



สำนักหอสมุด

# อภิธานทนาการ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ : ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

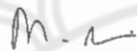


สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยนเรศวร
วันลงทะเบียน - 6 ต.ค. 2551
เลขทะเบียน 4259499 ๐๒
เลขเรียกหนังสือ ๐๘
5๕๙
๐.๕๒๗
๖๕๗๗
๒๕๕๑


วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
 หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
 สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว  
 พฤษภาคม ๒๕๕๑  
 ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง "แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ: กรณีศึกษาลาดน้ำบางน้ำผึ้ง" ของ ธันย์นิชา เลิศนรเศรษฐ์ เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยรัตนนคร

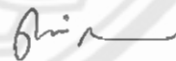
  
.....ประธาน  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัดน์)

  
.....กรรมการ  
(ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร. กาญจนา เจารังษี)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุทินันท์ พรหมสุวรรณ)

  
.....กรรมการ  
(ดร. ละเอียด คีลาน้อย)

อนุมัติ

  
.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คินีจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

16 พฤษภาคม 2551

## ประกาศคุณูปการ

วิทยานิพนธ์สำเร็จได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์ ประธานกรรมการวิทยานิพนธ์ ศาสตราจารย์ (พิเศษ) ดร. กาญจนา เगरังษี กรรมการวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ กรรมการวิทยานิพนธ์ และดร. ละเอียด ศิลาน้อย กรรมการวิทยานิพนธ์

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร. สาโรช ไศภีรักษ์ รองศาสตราจารย์ สุรัชย์ ประเสริฐสรวย และนาวาอากาศตรี ดร. สันชัย พัฒนสิทธิ์ อาจารย์ผู้เป็นกำลังใจในการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ของมหาวิทยาลัยนเรศวร และการทำงานตลอดเวลา พร้อมทั้งเป็นพ่อแม่และแม่แบบในการประกอบวิชาชีพด้านการศึกษา

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการวิจัยในครั้งนี้แต่บิดา-มารดา พลเอกถนุ เหมจินดา คุณพ่อสัญญา เจริญฤทธิ คุณลุงสมปอง ชาววังไทร คุณอุทัยพงศ์ ฉายแสง และคุณไพศาล ทองสัมฤทธิ์ ที่เป็นกำลังใจในการเรียนระดับบัณฑิตศึกษาตลอดมา รวมทั้งขอขอบพระคุณอันพึงมีให้แก่บูรพาจารย์ทุกท่านที่ได้เป็นผู้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ อบรมสั่งสอน และปลูกฝังคุณธรรมทั้งหลาย อันเป็นเครื่องชี้แนวทางส่องสว่างไปสู่ความสำเร็จในชีวิตตลอดไป

ธันยนิชา เลิศนรเศรษฐ์

ชื่อเรื่อง	แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
ผู้วิจัย	ธัญนินชา เลิศนครเศรษฐ์
ประธานที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรสา เตติวัฒน์
กรรมการที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2550
คำสำคัญ	ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

### บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ กลุ่มที่ 1 คือ องค์การบริหารส่วนตำบลและชุมชนท้องถิ่น จำนวน 150 คน กลุ่มที่ 2 คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จำนวน 385 คน โดยเลือกใช้สูตรคำนวณของ Yamané

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จำนวน 2 ชุด คือ ชุดที่ 1 สำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลและชุมชนท้องถิ่น ชุดที่ 2 สำหรับนักท่องเที่ยว

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติ t-test ค่าสถิติ One-Way ANOVA และค่าสถิติสหสัมพันธ์

ผลการวิจัย พบว่า

1. รายได้ต่อเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน
2. ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในภาพรวมและด้านพื้นที่แตกต่างกันที่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และรายได้ต่อ

เดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในภาพรวมและด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

3. ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก



**Title** Directions for Tourism Development in Samutprakan Province :  
Bangnamphung Floating Market

**Author** Thunnicha Lertnorraset

**Advisor** Professor Aurasu Tetiwat, Ph.D.

**Co- Advisor** Associate Professor Sutthinan Promsuwan

**Type of Research** Thesis M.A. in Hotel and Tourism Management, Naresuan:  
University, 2007

**Keywords** Bangnamphung Floating Market

#### ABSTRACT

The purpose of this research is to study directions for tourism development in Samutprakan Province : Bangnamphung Floating Market

The first sample consisted of 150 members of the Tambon Administrations Organization and Local Community. The second sample were 385 tourists who visited Bangnamphung Floating Market.

Yamanè calculation formula was applied for the research. The data were analyzed by using Frequency, Percentage, Mean, Standard Division, t-test, One-Way ANOVA and Correlation

The results indicated that

1. The Tambon Administration Organization and Local Community had different opinions on directions for Tourism Development in Samutprakan Province : Bangnamphung Floating Market in terms of management, process, and participation was more than statistic 0.05. But sex age education and occupation non different opinion.

2. Educational Levels and income per month of the Administration Organization and Local Community significantly affected view directions tourism for development of Samutprakan Province : Bangnamphung Floating Market overall and about zoning with Statistical significant, the research also found that monthly income influence viewpoint on directing for tourism development of Samut Prakarn Province :

Bangnamphung Floating Market , Market overall and in terms of participation at statistical level 0.05 within area different opinion was more than statistic 0.05. And income per month of Administrations Organization and Local Community has different opinion. The participation was area different was more than statistic 0.05.

3. The opinions of the The Tombon Administration Organization and Local Community had different opinions on directions for Tourism Development in Samutprakan Province : Bangnamphung Floating Market in terms of management, process, and participation was more than statistic 0.05. But sex age education and occupation non different opinion. Educational Levels and income per month of the Administration Organization and Local Community significantly affected view directions tourism for development of Samutprakan Province : Bangnamphung Floating Market overall and about zoning with Statistical significant, the research also found that monthly income influence viewpoint on directing for tourism development of Samut Prakarn Province : Bangnamphung Floating Market , Market overall and in terms of participation at statistical level 0.05 within area different opinion was more than statistic 0.05. And income per month of Administrations Organization and Local Community has different opinion. The participation was area different was more than statistic 0.05. on zoning, management, process and participation were related positively.

## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา .....	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	7
ขอบเขตของการวิจัย .....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	8
สมมติฐานในการวิจัย .....	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
การท่องเที่ยว .....	11
นักท่องเที่ยว .....	31
การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ .....	39
การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม .....	61
องค์การบริหารส่วนตำบล .....	66
ตลาดน้ำ.....	75
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	79
3 วิธีดำเนินการวิจัย .....	85
รูปแบบการดำเนินการวิจัย.....	85
ประชากร .....	85
นักท่องเที่ยว .....	86
กลุ่มตัวอย่าง .....	86
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	87
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย .....	88



## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	89
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	90
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....	91
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	92
ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว .....	92
ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว.....	98
ส่วนที่ 3 แนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง...	102
5 บทสรุป.....	136
สรุปผลการวิจัย .....	136
การอภิปรายผล .....	138
ข้อเสนอแนะ .....	139
บรรณานุกรม .....	142
ภาคผนวก .....	147
ประวัติผู้วิจัย .....	153

## สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของประชาชนในท้องถิ่น..	92
2	จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว.....	95
3	พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของประชาชนในท้องถิ่น.....	98
4	พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว.....	100
5	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของประชาชนในท้องถิ่น .....	102
6	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของนักท่องเที่ยว..	106
7	สรุประดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น.....	109
8	สรุประดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว..	110
9	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ..	112
10	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ..	113
11	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ.....	114

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
12	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้าน กระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	115
13	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ.	116
14	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตาม อาชีพ.....	117
15	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน.....	118
16	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตาม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน.....	119
17	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ.....	120
18	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ...	122

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
19	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ...	123
20	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตาม อายุ .....	124
21	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามระดับ การศึกษา.....	125
22	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตาม ระดับการศึกษา.....	126
23	การเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ..	128
24	แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้งในด้านพื้นที่ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ.....	127
25	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตาม อาชีพ.....	129

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
26	แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน.....	130
27	การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้าน การจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้ เฉลี่ยต่อเดือน.....	131
28	การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้าน กระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ.....	132
29	ความสัมพันธ์ระหว่างกับความคิดเห็นของประชาชนในท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยว ที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำ บางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้าน การมีส่วนร่วม.....	133
30	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1.....	134
31	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2.....	135
32	สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3.....	136

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวของโลกได้เติบโตอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา มีการพัฒนาและจัดการอย่างมีระบบจนกลายเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับหลายประเทศ ก่อให้เกิดการลงทุนธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และช่วยสร้างอาชีพให้ประชาชนมีงานทำ มีรายได้ (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2548, หน้า 1)

จึงกล่าวได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมา จะให้ความสำคัญทางด้านเศรษฐกิจศาสตร์ ก่อให้เกิดประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจ สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพ และกระจายรายได้อย่างกว้างขวาง โดยเฉพาะรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ การท่องเที่ยวจึงได้รับการส่งเสริมและพัฒนาจนกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่สุด ดำเนินกิจการครอบคลุมทั่วโลก (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2550, หน้า 1)

สำหรับองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ได้พยากรณ์ไว้ว่า ในปีคริสตศักราช 2010 (พุทธศักราช 2553) จะมีนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นมากกว่า 1,000 ล้านคน และก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวมากกว่า 60 ล้านล้านบาท พร้อมทั้งคาดการณ์ต่อไปอีกว่าในปีคริสตศักราช 2020 (พุทธศักราช 2563) จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเพิ่มขึ้นมากกว่า 100 ล้านล้านบาท (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2549, หน้า 2)

ในปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศ และพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้เข้าประเทศอย่างต่อเนื่อง ซึ่งทำให้เกิดรายได้การลงทุน ในธุรกิจด้านต่าง ๆ ทำให้เกิดการจ้างงาน และการกระจายรายได้ในภาคเศรษฐกิจ ทั้งนี้เนื่องจากรัฐบาลมีแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในการกระตุ้นการท่องเที่ยว จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศ และจากภายนอกประเทศ เดินทางเข้ามาในประเทศไทย (อุไรวรรณ จอมชื่อตรง และเสาวลักษณ์ เลิศเจริญบัณฑิต, 2550, หน้า 1)

ดังนั้นการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญ มีบทบาทต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ รวมทั้งเป็นการเผยแพร่วัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักของชาวโลก และในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ ทั้งอดีตและปัจจุบัน เสมือนว่าการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่ง ที่ทำให้

เศรษฐกิจหลุดพ้นจากวิกฤตเศรษฐกิจ เกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศได้กว่าปีละ 250,000 ล้านบาท (สุเทพ พันประสิทธิ์, เลิศพร ภาวระสกุล และวันเพ็ญ พินเฌอ, 2550, หน้า 1) เนื่องจากประเทศไทยรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศเป็นอันดับสองรองจากรายได้การส่งออกคอมพิวเตอร์อิเล็กทรอนิกส์ (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2548, หน้า 1)

ประเทศไทยเริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 เป็นต้นมา ได้มีส่วนสำคัญในการผลักดันให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และถือได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญส่วนหนึ่งของประเทศ (สินธุ์ สโรบล, 2546, หน้า 9) ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้จัดทำแผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544-2553) ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2543 ได้กล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกจะมีจำนวนถึง 1,000 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2553 และ 1.56 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2563 และกล่าวถึงสถานการณ์นักท่องเที่ยวที่จะมาเยือนภูมิภาคเอเชียในอีก 20 ปีข้างหน้าว่า มีจำนวนถึง 397 ล้านคน ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับสองรองจากภูมิภาคยุโรป สำหรับประเทศไทย WTO คาดการณ์ว่าจะนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.9 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าการเติบโตของเอเชียแปซิฟิก (เบญจจา จันทร, 2545, หน้า 1)

ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของมนุษย์ รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วยสาเหตุหนึ่ง เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมธรรมชาติ หรือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง จึงเกิดแนวคิดในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวควบคู่กับการจัดการท่องเที่ยว ในหลาย ๆ หน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีชื่อเรียกต่าง ๆ กันไป เช่น การท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง จึงเล็งเห็นความจำเป็นที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการอนุรักษ์ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เมื่อปีพุทธศักราช 2538-2539 ขึ้น เพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการปฏิบัติงาน (กุลวรา สุวรรณพิมล, 2548, หน้า 38-39)

จากสภาพปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ที่นับวันทวีความรุนแรงขึ้นมาเรื่อย ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับระบบนิเวศ หรือสภาพแวดล้อม จึงทำให้มีการเรียกร้องจากนักวิชาการ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และอื่น ๆ รวมถึงนักท่องเที่ยว

และองค์การพัฒนาเอกชน (Non Governmental Organization : NGOs) ให้มีการจัดการทางการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ อันเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยว และอนุรักษ์สภาพแวดล้อมควบคู่กันไป โดยมีหลักการกว้าง ๆ คือ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับความรู้ ความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ทั้งทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ รวมทั้งท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวแบบนี้ด้วย (สุนันทา พูนน้อย, 2543, หน้า 2)

ในช่วง 2-3 ทศวรรษที่ผ่านมา รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีการเชิญชวนนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งรัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญในการท่องเที่ยว และได้ตระหนักถึงสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน และมีความสมดุลทางธรรมชาติ และความสมบูรณ์ของระบบนิเวศในสิ่งแวดล้อม

โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พุทธศักราช 2550-2554) ได้กล่าวถึงใจความสำคัญ คือ “ความสุข ความพอเพียง” ดังนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามแผนนี้จึงเป็นการรักษาฐานทรัพยากรและความสมดุลของระบบนิเวศ เพื่อความยั่งยืนของฐานการผลิต การดำรงชีวิตและพึ่งตนเองของชุมชนในสังคม การสร้างสภาพแวดล้อมที่ดีเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต และการพัฒนาที่ยั่งยืน การพัฒนาคุณค่าความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น การบริหารจัดการองค์ความรู้ เพื่อสร้างพื้นฐานของการพัฒนาโดยอาศัยความรู้พื้นฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ร่วมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งนำไปสู่การยกระดับความสามารถการจัดการทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมให้เกิดความสมดุลและยั่งยืน

จึงทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนถือเป็นแผนแม่บทหนึ่งของโลกชื่อว่า แผนปฏิบัติการ 21 หรือ Agenda 21 ซึ่งเป็นการดำเนินงานที่จะทำให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน ทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงความสมดุลอย่างยั่งยืน ระหว่างการบริโภค ประชากร และความสามารถในการรองรับของโลกต่อการค้าจุนสิ่งมีชีวิต รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยี และเทคนิคต่าง ๆ ที่จะตอบสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งแผนปฏิบัติการ 21 หรือ Agenda 21 เป็นพันธกรณีที่รัฐบาลจาก 179 ประเทศลงนามในการยอมรับจากการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อม และการพัฒนา Earth Summit ที่เมืองริโอ เดอ จาเนโร ประเทศบราซิล ในเดือนมิถุนายน พุทธศักราช 2535

ดังนั้นสถานการณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมในอนาคต เป็นการคาดหวังเป้าหมายสูงสุด หรือผลของการพัฒนา ที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งระบบ เพื่อให้



สามารถตอบสนองกระแสความต้องการด้านอนุรักษ์ กระแสความต้องการของตลาด และกระแสของการพัฒนาคน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการจัดการในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถควบคุมขนาดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยเฉพาะองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวและองค์การบริหารการจัดการ ซึ่งจะมีประสิทธิผลให้ทรัพยากรธรรมชาติสามารถอำนวยประโยชน์ ดำรงสถานภาพ บทบาทหน้าที่ และฟื้นตัวได้ตามสภาพธรรมชาติ นักท่องเที่ยว ผู้ที่เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป มีจิตสำนึกและมีความตระหนักในการอนุรักษ์ ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม และมีขีดความสามารถในการจัดการเกิดความภูมิใจ และยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชน (สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางการประมง (2550)

ในประเทศไทยจึงได้มีการปรับรูปแบบการท่องเที่ยว และให้ความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลายรูปแบบ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำ เนื่องจากตลาดน้ำเป็นการท่องเที่ยวที่แสดงถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาของท้องถิ่นในชุมชน ให้กับนักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างประเทศและชาวไทยที่ได้เดินทางท่องเที่ยวไปยังชุมชนนั้น ๆ เนื่องจากกลุ่มคนในสังคมสมัยใหม่ให้ความสนใจ และให้ความสำคัญกับทรัพยากรสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพราะเชื่อว่าสิ่งแวดล้อมเป็นประเด็นปัญหาสาธารณะที่โลกกำลังเผชิญอยู่ และนับวันจะทวีความรุนแรงขึ้น ส่งผลให้มีการรณรงค์เพื่อสร้างจิตสำนึกทางสิ่งแวดล้อมแพร่ขยายไปทั่วภูมิภาคของโลก อุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งใช้ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเป็นองค์ประกอบหลัก ถูกกล่าวหาว่ามีส่วนทำลายสภาพแวดล้อมด้วยทางหนึ่ง (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2550, หน้า 3)

จังหวัดสมุทรปราการมีชื่อเสียงและรายได้หลักจากโรงงานอุตสาหกรรมเป็นสำคัญ และประชากรส่วนใหญ่มักประกอบอาชีพการทำงานในอุตสาหกรรมโรงงาน ซึ่งจะเห็นได้จากคำขวัญที่กล่าวว่า "ป้อมยุทธนาวี พระเจดีย์กลางน้ำ ฟาร์มจระเข้ใหญ่ งามวิไลเมืองโบราณสงกรานต์พระประแดง ปลาสลิดแห้งรสดี ประเพณีรับบัว ครบถ้วนทั่วอุตสาหกรรม" ซึ่งจังหวัดสมุทรปราการมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกมากมาย ที่เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีเอกลักษณ์ และโดดเด่นเฉพาะตัว เช่น เมืองโบราณ ฟาร์มจระเข้ พิพิธภัณฑ์ช้างสามเศียร และตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เป็นต้น

ดังนั้นจังหวัดสมุทรปราการ ได้เกิดแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และมีชื่อเสียง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม โดยเฉพาะในอำเภอพระประแดง ได้เกิดแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ คือ "ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง" ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของตลาดน้ำ

ที่ได้แสดงออกถึงเอกลักษณ์ และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนท้องถิ่น ที่ผสมผสานกับรูปแบบการท่องเที่ยวยั่งยืน ที่เน้นการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและคุณสมบัติของทรัพยากรธรรมชาติ ไม่ให้ถูกทำลาย รวมทั้งให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นมีทรัพยากรธรรมชาติในการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งจุดมุ่งหมายสูงสุดของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ คือการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน คงสภาพสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติและทางสังคมที่ดี และประชาชนสามารถพึ่งตนเองได้ (สถาบันวิจัยเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำสวยงามและพรรณไม้น้ำสวยงาม สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางการประมง, 2550) อีกทั้งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้ และสัมผัสกับเอกลักษณ์ความงามของวัฒนธรรม คุณค่าทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และความแตกต่างทางวัฒนธรรม (ทิพวรรณ พุ่มมณี, 2550, หน้า 198)

การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งที่เป็นตลาดน้ำแบบดั้งเดิม และได้พัฒนาจากตลาดชาวบ้านขึ้นมาเป็นตลาดสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากการคมนาคมทางบกเจริญขึ้น ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปพบเห็น และเกิดความประทับใจจนหลงใหลเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างไม่ขาดสาย จนกลายเป็นที่รู้จักในปัจจุบัน ดังนั้นองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น จึงเข้าไปดำเนินการจัดรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายของที่ระลึก และร้านขายพันธุ์ไม้ท้องถิ่น เป็นต้น

อย่างไรก็ตามตลาดน้ำบางน้ำผึ้งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่อยู่กับจังหวัดกรุงเทพมหานคร มีการเดินทางสะดวก เหมาะสมสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ที่ต้องการใช้เวลาในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่มากนัก อีกทั้งยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่แสดงออกถึงการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ที่ผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้อย่างลงตัว ดังนั้นการมีส่วนร่วมและการกระจายประโยชน์สู่ท้องถิ่น ถือเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของการพัฒนา นับแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 เป็นต้นมา จนกระทั่งถึงแผนแม่บทการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ ต่างก็ให้บทบาทและความสำคัญเป็นอย่างสูง จึงเปรียบเสมือนประชาชนท้องถิ่นจะได้ใช้โอกาสนี้ เป็นจุดตั้งเ้าการพัฒนามารับใช้ชุมชนท้องถิ่น ให้ชุมชนท้องถิ่นมีสิทธิ มีเสียงในการพัฒนา และเกิดการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรม (พจนา สอนศรี, 2546, หน้า 171)

การวิจัยในครั้งนี้ ได้นำแนวความคิดเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ที่ประสานประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ และการอนุรักษ์ธรรมชาติ รวมทั้งสิ่งแวดล้อมเข้าด้วยกัน และหมายรวมถึงแนวความคิดเรื่องการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นต่อการ

ท่องเที่ยว เพื่อปรับแนวความคิดการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ที่เป็นนามธรรมไปสู่รูปธรรม ให้มีความชัดเจนยิ่งขึ้น และนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งสืบไปในอนาคต

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่บางน้ำผึ้ง และนักท่องเที่ยว
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่บางน้ำผึ้ง และนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างกัน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่บางน้ำผึ้ง กับความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของนักท่องเที่ยว

### ประโยชน์

1. เพื่อทราบถึงรูปแบบ และพัฒนาการของพื้นที่ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
2. เพื่อทราบถึงนโยบายการจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยการมีส่วนร่วมขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่บางน้ำผึ้ง
3. เพื่อนำความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวไปพัฒนาให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

### ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ หมายถึง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
2. ขอบเขตด้านเนื้อหา หมายถึง การศึกษาเนื้อหาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ว่าด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านบริการ
3. ขอบเขตด้านประชากร หมายถึง องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ในตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
4. ขอบเขตด้านเวลา หมายถึง การวิจัยในครั้งนี้ได้ทำการศึกษาข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 30 ธันวาคม 2550 - 10 กุมภาพันธ์ 2551

### นิยามศัพท์

แนวทางในการพัฒนา หมายถึง การกำหนดรูปแบบ และนโยบายในการปฏิบัติ หรือการกระทำสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่ให้ดีกว่าสิ่งเดิม

แหล่งท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นตลาดน้ำ โดยมีรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศผสมผสานกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จังหวัดสมุทรปราการ หมายถึง พื้นที่ที่อยู่ในภาคกลาง และมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดกรุงเทพมหานคร

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง หมายถึง พื้นที่ของแหล่งชุมชนที่เป็นพื้นที่ราบลุ่ม อยู่ใกล้บริเวณแม่น้ำเจ้าพระยา และมีพื้นที่อยู่ในตำบลบางน้ำผึ้ง

องค์การบริหารส่วนตำบล หมายถึง บุคคลที่มีอำนาจและหน้าที่ในด้านการวางแผนและบริหารงานในตำบลบางน้ำผึ้ง เพื่อให้ตำบลบางน้ำผึ้งได้รับการพัฒนา โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว

ชุมชนท้องถิ่น หมายถึง บุคคลที่เป็นคนไทยอาศัยอยู่ และประกอบอาชีพในตำบลบางน้ำผึ้ง รวมทั้งต้องเป็นบุคคลที่มีรายชื่อสำมะโนครัวอยู่ที่ตำบลบางน้ำผึ้ง

นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เป็นคนไทยเดินทางไปเยือนสถานที่ท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



### สมมติฐานการวิจัย

1. องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง และชุมชนท้องถิ่น ที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความแตกต่างกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดังนี้

- 1.1 ด้านพื้นที่
- 1.2 ด้านการจัดการ
- 1.3 ด้านกระบวนการ
- 1.4 ด้านการมีส่วนร่วม

2. นักท่องเที่ยว ที่มีเพศ อายุ และระดับการศึกษา มีความแตกต่างกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดังนี้

- 2.1 ด้านพื้นที่
- 2.2 ด้านการจัดการ
- 2.3 ด้านกระบวนการ
- 2.4 ด้านการมีส่วนร่วม

3. แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีความสัมพันธ์กัน 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม โดยใช้สถิติในสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ของนักท่องเที่ยว คือ ค่าสถิติสหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีที่นำมาในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการรวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการวิจัย ซึ่งผู้วิจัยขอเสนอแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. การท่องเที่ยว
  - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว
  - 1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว
  - 1.3 ประเภทของการท่องเที่ยว
  - 1.4 ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว
  - 1.5 แนวคิดการจัดพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว
2. นักท่องเที่ยว
  - 2.1 ความหมายของนักท่องเที่ยว
  - 2.2 ประเภทของนักท่องเที่ยว
  - 2.3 คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.2 ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.3 ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.4 องค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.5 แนวทางการปฏิบัติของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.6 การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.7 การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.8 การจัดการบริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.9 กรอบแนวคิดในการกำหนดมาตรฐานคุณภาพมาตรฐานแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
  - 3.10 การกำหนดดัชนีชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- 4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 4.2 ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- 4.3 นโยบายวัฒนธรรม
- 4.4 อิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง
5. องค์การบริหารส่วนตำบล
  - 5.1 ความหมายขององค์การบริหารส่วนตำบล
  - 5.2 ความสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบล
  - 5.3 รูปแบบขององค์การบริหารส่วนตำบล
6. ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง
  - 6.1 ความหมายของตลาดน้ำ
  - 6.2 ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
  - 6.3 สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
  - 6.4 สภาพทั่วไปของตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
  - 6.5 ศักยภาพของชุมชนและพื้นที่ของตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
  - 7.1 งานวิจัยภายในประเทศ
  - 7.2 งานวิจัยภายนอกประเทศ

## การท่องเที่ยว

### ความหมายของการท่องเที่ยว

คำว่า "การท่องเที่ยว" นั้นมีความหมายตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า "Tourism" ซึ่งได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546, หน้า 4) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน และพักผ่อนหย่อนใจ

