมากรรม เช่น หลักกิโลเมตร ประติมากรรมที่ตกแต่งตามอาคารบ้านเรือน โรงแรม โฮมสเตย์ มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	1	1	1	-1	1	3	0.6	ใช้ได้

รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ							
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	รวม	IOC	แปลผล
1.2 ขนบธรรมเนียมประเพณี 8. วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ภาษา การใช้เครื่องมือในการประกอบอาชีพในชีวิตประจำวัน มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	1	1	1	0	1	4	0.8	ใช้ได้
9. อาหารมีคุณค่า มีรสชาด มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
10. มีงานเทศกาลประเพณีที่เหมาะสม และเพียงพอแก่การท่องเที่ยว เช่น ประเพณีแห่เรือ งานออกพรรษา เป็นต้น	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
1.3 นาฏศิลป์ 11. มีการแสดงขับร้อง และดนตรีที่เป็นเอกลักษณ์ เหมาะสมแก่การท่องเที่ยว เช่น การแสดงดนตรีของกลุ่มผู้สูงอายุที่วัดศรีคุนเมือง	1	1	1	0	1	4	0.8	ใช้ได้
12. การแสดงขับร้องฟ้อนรำ มีเพียงพอต่อการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	1	1	0	1	1	4	0.8	ใช้ได้
2) สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว **2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง** **2.1.1 การบริการที่พัก** 13. ที่พักมีเพียงพอต่อการบริการท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
14. ที่พักปลอดภัย ตั้งอยู่ในที่สะดวกต่อการเดินทางเข้าพัก	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ							
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	รวม	IOC	แปลผล
15. ที่พักมีสภาพแวดล้อมบรรยากาศดี สวยงาม เหมาะสมตามสภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
16. ที่พักมีระบบสาธารณูปโภค เช่น น้ำประปา ไฟฟ้า อินเตอร์เน็ต เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
17. พนักงานที่ให้บริการในที่พักและเจ้าของบ้านโอมสเตย์มีอัธยาศัยดี บริการประทับใจ	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
18. ที่พักมีราคาที่เหมาะสม	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.1.2 การบริการอาหาร 19. อาหารมีเพียงพอต่อการบริการตามความต้องการของนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
20. อาหารมีความสด สะอาด ถูกสุขอนามัย	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
21. อาหารมีให้เลือกหลากหลาย	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
22. อาหารมีราคาที่เหมาะสม	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.1.3 การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ 23. มีจุดบริการนำเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคานเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
24. มีเส้นทาง และระยะเวลาการนำเที่ยวที่เหมาะสม	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
25. มีมัคคุเทศก์เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
26. มัคคุเทศก์มีความรู้ ความชำนาญในการนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ							
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	รวม	IOC	แปลผล
2.1.4 การบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก 27. สินค้า หรือของที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	1	0	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้
28. สินค้า หรือของที่ระลึกมีเพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	1	1	1	1	0	4	0.8	ใช้ได้
29. สินค้า หรือของที่ระลึกมีให้เลือกหลากหลาย	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
30. สินค้า หรือของที่ระลึกมีราคาที่เหมาะสม	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.1.5 การบริการคมนาคมขนส่ง 31. มีพาหนะให้บริการเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
32. มีเส้นทางคมนาคม และบริการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.1.6 การสื่อสาร ประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ข้อมูล 33. มีป้ายประชาสัมพันธ์บอกเส้นทาง สถานที่ระยะทางชัดเจน ละเอียด อ่านเข้าใจง่าย และเพียงพอ	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
34. มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และการจัดงานเทศกาลประเพณีต่างๆ อย่างทั่วถึง	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
35. มีการใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น ทางอินเตอร์เน็ต หนังสือ วารสาร โทรทัศน์ วิทยุ เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้

รายการ	ความคิดเห็นผู้เชี่ยวชาญ							
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	คนที่ 4	คนที่ 5	รวม	IOC	แปลผล
2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม 2.2.1 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัย 36. มีหน่วยงาน หรือเจ้าหน้าที่คอยให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
37. มีความสะดวก และรวดเร็วในการติดต่อกับเจ้าหน้าที่ในการรักษาความปลอดภัย	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
38. มีมาตรการในการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
2.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม 39. มีการปรับแต่งภูมิทัศน์ให้สวยงาม และเหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว เช่น การตกแต่งไฟแสงสียามค่ำคืน การตกแต่งมุมต่างๆ ให้นักท่องเที่ยวไว้ถ่ายรูป เป็นต้น	1	1	1	1	1	5	1	ใช้ได้
40. พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยรวม มีการดูแลรักษาความสะอาด มีถังขยะในการทิ้งขยะให้นักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย	1	0	1	1	1	4	0.8	ใช้ได้