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2544, หน้า 12) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" หมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติ หรือถิ่นที่พำนักถาวรไปยังที่อื่นด้วยความสมัครใจ และเป็น



การเดินทางชั่วคราวโดยใช้เวลานาน ๓ สถานที่นั้นๆ ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ตามวัตถุประสงค์ต่าง ๆ ที่มีใช้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2548, หน้า 11) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" หมายถึง เป็นเรื่องของการเดินทางถ้าไม่มีการเดินทาง ก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อลี้ภัย แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นต้น

ปราโมชน์ รอดจำรัส (2547, หน้า 2) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" หมายถึง

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึง การวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง
2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้เวลาอยู่ ณ ที่นั้นช่วงเวลาหนึ่ง
3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง ความประสงค์ที่จะสนองความต้องการในการเดินทาง ความมุ่งหมายในการเดินทางมีหลายประการด้วยกัน ผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าอย่างหนึ่งก็ได้

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 29) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" หมายถึง การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากกิจการงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งโดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกล และการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรม

ไพฑูรย์ พงศะบุตร และคณะ (2547, หน้า 17) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช้เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการไปเยือนชั่วคราว โดยมิใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

วิมล จิโรจพันธ์ และคณะ. (2548, หน้า 49) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" หมายถึง ผู้คนหรือประชาชนได้ไปเยี่ยมเยือนยังสถานที่หนึ่ง เพื่อการเที่ยวชมเมือง เยี่ยมญาติ และเพื่อน พักผ่อนวันหยุดทั้งระยะสั้นและระยะยาว

สุวัฒน์ จุฑากรณ์ และคณะ (2545, หน้า 72) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" ต้องพิจารณา 4 ประเด็น ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวหรือผู้มาเยือน คือ ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ ทั้งประสบการณ์ที่สามารถรับได้ด้วยทางกายสัมผัสและจิตใจ ซึ่งจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะเป็นตัวกำหนดกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะหรือผู้มาเยือน

2. ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะได้ผลกำไรจากการขายสินค้าและบริการให้แก่นักท่องเที่ยว

3. ภาครัฐบาลที่ดูแลการท่องเที่ยว คือ องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อควบคุมดูแลและการท่องเที่ยวให้เป็นไปตามนโยบายที่รัฐวางไว้ รัฐบาลในหลายประเทศส่วนใหญ่มักจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างความมั่งคั่งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศ อันเกิดจากรายได้ที่ธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับ ซึ่งเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

4. ชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว คือ ประชาชนซึ่งอาศัยอยู่ในท้องถิ่นที่เป็นพื้นที่สำหรับการท่องเที่ยว โดยนอกจากจะมีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของที่ดีเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวแล้ว ในบางโอกาสยังเป็นหน่วยที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรง เมื่อประชาชนเข้ามาทำงานเป็นพนักงานส่วนหนึ่งของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

องค์กรการท่องเที่ยวโลก อ้างอิงในศรัณญา วรากุลวิทย์ (2542, หน้า 2) กล่าวว่า "การท่องเที่ยว (Tourism)" หมายถึง การเดินทางใดๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังนี้

1. การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว
2. การเดินทางนั้นผู้เดินทาง เดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
3. การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

จากที่นักวิชาการได้กล่าวถึงในข้างต้น จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน หรือเพื่อศึกษาหาความรู้ รวมทั้งต้องเดินทางด้วยความสมัครใจ และต้องไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ หรือประกอบอาชีพ

#### ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ความสำคัญของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากที่สุด คือ "นักท่องเที่ยว" เพราะนักท่องเที่ยวถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ปัจจุบันความต้องการในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ของบุคคลที่อยู่ทั่วโลกมีจำนวนมากขึ้น โดยมีเหตุผลมากมายในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง และแต่ละสถานที่ จะมีความแตกต่างกันออกไป

กุลวรา สุวรรณพิมล (2548, หน้า 34-36) ได้แบ่ง "ความสำคัญของการท่องเที่ยว" ไว้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

## 1. บทบาทและความสำคัญที่มีต่อเศรษฐกิจ แบ่งออกได้ ดังนี้

1.1 ก่อให้เกิดรายได้เพิ่มมากขึ้น การท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีส่วนช่วยให้ประเทศได้รับรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ และรายได้ดังกล่าวก็มีลักษณะเช่นเดียวกับการส่งสินค้าออกไปขายในต่างประเทศ แต่เป็นสินค้าออกประเภท "ไม่เห็นตัวสินค้า (Invisible Export)" ซึ่งมีผลให้การเงินระหว่างประเทศดีขึ้น

1.2 การช่วยให้คนมีงานทำมากขึ้น รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรทั่วประเทศ ดังนั้นภูมิภาคต่าง ๆ มีการพัฒนาเพิ่มขึ้น มีการสร้างสิ่งใหม่ เกิดอาชีพใหม่ และความต้องการแรงงานมากมาย

1.3 ช่วยให้ฐานะการเงินระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในด้านดุลการชำระเงินดีขึ้น เพราะรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นไปในรูปของการขายสินค้าและบริการภายในประเทศ แต่อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของชาวไทยที่ท่องเที่ยวในประเทศ ก็มีความสำคัญเช่นกัน ในการช่วยลดปัจจัยเงินตราที่จะนำออกไปใช้นอกประเทศ

1.4 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และยังก่อให้เกิดการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ และการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบมากนัก

1.5 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการส่งเสริมความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เป็นตัวนำให้เกิดการลงทุนในหมวดอุตสาหกรรมอื่น ๆ รวมทั้งการพัฒนาแถบภูมิภาคของรัฐบาลในด้านโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งสาธารณูปโภค ถนนหนทาง การประปา การติดต่อสื่อสาร และไฟฟ้า เป็นต้น

## 2. บทบาทและความสำคัญที่มีต่อเศรษฐกิจ แบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 ช่วยให้อสภาพแวดล้อมของท้องถิ่นดีขึ้น หากสถานที่ใดมีปัญหาในเรื่องเกี่ยวกับสภาพความเสื่อมโทรม ความสกปรก หรือความไม่ปลอดภัย ก็จะไม่เป็นที่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไป เพราะนักท่องเที่ยวประสงค์จะไปสัมผัสกับสภาพธรรมชาติของท้องถิ่น ความสะอาดสบายที่พอควร และมีความปลอดภัย

2.2 ช่วยให้ประชาชนได้เห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมประเพณีแต่ละท้องถิ่นที่เดินทางไปถึง ซึ่งเปรียบเสมือนการทำให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างประชาชน และมีส่วนในการเสริมสร้างสัมพันธไมตรี ความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของประเทศและผู้มาเยือน

2.3 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างเหลื่อมล้ำ ระหว่างสังคมเมืองและสังคมชนบท เป็นการลดปัญหาการย้ายถิ่นที่อยู่อพยพเข้ามาหางานทำ หรือเลี้ยงชีพในเมืองใหญ่ ๆ ของประชาชนจากชนบท

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2544, หน้า 20 - 22) ได้แบ่ง "ความสำคัญของการท่องเที่ยว" ไว้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

### 1. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ แบ่งออกได้ ดังนี้

1.1 ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ การที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศนำเงินตราเข้ามาใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศ รายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เสมือนรายได้จากการส่งออก แต่แตกต่างกับการส่งออกทั่วไป เพราะเป็นเสมือนสินค้าจำบังหรือมองไม่เห็น ไม่มีตัวตน คือ ไม่มีการส่งสินค้าออกไป แต่นักท่องเที่ยวจะเป็นผู้เดินทางมาใช้จ่ายเพื่อบริโภคสินค้าการท่องเที่ยว ณ แหล่งผลิตสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ

1.2 ช่วยชดเชย หรือลดการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ซึ่งประเทศที่กำลังพัฒนามักจะประสบปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ เมื่อมีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเงินตราต่างประเทศ จะช่วยชดเชยหรือลดปัญหาดังกล่าว และมีผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

1.3 เพิ่มการจ้างงานและสร้างอาชีพ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ซึ่งสามารถจ้างงานและสร้างอาชีพ ทั้งในธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ธุรกิจขนส่ง ที่พักแรม อาหาร นันทนาการ ของที่ระลึก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อมหรือธุรกิจสนับสนุน เช่น การก่อสร้าง การเกษตร การเงิน การประกันภัย เป็นต้น

1.4 ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวาง เพราะเมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวต้องมีการใช้จ่าย ผู้ที่จะได้รับประโยชน์คือ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว พนักงานบริการ และประชากรท้องถิ่นในเส้นทางการเดินทางหรือแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งกระจายอยู่ในทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ

1.5 มีผลทวีคูณในการผลิตและสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เชื่อว่า เมื่อมีการใช้จ่ายเกิดขึ้นครั้งหนึ่งในระบบเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อๆ กันไปอีกหลายรอบ เมื่อรวมการใช้จ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นจะพบว่ามีมูลค่าสูงกว่าการใช้จ่ายในครั้งแรกหลายเท่า หลักการดังกล่าวในทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เรียกว่า "ผลของตัวทวี" อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนอกจากจะก่อให้เกิดการผลิต การว่าจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงแล้ว ยังมีผลให้เกิดการผลิตและการว่าจ้างงานในทางอ้อม ส่งผลให้รัฐบาลมีรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ เพิ่มขึ้นด้วย

## 2. ความสำคัญด้านสังคมและวัฒนธรรม แบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 ก่อให้เกิดความรื่นรมย์ เพลิดเพลิน สนุกสนาน เป็นการพักผ่อนหย่อนใจหรือผ่อนคลายจากภารกิจทั้งปวง

2.2 ช่วยเปิดโลกทัศน์ให้กว้างขึ้น จากการได้พบเห็น ได้รับความรู้และประสบการณ์ หากเป็นการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา หรือเยี่ยมชมศิลปะวิทยาการแขนงต่างๆ จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมและประเทศชาติ

2.3 สร้างสรรค์ความเจริญให้กับท้องถิ่น โดยแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จะได้รับการพัฒนาทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การคมนาคมขนส่ง ไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ การก่อสร้างสิ่งใหม่ๆ การลงทุนด้านต่าง ๆ เพื่อรองรับและให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทำให้ท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวมีความเจริญ ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนในพื้นที่นั้น ๆ

2.4 ช่วยยกมาตรฐานการครองชีพให้ดีขึ้น อันเนื่องมาจากการจ้างงานและการกระจายรายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นท่องเที่ยวมีรายได้และความเป็นอยู่ดีขึ้น

2.5 ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นฐานไปทำงานทำในเมืองใหญ่หรือเมืองหลวง โดยทั่วไปมนุษย์จะมีความรักถิ่นฐานของตน ห้ามสามารถประกอบอาชีพหารายได้ในถิ่นฐาน ย่อมไม่คิดที่จะอพยพเคลื่อนย้ายไปที่อื่นใด

2.6 ทำให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรในท้องถิ่นมาผลิตหรือประดิษฐ์เป็นสินค้าพื้นเมืองหรือของที่ระลึกจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว เป็นการหารายได้ทางหนึ่งและทำให้เกิดสินค้าหรือของที่ระลึกที่มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค ทั้งนี้เนื่องจากความแตกต่างของทรัพยากรและศิลปวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น กลายมาเป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว และยังเป็นแหล่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมชมกรรมวิธีหรือขั้นตอนการผลิตงานหัตถกรรมที่มีชื่อเสียงต่างๆ ด้วย

2.7 ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม นำไปสู่การอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นและของประเทศ

## 3. ความสำคัญด้านการเมืองการปกครอง แบ่งออกได้ ดังนี้

การท่องเที่ยวเป็นสื่อ นำให้มนุษย์ต่างสังคม ต่างชาติศาสนา มีโอกาสมาพบกัน ได้เรียนรู้ทำความเข้าใจซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดความเป็นมิตรไมตรี การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศจะทำให้ประชากรในแต่ละภูมิภาค มีโอกาสได้รู้จักเข้าใจกัน ช่วยลดช่องว่างของความแตกต่างระหว่างถิ่นฐาน ก่อให้เกิดความรู้สึกของการเป็นประชากรของประเทศร่วมกัน

นำไปสู่ความสามัคคีและสมานฉันท์ของคนในประเทศ ทำนองเดียวกันการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างมวลมนุษยย์แต่ละเชื้อชาติ นำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรีและสันติสุข ดังคำขวัญที่ว่า "การท่องเที่ยวเป็นสิ่งนำไปสู่สันติภาพ"

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 31) ได้แบ่ง "ความสำคัญของการท่องเที่ยว" ไว้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

1. ด้านพัฒนา แบ่งออกได้ ดังนี้

เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวเข้าไปถึงแหล่งท่องเที่ยวในชนบท การพัฒนาความเจริญก็ไปถึงภูมิภาคนั้นๆ อาทิ ระบบสาธารณูปโภค การคมนาคม โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ

2. ด้านเศรษฐกิจ แบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

2.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีผลทบทวีคูณ ในการสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้ผลผลิตส่วนรวมของประเทศมีค่าทวีกว่า 2 เท่าตัว

2.3 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ และมีการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชน ทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งมีผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปของภาษีอากรประเภทต่างๆ

3. ด้านสังคม แบ่งออกได้ ดังนี้

3.1 การท่องเที่ยวมีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ เป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม สร้างความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน

3.2 การท่องเที่ยวมีบทบาทในการพัฒนา สรรค์สร้างเศรษฐกิจทางสังคมให้เกิดแกันท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้อยู่ดีกินดีมีความสุขโดยทั่วกัน

3.3 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ

3.4 การท่องเที่ยวช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยบรรเทาการอพยพแรงงานจากชนบทสู่เมือง

การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบต่าง ๆ ในประเทศไทยหลายด้าน ซึ่งในแต่ละด้านนั้นถ้าส่งผลดีต่อประเทศ จะทำให้ประเทศไทยมีความเจริญก้าวหน้า และทัดเทียมอารยประเทศทั่วโลกได้ อีกทั้งยังเป็นสื่อที่สามารถเชื่อมบุคคลต่าง ๆ ให้เกิดการสื่อสาร และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม แต่ถ้าส่งผลในด้านลบจะส่งผลร้ายอย่างยิ่งต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ไพฑูริย์ พงศะบุตร และคณะ (2547, หน้า 17-18) ได้แบ่ง "ความสำคัญของการท่องเที่ยว" ไว้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. ความสำคัญด้านเศรษฐกิจ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างอาชีพต่าง ๆ ให้แก่คนในท้องถิ่น รวมทั้งการนำรายได้เข้าประเทศ หรือเข้าท้องถิ่นนั้น ๆ มีหลายประเทศที่มีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้หลักของประเทศหนึ่ง ซึ่งก็รวมทั้งประเทศไทยด้วย

2. ความสำคัญด้านสังคม การท่องเที่ยวทำให้เกิดการติดต่อระหว่างคนในประเทศหรือในท้องถิ่นต่าง ๆ กัน มีการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ยังก่อให้เกิดการนันทนาการ และการพักผ่อนหย่อนใจ ตลอดจนการสร้างเสริมประสบการณ์และความรู้ให้แก่ผู้ที่มีโอกาสได้เดินทางท่องเที่ยว

3. ความสำคัญด้านการเมือง การท่องเที่ยวช่วยทำให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันระหว่างคนต่างชาติและคนต่างถิ่น จากการที่ได้มีโอกาสพบปะ ติดต่อกัน และแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน

จึงสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการเสริมสร้างฐานะ และรายได้ในการพัฒนาประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง

#### ประเภทของการท่องเที่ยว

ความเจริญก้าวหน้าในด้านต่าง ๆ มีผลให้การดำเนินชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไป และก่อให้เกิดการท่องเที่ยวแบบใหม่ ๆ มากขึ้น จึงทำให้ต้องแยกประเภทของการท่องเที่ยว ซึ่งนักวิชาการทางศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวจะแบ่งออกตามลักษณะของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ และการเดินทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศนั้น มีความแตกต่างกันออกไป

กุลวรา สุวรรณพิมล (2548, หน้า 36) ได้จำแนก "ประเภทของการท่องเที่ยว" ไว้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในเขตแดนของประเทศของตน ส่วนใหญ่นิยมใช้รถยนต์เป็นยานพาหนะในการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะสะดวกในการแวะชมตามรายทางที่ขับซึ่งผ่าน การท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นที่แพร่หลาย เพราะเศรษฐกิจโลกเจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลทำให้คนมีรายได้เพิ่มขึ้น จึงมีกำลังที่จะเสียค่าใช้จ่าย

และมีค่านิยมของสังคมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป โดยถือว่าการท่องเที่ยว คือ รางวัลชีวิต

2. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศที่อาศัยอยู่ไปยังประเทศอื่น ส่วนใหญ่ถ้าเป็นประเทศในแถบยุโรป นักท่องเที่ยวมักจะเดินทางโดยอากาศยานหรือรถไฟ แต่หากประเทศใดไม่อยู่ติดเขตแดนก็มักนิยมเดินทางโดยทางอากาศหรือทางน้ำ ผู้ที่ใช้บริการท่องเที่ยวระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้ระดับกลาง ซึ่งมีตำแหน่งงานระดับวิชาชีพชั้นสูง หรือผู้บริหาร และหัวหน้างานในระดับช่างฝีมือ มีรายได้เพียงพอที่จะแบ่งส่วนเป็นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวระหว่างประเทศสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 ประเภท ดังนี้

2.1 Outbound Tour หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวเดินทางออกจากประเทศของตนไปท่องเที่ยวประเทศอื่น ๆ ที่ตนสนใจ

2.2 Inbound Tour หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหนึ่ง

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2544, หน้า 14) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางสามารถแบ่งได้ 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้นๆ

2. การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ การเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศหนึ่ง ซึ่งเป็นถิ่นที่พำนักถาวรไปยังประเทศอื่น ๆ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

2.1 Inbound Tourism คือ การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศอื่นที่มีได้เป็นถิ่นที่พำนักถาวร

2.2 Outbound Tourism คือ การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นที่พำนักถาวรไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2546, หน้า 15-20) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยวเป็นการเดินทาง สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้ 10 ประเภท ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) การใช้เวลาว่างของมนุษย์มีความแตกต่างกันตามเจตคติและสิ่งแวดล้อม การใช้เวลาว่างของบุคคลเป็นไปตามแรงจูงใจส่วนบุคคล



(Personal Motivation) แต่ในยุคของข้อมูลข่าวสาร ทำให้คนได้รับรู้ข่าวสารต่างๆ ได้โดยง่าย ทำให้มีการเดินทางท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ตามอัธยาศัยมากขึ้น ผู้ที่จะมีเวลาว่าง จะวางแผนในการเดินทางล่วงหน้า ในแหล่งท่องเที่ยวที่แต่ละบุคคลสนใจ

1.2 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Recreation) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนอย่างแท้จริง การใช้เวลาหยุดงานไปท่องเที่ยวในลักษณะสบาย ๆ เช่น การไปพักผ่อนในบ้านพักตากอากาศริมทะเล บริเวณบ่อน้ำแร่ และเชิงเขา ฯลฯ

1.3 การท่องเที่ยวในวันหยุด (Holiday) ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งในการดำเนินชีวิตของมนุษย์ จึงมีการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการหมกมุ่นการทำงานเพื่อการดำรงชีพ ในวันหยุดจึงมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมเดินทางไปต่างท้องถิ่น หรือนอกเมือง นอกถิ่นฐานที่อยู่อาศัยของตน ชาวตะวันตกนิยมเดินทางออกนอกเมือง หรือเดินทางไปท้องถิ่นอื่น เพื่อพักผ่อนในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือพักร้อนจนเป็นวัฒนธรรมของการเดินทางท่องเที่ยวของชาวตะวันตก

1.4 การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport) การท่องเที่ยวชนิดนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ

1.4.1 การไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส และกอล์ฟ ฯลฯ การแข่งขันกีฬานี้ ถึงแม้จะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ

1.4.2 การไปแข่งขันกีฬา เล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย การเดินทางไปแข่งขันกีฬาในสนามแข่งขัน กีฬาที่กำหนดไว้ หรือการไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปในสถานที่ที่ดึงดูดให้เกิดการเล่นกีฬา เช่น ชายทะเล ภูเขา การเดินป่า ยิงนกตกปลา และส่องสัตว์ เป็นต้น การท่องเที่ยวชนิดนี้ ทำให้ประเทศที่มีทัศนียภาพ หรือลักษณะภูมิประเทศหลากหลายลักษณะ จะได้ประโยชน์จากนักท่องเที่ยวประเภทนี้มาก เช่น ชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางมาตีกอล์ฟในประเทศไทยในวันหยุด และนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปบาหลี เป็นต้น

1.5 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health) ปัจจุบันการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพกำลังเป็นที่นิยมมีการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพอย่างมีระเบียบ เช่น นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปประเทศโปแลนด์เพื่อฟื้นฟูสุขภาพ การเดินทางเพื่อไปรับการรักษาทางการแพทย์ เช่น ประเทศคิวบา ได้ให้บริการทางการแพทย์ในการเข้ารับการรักษาในราคาต่ำสำหรับคนไข้ต่างประเทศ การเดินทางไปอบน้ำแร่ (Spa) ในแหล่งน้ำแร่ต่าง ๆ เช่น ในประเทศไทยมีบ่อน้ำแร่หลายแห่ง ได้แก่ จังหวัดลำปาง เชียงใหม่ กาญจนบุรี และราชบุรี ฯลฯ และการจัดการท่องเที่ยวเหม้าจ่ายเพื่อรักษาสุขภาพและฟื้นฟูสุขภาพของชมรมอายุร้อยปี ชีวิตเป็นสุข เป็นต้น

1.6 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study) องค์การท่องเที่ยวโลกได้มีมติให้นักศึกษาและผู้เดินทางไปฝึกอบรมศึกษาดูงานเป็นนักท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นการเดินทางเพื่อไปศึกษาในต่างถิ่นต่างประเทศ เพื่อเพิ่มพูนความรู้ ภูมิ และประสบการณ์แล้วยังมีการเดินทางเพื่อฝึกอบรมระยะสั้น การเดินทางเพื่อดูงาน การเรียนภาษาอังกฤษภาคฤดูร้อน ซึ่งจัดการเรียนการสอนในตอนเช้าและเที่ยวชมสถานที่ในตอนบ่าย การเรียนภาษาอังกฤษในลักษณะดังกล่าวได้มีการจัดทั้งในประเทศและในต่างประเทศ ซึ่งเป็นที่นิยมจากผู้ปกครองที่ฐานะเศรษฐกิจดีส่งบุตรธิดาไปพัฒนาความรู้ทางภาษา และประสบการณ์ในต่างประเทศ

1.7 การท่องเที่ยวทางศาสนา (Religion) การท่องเที่ยวชนิดนี้นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวที่เก่าแก่ชนิดหนึ่ง ถึงแม้ในระยะเวลาที่ชวายุคหมากแพรง การเดินทางไม่ปลอดภัย ผู้แสวงบุญที่เดินทางด้วยความศรัทธา เช่น ในยุคมืด (Dark Age) ประชาชนนิยมเดินทางเพื่อแสวงบุญ (Pilgrim) ไปยังสถานที่ที่เป็นความเชื่อในศาสนาของตน จึงกล่าวได้ว่า ศาสนาเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับในประเทศไทย ประชาชนนิยมการเดินทางไปทอดกฐิน ทอดผ้าป่า ถวายพระพุทธรูป ถวายภัตตาหาร นมัสการสถานที่และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ การเดินทางของพุทธศาสนิกชน เพื่อนมัสการสถานที่ประสูติ ตรัสรู้ ปฐมเทศนา และปรินิพพานของพระพุทธเจ้า ในประเทศอินเดีย เนปาล และศรีลังกา ชาวมุสลิมเดินทางไปเพื่อร่วมพิธีสักการะหินอันศักดิ์สิทธิ์ ในเมืองเมกกะ ประเทศซาอุดีอาระเบีย และชาวคริสต์เดินทางไปกรุงโรม ประเทศอิตาลี เพื่อนมัสการพระสันตะปาปา เป็นต้น

1.8 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) การเดินทางชนิดนี้นับเป็นการเดินทางที่เก่าแก่ที่สุดของ มนุษย์ เมื่อมนุษย์ได้ตั้งถิ่นฐานถาวรแล้ว มีสิ่งของที่ผลิตเหลือบริโภคอุปโภคจะเดินทางเพื่อนำสินค้าไปขายในชุมชนอื่น และพัฒนามาเป็นธุรกิจอย่างมีระบบในทุกวันนี้ ร่องรอยที่ปรากฏให้เห็นถึงความเจริญก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจในสมัยโบราณก็คือ ซากของเมืองปอมเปอี ประเทศอิตาลีที่ถูกภูเขาไฟเวซุเวียส (Vesuvius) ถล่มในปี ค.ศ. 79 เป็นต้น

ในปัจจุบันการเดินทางเพื่อธุรกิจจำแนกได้หลายประการ ได้แก่ การเดินทางเพื่อการปรึกษา (Consulting) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการขายสินค้า (Sales) เพื่อการดำเนินการ (Operations) เพื่อการจัดการ (Management) และเพื่อการบำรุงรักษากิจการ (Maintenance) อย่างไรก็ตามถ้าจำแนกเป็นลักษณะใหญ่ ๆ ได้ดังนี้ คือ การท่องเที่ยวเพื่อการประชุม (Meeting) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) การประชุมประจำเวลา (Conventions) และการแสดงนิทรรศการ (Exhibitions) ซึ่งรวมเรียกว่า การท่องเที่ยวแบบ MICE ในวงการอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยวในปัจจุบันถือว่า การท่องเที่ยวชนิด MICE นักท่องเที่ยวประเภทนี้มีคุณภาพสูง เนื่องจากมีอำนาจในการซื้อสูง และยังมีผู้ติดตามอีกไม่น้อยกว่าหนึ่งคน ซึ่งเป็นสามีหรือภรรยา

สมาคมหรือองค์การระหว่างประเทศหรือสมาคมองค์กรเอกชน นิยมจัดประชุมประจำปี ประชุมวิชาการ การสัมมนาประจำปี หรือการพบปะครั้งสำคัญในประเทศต่าง ๆ ที่สมาชิกขององค์กรตั้งอยู่ในแต่ละประเทศได้จัดศูนย์ประชุมแห่งชาติ และมีการบริหารจัดการในการอำนวยความสะดวกอย่างสมบูรณ์ ในการรองรับการประชุมทุกรูปแบบ ในการประชุมแห่งชาติจะมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมาก ซึ่งผู้เข้าประชุมที่มีครอบครัวแล้วจะนำคู่สมรสเดินทางมาด้วย ประเทศไทยมีศูนย์ประชุมนานาชาติที่ได้มาตรฐานโลก สามารถบรรจุผู้เข้าร่วมประชุมได้ประมาณ 10,000 คน จึงเป็นการดึงดูดให้ประเทศต่าง ๆ ตัดสินใจมาจัดประชุมในประเทศไทยมากขึ้น การเดินทางชนิดนี้ ประเทศเจ้าภาพจะนำผู้เข้าประชุมหรือสัมมนาและผู้ติดตามไปทัศนศึกษาในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ เพื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ

1.9 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relatives หรือ VFR) การท่องเที่ยวชนิดนี้เป็นการท่องเที่ยวที่สำคัญอีกชนิดหนึ่งที่มวลมนุษย์จะเดินทางไปเยี่ยม บิดา มารดา ญาติ ในถิ่นเกิด หรือที่อยู่อาศัยของครอบครัว เช่น ชาวตะวันตกเดินทางไปเยี่ยมญาติในเทศกาลคริสต์มาส ชาวไทยนิยมเดินทางกลับถิ่นเกิดเพื่อเยี่ยมบิดา มารดาและญาติในเทศกาลสงกรานต์ ชาวจีนนิยมเดินทางไปเยี่ยมครอบครัวในเทศกาลตรุษจีน ชาวตะวันตกนิยมเดินทางเยี่ยมญาติในประเทศต่าง ๆ ที่สมาชิกในครอบครัวแยกไปอยู่อาศัยในประเทศอื่น เช่น ไปอยู่ในประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ แคนาดา และสหรัฐอเมริกา เป็นต้น

1.10 การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mission) การท่องเที่ยวชนิดนี้เป็นการเดินทางของบุคคลหรือคณะบุคคล เพื่อดำเนินการตามวัตถุประสงค์ขององค์กรของตน เช่น การเดินทางของคณะรัฐบาลเพื่อไปเยือน ไปประชุม ไปเจรจาในต่างประเทศ การเดินทางของคณะทูต เพื่อดำเนินงานตามที่ได้รับมอบหมาย การเดินทางของผู้สอนศาสนาไปยังเมืองต่าง ๆ และประเทศต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ศาสนา เช่น การเผยแพร่ศาสนาคริสต์ของนิกายมอร์มอนต์ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวชนิดนี้มีลักษณะดังต่อไปนี้

2.1 การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวชนิดนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายประการ เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจ โดยเฉพาะของสถานที่นั้น ๆ เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม และธรรมชาติอันงดงามในแต่ละท้องถิ่น

2.2 การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ที่แตกต่างไปจากประเทศของตน ในการท่องเที่ยวไปในต่างประเทศ ต้องผ่านขั้นตอนการเดินทางระหว่างประเทศหลายประการ ได้แก่ กระทรวงต่างประเทศ สถานทูต หรือกงสุลของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว ศุลกากร และด่านตรวจคนเข้า – ออกเมือง ฯลฯ

2.3 การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะบุคคล หรือเป็นครอบครัวที่เดินทางโดยอิสระ ผู้เดินทางเป็นผู้รับผิดชอบการเดินทาง ที่พัก และการใช้จ่ายของตนเอง นักท่องเที่ยวอาจติดต่อให้บริษัทนำเที่ยวจัดการอำนวยความสะดวกเรื่องต่าง ๆ เช่น ที่พัก การเดินทางและรายการนำเที่ยว แต่ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงกว่าไปเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวชนิดนี้อาจเป็นการเดินทางคนเดียว คู่สามีภรรยาหรือครอบครัว หรือเป็นหมู่คณะที่จำนวนต่ำกว่า 15 คน เมื่อเดินทางถึงจุดหมายปลายทางแล้วนักท่องเที่ยวจะติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวในเมืองนั้น ๆ เพื่อซื้อรายการท่องเที่ยวไปในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งบริษัทนำเที่ยวจะจัดให้ไปพร้อมกับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ ทำให้ค่าใช้จ่ายถูกลง แต่ถ้านักท่องเที่ยวต้องการไปเป็นส่วนตัว บริษัทนำเที่ยวจะบริการให้แต่จะเสียค่าใช้จ่ายในราคาที่สูงกว่าการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม และยังมีนักท่องเที่ยวอิสระที่ท่องเที่ยวเอง โดยศึกษาแหล่งท่องเที่ยวจากหนังสือคู่มือแนะนำเที่ยวเฉพาะประเทศที่ให้รายละเอียดอย่างสมบูรณ์ ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร แหล่งท่องเที่ยว และเส้นทางในการเดินทาง นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางตามลำพังได้

2.4 การท่องเที่ยวแบบเป็นหมู่คณะ การท่องเที่ยวชนิดนี้โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวมอบให้บริษัทนำเที่ยวดำเนินการ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเป็นคณะไม่ต่ำกว่า 15 คน บริษัทจัดดำเนินการนำเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ตามรายการที่ตกลงไว้ เช่น การจัดเรื่อง การคมนาคม ที่พัก อาหาร และแหล่งขายสินค้าที่ระลึก โดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้อำนวยความสะดวกตลอดการเดินทาง การท่องเที่ยวชนิดนี้จ่ายค่าบริการต่ำกว่าการเดินทางลักษณะส่วนตัวมาก การเดินทางชนิดนี้เป็นที่นิยมกันทั่วโลก นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายตลอดรายการเดินทาง การท่องเที่ยวชนิดนี้ เรียกว่า GIT (Group Inclusive Tour) นักท่องเที่ยวสามารถรู้ค่าใช้จ่ายล่วงหน้าเพื่อการตัดสินใจ การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะชนิดทัวร์เหมาจ่าย (Package Tour) มีลักษณะใกล้เคียงกับ GIT แตกต่างในลักษณะที่เส้นทางกำหนดโดยบริษัทนำเที่ยว นักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางมีหลากหลายอาชีพ และนักท่องเที่ยวในคณะนั้นไม่รู้จักกันมาก่อน

### 3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ การท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

3.1 กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)

3.2 กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long - Haul) กับการท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short - Haul)

3.3 กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมญาติมิตร การประชุม เพื่อสุขภาพ

3.4 กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying Visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวแบบ Home Stay และ Long stay ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง และเป็นที่น่าสนใจของผู้จัด

3.5 กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทาง อาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม

3.6 กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Travel and Visits)

3.7 กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมาก ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular Tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social Tourism)

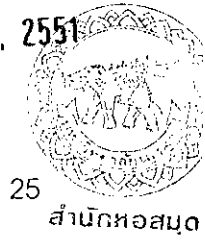
ไพฑูรย์ พงศบุตร และคณะ (2547, หน้า 20 - 21) กล่าวว่า ประเภทของการท่องเที่ยวเป็นการเดินทาง สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบ่งตามลักษณะของการจัด แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ดังนี้

1.1 การท่องเที่ยวแบบเป็นส่วนตัว หรือแบบอิสระ หรือเฉพาะบุคคล เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Private Tourism หรือ Independent Tour คือ นักท่องเที่ยวจัดเรื่องการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด หรืออาจให้บริษัทนำเที่ยวจัดให้ก็ได้ แต่ต้องเป็นไปตามความต้องการของตนเอง โดยเฉพาะ ไม่นวมกับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ การเดินทางอาจไปตามลำพัง หรือไปกับครอบครัว หรือไปกันเป็นกลุ่มเล็ก ๆ ในบรรดาสนิทชิดชอบกันได้

1.2 การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หรือแบบเป็นกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Private Tour หรือ Independent Tour คือ นักท่องเที่ยวจัดเรื่องการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด หรืออาจให้บริษัทนำเที่ยวจัดให้ก็ได้ แต่เป็นไปตามความต้องการของตนโดยเฉพาะ ไม่รวมกับนักท่องเที่ยวอื่น ๆ การเดินทางอาจไปตามลำพัง หรือไปกับครอบครัว หรือไปกับกลุ่มเล็ก ๆ ในบรรดาผู้ที่สนิทชิดชอบกันได้

1.3 การท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ หรือแบบเป็นกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Package Tour หรือ Group Tour ซึ่งบริษัทนำเที่ยวจะจัดให้ทั้งหมดทุกอย่าง ตั้งแต่การเดินทาง ที่



พัก อาหาร ตลอดจนการนำชมสถานที่ การท่องเที่ยวแบบนี้จะรวมค่าใช้จ่ายทุกอย่าง อาจจัดรายการท่องเที่ยวไว้เป็นหลาย ๆ โปรแกรม ให้ลูกค้าเลือกตามความสนใจ แต่ต้องเป็นไปตามกำหนดไว้ในโปรแกรม จะเปลี่ยนแปลงตามใจชอบไม่ได้ ยกเว้นกรณีที่มีรายการประเภทให้เลือก ที่เรียกว่า Option Tour ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องเสียเงินเพิ่มเพื่อร่วมในรายการเหล่านั้น

2. การท่องเที่ยวแบ่งตามความประสงค์ของนักท่องเที่ยว แบ่งได้เป็นแบบต่าง ๆ ดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Leisure Tour หรือ Recreation Tour หรือ Holiday Tour มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด การแสวงหาความสนุกสนาน บันเทิง รวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬา และนันทนาการ

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจ โดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลัก เช่น การเดินทางไปเข้าร่วมการประชุม สัมมนา เจรจาทธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ ในประเทศอุตสาหกรรมรายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้สูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปี ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง

2.3 การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจูงใจ เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Incentive Tour ซึ่งมักจัดให้แก่พนักงาน และลูกค้าของบริษัท และหน่วยงานต่าง ๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่บริษัท และหน่วยงานนั้น ๆ การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้ เช่น จัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้า หรือไปประชุมสัมมนา และมีการสังสรรค์เพื่อความสามัคคี เป็นต้น

2.4 การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Convention Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา หรือไปชมการแสดงสินค้า และการจัดนิทรรศการในโอกาสต่าง ๆ

2.5 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่ม เป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Special Interest Group Tour คือ จัดขึ้นเป็นพิเศษ สำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความสนใจในเรื่องใดโดยเฉพาะ เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา หรือการเล่นกีฬาบางชนิด การเที่ยวชมธรรมชาติและดูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์น้ำ และการชมโบราณสถาน

วิมล จิโรจน์พันธุ์ (2548, หน้า 48) ได้จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวไว้เป็น 7 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่นคือ การประชุม หรือ พบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมการท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ ด้วย

2. การท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ (Recreation Tourism) การเข้าร่วมในการแข่งขัน กีฬา เล่นกีฬา แช่น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลาย จิตใจ เช่น ชายทะเล สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส ฯลฯ

3. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Intensive Tour) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็น รางวัลแก่พนักงาน เป็นสวัสดิการของหน่วยงาน และบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อดูงาน สันทนาการ โดยหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมด

4. การท่องเที่ยวเพื่อชมประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยว พิพิธภัณฑสถาน และโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองในอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร พระราชวังต่าง ๆ ชมการแสดงแสง สี เสียง เหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล

5. การท่องเที่ยวเพื่อชมวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัส และในบางครั้งเข้าร่วมวิถีชีวิตเก่า ๆ ที่หาได้ยาก ท่องถิ่นเก่า ๆ ที่มีความน่าสนใจ เป็นสิ่งที่ดึงดูด ความสนใจ เช่น เครื่องแต่งกายตามประเพณี การเรียงระบำพื้นบ้าน การแสดงพื้นบ้านและ ศิลปหัตถกรรมโบราณ ฯลฯ

6. การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ ที่จะสังเกตเห็น แสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ทั้ง การไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมพืชน้ำ และการเข้าร่วมพิธีกรรมทางศาสนา ต่าง ๆ

7. การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environment Tourism) มีความคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวชาติพันธุ์ แต่เน้นสิ่งดึงดูดใจที่เป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ ซึ่งรวมทั้งการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์

สายฝน พลพรพิสิทธิ์ (2550, หน้า 17) ได้จำแนกประเภทของการท่องเที่ยวไว้เป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ชุมชนที่เป็น เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ และสัตว์เลี้ยงแหล่งเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ

ต่าง ๆ สถานที่ราชการ ตลอดจนสถาบันการศึกษาที่มีงานวิจัย และพัฒนาเทคโนโลยี การผลิตทางการเกษตรที่ทันสมัย ฯลฯ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จ และความเพลิดเพลินในกิจกรรมทางการเกษตรลักษณะต่าง ๆ ได้ความรู้ ประสบการณ์ใหม่ ๆ บนพื้นฐานความรับผิดชอบและจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมของสถานที่นั้น

2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคมการปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติเป็นหลัก เพื่อชื่นชมและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม สังคม การปลูกจิตสำนึกในการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า การดำน้ำ การศึกษาวิถีชีวิต เป็นต้น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเกิดจากความกระตือรือร้น และความตระหนักในคุณค่าความสำคัญของธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความต้องการที่จะอนุรักษ์สิ่งเหล่านี้ และความต้องการการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งทีแสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น ปราสาท พระราชวัง วัด โบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต ศิลปะในทุกแขนง และสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรือง ที่มีการพัฒนาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อม การดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละสมัย ผู้ท่องเที่ยวจะได้ทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ฯลฯ

ประเทศไทยมีการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากมาย การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่กำลังเป็นที่นิยมคือ โฮมสเตย์ ผู้ท่องเที่ยวจะได้เข้าไปพักอาศัยกับชาวบ้านในชุมชน และดำเนินชีวิตเช่นเดียวกับชาวบ้าน

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในประเทศไทยมี 2 ประเภท ดังนี้

4.1 การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing) เป็นการท่องเที่ยวที่ผนวกโปรแกรมการทำกิจกรรมการบำบัด หรือฟื้นฟูโรค เช่น การฝ่าตัดเสริมความงาม

4.2 การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) เป็นการท่องเที่ยวไปในแหล่งต่าง ๆ และพักในโรงแรม หรือรีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สถานที่นั้น ๆ จัดขึ้น เช่น นวดแผนไทย บริการสุขภาพบำบัด บริการอาบน้ำแร่

ราณี อธิชัยกุล (2545, หน้า 5 - 6) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวไว้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินและการพักผ่อน (Leisure Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลิน และการพักผ่อน หรือหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน รวมทั้งการไปเยี่ยมเยียนญาติมิตรสหาย นักท่องเที่ยวอาจเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระ โดยจัด



รายการท่องเที่ยวเองตามอัธยาศัย หรือนักท่องเที่ยวส่วนมากนิยมซื้อรายการนำเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายที่ถูกลง และได้เพื่อนร่วมทางจากการที่ต้องเดินทางเป็นหมู่คณะ

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ หมายถึง นักธุรกิจจำนวนมากเดินทางไปเพื่อเจรจาธุรกิจ หรือเพื่อร่วมประชุมและสัมมนา การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่แม้จะเป็นส่วนหนึ่งของงาน แต่ก็จัดเป็นประเภทของการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เนื่องจากการเดินทางของนักธุรกิจสร้างรายได้ให้แก่ประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางเป็นจำนวนมาก และส่วนหนึ่งของการเจรจาธุรกิจ มักมีความบันเทิงแก่ลูกค้า เช่น การเลี้ยงอาหารหรือฟังเพลงและเจรจาธุรกิจไปพร้อมกัน สินค้าและบริการส่วนใหญ่ที่จำหน่ายแก่ผู้บริหารของบริษัทต่าง ๆ ที่เดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ มักเป็นบัตรโดยสารเครื่องบิน บริการห้องพักในโรงแรม และบริการรถเช่า

จึงสรุปได้ว่า การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวโดยทั่วไป จะมีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคและสมัยทั่ว ๆ ไป ซึ่งลักษณะและกระแสนิยมของการท่องเที่ยวจะสร้างรูปแบบของการท่องเที่ยวออกมาอย่างต่อเนื่อง และการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวยังมีการแบ่งตามลักษณะของวัตถุประสงค์ในการเดินทางได้อีกด้วย

#### ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว

การแบ่งประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวโดยทั่วไป มักแบ่งตามลักษณะของทรัพยากรการท่องเที่ยว เพราะทรัพยากรการท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่งดึงดูดใจ และเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

วรรณา ศิลปอาชา (2545, หน้า 10 - 12) ได้กล่าวว่า “ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว” สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ (Natural Tourism Resources) หมายถึง ทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางด้านชีวภาพและกายภาพ ได้แก่ พื้นที่ป่า สัตว์ป่า น้ำตก ถ้ำ ชายหาด เกาะ แก่ง และปะการัง เป็นต้น ทรัพยากรการท่องเที่ยวเหล่านี้มีความงดงามโดดเด่น เอื้ออำนวยประโยชน์ต่อการพักผ่อนหย่อนใจ และการศึกษาธรรมชาติ และสามารถแบ่งย่อยได้อีก 3 ประเภท ดังนี้

1.1 ทิวทัศน์ (Scenery) หมายถึง ทิวทัศน์ต่าง ๆ ทางธรรมชาติที่สวยงาม และแปลกประหลาด จะเป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเยี่ยมชม เช่น ดอยอินทนนท์ เป็นต้น

1.2 สัตว์ป่าและพรรณไม้ (Wildlife and Flora) หมายถึง สัตว์ป่าและพรรณไม้เป็นส่วนหนึ่งของความงามตามธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มาก เพราะชีวิตความเป็นอยู่ของสัตว์ป่าเป็นสิ่งที่น่าศึกษาหาความรู้ รวมทั้งความหลากหลายของพรรณไม้ป่าประเภทต่าง ๆ ซึ่ง

นับวันจะหมดไป แต่ยังคงมีที่ให้ท่องเที่ยวได้ เช่น อุทยานแห่งชาติ สวนรุกชาติ สวนสัตว์เปิด แหล่งอนุรักษ์พันธุ์สัตว์ป่า เป็นต้น

1.3 สภาพภูมิอากาศ (Climate) หมายถึง สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไป เช่น แสงแดด สายลม อากาศอบอุ่น หรือหิมะตกในฤดูหนาว ตลอดจนลักษณะอากาศที่แตกต่างไปจากถิ่นเดิมของตน จะเป็นสิ่งก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้นมาได้ เช่น ฤดูร้อนนักท่องเที่ยวที่นิยมเดินทางไปชายฝั่งทะเล หรือฤดูหนาวชาวยุโรปนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศแถบตะวันออก ซึ่งมีอากาศที่อบอุ่นกว่า เป็นต้น

2. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และโบราณวัตถุ (Archeological and Historical Resources) หมายถึงพื้นที่ หลักฐาน และร่องรอยทางกายภาพที่หลงเหลืออยู่ ซึ่งอาจบ่งบอกถึงสภาพความเป็นมาและพัฒนาการของสิ่งมีชีวิต ทั้งในยุคนก่อนประวัติศาสตร์ และยุคประวัติศาสตร์ ทั้งนี้รวมถึงวัตถุต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างหรือประดิษฐ์ขึ้นด้วย ตัวอย่างของทรัพยากรการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์ในจังหวัดสุโขทัย พระพุทธรูป และเครื่องปั้นดินเผาโบราณ เป็นต้น ซึ่งแบ่งย่อยได้อีก 3 ประเภท คือ

2.1 โบราณสถาน หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนที่ไม่ได้ เช่น โบสถ์ วิหาร วัง โดยมีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป เช่น อุทยานประวัติศาสตร์ศรีสขนาลัย จังหวัดสุโขทัย วัดไชยวัฒนาราม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นต้น

2.2 โบราณวัตถุ หมายถึง สิ่งของโบราณที่เคลื่อนย้ายได้ เช่น พระพุทธรูป เทวรูป ศิลปจารึก มีอายุเก่าแก่กว่า 100 ปีขึ้นไป

2.3 ศาสนสถาน หรือปูชนียสถาน หมายถึง สถานที่ควรแก่การนับถือ หรือควรแก่การบูชา เช่น พระปฐมเจดีย์ จังหวัดนครปฐม วัดพระศรีรัตนศาสดาราม จังหวัดกรุงเทพมหานคร และวัดพระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี เป็นต้น

3. ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม รวมถึงสิ่งที่ตกทอดตามประเพณีโบราณมาสู่ชนรุ่นหลัง เช่น ศิลปะการแสดง การแต่งกายแบบโบราณ ภาษาพื้นเมือง ความเชื่อเรื่องวิญญาณ กิจกรรมการยิงขีพแบบดั้งเดิมของชนเผ่าที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แห่งใดแห่งหนึ่ง และวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ทั้งนี้ยังรวมถึงสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก หรือพิพิธภัณฑ์ เป็นต้น และสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยวัตถุประสงค์ดั้งเดิม ที่สร้างขึ้นนั้นอาจไม่ใช่การท่องเที่ยว แต่เป็นที่ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ เช่น เขื่อน โรงงานผลิตเบียร์ โรงงานเครื่องปั้นดินเผา สวนองุ่น และหมู่บ้านของชาวนาชาวไร่ เป็นต้น

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2549, หน้า 64 - 65) ได้กล่าวว่า “ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยว “ ที่แบ่งตามความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถแบ่งได้ 3 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. **ประเภทธรรมชาติ (Natural)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติ ได้แก่ ป่าไม้ ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน ทะเลหาดทราย หาดหิน ทะเลสาบ เกาะ แหล่งน้ำจืด ห้วย หนอง คลอง และบึง

2. **ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา (Historical Archaeological Religions)** หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี หรือศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ พิพิธภัณฑสถานสถาน กำแพงเมือง คูเมือง อนุสาวรีย์ และอนุสรณ์สถาน

3. **ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม (Art Cultural and Traditional)** หมายถึง ทรัพยากรท่องเที่ยวอีกรูปแบบหนึ่ง ในลักษณะของพิธี งานประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ ศูนย์วัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง (ไร่ สวน พืช ผัก และผลไม้)

โดยทั่วไปแล้วการแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยว มักจะแบ่งเป็นทรัพยากรทางด้าน ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และประเพณี วัฒนธรรม

**แนวคิดการจัดการพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว**

การจัดการพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม เป็นสิ่งสำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยวทุก ๆ สถานที่ และทุก ๆ ประเภท เพื่อให้การจัดการพื้นที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีการจัดโซนของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยว

มนัส สุวรรณ และคณะ (2544) ได้กำหนดตัวดัชนีชี้วัดในการจัดการพื้นที่ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐาน มีดังนี้

1. **ลักษณะของกายภาพทางแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย**
  - 1.1 ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว
  - 1.2 การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
  - 1.3 ความสมบูรณ์ และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
2. **การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย**
  - 2.1 การจัดการขยะมูลฝอย
  - 2.2 การจัดการคุณภาพน้ำ
  - 2.3 การจัดการคุณภาพอากาศ
  - 2.4 การจัดการคุณภาพเสียง
  - 2.5 ความเปราะบางด้านสิ่งแวดล้อม

### 3. ศิลปวัฒนธรรม ประกอบด้วย

3.1 คุณค่าอัตตลักษณ์

3.2 คุณค่าทางภูมิปัญญา และองค์ความรู้

3.3 คุณค่าทางด้านสุนทรียภาพ

### 4. การบริหารจัดการ ประกอบด้วย

4.1 ประสิทธิภาพของการใช้ทรัพยากรและพลังงาน

4.2 การจัดการสิ่งแวดล้อมความสะอาด

4.3 การให้ความสำคัญต่อชีวิตและทรัพย์สิน

4.4 การบริหารบุคลากรและงบประมาณ

4.5 การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้นแนวคิดการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้มีลักษณะทางกายภาพให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม การดำรงไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรม การบริหารจัดการทรัพยากร และพลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการจัดการสิ่งแวดล้อม การดูแลความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของแหล่งท่องเที่ยว การบริหารบุคคล งบประมาณ การปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับ และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง (เบญจมา จันทร์, 2545, หน้า 28)

### นักท่องเที่ยว

#### ความหมายของนักท่องเที่ยว

คำว่า "นักท่องเที่ยว" มีความหมายตรงกับภาษาอังกฤษได้หลายคำ แต่โดยทั่วไปมักใช้คำว่า "Tourist" แต่ความหมายของนักท่องเที่ยวที่ตรงกับภาษาอังกฤษจะมีความหมายที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคคลที่เดินทาง

พระราชบัญญัติธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ พุทธศักราช 2535 อ้างอิงในบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2549, หน้า 90) ได้กล่าวไว้ว่า "นักท่องเที่ยว" หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นอันเป็นที่อยู่อาศัยโดยปกติของตน ไปยังท้องที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจ และด้วยวัตถุประสงค์ใดที่มีไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ และหมายรวมถึง ผู้รับบริการ หรือรับความสะดวกจากผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวโดยต้องเสียค่าบริการ

สันนิบาตชาติ อ้างอิงในปราโมชน์ รอดจรรย์ส (2549, หน้า 34) ได้กล่าวไว้ว่า "นักท่องเที่ยว" หมายถึง บุคคลที่เดินทางอยู่ในประเทศใดประเทศหนึ่ง ที่มีใช้ประเทศที่อยู่เป็นประจำ เป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง บุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยว คือ