ภาคผนวก ค

หนังสือราชการ

ที่ ศธ ๐๕๔๑.๐๒/ว ๐๒๐ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ถนนเลย-เชียงคาน อ.เมือง จ.เลย ๔๒๐๐๑

๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลในการพัฒนาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรียน

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสอบถามเพื่อการวิจัย จำนวน ..... ชุด

ด้วยนางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์ นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย โดยมี ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรีย์ ศรีปุณะ และดร.กอบกาญจน์ กัปตพล เป็นคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ในการนี้ นักศึกษามีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลในการพัฒนาเครื่องมือวิจัย (Try out) เพื่อการวิจัย โดยขอให้นักท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองเชียงคาน ตอบแบบสอบถาม เรื่องดังกล่าว

ดังนั้นคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์จึงขอความอนุเคราะห์ให้ นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์ เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้ จักเป็นพระคุณยิ่ง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลดิษฐ อุปฮาด)

คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงานบัณฑิตศึกษา ประจำคณะมนุษยศาสตร์ฯ

โทร.(๐๔๒) ๘๓๕๒๓๐, ๘๓๕๒๒๔-๘ ต่อ ๔๘๑๔๓

โทรสาร. (๐๔๒) ๘๓๕๒๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๑.๐๒/ว ๐๒๑

มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ถนนเลย-เชียงคาน อ.เมือง จ.เลย ๔๒๐๐๐

๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นายกเทศบาลตำบลเชียงคาน

ด้วย นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งในการทำวิทยานิพนธ์เรื่องดังกล่าว นักศึกษามีความจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย ในหน่วยงานที่ท่านดูแลรับผิดชอบอยู่ ดังนั้น สาขาจึงขออนุญาตและขอความอนุเคราะห์ให้ความสะดวกตามที่ท่านเห็นสมควร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุเคราะห์ และขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลดิษฐ อุปฮาด)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงานบัณฑิตศึกษา ประจำคณะมนุษยศาสตร์ฯ
โทร.(๐๔๒) ๘๓๕๒๓๐, ๘๓๕๒๒๔-๘ ต่อ ๔๘๑๔๓
โทรสาร. (๐๔๒) ๘๓๕๒๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๑.๐๒/ว ๐๑๘

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
อำเภอเมือง จังหวัดเลย

๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือ

เรียน ดร.ศรีจิตรา นวรัตนาภรณ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. สรุปเค้าโครงวิจัยโดยย่อ จำนวน ๑ ชุด
๒. เครื่องมือ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำเป็นต้องให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สาขาฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา สาขาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลดิษฐ อุปฮาด)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงานบัณฑิตศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
โทร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐ โทรสาร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๑.๐๒/ว ๐๑๘

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
อำเภอเมือง จังหวัดเลย

๘ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือ

เรียน ดร.กัลยา ยศคำลือ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. สรุปเค้าโครงวิจัยโดยย่อ จำนวน ๑ ชุด
๒. เครื่องมือ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำเป็นต้องให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สาขาฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา สาขาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลดิษฐ อุปฮาด)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงานบัณฑิตศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
โทร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐ โทรสาร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๑.๐๒/ว ๐๑๘

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
อำเภอเมือง จังหวัดเลย

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือ

เรียน ดร.พรกมล ระหาญนอก

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. สรุปเค้าโครงวิจัยโดยย่อ จำนวน ๑ ชุด
๒. เครื่องมือ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำเป็นต้องให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สาขาฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา สาขาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลดิษฐ อุปฮาด)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงานบัณฑิตศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
โทร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐ โทรสาร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๑.๐๒/ว ๐๑๙

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
อำเภอเมือง จังหวัดเลย

๙ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวภา สุขประเสริฐ

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. สรุปเค้าโครงวิจัยโดยย่อ จำนวน ๑ ชุด
๒. เครื่องมือ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำเป็นต้องให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สาขาฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา สาขาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลดิษฐ อุปฮาต)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงานบัณฑิตศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
โทร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐ โทรสาร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐

ที่ ศธ ๐๕๔๑.๐๒/ว ๐๑๕

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
อำเภอเมือง จังหวัดเลย

๕ กุมภาพันธ์ ๒๕๕๔

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการตรวจเครื่องมือ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ไทยโรจน์ พวงมณี