1. ผู้เดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อสุขภาพ
2. ผู้เดินทางไปประชุม หรือประกอบภารกิจใดภารกิจหนึ่ง
3. ผู้เดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ
4. ผู้เดินทางมากับเรือ เพื่อชมทิวทัศน์สองฝั่งริมแม่น้ำ แม้จะแวะพักน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

ก็ตาม

ภานี อธิษัฎกุล (2545, หน้า 5-6) ได้กล่าวไว้ว่า "นักท่องเที่ยว" หมายถึง ศูนย์กลางของระบบ หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อการเดินทางท่องเที่ยว

จึงสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ด้วยการประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่ง อาจเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ สนุกสนานเพลิดเพลิน หรือศึกษาหาความรู้ รวมทั้งต้องเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่ไม่ได้ประกอบอาชีพ หรือรายได้

#### ประเภทของนักท่องเที่ยว

ประเภทของนักท่องเที่ยวได้มีนักวิชาการทางศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว แบ่งออกไว้หลายอย่าง หลายประเภท ดังนี้

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อ้างอิงในรัตนารณณ์ มหาศรานนท์ (2546, หน้า 13) ได้แบ่ง "ประเภทของนักท่องเที่ยว" ออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย
2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน
3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน (International Excursionist) หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน
4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor) หมายถึง บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช่เป็นถิ่นที่อยู่ประจำของเขา
5. นักท่องเที่ยวประเภทที่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันในแต่ละครั้ง
6. นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน (Domestic Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ละครั้ง อย่างน้อย 1 คืน

บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2548, หน้า 138) ได้แบ่ง “ประเภทของนักท่องเที่ยว” ออกเป็น 3 ประเภท ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้สูง มักเรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา และพร้อมที่จะจ่ายค่าบริการในอัตราสูง ทำให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่มีกำไรต่อหน่วยสูงจากการขายบริการให้นักท่องเที่ยวประเภทนี้ โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนไม่มากนัก มักจู้จี้และเอาใจยากแต่จ่ายดี

2. นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลาง เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีรายได้ปานกลางไม่จู้จี้หรือเรียกร่องบริการทางการท่องเที่ยวมากเหมือนนักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา นักท่องเที่ยวประเภทระดับกลางนี้มักเป็นนักท่องเที่ยวที่อารมณ์ดี มุ่งความสนุกสนานเป็นสำคัญ โดยมีบริการทางการท่องเที่ยวที่ไม่ต้องหรูหรามากนัก แต่ก็ไม่แยจจนเกินไป โดยปกตินักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวประเภทหรูหรา จึงทำให้ผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยวมีรายได้มากตามจำนวนนักท่องเที่ยว แต่สามารถทำกำไรต่อหน่วยไม่สูงนัก

3. นักท่องเที่ยวประเภทระดับมวลชน เป็นนักท่องเที่ยวประเภทที่มีจำนวนมากที่สุด ส่วนมากมีรายได้น้อยหรือไม่มีรายได้ประจำต้องการบริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้นฐาน ในราคาถูกเอาใจง่าย นักท่องเที่ยวประเภทนี้เพิ่งจะเกิดขึ้นเมื่อไม่นานมานี้เอง โดยได้รับการจูงใจจากการโฆษณา และบริการที่ธุรกิจนำเที่ยวจัดขึ้นเพื่อชักชวนนักท่องเที่ยวประเภทนี้มีจำนวนมากมายทำให้ผู้ประกอบการบริการทางการท่องเที่ยวมีรายได้มากมายตามไปด้วย แต่สามารถทำกำไรต่อหน่วยน้อย อีกทั้งยังมีการแข่งขันสูง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย อ้างถึงในบุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา (2548, หน้า 138-139) ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ บุคคลที่มีได้มีที่พำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใดๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย

2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 60 วัน

3. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ค้างคืน คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

4. นักท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทยและเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง ซึ่งมีใช่เป็นที่อยู่ประจำของเขา

เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา การประชุมสัมมนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใด ๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใด ณ สถานที่แห่งนั้น

5. **นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน** คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบันแต่ครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6. **นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไม่ค้างคืน** คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยปัจจุบัน

องค์การการท่องเที่ยวโลก อ้างอิงในฉลองศรีพิมลสมพงศ์ (2550, หน้า 3) ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. **Travellers** หมายถึง นักเดินทาง ผู้เดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้

2. **Visitors** หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โคนแยกออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

2.1 **Tourists** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน เดินทางมาเยือน และพักอยู่ในประเทศ ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้

2.1.1 **International Tourist** หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน เดินทางเข้ามาในประเทศ และพำนักครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

2.1.2 **Domestic Tourist** หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน อาจเป็นคนไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปจังหวัดอื่น ๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2.2 **Excursionists** หมายถึง นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitor) เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เช่น ผู้ที่เดินทางไปกับเรือสำราญ (Cruise) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ในทำนองเดียวกัน คือ

2.2.1 **International Excursionists** หมายถึง นักทัศนาจรระหว่างประเทศ

2.2.2 **Domestic Excursionists** หมายถึง นักทัศนาจรภายในประเทศ

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2547, หน้า 51) ได้แบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 13 ประเภท ดังนี้

1. **นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Visitor)** คือ บุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา

การศาสนา การประชุมและสัมมนา การติดต่อธุรกิจ หรือการประกอบภารกิจใด ๆ ทั้งนี้ต้องมีได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้น จากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย

2. **นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน (International Tourist)** คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน

3. **นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ไม่ได้ค้างคืน (International Excursionist)** คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยไม่ได้ค้างคืน

4. **นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Visitor)** คือ บุคคลทุกสัญชาติที่มีที่พักอาศัยอยู่ในราชอาณาจักรไทย และเดินทางไปยังสถานที่หนึ่งในอีกจังหวัดหนึ่ง

5. **นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน (Domestic Tourist)** คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ไปพักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน แต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน

6. **นักท่องเที่ยวประเภทไม่ค้างคืน (Domestic Excursionist)** คือ นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่มีได้พักค้างคืนนอกที่พำนักอาศัยในปัจจุบัน

7. **นักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE** คือ นักท่องเที่ยวจากการพบปะสังสรรค์ (Meeting) การท่องเที่ยวแบบเป็นรางวัล (Incentive) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมสัมมนา (Convention) และการแสดงสินค้า/นิทรรศการ (Exhibition) นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้เป็นเงินตราต่างประเทศจำนวนมาก จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

8. **นักท่องเที่ยวสูงอายุ** คือ ประชากรกลุ่มใหญ่ของโลก นับตั้งแต่เข้าสู่ศตวรรษที่ 21 จะมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง สามารถพำนักระยะยาว โดยเฉพาะผู้เกษียณอายุจากการทำงาน จะมีสวัสดิการ หรือเงินบำนาญที่รัฐบาลจ่ายให้ อันเป็นรายได้ที่มั่นคง และยังมีเงินเก็บสะสมส่วนตัว ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีกำลังในการใช้จ่ายสูง สามารถเข้ามาพำนักระยะยาว ทำให้เกิดการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น ถึงแม้ผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันต่ำกว่าอัตราค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วไป แต่การพำนักที่นานวันกว่าก็สามารถทำรายได้เป็นจำนวนมาก จึงเป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจท่องเที่ยว Home Stay คือ การท่องเที่ยวพำนักระยะยาวประมาณ 1 เดือนขึ้นไป โดยตลาดหลักของนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี

9. **นักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา** คือ นักเรียน นักศึกษา เยาวชน หรือผู้ที่สนใจด้านการศึกษาหาความรู้ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา ซึ่งถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหนึ่งของการดำเนินงานธุรกิจท่องเที่ยว โดยมีจุดหมายปลายทางที่ประเทศพัฒนา หรือประเทศที่มีศักยภาพด้าน



การศึกษา นักท่องเที่ยวประเภทนี้จัดเป็นนักท่องเที่ยวแบบ Long Stay เพราะพำนักนานวัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับโปรแกรม หรือหลักสูตรการศึกษา

10. **นักท่องเที่ยวสะพายเป้ (Back Packer)** คือ นักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางเอง ไม่ต้องการความสะดวกสบายมากนัก เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวทั่วไป นักท่องเที่ยวสะพายเป้ จะใช้จ่ายต่อวันน้อยกว่า แต่จะมีวันพำนักที่ยาวนานกว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง จึงสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป และนิยมสถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ หลีกเลี้ยงชุมชนเมืองที่มีการพัฒนาสูง จะเดินทางไปเรื่อย ๆ เพื่อหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ จากความแตกต่างของวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

11. **นักท่องเที่ยว (Wintering)** คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลีกเลี่ยงอากาศหนาวไปสู่สถานที่ที่มีอากาศอบอุ่น โดยใช้เวลาการพำนัก 4 สัปดาห์ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักเป็นผู้สูงอายุ นิยมเดินทางในช่วงตุลาคม-เมษายน ซึ่งเป็นช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)

12. **นักท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Sport)** คือ กอล์ฟ กีฬาทางน้ำ เช่น ดำน้ำ วินเซิร์ฟ เป็นที่นิยมโดยแพร่หลาย ล้วนเป็นกิจกรรมที่ผู้เล่น หรือผู้ชมต้องเดินทางไปยังแหล่งสถานที่ต่าง ๆ ประเทศไทยมีสนามกอล์ฟที่ได้มาตรฐานและงดงาม มีทรัพยากรธรรมชาติทางทะเลสำหรับการกีฬาทางน้ำ สามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทั้งกอล์ฟทัวร์ และทริปดำน้ำ ล้วนได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

13. **นักท่องเที่ยวฮันนีมูน** คือ กลุ่ม Wedding หรือ Honeymooner จะนิยมแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะธรรมชาติทางทะเล

#### คุณลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2549) ได้กล่าวว่า คุณลักษณะหรือความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านต่างๆ สามารถใช้เป็นเครื่องจำแนกกลุ่มของนักท่องเที่ยวได้ อาจแบ่งกลุ่มของนักท่องเที่ยวออกได้ดังนี้

1. **อายุ (Age)** หมายถึง อายุของนักท่องเที่ยวจะเป็นเงื่อนไขสำคัญประการหนึ่งในการจำแนกนักท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไป เพราะอายุจะแสดงให้เห็นถึงสมรรถภาพทางร่างกายและทางจิตใจของนักท่องเที่ยว ขณะเดียวกันอายุจะแสดงให้เห็นถึงประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ อายุจะชี้ให้เห็นถึงสภาพหรือฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว การแบ่งอายุของนักท่องเที่ยว อาจทำได้ดังนี้

1.1 **เยาวชน** คือ เด็กหรือเยาวชนที่อาจจัดได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ เพราะในปัจจุบันเยาวชนมีโอกาสในการท่องเที่ยวมากขึ้น การท่องเที่ยวของเยาวชนส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการทัศนศึกษา แลกเปลี่ยนความคิด ฝึกความเป็นผู้นำ ความเป็นระเบียบวินัย การใช้

ชีวิตร่วมกันกับผู้อื่น ฝึกให้กล้าพูด กล้าแสดงออก ตลอดจนการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เช่น โครงการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เรือเยาวชนนานาชาติ และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวแบบนี้คือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวราคาจะไม่แพงถ้าเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวของผู้ใหญ่ ทั้งนี้เพื่อเป็นแรงจูงใจให้เด็กหรือเยาวชนได้มีโอกาสท่องเที่ยวมากขึ้น

1.2 วัยรุ่น นักท่องเที่ยวที่พัฒนามาจากเยาวชนคือนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มวัยรุ่น โดยทั่วไปแล้วคนกลุ่มนี้จะมีการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยครั้งและมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ นักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้มีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องเพราะมีปัจจัยที่เกื้อหนุนให้มีการเดินทางท่องเที่ยว อาจเนื่องมาจากสาเหตุเป็นวัยที่ต้องการเรียนรู้หรือเพื่อหาประสบการณ์ใหม่ๆ ในชีวิต ธรรมชาติของคนในวัยนี้ชอบค้นคว้า ชอบการผจญภัย ชอบความสนุกสนานบันเทิง วัยรุ่นจะยอมรับและให้ความสำคัญในกลุ่มเพื่อนมาก และไม่ค่อยเอาใจใส่กับสังคมกลุ่มอื่นมากนัก นักท่องเที่ยวที่เป็นวัยรุ่นจะเป็นกลุ่มคนที่มีการศึกษา มีเวลาในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ

1.3 ผู้ใหญ่ เป็นนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด มีสภาพความพร้อมในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ไม่ว่าจะเป็นความพร้อมด้านรายได้ ด้านร่างกาย ด้านสังคม ฯลฯ ปกติแล้วนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีลักษณะการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไปตามความต้องการของแต่ละคน เช่น การบินเช่า ตกปลา ดำน้ำ เดินป่า เป็นต้น นักท่องเที่ยวบางคนชอบการท่องเที่ยวตามลำพัง บางคนชอบท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเล็กๆ มีบางคนอาจเดินทางท่องเที่ยวไปกับบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น

1.4 ผู้สูงอายุ ปัจจุบันเกือบทุกประเทศผู้สูงอายุมีจำนวนมากขึ้น ผู้สูงอายุนับว่าเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่มีศักยภาพในการจ่ายเงินสูง มีเวลาว่างเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการบำนาญ หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่มีสวัสดิการดีมีเงินบำนาญ นักท่องเที่ยวพวกนี้จะมีรายได้มั่นคงตลอดจนมีกำลังในการซื้อหรือมีความสามารถในการใช้จ่ายเงินสูง ปกตินักท่องเที่ยวที่เป็นผู้สูงอายุจะมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่ำกว่าอัตราค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เพราะผู้สูงอายุไม่มีความจำเป็นหรือความต้องการที่ซื้อของมากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีเวลาว่างในการพักผ่อนเป็นระยะเวลานาน จึงเป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว (Long Stay) หรือการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนเชิงสุขภาพ ส่วนใหญ่แล้วผู้สูงอายุจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม ความสงบ ความสวยงาม

ความเป็นอยู่ของคนทั่วไป เนื่องจากเป็นผู้สูงอายุ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จึงจำเป็นต้องได้รับความดูแลเอาใจใส่เป็นพิเศษ

2. เพศ (Sex) หมายถึง ครอบครัวสมัยก่อนที่ผู้หญิงจะอยู่และทำงานบ้านเป็นหลัก ผู้หญิงส่วนใหญ่ไม่มีรายได้เป็นของตนเองจำเป็นต้องพึ่งพาจากรายได้จากผู้ชาย ต่างไปจากครอบครัวในสมัยนี้ที่ผู้หญิงมีบทบาทในการตัดสินใจมากขึ้น มีการศึกษามากขึ้น เป็นโสดมากขึ้น ออกไปทำงานนอกบ้าน ครอบครัวมีขนาดเล็กลง มีเครื่องอำนวยความสะดวกมากขึ้น เป็นอิสระในการดำเนินชีวิตและการท่องเที่ยว ความแตกต่างระหว่างเพศจะชี้ให้เห็นพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป เพราะเพศนอกจากจะแสดงให้เห็นถึงลักษณะของความแข็งแรงหรือความนุ่มนวลแล้ว ยังแสดงให้เห็นถึงรสนิยมที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวอีกด้วย อาจแบ่งนักท่องเที่ยวออกได้ตามลักษณะทางเพศ ดังนี้

2.1 เพศชาย เป็นเพศที่ชอบการท่องเที่ยวในลักษณะการผจญภัย การเป็นผู้นำ เป็นอิสระ เป็นภารกิจพา การแสดงออกซึ่งพลังกำลัง เป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะท้าทายความสามารถ หรือเพื่อพิสูจน์ข้อเท็จจริง

2.2 เพศหญิง ส่วนใหญ่แล้วเป็นการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเพื่อชมสิ่งสวยงามๆ งามๆ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติหรือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น มีกิจกรรมขอซื้อของที่ระลึก การอาบน้ำแดด การชมศิลปะการแสดงต่างๆ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะเน้นด้านความอบอุ่น ความปลอดภัย ความสวยงาม ฯลฯ เป็นหลัก

3. การศึกษา (Education) หมายถึง การศึกษาก็เป็นองค์ประกอบที่ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของทัศนคติตลอดจนรสนิยมของนักท่องเที่ยว เพราะการศึกษาทำให้โลกทัศน์ของคนกว้างขวางยิ่งขึ้น ผู้ที่มีการศึกษามากจะมีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยกว่า อาจแบ่งการศึกษาของนักท่องเที่ยวออกได้ดังนี้ คือ

3.1 การศึกษาน้อย ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะมีผลทำให้รายได้น้อยไปด้วย โดยปกติแล้วผู้ที่มีรายได้น้อยจะไม่ค่อยเห็นคุณค่าของการท่องเที่ยวมากนัก และจะเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของคนรวย การท่องเที่ยวเป็นการสิ้นเปลือง ฯลฯ

3.2 การศึกษาสูง เป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปว่าการศึกษาจะช่วยให้มีโอกาสที่จะหารายได้ตลอดจนมีฐานะทางสังคมที่ดีกว่า ส่วนใหญ่แล้วผู้ที่มีการศึกษาสูงจะมีทัศนคติที่ดีในการท่องเที่ยวเห็นประโยชน์และคุณค่าที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย ผู้มีการศึกษาจึงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ

4. **รายได้ (Income)** หมายถึง รายได้สามารถใช้เป็นเครื่องกำหนดหรือใช้ในการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยว รายได้ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยที่จะต้องนำมาพิจารณา เพราะถ้านักท่องเที่ยวรายได้มากขึ้นโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวก็มากขึ้นด้วย ตัวอย่างเช่น ผู้มีรายได้สูงนิยมการเดินทางด้วยเครื่องบินแต่สำหรับผู้มีรายได้น้อยจะเดินทางด้วยรถยนต์ เป็นต้น ปัจจุบันรายได้ของประชาชนส่วนใหญ่สูงขึ้นการเดินทางท่องเที่ยวจึงมีอัตราสูงตามไปด้วย นอกจากการท่องเที่ยวจะมีจำนวนครั้งเพิ่มขึ้นแล้ว นักท่องเที่ยวยังเลือกการเดินทางเครื่องบินมากขึ้น โดยปกติการท่องเที่ยวจะต้องมีค่าใช้จ่ายมากพอสมควร จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้คนที่มีรายได้น้อยเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ฟุ่มเฟือยควรเก็บเงินไว้ใช้จ่ายในเรื่องที่จำเป็นกว่า เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของคนรวย สำหรับคนรวยจะนำเงินที่เหลือจากการใช้จ่ายหรือจากการออมมาใช้ในการท่องเที่ยว คนรวยในยุคปัจจุบันให้ความสำคัญเรื่องการเดินทางว่าเป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตจำเป็นต้องมีการพักผ่อนหรือเพื่อหาความสนุกสนานเพลิดเพลิน

5. **อาชีพ (Occupation)** หมายถึง อาชีพจะมีความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างการศึกษารายได้ ผู้ที่มีอาชีพอิสระจะมีรายได้ดีกว่าผู้ที่มีอาชีพรับจ้างหรือพวกข้าราชการ นักธุรกิจหรือผู้บริหารมีโอกาสที่จะเดินทางมาก หรือ ผู้ที่ทำงานในสำนักงานจะเดินทางบ่อยกว่าคนที่ทำงานในโรงงาน

6. **ทัศนคติ (Attitudes)** หมายถึง ปัจจุบันทัศนคติในการดำเนินชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปกล่าวคือ คนที่ทำงานในด้านเกษตรลดลง ชั่วโมงการทำงานโดยเฉลี่ยลดลง มีวันลาพักและลาพักผ่อน โดยได้รับเงินเดือนเพิ่มขึ้น จึงให้ความสำคัญกับการพักผ่อนมากขึ้น ทัศนคติของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไปเห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นและมีความสำคัญสำหรับวิถีชีวิตในปัจจุบันต่างไปจากแต่ก่อน

#### การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

##### ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism)

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มาจากคำภาษาอังกฤษว่า "Eco-tourism" เป็นคำที่ผสมกันระหว่างคำว่า Ecology หรือนิเวศวิทยา กับคำว่า Tourism หรือการท่องเที่ยว มีนักวิชาการให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้

ร่ำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544, หน้า 1) ได้กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)" หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, หน้า 2) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวโดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

จากรูวรรณ อ่องเอี่ยม (2550, หน้า 7-8) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และทรัพยากรต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่พัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ดร.พนธ์ โคมพันธุ์ และคณะ (2547, หน้า 2-1 - 2-2) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง

1. การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่ธรรมชาติ และอาจรวมไปถึงแหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และวัฒนธรรม ที่ปรากฏในพื้นที่ธรรมชาตินั้นด้วย โดยมุ่งเน้นคุณค่าของธรรมชาติ หรือลักษณะเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ไม่ใช่เน้นการเสริมแต่ง หรือพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ
2. เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทุกฝ่ายมีความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมระบบนิเวศ และวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ไม่ทำลาย และทำให้สิ่งแวดล้อม หรือธรรมชาติเสื่อมโทรม
3. เน้นให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ หรือมีประสบการณ์ต่อสภาพแวดล้อมธรรมชาติ โดยตรง และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อมธรรมชาติ ซึ่งนอกจากจะได้รับความพึงพอใจแล้ว ยังเป็นการเสริมสร้างจรรยาบรรณด้านสิ่งแวดล้อมเชิงรุก
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์กลับคืนสู่ธรรมชาติและ การอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะเดียวกันจะเอื้อประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม

นำชัย ทนุผล (2542 หน้า 44) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง รูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542, หน้า ๗) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดผลทางเศรษฐกิจ โดยการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความมั่นคง ยั่งยืน อยู่คู่กับสังคมมนุษย์ และก่อให้เกิดการพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สถาบันการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2545, หน้า 51) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ สิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน โดยกำหนดขอบเขตการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

วรรณ วรชวานิช (2546, หน้า 141) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2550, หน้า 37) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

ราชบัณฑิตยสถาน อ้างถึงในทิพวรรณ พุ่มมณี (2550, หน้า 37) “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

วิมล ใจพันธุ์. (2548, หน้า 81) ได้กล่าวว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกัน ของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540, หน้า 2) ได้กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)" หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

สมาคมการท่องเที่ยวอนุรักษ์ธรรมชาติประเทศสหรัฐอเมริกา อ้างอิงใน ลักษณะ พัฒนินดา (2550, หน้า 8) ได้กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)" หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายไปสู่แหล่งธรรมชาติต่าง ๆ เพื่อความเข้าใจใจวัฒนธรรม และธรรมชาติของสถานที่นั้น โดยไม่รบกวนและเปลี่ยนแปลงสภาพทางชีววิทยาของพื้นที่ โดยให้ชาวบ้านโดยรอบมีรายได้จากการท่องเที่ยว

ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดเชียงใหม่ (2551) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยว โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

Elizabeth Boo อ้างอิง ในนายสมชัย เบญจชาย (2551) ได้กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)" หมายถึง การท่องเที่ยวแบบอิงธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ อันเนื่องมาจากการมีเงินทุนสำหรับการปกป้องดูแลรักษาพื้นที่ มีการสร้างงานให้กับชุมชนหรือท้องถิ่น พร้อมทั้งให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อม

Hector Ceballos-Lascurain อ้างอิงใน จุฑาทิพย์ เจริญลาภ และคณะ (2545, หน้า 5) ได้กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)" หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ทางธรรมชาติที่มีความเป็นธรรมชาติ ซึ่งยังไม่ถูกรบกวนหรือทำลาย และมีสิ่งซึ่งมีลักษณะเฉพาะ ดึงดูดใจให้ผู้เดินทางไปเยือน สามารถศึกษาเรียนรู้ ชื่นชม และเพลิดเพลินกับทัศนียภาพของพื้นที่ สัตว์ป่า และไม้ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรม (ทั้งในอดีตและปัจจุบัน) ที่มีอยู่ในพื้นที่แห่งนั้น

Mector Ceballos Lasurain อ้างอิงใน ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 213) ได้กล่าวว่า "การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)" หมายถึง การท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปยังแหล่งธรรมชาติ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชม ศึกษาเรียนรู้ และเพลิดเพลินกับทัศนียภาพ พืชพรรณ และสัตว์ป่า ตลอดจนลักษณะทางวัฒนธรรมที่ปรากฏในแหล่งธรรมชาติเหล่านั้น

จึงสรุปได้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism)” หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีการจัดการในแหล่งธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีระบบนิเวศที่สมบูรณ์ รวมทั้งมีการปลูกจิตสำนึกแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อการรักษาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

#### ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในปัจจุบัน มีความพิเศษกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นคือการเน้นอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ คู่กับแหล่งท่องเที่ยว และเป็นที่ได้รับความสนใจทั่ว ๆ ไป ดังนั้นรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และสามารถกล่าวถึงลักษณะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้ ดังนี้

จุฑาทิพย์ เจริญลาภ และคณะ (2545, หน้า 5) ได้กล่าวว่า “ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ” มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. เป็นแหล่งธรรมชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คือ แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีลักษณะของธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมเฉพาะ
2. เกี่ยวเนื่องกับวัฒนธรรม หมายถึง กิจกรรมการท่องเที่ยวของมนุษย์ นอกจากจะเกี่ยวข้องกับธรรมชาติแล้ว ยังเกี่ยวพันโยงใยกับวัฒนธรรม และวิถีชีวิตของสิ่งมีชีวิตต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นตัวของมนุษย์ สัตว์ หรือพืช
3. มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีระบบ การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดการทั้งในเรื่องของการรักษาความสะอาด การกำจัดอย่างมีระบบ และการกำจัดน้ำเสีย เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวให้มีคุณค่า และมีคุณภาพอย่างยั่งยืน ส่วน “ผู้ที่เกี่ยวข้อง” หมายรวมถึง เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว/ตัวแทนจำหน่ายบริการทางการท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว ทุกฝ่ายจะต้องมีความรับผิดชอบร่วมกันในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ
4. มีการจัดการด้านการให้ความรู้ กล่าวคือ เป็นการจัดการเพื่อให้ความรู้เรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดทำป้ายสื่อความหมาย และการจัดทำคู่มือศึกษาธรรมชาติ ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้และความเข้าใจในเรื่องทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
5. มีความรับผิดชอบโดยผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นความรับผิดชอบตามหลักการแผนแม่บทการจัดการสิ่งแวดล้อมของโลก (Agenda 21) และรัฐธรรมนูญของไทย โดยให้โอกาสแก่ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการวางแผนจัดการ ดำเนินการร่วมกัน และร่วมรับประโยชน์อย่างเสมอภาค



6. นักท่องเที่ยวได้รับความเพลิดเพลินและความประทับใจรวมถึงความรู้และประสบการณ์ กล่าวคือ นักท่องเที่ยวควรเพลิดเพลิน ประทับใจ ได้รับความรู้ และประสบการณ์ จากการเดินทางท่องเที่ยวไปในพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพราะได้สัมผัสและได้รับประสบการณ์ขณะท่องเที่ยว ได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตลอดจนได้เยี่ยมชม และเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชนในพื้นที่

ปรีชา แดงโรจน์ (2544, หน้า 213) ได้กล่าวว่า "ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. คำนึงถึงคุณค่าทางธรรมชาติ และยอมรับว่าจุดประสงค์ของอุทยานแห่งชาติ เพื่อการอนุรักษ์พันธุ์พืช พันธุ์สัตว์ และสภาพภูมิทัศน์
2. ส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวและการเดินทางให้ยั่งยืนตลอดไป ทั้งทางด้านนิเวศวิทยา และทางวัฒนธรรม
3. ส่งเสริมและกระตุ้นให้มีการอนุรักษ์และการลงทุน โดยใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยว
4. พัฒนาจิตสำนึก ความรับผิดชอบของประชาชน และมาตรฐานสำหรับการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
5. ให้การศึกษาและจูงใจนักท่องเที่ยวให้มีส่วนร่วม และรู้สึกซาบซึ้งถึงคุณค่าใน ความสำคัญของทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2548, หน้า 334-335) ได้กล่าวว่า "ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น หมายถึง เดินทางไปท่องเที่ยวในพื้นที่ธรรมชาติที่มีระบบนิเวศเฉพาะแต่ละแห่ง เช่น เที่ยวในป่าดงดิบเขา ยอดดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ และเที่ยวในป่าพรุสิรินธร จังหวัดนราธิวาส พื้นที่ป่าทั้งสองแห่งมีระบบนิเวศเฉพาะ และมีความแตกต่างกัน
2. การท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ หมายถึง การเดินทางเที่ยวป่าบางแห่งก่อนถึงแหล่งธรรมชาติที่เป็นจุดหมายปลายทางต้องผ่านหมู่บ้านที่มีผู้คนอาศัยเป็นหมู่บ้านที่มีวัฒนธรรมน่าสนใจ นักท่องเที่ยวก็ถือโอกาสแวะเที่ยวชมวิถีชีวิตของหมู่บ้านนั้นด้วย เช่น จุดหมายปลายทางต้องการไปเที่ยวดูป่าดงดิบเขาบนยอดดอยอินทนนท์ ระหว่างทางผ่านหมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้งที่ดอยขุนกลาง จึงแวะเที่ยวหมู่บ้านม้งก่อน เป็นต้น

3. มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างมีระบบ ผู้ที่เกี่ยวข้องในที่นี้ หมายถึง เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว จะต้องมีความรับผิดชอบต่อการจัดการสิ่งแวดล้อมในสถานที่ท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบร่วมกัน การจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว คือ การรักษาความสะอาด การจัดขยะอย่างมีระบบ การจัดการน้ำเสีย การป้องกันมลพิษทางเสียง มลพิษทางอากาศและมีความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สิน เป็นต้น เพื่อรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งที่ท่องเที่ยวให้มีคุณค่าและคุณภาพที่ยั่งยืนตลอดกาล

4. มีการจัดการด้านการให้ความรู้ เป็นการจัดการในการให้ความรู้เรื่องระบบนิเวศธรรมชาติที่เกี่ยวข้องและด้านสิ่งแวดล้อมของสถานที่อย่างเป็นระบบ โดยผู้เกี่ยวข้อง (เจ้าของสถานที่) จะต้องการจัดทำป้ายสื่อความหมายธรรมชาติ ป้ายชี้ทางท่องเที่ยว แผนที่ท่องเที่ยว และคู่มือท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ความรู้มากขึ้นกว่าเดิม หลังจากที่ได้เข้าไปเที่ยวแล้ว

5. มีความรับผิดชอบโดยผู้เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว เป็นความรับผิดชอบตามหลักการของแผนแม่บทของโลกหรือ Agenda 21 และรัฐธรรมนูญฉบับใหม่ของไทย (ประกาศใช้เมื่อเดือนตุลาคม 2540) โดยให้โอกาสแก่ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการยอมรับการท่องเที่ยวประเภทนี้ ร่วมวางแผนจัดการด้วยกัน ร่วมดำเนินกิจการด้วยกัน (ในลักษณะการลงทุนถือหุ้น ด้วยกัน) และร่วมรับผลประโยชน์(รายได้)อย่างเสมอภาคด้วยกัน

6. มีความเพลิดเพลินและความประทับใจ นั่นคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวในพื้นที่นั้น มีความเพลิดเพลิน มีความประทับใจ มีความรู้ใหม่ และประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2550, หน้า 40) ได้กล่าวว่า "ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ
2. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และแหล่งวัฒนธรรม เช่น ประวัติศาสตร์ และวิถีชีวิตชุมชน
3. มีการจัดการที่เป็นระบบในเรื่องของสิ่งแวดล้อม และการศึกษาแก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง เช่น เจ้าของสถานที่ มัคคุเทศก์ และนักท่องเที่ยว
4. มีจิตสำนึกต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม
5. ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการ และได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเสมอภาค
6. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ประทับใจ ได้รับประสบการณ์ และความรู้ใหม่

ลักษณะ พัฒนา (2550, หน้า 29) ได้กล่าวว่า "ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องมีการวางแผนนโยบายที่ชัดเจน และมีความสอดคล้องกับความคิดเห็น และเหตุผลของคนในท้องถิ่น
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องให้ความรู้ และสื่อความหมายแก่นักท่องเที่ยว
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องคำนึงถึงการมีส่วนร่วมชุมชน และประชาชนในท้องถิ่น เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น
4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องสร้างความประทับใจ สร้างความตระหนัก และปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้อง จึงจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ

วรรณพร วนิชชานุกร (2540, หน้า 13) ได้กล่าวว่า "ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ" มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมทางสภาพแวดล้อม
2. ก่อให้เกิดประโยชน์ในระยะยาวแก่ทรัพยากรชุมชนท้องถิ่น และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นส่วนหนึ่งของรายได้ย้อนไปสู่การอนุรักษ์
3. การเสริมสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์ สิ่งแวดล้อม สภาพสังคม และวัฒนธรรมท้องถิ่น ควรสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวมีความรับผิดชอบ ทั้งทางด้านคุณธรรม จริยธรรม และพฤติกรรมที่มีต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมชุมชนในที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว
4. ในการสร้างหรือการจัดการใด ๆ ควรยอมรับในข้อจำกัดของสภาพแหล่งท่องเที่ยวตามลักษณะที่เป็นอยู่ หากมีการพัฒนาเปลี่ยนแปลง ควรเป็นไปเพื่อให้ทัศนียภาพของท้องถิ่นดีขึ้น ตลอดจนการลงทุนด้านการท่องเที่ยว ก็เป็นไปเพื่อสนับสนุนเศรษฐกิจ และกิจกรรมต่าง ๆ
5. ในการวางแผน ตัดสินใจ และดำเนินงาน ตลอดจนการควบคุม ควรให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมมากที่สุด มิใช่เพียงเป็นเพียงเป้าหมายของการท่องเที่ยว และมีให้บุคคลภายนอกมาคิด และตัดสินใจแต่เพียงฝ่ายเดียว เพราะจะไม่เป็นไปตามความต้องการของท้องถิ่นอย่างแท้จริง
6. ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการอนุรักษ์การท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพยั่งยืน การทำธุรกิจโดยไม่มุ่งทำกำไรสูงสุดในระยะสั้น เป็นการทรมานหรือฆ่าตนเอง อย่างไรก็ตามก็ตามบริษัทนำเที่ยวก็สามารถเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวตราบนานเท่านาน ถ้ามีการจัดทำธุรกิจที่ถูกต้องเหมาะสม นับตั้งแต่การใช้วัสดุที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ การมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ในระบบนิเวศ และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวอย่าง

แท้จริง การให้การศึกษานักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรม ประเพณีของท้องถิ่น จุดหมายปลายทาง ก่อนที่จะไปถึง ทั้งในรูปของภาพยนตร์ในเครื่องบิน เทปบันทึกเสียง และเอกสารเผยแพร่

7. มีการจัดการและควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และไม่เกิน ความสามารถของชุมชนในท้องถิ่น และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว อีกทั้งมีนักท่องเที่ยว สม่่าเสมอตลอดทั้งปี ไม่ใช่มีฤดูกาล เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับผู้ที่ทำงานในอุตสาหกรรมนี้

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นลักษณะของกระบวนการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดความยั่งยืนมากที่สุด ลดการทำลายทรัพยากรการท่องเที่ยว สร้างทรัพยากรการท่องเที่ยวให้ มีความอุดมสมบูรณ์ สร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยว

#### ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่กล่าวถึงลักษณะของการ ท่องเที่ยวแบบธรรมชาติที่รักษาสีเขียวและสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน เพื่ออนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่ ให้ ดังนั้นจึงมีผู้ให้ประเภทของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศไว้ ดังนี้

1. กลุ่มทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมซึ่งมีความหลากหลาย มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น สามารถ แบ่งตามสภาพได้ 2 กลุ่มดังนี้

1.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางบก ซึ่งมีระบบนิเวศเป็นป่าบก เช่น ป่าดิบชื้น ป่าดิบแล้ง และป่าสน เป็นต้น และมีสิ่งอื่นที่น่าสนใจเป็นองค์ประกอบ เช่น น้ำตก ถ้ำ ลำห้วย ภูเขา สัตว์ป่า พืชพันธุ์ และชุมชนที่ใช้ชีวิตเกี่ยวข้องกับป่า เป็นต้น รูปแบบหรือกิจกรรมการ ท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางบก เช่น การเดินป่า การศึกษาระบบนิเวศบนบก การขี่ม้า การนั่งช้าง การ ร่วมกิจกรรมเรียนรู้พฤติกรรมของคนในชุมชน เป็นต้น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวทุกคนจะมี กิจกรรมเช่นที่กล่าวข้างต้น นักท่องเที่ยวบางคนอาจทำกิจกรรมเพียงบางส่วนหรือบางอย่างเท่านั้น ซึ่งอาจเรียกว่า เป็นกิจกรรมกึ่งนิเวศ เช่น การถ่ายรูปสัตว์ป่า เป็นต้น นักท่องเที่ยวบางคนอาจมี กิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อน และชมความงาม เช่น การชมทิวทัศน์และการพักผ่อนปิกนิก เป็นต้น

1.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล ประกอบด้วย ทรัพยากรชายฝั่ง ทะเล เกาะแก่ง ทั้งนี้อาจรวมถึงพื้นที่รอยต่อ เช่น ป่าชายเลน พื้นที่ลุ่มน้ำชายฝั่ง องค์ประกอบที่ น่าสนใจของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงนิเวศกลุ่มนี้ เช่น แนวปะการัง หาดทราย ชายหาด สัตว์ทะเล กองหิน พันธุ์ไม้ตามชายหาด ป่าไม้บนเกาะ ชายเลน รวมถึงวิถีชีวิตของชาวประมงหรือชาวเล เป็นต้น รูปแบบหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล เช่น การพายเรือแคนูและคายัค การศึกษา ระบบนิเวศในน้ำและทะเล การล่องแพ การดำน้ำดูปะการังทั้งดำน้ำตื้นและดำน้ำลึก การร่วม

กิจกรรมเรียนรู้พฤติกรรมของคนในชุมชน ส่วนกิจกรรมกึ่งนิเวศ เช่น การล่องเรือชมวิถีชีวิต การเล่นเรือใบ การเล่นน้ำและว่ายน้ำ เป็นต้น

2. สิ่งที่ถูกสร้างหรือพัฒนาขึ้นมารองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น สถานที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ สาธารณูปโภค และรายการท่องเที่ยว เป็นต้น

#### องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ส่วนประกอบต่าง ๆ ทางด้านสิ่งแวดล้อมที่มีการหล่อหลอมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น ไม่ว่าจะเป็นธรรมชาติ สัตว์ป่า ระบบนิเวศวิทยา และวัฒนธรรม

กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2544, หน้า 24) ได้กล่าวว่า องค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีดังนี้

1. **องค์ประกอบด้านพื้นที่** เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติเป็นหลัก มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศในพื้นที่ของแหล่งนั้น องค์ประกอบด้านพื้นที่จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีพื้นฐานอยู่กับธรรมชาติ

2. **องค์ประกอบด้านการจัดการ** เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบ ไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการที่ยั่งยืน ครอบคลุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต จึงเป็นการท่องเที่ยวที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน

3. **องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ** เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยให้มีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อม และระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์ และความประทับใจ เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึกที่ถูกต้อง ทั้งต่อนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จึงเป็นการท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อม

4. **องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม** เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน และประชาชนท้องถิ่น ตลอดจนกระบวนการ เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ซึ่งหมายความรวมถึง การกระจายรายได้ การยกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทน เพื่อกลับมาบำรุงรักษาและจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้วย โดยในที่สุดแล้ว ท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ ท้องถิ่นในขณะนี้ เริ่มตั้งแต่ประชาชนระดับรากหญ้า จนถึงการปกครองระดับท้องถิ่น และอาจรวมถึงการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องด้วย จึงเป็นการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชน

ดังนั้นองค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะมีองค์ประกอบที่แตกต่างกันไปจากการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวในรูปแบบเดิม ที่เป็นการท่องเที่ยวในลักษณะของ Mass Tourism ซึ่งเน้นปริมาณ หรือจำนวนของนักท่องเที่ยว และรายได้ทางการท่องเที่ยวเป็นหลัก ไม่ได้คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และระบบนิเวศวิทยา แต่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม และนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ รวมทั้งมีจิตสำนึกในการท่องเที่ยว เพื่อความสมดุลในแหล่งทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และวัฒนธรรม ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในเรื่องของคน ไม่ใช่เป็นเพียงนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังหมายรวมถึงองค์กรรัฐบาล องค์กรเอกชน ผู้ประกอบการ และประชาชนผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่น

เครือข่ายพันธมิตรท่องเที่ยวล้านนา จ.เชียงใหม่ ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดเชียงใหม่ ตึกอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ราชการ จ.เชียงใหม่ (2551)

1. องค์ประกอบด้านพื้นที่ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับธรรมชาติเป็นหลัก มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ทั้งนี้รวมถึงแหล่งวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวกับระบบนิเวศ

2. องค์ประกอบด้านการจัดการ เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบไม่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม มีการจัดการสิ่งแวดล้อม การป้องกันและกำจัดมลพิษ และควบคุมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีขอบเขต

3. องค์ประกอบด้านกิจกรรมและกระบวนการ เป็นการท่องเที่ยวที่เอื้อต่อกระบวนการเรียนรู้ โดยมีการศึกษาเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมและระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสร้างความตระหนักและปลูกจิตสำนึก

4. องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วม เป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนและประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วม เพื่อก่อให้เกิดต่อประโยชน์ในท้องถิ่น ยกกระดับคุณภาพชีวิต และการได้รับผลตอบแทนเพื่อกลับมาบำรุงรักษาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวของตน อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย

แนวทางการปฏิบัติของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

จากความหมายและองค์ประกอบของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นำไปสู่แนวทางการปฏิบัติของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินงานเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เพื่อให้การรักษา

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 275-276) ได้กล่าวว่า แนวทางการปฏิบัติของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องประกอบด้วย ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องอาศัยความร่วมมือจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่นอย่างมีเอกภาพ และประสิทธิภาพ
2. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีมาตรการคัดเลือกนักท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนนักท่องเที่ยวที่สนใจธรรมชาติและศิลปวัฒนธรรม พร้อมทั้งกีดกันนักท่องเที่ยวที่มุ่งหวังแตกต่างออกไป
3. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีบทบาท โดยเป็นผู้กำหนดวิธีการปฏิบัติ และเป็นผู้ตรวจสอบดูแลประกอบกิจการท่องเที่ยวของตน ที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และไม่ใช้ทรัพยากรฟุ่มเฟือยเกินไป
4. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ภาครัฐและเอกชนร่วมกันจัดตั้งสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และตรวจสอบการดำเนินการกำหนดแผนหลักพัฒนาการท่องเที่ยว จัดทำมาตรการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมท่องเที่ยว และตรวจสอบการดำเนินกิจกรรมของผู้ประกอบการทั้งหมดให้มีมาตรฐานเดียวกัน
5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องส่งเสริมกิจกรรมพิทักษ์สิ่งแวดล้อม ให้เป็นจุดขายสำหรับการท่องเที่ยว
6. การท่องเที่ยวต้องเผยแพร่ข่าวสารให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศทราบถึงสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พร้อมทั้งวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับแต่ละพื้นที่
7. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีการพัฒนาบุคลากรร่วมกับสถาบันศึกษาในท้องถิ่น
8. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องให้รัฐมีบทบาทในการจัดการกำหนดกลยุทธ์ และแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยให้เป็นหน่วยหลักในการพิทักษ์ธรรมชาติ ปกป้องรักษาระบบนิเวศศึกษา และกำหนดขีดความสามารถรองรับของพื้นที่
9. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องให้มีการพัฒนาโครงการใหญ่โดยภาครัฐ และต้องทำรายงานผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งกำหนดขีดความสามารถรองรับของพื้นที่
10. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ภาครัฐและเอกชนร่วมกันกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อผลประโยชน์ของการท่องเที่ยว

ดังนั้นแนวทางการปฏิบัติการของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีการทำงานที่ร่วมมือกันของรัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษาท้องถิ่น ในการกำหนดแนวทางปฏิบัติและกำหนดนโยบายร่วมกัน ในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและระบบนิเวศของพื้นที่

### การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

องค์ประกอบที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ มุ่งให้ความรู้ และเพิ่มประสบการณ์ต่อนักท่องเที่ยว มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติเป็นหลัก ซึ่งหลักเกณฑ์การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะประกอบด้วยข้อกำหนดต่างๆ ตามเกณฑ์ที่กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสมาคมไทยการท่องเที่ยวอนุรักษ์และผจญภัย กำหนดขึ้น

อุดม เสงี่ยมวงศ์ และคณะ (2548, หน้า 83-85) ได้กล่าวว่า การกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะต้องเป็นหลักเกณฑ์ ดังนี้

1. เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีระบบนิเวศสมบูรณ์
2. หากแหล่งท่องเที่ยวมีที่พักแรมจะต้องเป็นที่พักแรมระดับการรักษาสิ่งแวดล้อม
3. มีมรดกเทศกท้องถิ่นที่มีความรอบรู้
4. มีความพร้อมในด้านของการบริหารจัดการ มีศูนย์ศึกษาธรรมชาติ ภายในศูนย์มีบริการอำนวยความสะดวกเบื้องต้น เคนเตอร์ให้บริการข่าวสาร มุมจัดนิทรรศการ มุมจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม ห้องสุขา การจัดการในลักษณะเจ้าของบ้านที่ดี มีความปลอดภัย
5. มีการบริหารจัดการพื้นที่ ร่วมกับประชาชนในท้องถิ่นองค์กรภาครัฐ องค์กรเอกชน องค์กรพัฒนาเอกชน องค์กรบริหารท้องถิ่น (เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบล)
6. มีป้ายสื่อความหมายบนเส้นทางศึกษาธรรมชาติเป็นระยะ ๆ เพื่อให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว
7. มีการจัดทำเส้นทางศึกษาธรรมชาติ ทั้งเส้นทางไปและกลับทางเดิม เส้นทางเป็นแบบทางรอบหรือวงกลมระยะทางตั้งแต่ 1 กิโลเมตรเป็นต้นไป
8. มีแผนที่และคู่มือแนะนำเที่ยวประกอบป้ายสื่อความหมายเพื่อให้ความรู้ต่อนักท่องเที่ยว
9. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่อครั้งต่อวัน
10. มีแผนพัฒนาบุคลากร และการบริการขั้นสู่ระดับมาตรฐานสากล
11. มีแผนพัฒนาพื้นที่ มีนโยบายต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นชัดเจน เช่น การจัดการขยะ การจัดการน้ำเสีย การจัดการป้องกันมลพิษต่างๆ

ดังนั้นการกำหนดแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องมีการกำหนดหลักเกณฑ์มากมาย ทั้งในด้านพื้นที่ ต้องมีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความสมบูรณ์ และต้องมีมาตรการรักษาสิ่งแวดล้อม ในด้านการจัดการต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก และต้องมีป้ายสื่อความหมายบอกทางให้นักท่องเที่ยว ในด้านกระบวนการต้องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และ



ต้องมีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งต้องการรักษาทรัพยากรอย่างต่อเนื่อง และด้านการมีส่วนร่วมมีความร่วมมือขององค์กรรัฐเอกชน และท้องถิ่น

### การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อบริการให้นักท่องเที่ยว เดินทางสะดวก ได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่ โดยที่แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีคุณภาพมีมาตรฐานในระดับสากล เพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เน้นผู้มีส่วนร่วมรับผิดชอบ ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวต้องดำเนินการวางแผนพัฒนา จัดทำแผนงานและแผนปฏิบัติการ เพื่อการดำเนินการตามขั้นตอน

อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ (2548, หน้า 86-89) ได้กล่าวว่า การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องมีการดำเนินงานตามแผน ดังนี้

1. การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ต้องมีการวางแผนปรับปรุงพัฒนา กฎระเบียบ ระหว่างผู้ประกอบการ ภาครัฐบาลองค์กรพัฒนาเอกชนกับประชาชนท้องถิ่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะต้องเปิดโอกาสให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมดำเนินการอย่างเสมอภาคกัน
2. การให้การศึกษาเรื่องการจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ศึกษาต่อประชาชนในท้องถิ่นทุกระดับ ให้มีการเรียนรู้เพิ่มพูนประสบการณ์ วัฏจักรบริการ การฝึกอบรม/ดูงาน ให้เกิดความรู้ใหม่ๆ ทันเหตุการณ์เสมอ
3. การกำจัดของเสีย จะต้องมียุทธศาสตร์กำจัดน้ำที่มีประสิทธิภาพ การบำบัดน้ำเสียก่อนทิ้งตามธรรมชาติ การกำจัดขยะและปฏิภูล ถือหลักให้แล้วใช้ซ้ำ และเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์อีก (Reuse / Recycle) สำหรับของเสียจากห้องสุขา อาจใช้ระบบการทำแก๊สมวลชีวภาพ (Biogass)
4. การศึกษาวิเคราะห์ความอ่อนไหวของระบบนิเวศ ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ และมรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งโบราณคดี โบราณสถานต่างๆ แม้เป็นเพียงเนินดินร้างย่อมสะท้อนอดีตกาลที่ทรงคุณค่า ซึ่งสามารถศึกษาค้นคว้าถึงลักษณะการตั้งถิ่นฐานชุมชนโบราณได้
5. ในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติควรสร้างห้องสุขาบริการตามระยะทางเดิน ห่างกันอย่างน้อย 3 กิโลเมตรต่อหนึ่งห้อง ห้องสุขาต้องสะอาด คิดค่าบริการเพื่อเป็นค่าการจัดจ้างแรงงานดูแล
6. การเดินทางเข้าชมสะดวก ทางเดินในแหล่งธรรมชาติที่เปราะบาง ควรทำทางเดินข้าม (Board Walk) คำนี้ถึงความปลอดภัยมีระบบการสื่อความหมายที่ดี (แม้เดินเที่ยวคนเดียวก็ได้) รวมถึงการติดต่อสื่อสารระหว่างนักท่องเที่ยวกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเมื่อมีเหตุฉุกเฉิน ป้ายชี้ทาง ป้ายสื่อความหมายควรออกแบบใช้ได้ทนทาน

7. การรักษาสภาพของแหล่งท่องเที่ยว รักษาไว้ให้มีสภาพดั้งเดิมมากที่สุด และอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ดี (สะอาด) มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

8. การตรวจสอบผลกระทบ การประเมินศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยว จะต้องกำหนดสถานภาพให้เหมาะสม โดยหารายละเอียด รวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมในที่แห่งนั้นว่าควรอยู่ในระดับไหน หาความสัมพันธ์ระหว่างความสามารถรองรับของพื้นที่กับความต้องการของนักท่องเที่ยว และการยอมรับของชุมชนท้องถิ่นต่อการพัฒนา รวมทั้งนโยบายของรัฐบาลจะต้องมีความสัมพันธ์กัน เป้าหมายของการบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวต้องสอดคล้องจากฝ่ายบริหารทุกระดับ การจัดการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงการลงทุน ต้นทุนของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมด้วย

9. การจัดการ การบริการ ควรคำนึงถึงระดับมาตรฐานสากล ปัจจุบัน คือ ISO 9000 / ISO 14000 / ISO 18000 ด้วย