สิ่งที่ส่งมาด้วย ๑. สรุปเค้าโครงวิจัยโดยย่อ จำนวน ๑ ชุด
๒. เครื่องมือ จำนวน ๑ ชุด

ด้วย นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการและการประเมินโครงการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย กำลังทำวิทยานิพนธ์เรื่อง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่เมืองเชียงคาน จังหวัดเลย จำเป็นต้องให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล สาขาฯ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ และมีประสบการณ์สอดคล้องกับวิทยานิพนธ์ จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา สาขาฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่า คงจะได้รับความอนุเคราะห์และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จุลดิษฐ อุปฮาด)
คณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สำนักงานบัณฑิตศึกษา
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
โทร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐ โทรสาร.๐๔๒-๘๓๕๒๓๐

ภาคผนวก ง
ภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

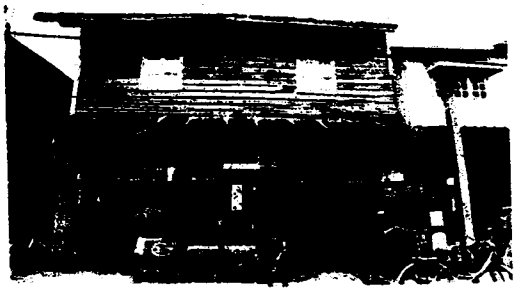
แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมด้านศิลปกรรม