10. การศึกษาและสำรวจแหล่งพลังงาน เพื่อนำมาใช้ก่อประโยชน์มากที่สุด อาทิ พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานกระแสลมพลังงานความร้อนใต้พิภพ ควรใช้พลังงานจากธรรมชาติมากที่สุด หลีกเลี่ยงการใช้น้ำธรรมชาติใช้ให้อย่างคุ้มค่า หลีกเลี่ยงการใช้เครื่องปรับอากาศมากที่สุด

11. การจัดการสาธารณูปโภคพื้นฐาน ต้องคำนึงถึงขีดความสามารถขอบเขตในการรองรับปริมาณนักท่องเที่ยว ( จำนวนนักท่องเที่ยว) โดยใช้หลักการสภาพแวดล้อม ขีดความสามารถรองรับทางกายภาพ (Physical Carrying Capacity) และขีดความสามารถรองรับทางสภาพแวดล้อม (Environmental Carrying Capacity) อาทิ น้ำประปา ไฟฟ้า ขยะมูลฝอย ต้องมีแผนการจัดการอย่างดีเพียงพอต่อการใช้

12. การออกแบบสิ่งก่อสร้างสิ่งบริการอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยว (ที่จอดรถ ที่พัก การเดินทาง ร้านอาหารเครื่องดื่ม ห้างสรรพสินค้า) ต้องกลมกลืนกับธรรมชาติ สภาพแวดล้อม และวัฒนธรรมท้องถิ่นไม่เป็นสิ่งแปลกปลอมเข้าไป อนึ่ง การก่อสร้างควรคำนึงถึงความสะดวกของคนพิการด้วย ควรหลีกเลี่ยงสิ่งต่างๆ เช่น การตัดต้นไม้เป็นสำคัญ ต้องคำนึงถึงกระแสน้ำจะไม่ก่อให้เกิดการพังทลายและไม่กีดขวางเส้นทางเดินของสัตว์ป่า

#### การจัดการการบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการจัดการที่มีเป้าหมายให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวรู้สึกประทับใจ และมีความรู้สึกที่เกิดความแตกต่างในการบริการของแหล่งท่องเที่ยว

อุดม เขยกิจวงศ์ และคณะ (2548, หน้า 89-95) ได้กล่าวว่า การจัดการบริการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการจัดการที่มีเป้าหมายให้บริการที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ประกอบด้วย ดังนี้

1. ด้านการจัดการนำเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Naturl based Tourism) ที่มุ่งให้ความรู้การศึกษาธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (Environmental Education-based Tourism) แก่นักท่องเที่ยว โดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการ (Community Participal Management) เพื่อให้ นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจ ประทับใจ และประสบการณ์ใหม่ นั้น ผู้ประกอบการจัดนำเที่ยวจะต้องคำนึงถึงหลักการจัดการ ดังนี้

1.1 คุณสมบัติของมัคคุเทศก์ จะต้องเป็นมัคคุเทศก์ที่มีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1.1.1 มีความรอบรู้ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นเป็นอย่างดี
- 1.1.2 รักและรู้คุณค่าศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นบ้านของแหล่งท่องเที่ยววันั้น ๆ
- 1.1.3 มีบุคลิกภาพและความประพฤติ เพื่อสร้างความศรัทธาและความประทับใจ ความเป็นมิตรไมตรีกับบุคคลทั่วไปและนักท่องเที่ยว
- 1.1.4 มีศีลธรรม กล้าตัดสินใจ และกำหนดจุดยืนของตนเอง เคารพหลักการและเหตุผล หมั่นพิจารณาตนเอง และมีทัศนคติที่ชัดเจนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
- 1.1.5 มีความสามารถในการสื่อความหมายการสื่อสารที่ดี (แตกฉานในการพูดและภาษาที่ใช้)
- 1.1.6 เป็นผู้ใฝ่เรียนรู้ (สังเกต อ่าน จด รู้จักถามและมีความคิดสร้างสรรค์)

1.2 การจัดบริการอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว และมีการประสานประโยชน์ร่วมกันกับประชาชนในท้องถิ่น ในด้านการบริการด้านอื่น ๆ ต้องมีการพัฒนาให้มีมาตรฐานสากล มีความปลอดภัยและเป็นมิตรไมตรี

1.3 การจัดรายการนำเที่ยว เป็นการให้ข้อมูลโดยควรแจ้งรายการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเตรียมตัวเดินทางได้ถูกต้องมุ่งเน้นการให้ความรู้ การสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเดินทางและให้ข้อคิดกับนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ซึ่งมีหลักการปฏิบัติ ดังนี้

- 1.3.1 แจ้งกำหนดการเดินทางนับแต่การเดินทางถึงสิ้นสุดรายการ
- 1.3.2 แจ้งอุปกรณ์ของใช้ที่บริการ ส่วนใดที่นักท่องเที่ยวจะต้องจัดเตรียมไปเอง รวมทั้งบริการอาหารและเครื่องดื่ม

1.3.3 แ่จรงราคาค่าบริการ ค่าใช้จ่ยอื่น ๆ

1.3.4 แนะนำแนวคืด ข้อควรพิจารณาแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์ท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น

1.3.5 มัคคุเทศก์เป็นผู้รอบรู้ (กรณีภาษาต่างประเทศจะต้องแจ้งความสามารถบริการภาษาด้วย)

1.4 การมีส่วนร่วมโดยประชาชนในท้องถิ่นต้องมีส่วนร่วม (ตกลงรายนำเที่ยว ผู้เสนอขายรายการ มัคคุเทศก์นำเที่ยว) การจัดการร่วมคืดวางแผน ดำเนินการขายรายการ การได้รับผลประโยชน์อย่างเสมอภาคกัน การจัดการนี้ควรอยู่ในรูปแบบคณะกรรมการ สหกรณ์ บริษัทชุมชน

2. การจัคที่พัค เป็นการจัคที่พัคเพื่อบริการนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ต้องคำนึงถึงการจัคการที่ไม่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การใช้ที่ดิน การใช้น้ำ การใช้พลังงาน และการจัคการสิ่งปฏิกูลเพื่อมิให้เกิดมลพิษ การออกแบบที่พัคต้องมีส่วนสร้งเสริมและคงไว้ต่อความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น คำนึงถึงประโยชน์การใช้สอย รักษาระบบนิเวศและดึงดูดความสนใจต่อนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เข้าไปพัคค้างแรมอย่างสะดวกสบาย รวมทั้งต้องพิจารณาถึงสิ่งต่างๆ ดังนี้

2.1 ข้อกำหนดลักษณะที่พัคแรมในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecolodge) การกำหนดลักษณะที่พัคแรมให้ท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น เป็นข้อสรุปจากการประชุมนานาชาติ เรื่องการจัคการที่พัคเพื่อรักษาระบบนิเวศครั้งที่ 2 (2nd International Ecolodge) ที่ประเทศคอซตาริกา เมื่อเดือนตุลาคม 2538 คืด

2.1.1 เป็นที่พัคที่มีขนาดและองค์ประกอบขนาดเล็ก สะอาด ปลอดภัย ร่มรื่น

2.1.2 ควรนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาปรับใช้ เน้นการประหยัดพลังงาน

2.1.3 มีการบริหารจัดการเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อมต้องเน้นการจัคการขยะ การจัคการของเสีย เน้นการนำวัสดุกลับมาใช้ใหม่ (Reuse Renew Recycle)

2.1.4 การออกแบบก่อสร้าง ควรใช้วัสดุในท้องถิ่นประกอบก่อน และมีรูปแบบสถาปัตยกรรมกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่น

2.1.5 มีการบริหารจัดการโดยครอบครัวหรือชุมชนท้องถิ่น (Community Business)

2.2 หลักการการออกแบบที่พัคในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แนวคืดในการออกแบบเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ควรนำมาพิจารณาในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว เชิงนิเวศ โดยเฉพาะถ้าพุดถึงการออกแบบก่อสร้างแหล่งที่พัคเชิงนิเวศ เป็น

แนวคิดด้านการอนุรักษ์ที่สนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด เกิดการสูญเสียน้อยที่สุด และเอื้อประโยชน์ต่อสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน

2.3 การออกแบบที่พิถีพิถันในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีกลุ่มนักวิชาการและผู้ประกอบการวิชาชีพด้านการวางแผนและออกแบบ ตลอดจนองค์กรและสถาบันต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น The World Congress of the International Union of Architects (AIA) The International Council on Environmental Design (ICED) และองค์กรอื่น ๆ ได้ร่วมกันกำหนดหลักการที่สำคัญในการออกแบบเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ดังนี้

2.3.1 ตระหนักเสมอว่าไม่มีสิ่งใดที่สร้างขึ้นโดยมนุษย์จะคงอยู่ได้อย่างยั่งยืน และการออกแบบไม่สามารถแก้ไขปัญหาในทุก ๆ เรื่อง จึงไม่ควรที่จะออกแบบเพื่อที่จะเอาชนะ และ/หรือควบคุมธรรมชาติเป็นแม่บทหรือผู้ชี้นำการออกแบบ

2.3.2 ให้ความสำคัญกับสิทธิของมนุษย์และธรรมชาติอย่างเท่าเทียมกัน เพื่อให้องค์ประกอบของทั้งสองส่วนอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อหนุนและสามารถคงไว้ซึ่งความหลากหลายของกันและกันอย่างยั่งยืน

2.3.3 ออกแบบให้มีการใช้พลังงานอย่างประหยัดและคุ้มค่า

2.3.4 เคารพในความสัมพันธ์ระหว่างจิตวิญญาณ สิ่งที่มีคุณค่าทางจิตใจกับวัตถุ และพิจารณาองค์ประกอบทุกส่วนทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรมภายในชุมชน สังคมที่เกี่ยวข้องกับงานออกแบบ

2.3.5 สร้างสรรค์สิ่งที่มีคุณค่าในระยะยาวไม่สร้างปัญหา หรือผลกระทบในการบำรุงรักษา การบริหารจัดการตลอดจนปัญหาด้านความปลอดภัย ให้กับคนรุ่นหลังต้องรับผิดชอบดูแล

2.3.6 ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์เพื่อเชื่อมโยงภายในระหว่างองค์ประกอบทุกส่วนของระบบธรรมชาติและผลกระทบจากการออกแบบต่อองค์ประกอบแต่ละส่วนทุกระดับ

2.3.7 คำนึงถึงผลทั้งทางตรงและทางอ้อมของการพัฒนาอันเป็นผลมาจากการออกแบบต่อความเป็นอยู่ที่ดีของมนุษย์และระบบธรรมชาติ

2.3.8 สนับสนุนให้มีการใช้ทรัพยากรในการพัฒนาอย่างคุ้มค่าและไม่มีของเสีย

3. การจัดการสินค้าของที่ระลึก มีคุณลักษณะของสินค้าที่ระลึกที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ดังนี้

3.1 สินค้าของที่ระลึกจำพวกของกิน ทั้งอาหาร ขนมของกินเล่น ของสด และของแห้งนั้นควรเป็นสินค้าที่ได้รับมาตรฐานการรับรองด้านความสะอาดและสุขอนามัย ติดฉลากการรับรองจากสำนักงานมาตรฐานสินค้า (สมก.) สำนักงานอาหารและยา(อย.) มาตรฐานฮาลาลจากสำนักราชมนตรี พร้อมทั้งวันหมดอายุ กำกับอยู่ด้วย

3.2 สินค้าของที่ระลึกจำพวกของใช้ของประดับที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาตินั้น ควรเป็นของที่สามารถผลิตปลูกได้ตามธรรมชาติที่ปราศจากมลพิษต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่พอกย้อมจากสีธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน ที่ย้อมสีเช่นกัน ควรพอกย้อมจากสีธรรมชาติ เช่น เครื่องจักสานไม้ไผ่ เครื่องจักสานหวาย เครื่องจักสานจากต้นกระจูด กก และใบลาน

3.3 การผลิตสินค้าที่ระลึกเพื่อจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น ผู้ผลิตต้องคำนึงถึง การรักษาระบบนิเวศไว้อย่างยั่งยืน โดยหลีกเลี่ยงการใช้วัสดุที่เป็นส่วนประกอบของธรรมชาติใน แต่ละระบบนิเวศมาผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึก เช่น ซากพืชและสัตว์ที่กฎหมายคุ้มครองว่าเป็นชนิดหายากจำพวก เกววัลย์ (บันไดลิง) กระจูดเต่า งาช้าง หนังสัตว์ เขี้ยวสัตว์ เปลือกหอย กัลปังหา และปะการัง ฯลฯ

กรอบแนวคิดในการกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2550, หน้า 154) การกำหนดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามกรอบและแนวคิดพื้นฐานของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีดังนี้

1. ศักยภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หมายถึง ความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของพื้นที่ โดยยึดหลักการของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
2. การจัดการเพื่อให้เกิดความยั่งยืน หมายถึง ความสามารถในการดูแลการดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวตามหลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

3. การให้จิตสำนึกและการให้การศึกษาด้านสิ่งแวดล้อม สามารถแยกออกได้ ดังนี้

- 3.1 การสร้างจิตสำนึก หมายถึง การกระทำที่ก่อให้เกิดความรู้สึกผิด ชอบ สนใจ ใส่ใจ และการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม

- 3.2 การให้การศึกษาสิ่งแวดล้อม หมายถึง การให้ความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งธรรมชาติและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

4. การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น หมายถึง การเปิดโอกาสให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิด พิจารณา ตัดสินใจการดำเนินการ และร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อประชาชน หรือชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งการกระจายรายได้ หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจัดเป็นรูปแบบหนึ่งที่น่าจะพัฒนาให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการป้องกันและรักษาไว้เพื่อให้อนุชนรุ่นหลังได้ใช้ประโยชน์อย่างถ้วนหน้าต่อไป

### การกำหนดดัชนีชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2550, หน้า 155-156) จากหลักการขององค์ประกอบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ สามารถนำมาพิจารณากำหนดตัวชี้วัดมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีดังนี้

1. ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในการประเมินมาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ องค์ประกอบในเรื่องของศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ นับว่ามีความสำคัญที่สุด ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรจะเป็นแหล่งธรรมชาติที่สามารถก่อให้เกิดความพอใจในการเรียนรู้ และสัมผัสกับระบบนิเวศ อาจมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ลักษณะวัฒนธรรมที่มีวิถีชีวิตแบบธรรมชาติ หรือเป็นส่วนหนึ่งในระบบนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ นอกจากนี้ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ยังเป็นสิ่งสำคัญในการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งธรรมชาติ จากแนวคิดดังกล่าว จึงสามารถสรุปดัชนีมาตรฐานคุณภาพได้ 4 ดัชนี ดังนี้

- 1.1 แหล่งธรรมชาติมีจุดดึงดูดการท่องเที่ยวและการเรียนรู้
- 1.2 มีความอุดมสมบูรณ์ของแหล่งธรรมชาติ
- 1.3 แหล่งธรรมชาติมีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่น
- 1.4 ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในการท่องเที่ยว

2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ให้เกิดความยั่งยืน การประเมินมาตรฐานด้านการจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความยั่งยืน จะต้องพิจารณาการจัดการใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการใช้ประโยชน์ในแหล่งท่องเที่ยว โดยอาศัยหลักการจำแนกเขตการจัดการ และการประเมินขีดความสามารถในการรองรับของพื้นที่ ด้านการบริการนักท่องเที่ยว ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและวัฒนธรรมท้องถิ่น ด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่ ที่เกิดจากกิจกรรมการท่องเที่ยว จากแนวคิดดังกล่าวองค์ประกอบนี้จึงสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ดัชนี ดังนี้

- 2.1 การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ของตัวแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2 การจัดการด้านบริการนักท่องเที่ยว
- 2.3 การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
- 2.4 การจัดการด้านการติดตามและการประเมินการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่

3. การจัดการด้านการให้ความรู้และสร้างจิตสำนึก จะพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างจิตสำนึก และการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ผู้ประกอบการ และชุมชนท้องถิ่น ที่อยู่โดยรอบของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย 4 ดัชนี ดังนี้

3.1 มีศูนย์บริการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

3.2 มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวในด้านการประหยัดพลังงาน และการกำจัดของเสียอย่างถูกวิธี

3.3 มีการให้ความรู้ถึงคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์กับพนักงานนำเที่ยว และชุมชนที่อยู่โดยรอบพื้นที่

3.4 มีบุคลากรที่มีความรู้เรื่องระบบนิเวศและการอนุรักษ์ ให้บริการด้านความรู้แก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชน

4. การมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว การเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในรูปแบบต่าง ๆ จะช่วยให้ชุมชนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นตระหนักถึงคุณค่า และความสำคัญ ของแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นการช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย 2 ดัชนี ดังนี้

4.1 ชุมชนท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

4.2 ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตของมนุษย์ และเป็นการแสดงถึงความเจริญงอกงามของมนุษย์ ดังนั้นจึงมีผู้ให้ความหมายเกี่ยวกับ "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism)" ไว้ ดังนี้

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2549, หน้า 17) ได้กล่าวว่า "วัฒนธรรม" (Cultural) หมายถึงทัศนคติ ความคิด ค่านิยม ความเชื่อ ตลอดจนสัญลักษณ์ของสังคม ที่ถูกถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง วัฒนธรรมเป็นมรดกทางสังคมที่ใช้กำหนดพฤติกรรม ตลอดจนความต้องการของบุคคล วัฒนธรรมจึงเป็นเครื่องผูกพันคนในกลุ่มเข้าไว้ด้วยกัน

โคเรเบอร์ และคลีคคอสัน อังอิงในเบญญา จันทร (2545, หน้า 11-12) ได้กล่าวว่า "วัฒนธรรม" (Cultural) มีลักษณะแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ดังนี้

1. นิยามวัฒนธรรมตามความหมายเชิงพรรณนา (descriptive) คือ การให้รายชื่อส่วนต่าง ๆ ของวัฒนธรรม เกี่ยวกับความเชื่อ ศาสนา กฎหมาย ประเพณี และจริยธรรมที่ได้มาจากการเรียนรู้ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคม



2. **นิยามวัฒนธรรมตามความหมายเชิงประวัติศาสตร์ (historical)** คือ มรดกสังคมที่ปฏิบัติต่อกันมานาน เป็นการถ่ายทอดทางสังคม ที่มีการจัดระเบียบสังคมให้มีแบบแผนต่าง ๆ

3. **นิยามวัฒนธรรมตามความหมายเชิงบรรทัดฐาน (normative)** มีการแบ่งเป็น 2 ความหมาย ดังนี้

3.1 หมายถึง บรรทัดฐาน กฎเกณฑ์ และข้อบังคับต่าง ๆ ของวิถีชีวิตของมนุษย์ แบบแผนของความคิด การกระทำ ความรู้สึก จารีต พฤติกรรมที่คาดหวังให้ทุกคนปฏิบัติ บางครั้งอาจมีการลงโทษเมื่อทำผิดกฎเกณฑ์

3.2 หมายถึง กฎเกณฑ์ ข้อบังคับต่าง ๆ เน้นทางวัตถุต่าง ๆ และสถาบันสังคม

4. **นิยามวัฒนธรรมตามความหมายเชิงจิตวิทยา (psychological)** ได้มีการแยกออกเป็น 2 ความหมาย ดังนี้

4.1 **สติเวอร์ด** ได้ให้ความหมายวัฒนธรรม หมายถึง การแก้ปัญหาพื้นฐานเพื่อสนองความต้องการของมนุษย์ เพื่อให้เข้ากับสิ่งแวดล้อม

4.2 **วิลเลอร์ คลักคอร์ด และแบรนดิทท์** ได้ให้ความหมายวัฒนธรรม หมายถึง กฎเกณฑ์ ข้อบังคับต่าง ๆ วิถีชีวิตมนุษย์ ที่ได้มาจากการเรียนรู้ และเชื่อว่ามนุษย์เรียนรู้ได้ดีกว่า และมากกว่าสัตว์อื่น

5. **นิยามวัฒนธรรมตามความหมายเชิงโครงสร้าง** คือ การเน้นการจัดระเบียบ

6. **นิยามวัฒนธรรมตามความหมายเชิงประวัติความเป็นมา (genetic)** ได้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

6.1 **วัฒนธรรมทางวัตถุที่มนุษย์สร้างขึ้นมา** และมนุษย์ต้องปรับตัวให้เข้ากับสิ่งนั้น

6.2 **วัฒนธรรมความคิดต่าง ๆ ของมนุษย์** เช่น พิธีกรรมต่าง ๆ ทางศาสนา ระบบสัญลักษณ์เน้นความแตกต่างระหว่างมนุษย์และสัตว์อื่น ๆ เพื่อเป็นการอธิบายความเป็นมาของวัฒนธรรมส่วนต่าง ๆ

ดังนั้นความหมายของ "วัฒนธรรม" หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้นมา และมีการปฏิบัติกันมา ตั้งแต่ในอดีต จนถึงปัจจุบัน และมีความเจริญงอกงาม รวมทั้งใช้เป็นแนวทางปฏิบัติในสังคมใดสังคมหนึ่งเท่านั้น

## การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

### ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีลักษณะเฉพาะตัว และมีความแตกต่างออกไปจากการท่องเที่ยวประเภทอื่น เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวที่แสดงถึงวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้นักท่องเที่ยวได้ชม

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2549, หน้า 18) ได้กล่าวถึง "ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม" ไว้ดังนี้

1. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น วัฒนธรรมเกิดขึ้นอย่างมีกระบวนการ อย่างเป็นระบบด้วยการจัดการของมนุษย์ วัฒนธรรมเกิดจากสาเหตุ ดังนี้

1.1 เกิดจากความนึกคิด วัฒนธรรมประกอบด้วย ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม การใช้เหตุผล

1.2 เกิดจากเทคโนโลยี วัฒนธรรมประกอบด้วย ทักษะ ศิลป์ งานฝีมือที่มนุษย์สร้างขึ้น

1.3 เกิดจากองค์การ วัฒนธรรมเริ่มขึ้นจากครอบครัว การแบ่งชนชั้นของสังคม ทำให้มนุษย์อยู่ และทำงานร่วมกันอย่างมีความสุข

2. วัฒนธรรมเกิดจากการเรียนรู้ เพราะวัฒนธรรมไม่ได้เกิดจากสัญชาตญาณ และไม่ได้เป็นสิ่งที่ติดตัวมาตั้งแต่เกิด ดังนั้นวัฒนธรรมจะมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ถ้ามีวัฒนธรรมที่เข้มแข็งกว่าเข้ามาวัฒนธรรมที่อ่อนแอกว่า ก็จะได้รับวัฒนธรรมที่เข้มแข็งกว่าเอาไว้เป็นของตน วัฒนธรรมจะมีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังคนอีกรุ่นหนึ่ง

3. วัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ใช้ร่วมกัน วัฒนธรรมเป็นพฤติกรรมโดยรวมของกลุ่มคน เป็นสิ่งที่สังคมร่วมกันสร้างขึ้นจนเป็นที่ยอมรับ และใช้ปฏิบัติร่วมกัน วัฒนธรรมจึงเป็นปรากฏการณ์ของกลุ่ม วัฒนธรรมจึงไม่ได้มี หรือใช้เฉพาะกับบุคคลใดบุคคลหนึ่งเท่านั้น วัฒนธรรมเริ่มต้นจากสังคมขนาดเล็ก คือ ครอบครัวก่อนและขยายตัวออกไปในระดับท้องถิ่น ระดับประเทศ และระดับระหว่างประเทศ ซึ่งกลายเป็นวัฒนธรรมสากล

4. วัฒนธรรมมีความเหมือน วัฒนธรรมเป็นการแสดงออกของสังคม วัฒนธรรมจึงมีความเหมือนกัน ในขณะที่เดียวกันก็จะมีลักษณะเฉพาะของแต่ละสังคม วัฒนธรรมจะมีบุคลิกเป็นของตัวเอง ที่แสดงออกคล้ายกัน แต่ก็อาจมีความแตกต่างไปจากวัฒนธรรมอื่น เช่น การบริโภค การแต่งกาย และกฎหมาย เป็นต้น

5. วัฒนธรรมทำให้เกิดความพอใจและมีลักษณะต่อเนื่อง วัฒนธรรมจะตอบสนองความต้องการของร่างกาย และความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ เกิดจากพฤติกรรมที่

ซ้ำ ๆ จนเกิดความพึงพอใจ ทำให้เกิดการถ่ายทอดวัฒนธรรมจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง เช่น การไหว้ของคนไทย เป็นต้น

6. **วัฒนธรรมจะมีการปรับตัว** วัฒนธรรมมีลักษณะไม่คงที่ จะเปลี่ยนแปลง เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจ และความเชื่อของคนที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปัจจุบันที่เป็นสังคมยุคข่าวสารและเทคโนโลยี ทำให้วัฒนธรรมปรับตัวอย่างรวดเร็ว แต่ก็มีบางสังคมที่วัฒนธรรมแข็งการเปลี่ยนแปลงก็จะค่อนข้างช้า

7. **วัฒนธรรมมีลักษณะการผสมผสาน** วัฒนธรรมจะมีการเปลี่ยนแปลง เพื่อความเหมาะสมอยู่ตลอดเวลา มีการรับเอาวัฒนธรรมใหม่เข้าไปผสมผสานกับวัฒนธรรมเดิม และปรับให้สอดคล้องกัน เพื่อนำไปประยุกต์ใช้

8. **วัฒนธรรมเป็นการวางเงื่อนไขให้ปฏิบัติ** วัฒนธรรมจะเกี่ยวกับมาตรฐาน หรือพฤติกรรมในอุดมคติที่กำหนดไว้ คนในสังคมเข้าใจเป็นแนวทางเดียวกัน เพื่อให้ยึดถือเป็นแนวทางในการปฏิบัติว่าพฤติกรรมใดเหมาะสม หรือไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2542) ได้กล่าวถึง "ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม" ไว้ดังนี้

1. **มีการค้นพบสิ่งใหม่** (Culture is invented) โดยบุคคลสร้างขึ้นใหม่ เปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมใหม่
2. **มีการเรียนรู้** (Culture is learned) ใช้ชีวิต และเกี่ยวข้องกับอารมณ์ มีการถ่ายทอดจากรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง
3. **เป็นกิจกรรมร่วมทางสังคม** (Culture is solely shared) เหตุการณ์ซึ่งมีส่วนร่วมโดยมนุษย์ที่อยู่ในสังคมนั้นกำหนดรูปแบบ
4. **มีลักษณะเฉพาะของแต่ละสังคม** (Culture are similar but different) คือ การที่แต่ละสังคมมีรายละเอียดแตกต่างกัน
5. **ก่อให้เกิดความพึงพอใจ และมีลักษณะคงทนต่อเนื่อง** (Culture is gratifying and persistent) คือ สามารถตอบสนองความต้องการที่เกิดจากการเรียนรู้ และประพฤติปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอเป็นเวลานาน เกิดความพึงพอใจ จึงถ่ายทอดรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง
6. **มีการปรับตัว** (Culture is adaptive) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของสังคม
7. **มีการจัดโครงสร้าง และมีการผสมผสาน หรือบูรณาการ** (Culture is organized and integrated) เพื่อให้มีความเหมาะสม
8. **เป็นสิ่งที่ถูกวางเงื่อนไขให้ปฏิบัติ** (Culture is prescriptive) ในสังคม โดยการทำ ความเข้าใจถึงความเหมาะสมในวิธีการคิด ความรู้สึก

ดังนั้นลักษณะทั่วไปของวัฒนธรรม จึงเกิดจากการกระทำของมนุษย์ที่มีการกำหนดแบบแผนขึ้นมาใช้ปฏิบัติ และเมื่อนำไปใช้แล้วรู้สึกเกิดความพึงพอใจ ก็นำไปปฏิบัติสืบต่อกันเรื่อย ๆ จากรุ่นสู่รุ่น จนถึงปัจจุบัน และมีลักษณะที่ดิงามในการปฏิบัติ

### นโยบายวัฒนธรรม

นโยบายวัฒนธรรมเป็นการกำหนดแนวทางในการปฏิบัติ หรือรูปแบบทางวัฒนธรรมให้ปฏิบัติส่งเสริม และสนับสนุนไปในทิศทางเดียวกันการกำหนดนโยบายจะต้องมีการกำหนดร่วมกันระหว่างองค์กรของรัฐบาล และองค์กรของเอกชน เพื่อให้เอกภาพในนโยบายเชิงปฏิบัติ

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540, หน้า 4-106) ได้กล่าว ว่า นโยบายวัฒนธรรมแห่งชาติ บุคคลใช้เป็นหลักปฏิบัติในการดำเนินงานอย่างมีเป้าหมายตรงกัน ดังนี้

1. ส่งเสริมการบำรุงรักษาวัฒนธรรมไทยทุกด้านให้เจริญด้วยการศึกษา ค้นคว้า วิจัย พัฒนา และพัฒนาวัฒนธรรมไทย ให้วัฒนธรรมเป็นเครื่องมือสำคัญสำหรับการแก้ไขปัญหา การดำเนินชีวิต การพัฒนาประเทศด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการป้องกันประเทศ ป้องกัน การทำลายวัฒนธรรมและศาสนา และทำนุบำรุงศาสนาให้บริสุทธิ์ เพื่อเป็นหลักในการพัฒนาจิตใจ ประชาชน
2. เผยแพร่วัฒนธรรมไทยทุกด้านนำไปสู่ประชาชนถึงขั้นปฏิบัติให้แพร่หลาย ยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจ ตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรมที่มีต่อเอกลักษณ์ ศักดิ์ศรี ความสามัคคี และความมั่นคงของชาติ ตลอดจนเกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ทั้ง ภายในประเทศและระหว่างประเทศ
3. ส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้าน และวัฒนธรรมของกลุ่มชนในท้องถิ่น เพื่อให้ ประชาชนมีความเข้าใจ เห็นคุณค่าและยอมรับวัฒนธรรมซึ่งกันและกัน ก่อให้เกิดการผสมผสาน ทางวัฒนธรรม อันจะนำไปสู่การอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในชาติ และมีความรักหวงแหนวัฒนธรรม ไทยยิ่งขึ้น
4. สนับสนุน ส่งเสริมให้มีการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับต่างประเทศ เพื่อ เสริมสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างชาติ รวมทั้งรู้จักเลือกสรรวัฒนธรรมของต่างชาติ ที่เผยแพร่เข้า มาในประเทศไทย หรือผลจากการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม โดยการนำมากลั่นกรองปรับปรุง ดัดแปลงให้เหมาะสมกับวิถีการดำเนินชีวิตของคนไทย และความมั่นคงปลอดภัยของชาติ
5. สนับสนุน ส่งเสริมให้หน่วยงานของรัฐและเอกชน ที่ดำเนินงานด้านวัฒนธรรม ได้ประสานงานกันอย่างใกล้ชิด โดยการระดมสรรพกำลังทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อรักษา

และส่งเสริมวัฒนธรรมให้มั่นคง เป็นพื้นฐานการดำเนินชีวิตของประชาชน ตลอดจนร่วมกันแก้ไข ปัญหาที่เกี่ยวกับวัฒนธรรม เพื่อให้วัฒนธรรมมีบทบาทสนับสนุนการพัฒนาประเทศอย่างแท้จริง

ดังนั้นวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่สำคัญที่ควรค่าแก่การรักษา และอนุรักษ์ไว้ จึงต้องมีกวางแผน ในนโยบายของวัฒนธรรม เพื่อให้เกิดแนวทางปฏิบัติที่ดั่งาม และวัฒนธรรมเก่าแก่ที่ดั่งามยังคงอยู่ ต่อไปในอนาคต

### อิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีต่อการเปลี่ยนแปลง

วัฒนธรรมมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคและการดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอิทธิพลของวัฒนธรรมต่อการท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถเชื่อมโยงวัฒนธรรม ไปสู่การท่องเที่ยวได้ ซึ่งเรียกว่า "การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม"

ทิพวรรณ พุ่มมณี (2549, หน้า 18-19) ได้กล่าวว่า "อิทธิพลของวัฒนธรรมที่มีต่อการ เปลี่ยนแปลง" มีดังนี้

1. แหล่งศิลปวัฒนธรรม คือ แหล่งผลงานของมนุษย์ที่สร้างขึ้น ศิลปวัฒนธรรมจะไป กระตุ้น หรือดึงดูดความสนใจให้เกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวขึ้น สิ่งก่อสร้าง หรือสิ่งประดิษฐ์ต่าง ๆ สามารถแบ่งออกได้ ดังนี้

1.1 โบราณคดี เป็นสิ่งประดิษฐ์ในอดีต ที่ได้เรียน หรือได้เห็นทางเอกสาร หรือผ่าน สื่อ นักท่องเที่ยวจำนวนมากยังมีความต้องการที่จะเห็น หรืออยากเดินทางไปยังแหล่งของ โบราณคดีเหล่านั้น

1.2 ประวัติศาสตร์ สิ่งก่อสร้าง หรือสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ เป็นสิ่ง ต่าง ๆ ช่วยดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่ หรือดินแดนนั้น ๆ

1.3 พิพิธภัณฑ์สถาน คือ สถานที่รวบรวมความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของ ประเทศต่าง ๆ เป็นสถานที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญมาก เพราะการเที่ยวชมในพิพิธภัณฑ์ สถาน ก็เท่ากับการศึกษาประวัติโดยย่อของประเทศ หรือสถานที่นั้นนักท่องเที่ยวจะได้รับความรู้ที่ ถูกต้อง ตลอดจนได้เห็นสิ่งที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์

1.4 เขตพื้นเมือง คือ บริเวณที่อยู่ของคนพื้นเมือง เป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวบาง คนอยากจะมีโอกาสได้เข้าไปสัมผัส กล่าวกันว่า การเดินทางท่องเที่ยวจะไม่สมบูรณ์ ถ้าไม่ได้ไป ท่องเที่ยวในเขตชนบท จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ประเทศต่าง ๆ พยายามอนุรักษ์สภาพทางธรรมชาติ สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ตลอดจนวิถีชีวิตของคนพื้นเมืองไว้สำหรับนักท่องเที่ยวได้ชม

1.5 สถานที่ทางการเมือง โดยทั่วไปแล้วเมืองหลวงของแต่ละประเทศจะมี สิ่งก่อสร้างที่มีเอกลักษณ์น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานที่ปรากฏการณ์ทางการเมือง

1.6 **สถานที่ทางการศึกษา** สิ่งที่น่าสนใจของสถานศึกษา ได้แก่ การแสดงวิชาการ และนิทรรศการต่าง ๆ ด้านประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ วิทยาศาสตร์ ตลอดจนชื่อเสียงของศิษย์เก่า ฯลฯ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยี่ยมชมสถานที่ทางการศึกษาได้

1.7 **สถานที่ทางศาสนา ศาสนสถาน หรือสถาบันทางศาสนา** สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าชมได้ ซึ่งเป็นสถานสำคัญทางศาสนา มีความสวยงาม มีประวัติศาสตร์น่าสนใจ

2. **ศิลปวัฒนธรรมประเพณี** เกือบทุกประเภทจะมีศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของแต่ละสังคมแตกต่างกันออกไป ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ในบางประเทศ จะเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป และกลายเป็นสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยว อาจแบ่งออกได้ ดังนี้

2.1 **งานเทศกาลหรือประเพณี** นักท่องเที่ยวนิยมการเดินทางไปเที่ยวชมสถานที่ต่าง ๆ ในช่วงมีงานเทศกาล หรืองานประเพณี เพราะจะเป็นการรวบรวมการแสดงของประเพณี ตลอดจนความเชื่อของคน

2.2 **ศิลปะ** เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง เพราะศิลปะจะสะท้อนให้เห็นถึงจินตนาการ ความประณีตที่แตกต่างกันในแต่ละสังคม ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับจิตรกรรม ประติมากรรม และสถาปัตยกรรม

2.3 **หัตถกรรม** เป็นวิถีชีวิตที่ประชาชนในท้องถิ่นจะเลี้ยงชีพ หรือมีอาชีพเสริมจากงานฝีมือหัตถกรรม รวมทั้งวิธีการประดิษฐ์ในหัตถกรรม นักท่องเที่ยวจะเห็นได้วิธีการผลิต และซื้อผลิตภัณฑ์กลับไปเป็นของที่ระลึก หรือเพื่อแจกเป็นที่ระลึก

2.4 **ดนตรี** เป็นการแสดงออกอย่างหนึ่งของวัฒนธรรม ซึ่งจะมีเอกลักษณ์เฉพาะที่เป็นของตนเอง สำหรับประเทศไทยจะมีการแสดงดนตรีประจำภาคต่าง ๆ แสดงถึงความอ่อนช้อยงดงาม แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ของชาติไทย และเป็นแรงดึงดูดนักท่องเที่ยว โดยอาศัยบรรยากาศของเสียงเพลง การรำรำที่มีเอกลักษณ์ของตัวเอง แสดงออกถึงวัฒนธรรมของท้องถิ่นอีกด้วย

2.5 **ภาษา** มนุษย์มีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องภาษา บางประเทศใช้เพียงภาษาเดียว บางประเทศใช้หลายภาษาแตกต่างกันออกไป การเดินทางท่องเที่ยวอาจมีขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในการเรียนรู้ภาษาของเจ้าของภาษา หรือภาษาท้องถิ่นมากขึ้น

3. **ศาสนา** เป็นเรื่องของความเชื่อ ความศรัทธา ผู้นับถือศาสนา มักมีความต้องการเดินทางไปยังต่างประเทศ อันเป็นแหล่งกำเนิดของศาสนา หรือสถานที่ตั้งของศาสนาจักร พวกที่เดินทางไปสักการะ หรือเยี่ยมชมสิ่งสำคัญทางศาสนา ก็มีการท่องเที่ยวไปในตัว

4. **ธุรกิจและวิชาการ** เหตุผลที่สำคัญในการเดินทางไปประกอบธุรกิจ หรือเพื่อเข้าร่วมโครงการวิจัย การประชุม การไปศึกษา จะทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวขึ้น จึงถือได้ว่าในเรื่องของธุรกิจและวิชาการ ก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยว

5. **เกียรติภูมิ** เป็นความปรารถนา หรือความหวังของบางคน หรือเพราะค่านิยมในสังคมที่ยกย่องคนที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ

6. **การประกอบอาชีพ** ลักษณะการประกอบอาชีพจะช่วยสนับสนุนกิจการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพของประชาชนที่รวมกลุ่มกันผลิตสินค้า ที่มีความสวยงาม มีความแปลกแตกต่างไปจากสินค้าที่ผลิตมาจากที่อื่น

### องค์การบริหารส่วนตำบล

#### ความหมายขององค์การบริหารส่วนตำบล

อบต. ย่อมาจาก "องค์การบริหารส่วนตำบล" ซึ่งมีอำนาจตามกฎหมายในการดูแลประชาชนในท้องถิ่นที่ตนดูแลอยู่ ให้มีความสุขสงบ และเรียบร้อย ในการดำเนินชีวิต

วิกิพีเดีย (2551) ได้ให้ความหมาย "องค์การบริหารส่วนตำบล" หมายถึง มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็น ราชการบริหารส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจัดตั้งขึ้นตาม พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติมจนถึงฉบับที่ 5 พ.ศ. 2546 โดยยกฐานะจากสภาตำบล ที่มีรายได้โดยไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมาติดต่อกันสามปี เฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละหนึ่งแสนห้าหมื่นบาท

สมาคมองค์การบริหารส่วนตำบล (2551) ได้ให้ความหมาย "องค์การบริหารส่วนตำบล" หมายถึง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งซึ่งจัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 (ปัจจุบันมีการแก้ไขถึงฉบับที่ 3 พ.ศ. 2542) มีฐานะเป็นนิติบุคคล มีความเป็นอิสระในการดำเนินงานภายในขอบเขตที่กฎหมายกำหนด มีรายได้ มีทรัพย์สิน ตั้งแต่พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 มีผลบังคับใช้จนถึงปัจจุบันได้มีการประกาศจัดตั้ง อบต. ไปแล้ว 5 ครั้ง ครั้งแรก เมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2538 ข้อมูลวันที่ 30 สิงหาคม 2545 อบต. มีจำนวน 6,744 แห่ง

องค์การบริหารส่วนตำบลโคกคราม (2551) ได้ให้ความหมาย "องค์การบริหารส่วนตำบล" หมายถึง หน่วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น มีฐานะเป็นนิติบุคคลและราชการส่วนท้องถิ่น จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 ซึ่งมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 2 มีนาคม 2538

องค์การบริหารส่วนตำบลตลาดไทร (2551) ได้ให้ความหมาย "องค์การบริหารส่วนตำบล" หมายถึง องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นระดับตำบลที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด มีพื้นที่เท่ากับตำบลและตำบล จัดตั้งมาจากสภาตำบลที่มีรายได้ตามเกณฑ์ที่กำหนดและมีจำนวนราษฎรไม่น้อยกว่า 2,000 คน โดยมีจุดมุ่งหมายสำคัญเพื่อดูแลทุกข์สุขและให้บริการประชาชนในหมู่บ้าน ตำบล เขตองค์การบริหารส่วนตำบล แทนรัฐบาลกลาง มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็นราชการส่วนท้องถิ่น มีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และหน้าที่อื่น ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด รวมทั้งมีงบประมาณ และพนักงานเจ้าหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลอาฮี (2551) ได้ให้ความหมาย "องค์การบริหารส่วนตำบล" หมายถึง หน่วยการปกครองท้องถิ่นจัดตั้งตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็นราชการส่วนท้องถิ่น โดยราษฎรเลือกตั้งผู้แทนแต่ละหมู่บ้าน เข้าไปเป็นสมาชิกสภา อบต. มีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจในการบริหารงานของตำบลตามที่กฎหมายกำหนดไว้

องค์การบริหารส่วนตำบลอุ้มเม่า (2551) ได้ให้ความหมาย "องค์การบริหารส่วนตำบล" หมายถึง องค์การมีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่ง ซึ่งจัดตั้งขึ้นตาม พระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติมจนถึงฉบับที่ 5 พ.ศ. 2546 โดยยกฐานะจากสภาตำบล ที่มีรายได้โดยไม่รวมเงินอุดหนุนในปีงบประมาณที่ล่วงมาติดต่อกันสามปีเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าปีละหนึ่งแสนห้าหมื่นบาท

องค์การบริหารส่วนตำบลวังไทร (2551) ได้ให้ความหมาย "องค์การบริหารส่วนตำบล" หมายถึง หน่วยการปกครองท้องถิ่นจัดตั้งตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2542 มีฐานะเป็นนิติบุคคล และเป็นราชการส่วนท้องถิ่นโดยราษฎรเลือกตั้งผู้แทนแต่ละหมู่บ้าน เข้าไปเป็นสมาชิกสภาพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล มีอำนาจหน้าที่ตัดสินใจในการบริหารงานของตำบลตามที่กฎหมายกำหนดไว้

จึงสรุปได้ว่า องค์การบริหารส่วนตำบล" หมายถึง หน่วยการปกครองท้องถิ่นจัดตั้งตามพระราชบัญญัติสภาตำบล และองค์การบริหารส่วนตำบล ที่มีฐานะเป็นนิติบุคคล สามารถบริหารงานได้ตามระเบียบของราชการกำหนดอำนาจไว้



### ความสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบล

องค์การบริหารส่วนตำบลมีความสำคัญกับการปกครองท้องถิ่น ในการให้อำนาจแก่บุคคลที่อยู่ในท้องถิ่น เข้ามาเป็นตัวแทนในการดูแลและบริหารงาน เพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้มีความเจริญก้าวหน้า ให้ทัดเทียมกับชุมชนอื่น ๆ และนานาชาติ

องค์การบริหารส่วนตำบลพลกรัง (2551) ได้กล่าวถึงความสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบลไว้ ดังนี้

1. เป็นองค์กรตามกฎหมายที่ทำหน้าที่บริหารจัดการพัฒนาตำบล หมู่บ้าน และชุมชน ตามนโยบายกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น
2. เป็นองค์กรที่อยู่ใกล้ชิดกับประชาชนฐานราก มีความอิสระและมีความคล่องตัวในการบริหารงานภายในกรอบที่กฎหมายกำหนด ทำให้สามารถแก้ไขปัญหา อำนวยความสะดวก และตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างรวดเร็ว
3. เป็นองค์กรที่มีผู้แทนประชาชนเข้าไปบริหารงานทั้งฝ่ายนิติบัญญัติ คือ สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล และฝ่ายบริหาร คือ นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ด้วยการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนอย่างเต็มรูปแบบ ทำให้การแก้ไขปัญหาและการพัฒนาตำบล หมู่บ้านตรงกับความต้องการอันแท้จริงของประชาชน
4. เป็นการส่งเสริมการเรียนรู้การปกครองระบอบประชาธิปไตยในทางปฏิบัติแก่ประชาชนในขอบเขตที่ไม่กว้างขวางมากนัก ทำให้ประชาชนมองเห็นภาพรวมอย่างชัดเจน และมีส่วนร่วมได้ไม่ยาก
5. เป็นการสร้างผู้นำทางการเมืองที่จะเข้าสู่เวทีการเมืองในระดับต่าง ๆ รวมทั้งในระดับชาติต่อไป

6. เป็นการส่งเสริมการใช้สิทธิและหน้าที่ของพลเมืองตามระบอบประชาธิปไตย

องค์การบริหารส่วนตำบลตลาดไทย (online. 2551) ได้กล่าวถึงความสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบลไว้ ดังนี้

1. เป็นองค์กรในการบริหารจัดการพัฒนาตำบลและเป็นไปตามนโยบายกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น ในการบริหารกิจการของตำบล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม
2. เป็นหน่วยปฏิบัติและประสานงานทรัพยากรระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลกับท้องถิ่นอื่น ๆ รวมทั้งหน่วยราชการ และหน่วยงานอื่น ๆ
3. เพื่อเป็นเวทีประชาธิปไตยของประชาชนในการเลือกสมาชิกสภาท้องถิ่น (สมาชิกสภา องค์การบริหารส่วนตำบล) เข้าไปมีส่วนร่วม ตัดสินใจ ในการจัดการงบประมาณ รายได้ทรัพย์สิน และการระดมทุนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น

4. เป็นการส่งเสริมและพัฒนาคนในท้องถิ่นให้มีความสามารถทำงานรับใช้ท้องถิ่นอย่างเต็มกำลัง และก่อให้เกิดการจ้างงานขึ้นในท้องถิ่น เช่น สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล พนักงาน และลูกจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบล

5. เป็นการส่งเสริมการใช้สิทธิและหน้าที่ของพลเมืองในการมีส่วนร่วมพัฒนาท้องถิ่น และตรวจสอบการทำงานและ การใช้สิทธิเข้าชื่อถอดถอนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลที่ไม่โปร่งใส ตามบทบาทหน้าที่ในการเลือกตั้ง กำกับควบคุม และการถอดถอนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลที่ไม่โปร่งใส

องค์การบริหารส่วนตำบลอาฮี (2551) ได้กล่าวถึงความสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบลไว้ ดังนี้

1. เป็นองค์กรในการบริหารจัดการพัฒนาตำบลและเป็นไปตามนโยบายกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่น ในการบริหารกิจการของตำบล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม

2. เป็นหน่วยปฏิบัติและประสานงานทรัพยากรระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบล กับท้องถิ่นอื่นๆ รวมทั้งหน่วยราชการ และหน่วยเอกชนอื่นๆ

3. เพื่อเป็นเวทีประชาธิปไตยของประชาชนในการเลือกสมาชิกสภาท้องถิ่น (สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล) เข้าไปมีส่วนร่วม ตัดสินใจ ในการจัดการงบประมาณ รายได้ ทรัพย์สิน และการระดมทุนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น

4. เป็นการส่งเสริมและพัฒนาคนในท้องถิ่นให้มีความสามารถทำงานรับใช้ท้องถิ่นอย่างเต็มกำลัง และก่อให้เกิดการจ้างงานขึ้นในท้องถิ่น เช่น สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล พนักงานและลูกจ้างขององค์การบริหารส่วนตำบล

5. เป็นการส่งเสริมการใช้สิทธิและหน้าที่ของพลเมืองในการมีส่วนร่วมพัฒนาท้องถิ่น และตรวจสอบการทำงาน การใช้สิทธิเข้าชื่อถอดถอนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลที่ไม่โปร่งใส ตามบทบาทหน้าที่ในการเลือกตั้ง กำกับควบคุม และการถอดถอนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลที่ไม่โปร่งใส

จึงสรุปได้ว่า องค์การบริหารส่วนตำบลยังเป็นองค์กรที่สะท้อนถึงความพยายามของรัฐบาลที่จะกระจายอำนาจสู่หน่วยการบริหารระดับตำบล ซึ่งส่งผลให้องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นจุดเริ่มต้นของการกระจายอำนาจการบริหารการปกครองสู่องค์กรพื้นฐานในระดับตำบล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ประชาชนจะได้รับประโยชน์จากองค์การบริหารส่วนตำบล ในด้านการพัฒนาตำบลซึ่งตรงกับปัญหาและความต้องการของประชาชนอย่างแท้จริง ตลอดจนยังเป็นการส่งเสริม

แนวความคิดและกระแสประชาธิปไตยในสังคมปัจจุบันที่เน้นการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารงานตำบลจะมีมากขึ้นโดยผ่านผู้แทนของตนในองค์การบริหารส่วนตำบล

ดังนั้นจากความสำคัญขององค์การบริหารส่วนตำบล จะเห็นได้ว่าก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนและท้องถิ่น ดังนี้ (องค์การบริหารส่วนตำบลอาฮี, 2551)

1. เป็นเวทีประชาธิปไตยของประชาชนในการเลือกสมาชิกสภาท้องถิ่น (สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล) เข้าไปมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัดการงบประมาณ ทรัพยากรบุคคล และการระดมทุนเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่น
2. ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านการเมืองในเรื่องของการกระจายอำนาจให้กับท้องถิ่นในระดับตำบล การพัฒนาทางการบริหารของประชาชนโดยให้ประชาชนเป็นผู้บริหารให้เกิดความก้าวหน้าของชุมชนตนเอง ตามนโยบายการกระจายอำนาจให้แก่ท้องถิ่นในการบริหารกิจการของตำบล ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม
3. ส่งเสริมการใช้สิทธิและหน้าที่ของพลเมืองในการมีส่วนร่วมพัฒนาท้องถิ่นและตรวจสอบการทำงาน และการใช้สิทธิเข้าชื่อถอดถอนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลที่ไม่โปร่งใส ตามบทบาทหน้าที่ในการเลือกตั้ง กำกับควบคุม ตรวจสอบ และการถอดถอนสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล ที่ไม่โปร่งใส
4. ก่อให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจในด้านการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพ และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
5. ส่งเสริมการพัฒนาคนในท้องถิ่นให้มีความสามารถทำงานรับใช้ท้องถิ่นอย่างเต็มกำลัง และก่อให้เกิดการจ้างงานขึ้นในท้องถิ่น
6. ก่อให้เกิดการพัฒนาทางด้านสังคม วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
7. เป็นหน่วยปฏิบัติและประสานงานทรัพยากรระหว่างองค์การบริหารส่วนตำบลกับท้องถิ่นอื่น ๆ รวมทั้งหน่วยราชการ และหน่วยเอกชนอื่นๆ

#### รูปแบบขององค์การบริหารส่วนตำบล

วิกิพีเดีย (2551) ได้กล่าวว่า "รูปแบบขององค์การบริหารส่วนตำบล" ประกอบด้วย สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล และนายกองค์การบริหารส่วนตำบล

1. **สภาองค์การบริหารส่วนตำบล** ประกอบด้วยสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล จำนวนหมู่บ้านละสองคน ซึ่งเลือกตั้งขึ้นโดยราษฎรผู้มีสิทธิเลือกตั้งในแต่ละหมู่บ้านในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลนั้น กรณีที่เขตองค์การบริหารส่วนตำบลใดมีเพียงหนึ่งหมู่บ้านให้มีสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลจำนวนหกคน และในกรณีมีเพียงสองหมู่บ้านให้มีสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล หมู่บ้านละสามคน

2. องค์การบริหารส่วนตำบลมีนายกองค์การบริหารส่วนตำบล หนึ่งคน ซึ่งมาจากการเลือกตั้งโดยตรงของประชาชนตามกฎหมายว่าด้วยการเลือกตั้งสมาชิกสภาท้องถิ่นหรือผู้บริหารท้องถิ่น

องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านค่าย (2551) ได้กล่าวว่า “รูปแบบขององค์การบริหารส่วนตำบล” ประกอบด้วย ฝ่ายการเมือง และฝ่ายประจำ

### 1. ฝ่ายการเมือง ประกอบด้วย

1.1 สภาองค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย สมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบล เป็นผู้ได้รับการเลือกตั้งจากประชาชนในหมู่บ้าน ๆ ละ 2 คน โดยที่ประชุมจะเลือกตั้งให้ เป็นตำแหน่งต่างๆ ดังนี้

1.1.1 ประธานสภา 1 คน

1.1.2 รองประธานสภา 1 คน

1.1.3 เลขานุการ 1 คน

1.1.4 นายก อบต.1 คน

1.1.5 รองนายก อบต.1 คน

1.1.6 ส่วนที่เหลือเป็นสมาชิกสภา อบต.