1) สถาปัตยกรรม

ภาพวัดศรีคุนเมือง

ภาพเจดีย์ภายในวัดศรีคุนเมือง

โบสถ์ภายในวัดศรีคุนเมือง



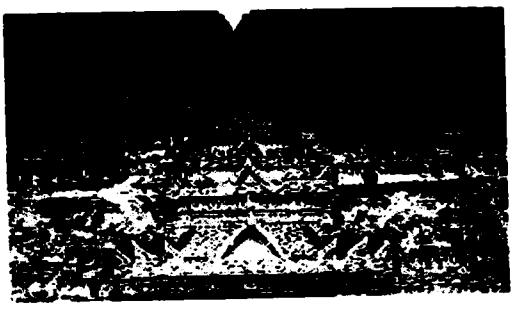
อาคารบ้านเรือนบริเวณถนนชายโขง

อาคารบ้านเรือนบริเวณถนนชายโขง

อาคารบ้านเรือนบริเวณถนนชายโขง

2) จิตรกรรม

จิตรกรรมภายในโบสถ์วัดศรีคุนเมือง



จิตรกรรมหน้าโบสถ์วัดศรีคุนเมือง

จิตรกรรมบริเวณบ้านเรือนถนนชายโขง

จิตรกรรมบนเสื้อยืด

3) ประติมากรรม

ประติมากรรมภายในวัดศรีคุนเมือง

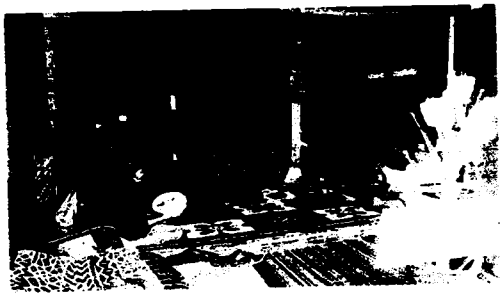
ประติมากรรมภายในวัดศรีคุนเมือง

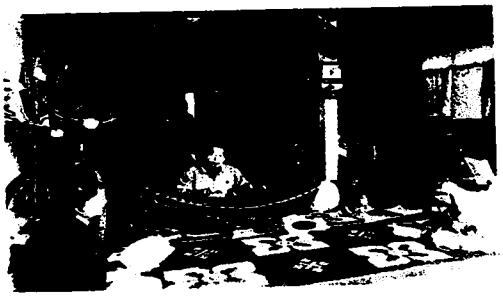
แหล่งท่องเที่ยวด้านขนบธรรมเนียมประเพณี

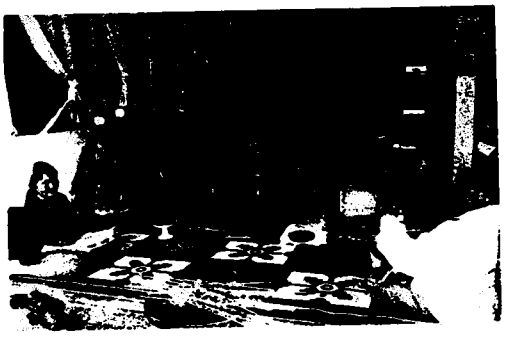
ประเพณีออกพรรษาที่เชียงคาน

ตักบาตรข้าวเหนียวที่เชียงคาน

แหล่งท่องเที่ยวด้านนาฏศิลป์และดนตรีพื้นบ้าน





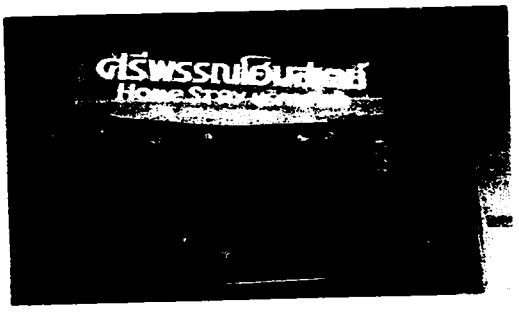


การเล่นดนตรีของผู้สูงอายุหน้าวัดศรีคุนเมือง

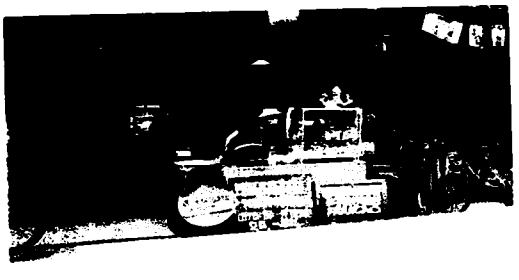
สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว

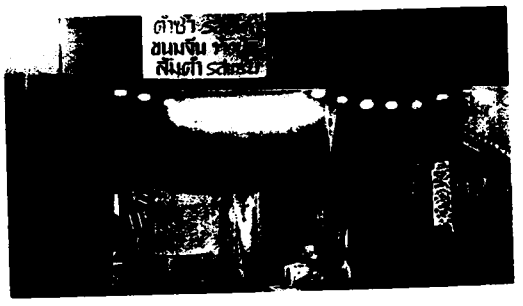
สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยตรง

1) ด้านการบริการที่พัก

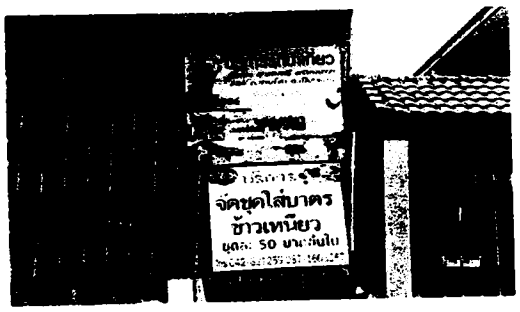


2) ด้านการบริการอาหาร

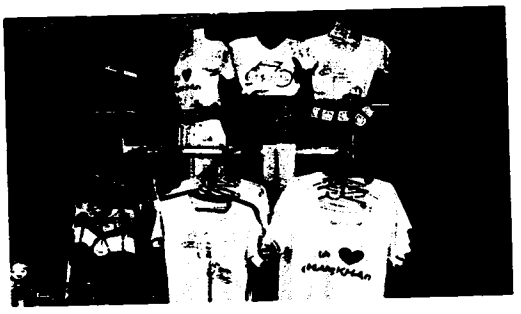




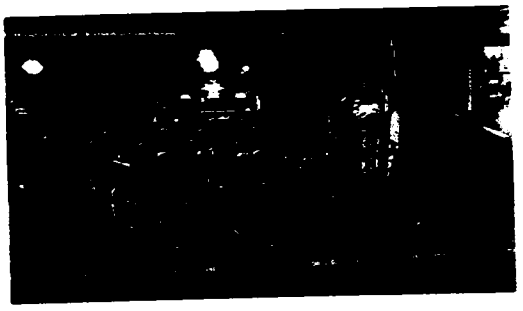
3) ด้านการบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์



4) ด้านการบริการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก



5) ด้านการบริการคมนาคมขนส่ง



สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวโดยอ้อม

1) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสิ่งแวดล้อม

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - สกุล	นางสาวอัจฉรา นิธิโภคารัตน์
วัน / เดือน / ปีเกิด	27 สิงหาคม 2527
สถานที่เกิด	84/56 ถ.วิสุทธิเทพ ต.กุดป่อง อ.เมือง จ.เลย 42000
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2546 ปวส. วิทยาลัยอาชีวศึกษาเลย
	พ.ศ. 2550 ปริญญาตรีบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ การจัดการทั่วไป) มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
	พ.ศ. 2554 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (ศศ.ม การจัดการและการประเมินโครงการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ตำแหน่งงานปัจจุบัน	ค้าขาย
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	นิธิอิเล็คทรอนิกส์