1.2 วาระการดำรงตำแหน่ง คราวละ 4 ปี โดยสภาองค์การบริหารส่วนตำบล มีอำนาจหน้าที่ดังนี้

1.2.1 ให้ความเห็นชอบแผนพัฒนาตำบล เพื่อเป็นแนวทางในการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบล

1.2.2 พิจารณาและให้ความเห็นชอบร่างข้อบังคับตำบล ร่างข้อบังคับงบประมาณรายจ่ายประจำปี และร่างข้อบังคับงบประมาณรายจ่ายเพิ่มเติม

1.2.3 ควบคุมการปฏิบัติงานของ นายกองค์การบริหารส่วนตำบล และรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบลให้เป็นไปตามนโยบาย แผนพัฒนาตำบล กฎระเบียบ และข้อบังคับของทางราชการ

1.2.4 คณะกรรมการบริหาร สภาองค์การบริหารส่วนตำบลเป็นผู้เลือกคณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล

1.3 คณะผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบล ประกอบด้วย นายกองค์การบริหารส่วนตำบล 1 คน และรองนายกองค์การบริหารส่วนตำบล 2 คน โดยมีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารกิจการ ดังนี้

1.3.1 **บริหารจัดการกิจการขององค์การบริหารส่วนตำบล** ให้เป็นไปตามมติ ข้อบังคับ และแผนพัฒนาตำบล และรับผิดชอบการบริหารกิจการขององค์การบริหารส่วนตำบล ต่อสภาองค์การบริหารส่วนตำบล

1.3.2 **จัดทำแผนพัฒนาตำบล และแผนงบประมาณรายจ่ายประจำปี** เพื่อเสนอให้ สภาองค์การบริหารส่วนตำบลได้พิจารณาเห็นชอบ

1.3.3 **รายงานผลการทำงานและการใช้จ่ายให้สภาองค์การบริหารส่วนตำบลทราบ อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง**

1.3.4 **ปฏิบัติหน้าที่อื่นๆ ตามที่ทางราชการมอบหมาย**

## 2. ฝ่ายประจำ ประกอบด้วย

2.1 **สำนักปลัดองค์การบริหารส่วนตำบล** ทำหน้าที่บริหารงานทั่วไป งานธุรการ งานการเจ้าหน้าที่ งานสวัสดิการ งานประชุม งานเกี่ยวกับตราข้อบังคับตำบล งานนิติกร งานพาณิชย์ งานรัฐพิธี งานประชาสัมพันธ์ งานจัดทำแผนพัฒนาตำบล งานจัดทำข้อบังคับงบประมาณประจำปี งานขออนุมัติดำเนินการตามข้อบังคับ งานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องหรือได้รับมอบหมาย

2.2 **ส่วนการคลัง** ทำหน้าที่เกี่ยวกับการเงิน การเบิกจ่าย การฝากเงิน การเก็บรักษาเงิน การตรวจเงิน การหักเงินภาษีเงินได้และการนำส่งภาษี การตัดโอนเงินเดือน การรายงานเงินคงเหลือ การจัดทำงบ จัดทำบัญชีทุกประเภท งานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือได้รับมอบหมาย

2.3 **ส่วนโยธา** ทำหน้าที่เกี่ยวกับงานสำรวจ ออกแบบ เขียนแบบงานประมาณค่าใช้จ่ายตามโครงการ งานควบคุมอาคาร งานการก่อสร้าง งานซ่อมบำรุง งานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องและได้รับมอบหมาย

2.4 **ส่วนสาธารณสุข (มี เฉพาะ อบต. ชั้นหนึ่ง)** ทำหน้าที่เกี่ยวกับงานสุขภาพตำบล งานควบคุมโดยติดต่อกับงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง หรือได้รับมอบหมาย

องค์การบริหารส่วนตำบลอำเภอเมืองนครราชสีมา (2551) ได้กล่าวว่ามีอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบล มีดังนี้

1. **องค์การบริหารส่วนตำบล** มีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาตำบลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม(มาตรา 66)

2. **องค์การบริหารส่วนตำบล** มีหน้าที่ต้องทำในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ดังต่อไปนี้ (มาตรา 67)

- 2.1 จัดให้มีและบำรุงรักษาทางน้ำและทางบก
  - 2.2 รักษาความสะอาดของถนน ทางน้ำ ทางเดิน และที่สาธารณะ รวมทั้งกำจัดมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล
  - 2.3 ป้องกันและระงับโรคติดต่อ
  - 2.4 ป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
  - 2.5 ส่งเสริมการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม
  - 2.6 ส่งเสริมการพัฒนาสตรี เด็ก เยาวชน ผู้สูงอายุ และผู้พิการ
  - 2.7 คุ้มครอง ดูแล และบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
  - 2.8 บำรุงรักษาศิลป จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
  - 2.9 ปฏิบัติหน้าที่อื่นตามที่ทางราชการมอบหมาย โดยจัดสรรงบประมาณหรือบุคลากรให้ตามความจำเป็น และสมควร
3. องค์การบริหารส่วนตำบล อาจทำในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ดังต่อไปนี้ (มาตรา 68)
- 3.1 ให้มีน้ำเพื่อการอุปโภค บริโภค และการเกษตร
  - 3.2 ให้มีและบำรุงการไฟฟ้าหรือแสงสว่างโดยวิธีอื่น
  - 3.3 ให้มีและบำรุงรักษาทางระบายน้ำ
  - 3.4 ให้มีและบำรุงสถานที่ประชุม การกีฬา การพักผ่อนหย่อนใจ และสวนสาธารณะ
  - 3.5 ให้มีและส่งเสริมกลุ่มเกษตรกรและกิจการสหกรณ์
  - 3.6 ส่งเสริมให้มีอุตสาหกรรมในครอบครัว
  - 3.7 บำรุงและส่งเสริมการประกอบอาชีพของราษฎร
  - 3.8 การคุ้มครองดูแลและรักษาทรัพย์สินอันเป็นสาธารณสมบัติของแผ่นดิน
  - 3.9 หาผลประโยชน์จากทรัพย์สินขององค์การบริหารส่วนตำบล
  - 3.10 ให้มีตลาด ท่าเทียบเรือ และท่าข้าม
  - 3.11 กิจการเกี่ยวกับการพาณิชย์
  - 3.12 การท่องเที่ยว
  - 3.13 การผังเมือง

4. หน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลตามพระราชบัญญัติ กำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 หมวดที่ 2 มาตรา 16 มีอำนาจหน้าที่ ในการจัดการ ระบบ บริการ สาธารณะเพื่อประโยชน์ ของประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง ดังนี้

- 4.1 การจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง
- 4.2 การจัดให้มีและบำรุงรักษาทางบก ทางน้ำ และทางระบายน้ำ
- 4.3 การจัดให้มีและควบคุมตลาด ทางเทียบเรือ ท่าข้าม และที่จอดรถ
- 4.4 การสาธารณูปโภคและการก่อสร้างอื่นๆ
- 4.5 การสาธารณูปการ
- 4.6 การส่งเสริม การฝึกและประกอบอาชีพ
- 4.7 การพาณิชย์ และการส่งเสริมการลงทุน
- 4.8 การส่งเสริมการท่องเที่ยว
- 4.9 การจัดการศึกษา
- 4.10 การสังคมสงเคราะห์ และการพัฒนาคุณภาพชีวิต เด็ก สตรี คนชรา และผู้ด้อยโอกาส
- 4.11 การบำรุงรักษาศิลปะ จารีตประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมอันดีของท้องถิ่น
- 4.12 การปรับปรุงแหล่งชุมชนแออัดและการจัดการเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย
- 4.13 การจัดให้มีและบำรุงรักษาสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ
- 4.14 การส่งเสริมกีฬา
- 4.15 การส่งเสริมประชาธิปไตย ความเสมอภาค และสิทธิเสรีภาพของประชาชน
- 4.16 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของราษฎรในการพัฒนาท้องถิ่น
- 4.17 การรักษาความสะอาดและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง
- 4.18 การกำจัดมูลฝอย สิ่งปฏิกูล และน้ำเสีย
- 4.19 การสาธารณสุข การอนามัยครอบครัว และการรักษาพยาบาล
- 4.20 การจัดให้มีและควบคุมสุสานและฌาปนสถาน
- 4.21 การควบคุมการเลี้ยงสัตว์
- 4.22 การจัดให้มีและควบคุมการฆ่าสัตว์
- 4.23 การรักษาความปลอดภัย ความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง

4.24 การจัดการ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากป่าไม้ ที่ดิน ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม

4.25 การฝังเมื่อ

4.26 การขนส่งและการวิศวกรรมจราจร

4.27 การดูแลที่สาธารณะ

4.28 การควบคุมอาคาร

4.29 การป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย

4.30 การรักษาความสงบเรียบร้อย การส่งเสริมและสนับสนุน การป้องกันและรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

4.31 กิจกรรมอื่นใดที่เป็นผลประโยชน์ของประชาชนในท้องถิ่น ตามที่คณะกรรมการประกาศกำหนด

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ความหมายของตลาดน้ำ

Timeless Thai Elegance (2550) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ตลาดน้ำ” หมายถึง ตลาดที่มีการค้าขายในน้ำ โดยอาศัยเรือ แพ เป็นพาหนะบรรทุกสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิต เช่น เสื้อผ้า อาหาร มาขายตามแม่น้ำลำคลองที่มีผู้คนอาศัยอยู่

Thai Junior Encyclopedia Project (กาญจนานิกเชก, 2550) ได้ให้ความหมายของคำว่า “ตลาดน้ำ” หมายถึง ตลาดน้ำ คือ ตลาดที่พ่อค้าแม่ค้าพายเรือบรรทุกสินค้ามาขายในย่านที่มีการเดินเรือ พลุกพล่าน เช่น บริเวณปากคลอง หรือบริเวณชุมชนที่อาศัยอยู่ริมน้ำ

ประวัติความเป็นมาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีแนวคิดมาจากตลาดน้ำซึ่งเป็นวิถีชาวบ้าน ที่มีมาเมื่อ 40 กว่าปีที่ผ่านมา ในสมัยก่อนการคมนาคมจะใช้การสัญจรทางน้ำเป็นเส้นทางสำคัญ เนื่องจากสภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีลำคลองอยู่ทั่วไป ซึ่งแต่ละคลองจะเชื่อมอยู่กับแม่น้ำเจ้าพระยาในอดีตชาวบ้านส่วนใหญ่มีอาชีพทำสวนผลไม้ ดินมีความอุดมสมบูรณ์มาก น้ำมีความบริสุทธิ์ดี ทำให้มีผลผลิตออกมาจำนวนมากมาย เช่น มะม่วง มะพร้าว มะนาว หอม กัลย เป็นต้น ชาวบ้านจึงได้รวมตัวนำสินค้าใส่เรือมาจำหน่ายที่ปากคลอง ทำให้เกิดเป็นตลาดน้ำขึ้นมา ต่อมาเมื่อการคมนาคมเปลี่ยนแปลงเป็นทางบก ที่มีความสะดวกกว่า จึงทำให้การสัญจรทางน้ำลดความสำคัญตามลำดับวิถีชีวิตชุมชนริมน้ำ และตลาดน้ำจึงเกิดการเปลี่ยนแปลง



ต่อมาเมื่อเกิดน้ำท่วม สาเหตุเกิดจากน้ำเหนือไหลป่า และน้ำทะเลหนุน ทำให้น้ำท่วมพื้นที่เพาะปลูกของชาวบ้านเสียหาย พื้นที่สวนถูกปล่อยให้รกร้าง และบางส่วนเปลี่ยนมือไปอยู่กับนายทุน หน่วยงานราชการจึงยื่นมือเข้ามาช่วยเหลือ โดยสร้างเขื่อนล้อมรอบชุมชนกระเพาะหมู เมื่อน้ำไม่ท่วม ชาวบ้านบางส่วนจึงกลับมาประกอบอาชีพเพาะปลูกตามเดิม พื้นที่รกร้างว่างเปล่าได้รับการฟื้นฟู

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เป็น 1 ใน 6 ตำบลในคิ่งกระเพาะหมู อยู่ในอำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เหตุที่เรียกว่า “คิ่งกระเพาะหมู” เพราะว่าเป็นพื้นที่สีเขียวในคิ่งที่มีรูปร่างคล้ายกับกระเพาะหมู หรือแอกั่ว เป็นพื้นที่เกษตรกรรมท่ามกลางความเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานคร โดยมีอาณาเขตครอบคลุมพื้นที่ 6 ตำบล คือ ตำบลทรงคนอง ตำบลบางยอ ตำบลบางกะเจ้า ตำบลบางกอ้ว ตำบลบางกระสอบ และตำบลบางน้ำผึ้ง มีเนื้อที่รวม 1,189 ไร่ มีพื้นที่มากกว่าร้อยละ 85 ถูกโอบล้อมด้วยแม่น้ำเจ้าพระยา และยังคงความสมบูรณ์ตามรูปแบบสวนเกษตรดั้งเดิม ที่มีอยู่เพียงผืนเดียว และเป็นผืนสุดท้ายที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุด คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติให้อนุรักษ์พื้นที่สีเขียวในบริเวณ 6 ตำบล ตั้งแต่เมื่อปีพุทธศักราช 2520 บริเวณนี้จึงเป็นแหล่งผลิตอากาศบริสุทธิ์ให้กับประชาชนในจังหวัดสมุทรปราการ และจังหวัดกรุงเทพมหานคร รวมทั้งช่วยกรองฝุ่นละออง และมลพิษทางอากาศที่เกิดจากโรงงานอุตสาหกรรมที่มีอยู่มากมาย

นอกจากประโยชน์ทางด้านสิ่งแวดล้อมแล้ว เพื่อคงสภาพของพื้นที่สีเขียวไว้อย่างยั่งยืน ชุมชน และหน่วยงานราชการท้องถิ่น โดยได้รับความร่วมมือจากองค์กรวิชาการอิสระหลายหน่วยงาน จึงมีโครงการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว “แบบผสมผสานเชิงอนุรักษ์” ระหว่างสวนเกษตร ซึ่งเป็นอาชีพหลักของคนในพื้นที่ แลกการศึกษาวิจิตชีวิตชุมชนไทย เพื่อให้คิ่งกระเพาะหมูแห่งนี้ เป็นสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ ให้ความรู้ ความเพลิดเพลิน และเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสความงามธรรมชาติ ที่ไม่ไกลจากเมืองหลวง

ตำบลบางน้ำผึ้งเกิดจากแนวคิดขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง และประชาชนในพื้นที่ที่มีความเห็นพ้องกันว่า ต้องการจัดตั้งตลาดน้ำขึ้น ทั้งนี้ในเบื้องต้นต้องการจัดทำศูนย์จำหน่ายผลิตผลทางการเกษตรเท่านั้น แต่เมื่อนำแนวคิดดังกล่าวเข้าที่ประชุมประชาคมตำบล กลับได้รับการตอบรับ และการขยายกรอบดำเนินงานให้กว้างขึ้น ในลักษณะศูนย์จำหน่ายสินค้าของชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง จึงได้นำแนวทางดังกล่าวมาดำเนินการ โดยการประสานกับกลุ่มองค์กร กลุ่มอาชีพ หน่วยงานราชการในพื้นที่ รวมทั้งขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรปราการ ร่วมกับงบประมาณองค์การบริหารส่วน

ตำบลบางน้ำผึ้งที่มีอยู่ ออกแบบสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าชุมชนตำบลบางน้ำผึ้ง โดยการสร้างซุ้มสำหรับขายของ ซุ้มจำหน่ายสินค้าโอท็อป และสะพานปูนริมคลอง ปรับปรุงสภาพภูมิทัศน์โดยรอบ จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมใช้ระยะเวลาดำเนินการกว่า 3 ปี จึงสามารถเปิดดำเนินการได้

ซึ่งปัจจุบันนี้ชาวบ้านตำบลบางน้ำผึ้ง และตำบลใกล้เคียง ได้นำพืช ผัก และผลไม้ ที่มีอยู่ในสวน อาหารคาวหวานพื้นเมือง และงานฝีมือมาจำหน่าย โดยเป็นนโยบายหลักของผู้ดำเนินการที่จะเน้นการท่องเที่ยวแบบผสมผสานเชิงอนุรักษ์ ซึ่งเป็นแนวความคิดในการดำเนินเอกลักษณ์ที่สำคัญของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ดังนั้นพื้นที่ในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จึงประกอบด้วยพื้นที่ 3 ส่วน ดังนี้

1. ซุ้มจำหน่ายสินค้าและชุมชน ซึ่งเป็นประชาชนในพื้นที่ตำบลบางน้ำผึ้ง และในเกาะกระเพาะหมู ซึ่งจะจำหน่ายผลิตผลของชาวบ้าน ทั้งผลไม้ตามฤดูกาล เช่น กล้วยน้ำจ้ว กล้วยหอม ชมพู่ มะพร้าว มะเหมี่ยว มะม่วงน้ำดอกไม้ (เป็นผลไม้ที่ขึ้นชื่อของตำบลบางน้ำผึ้ง เพราะมีรสชาติดี และมีกลิ่นหอม และผัก เช่น ผักตำลึง ผักบุ้ง ผักกระถิน พริกขี้หนูสวน มะแว้ง มะเขือพวง ตะไคร้ ไม้ดอก-ไม้ประดับ กล้วยไม้ขนานานชนิด และของรับประทาน ซึ่งเป็นฝีมือของชาวบ้าน มีให้เลือกมากมาย เช่น ขนมถ้วย ขนมจาก ลูกตาลเชื่อม มะฮ่อ ข้าวต้มมัด ข้าวตู น้ำตาลสด ฝรั่งแช่บ๊วย ทอดมัน ไข่ปลาหมึกย่าง ปลาแอม-ไส้กรอกโบราณ แกงบอน หอยทอด ผัดไท หมี่กะทิ หมี่กรอบ และเมี่ยงคำ

2. ซุ้มจำหน่ายสินค้าโอท็อป มีสินค้าโอท็อป สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากมาย เช่น ดอกไม้ไทยบัว ดอกไม้เกล็ดปลา รูปหอมสมุนไพร กระเจ๊กัดลาย ภาพประดิษฐ์จากกรมะพร้าว ปลาสดิบางบ่อ กุ้งเหยียด หอยดอง ขนมเกสรลำเจียก ทองม้วนสมุนไพร และน้ำพริก เป็นต้น

3. เรือจำหน่ายสินค้า ได้แก่ กว๋ยเตี่ยวต้มยำ กว๋ยเตี่ยวเย็นตาไฟ กว๋ยเตี่ยวเนื้อ กว๋ยเตี่ยวเปิด ส้มตำ ขนมจีนน้ำพริก และน้ำยา เป็นต้น

สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานขององค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล (2551) ได้กล่าวถึง องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง จัดตั้งขึ้นตามประกาศกระทรวงมหาดไทย โดยมีผลบังคับตั้งแต่วันที่ 23 กุมภาพันธ์ 2540 โดยภาพรวมแล้ว มีศักยภาพพอที่จะสรุปปัจจัยที่เกื้อหนุนต่อการพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบลในด้านต่าง ๆ ได้ ดังนี้

1. ลักษณะที่ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยา ล้อมรอบด้วยเมืองใหญ่ เขตอุตสาหกรรม และการพาณิชย์ที่สำคัญ มีเส้นทางการคมนาคมติดต่อกับภายนอกที่ค่อนข้างสะดวก

2. เป็นส่วนหนึ่งของพื้นที่บางกะเจ้า (กระเพาะหมู) ที่ถือเป็นพื้นที่สีเขียวผืนใหญ่ที่สุดที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการอนุรักษ์สภาพพื้นที่ไว้ (มติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2520 ให้อนุรักษ์พื้นที่สีเขียวบริเวณบางกะเจ้า)

3. เป็นชุมชนเก่าแก่ มีเอกลักษณ์ของชุมชน

สภาพทั่วไปของตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ลักษณะทั่วไปของตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเฉพาะเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เนื่องจากตำบลบางน้ำผึ้ง เป็นพื้นที่ทางการเกษตรจำนวนมาก และวิถีชีวิตประชาชนยังไม่เปลี่ยนแปลงไปมากนัก เนื่องจากหน่วยงานราชการและองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้งรักษาไว้

จริยาวัฒน์ โลหะพูนตระกูล (2551) ได้กล่าวว่า "สภาพทั่วไปของตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ" ประกอบด้วย ดังนี้

1. ลักษณะ ที่ตั้ง องค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ทางด้านทิศเหนือของอำเภอพระประแดง ห่างจากตัวอำเภอพระประแดง ประมาณ 5 กิโลเมตร

ทิศเหนือ ติดกับ องค์การบริหารส่วนตำบลบางกอบัว

ทิศใต้ ติดกับ องค์การบริหารส่วนตำบลบางกระสอบ

ทิศตะวันออก ติดกับ แม่น้ำเจ้าพระยา (ฝั่งตรงข้ามเขตบางนากรุงเทพมหานคร)

ทิศตะวันตก ติดกับ องค์การบริหารส่วนตำบลบางยอ

2. เนื้อที่ (แสดงเนื้อที่โดยประมาณเป็นตารางกิโลเมตรและไร่) 3.31 ตารางกิโลเมตร (1,936 ไร่)

3. ภูมิประเทศ (แสดงภูมิประเทศขององค์การบริหารส่วนตำบล ของตำบลบางน้ำผึ้ง เป็นที่ราบลุ่มริมแม่น้ำเจ้าพระยา มีลำคลองไหลผ่าน 6 สาย ทำให้ดินมีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตร

4. จำนวนหมู่บ้าน 11 หมู่ (แสดงจำนวนหมู่บ้านในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล )

4.1 จำนวนหมู่บ้านในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล เต็มทั้งหมู่บ้าน 11 หมู่ ได้แก่ หมู่ที่ 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10 และ 11

4.2 จำนวนหมู่บ้านในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล เต็มบางส่วน หมู่ ได้แก่ หมู่ที่ -

5. ท้องถิ่นอื่นในตำบล (แสดงจำนวนเทศบาลในตำบล)

5.1 จำนวนเทศบาล - แห่ง

## 6. ประชากร

6.1 ประชากรทั้งสิ้น 4,848 คน แยกเป็นชาย 2,305 คน หญิง 2,543 คน

6.2 มีความหนาแน่นเฉลี่ย 1,400 คน / ตารางกิโลเมตร จำนวนครัวเรือนทั้งสิ้น 1,166 ครัวเรือน

ศักยภาพของชุมชนและพื้นที่ของตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ตำบลบางน้ำผึ้ง ตั้งอยู่ในพื้นที่บางกะเจ้า (กระเพาะหมู) ที่จัดได้ว่าเป็นพื้นที่สีเขียวขนาดใหญ่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ที่อยู่ใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุด จึงได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อคงสภาพความเป็นพื้นที่สีเขียวตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 14 กันยายน 2520 ให้อนุรักษ์พื้นที่สีเขียวบริเวณบางกะเจ้า โดยปัจจุบันพื้นที่บางส่วนยังคงสภาพเป็นสวนผลไม้ดั้งเดิมที่รถยนต์ไม่สามารถเข้าถึงได้ มีเพียงสะพานทางเดินเท้า คสล.ใช้ในการสัญจร จึงได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จักรยานเข้ามาเที่ยวชมพื้นที่ แต่ด้วยความที่ถูกล้อมรอบด้วยเมืองใหญ่ ประกอบกับการก่อสร้างโครงการถนนวงแหวนอุตสาหกรรมด้านใต้ ซึ่งจะทำให้การเดินทางเข้าสู่พื้นที่มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งราคาที่ดินยังมีราคาไม่สูงมากนัก จึงทำให้เกิดปัญหาการหลั่งไหลเข้ามาอยู่อาศัยของผู้คนจากนอกพื้นที่ มีการกว้านซื้อที่ดินของภาคเอกชนเพื่อรองรับการพัฒนาที่จะเกิดขึ้นในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่ที่เป็นคนดั้งเดิม ยังต้องการรักษาและคงสภาพเดิมของพื้นที่ไว้ให้มากที่สุด การพัฒนาพื้นที่ส่วนใหญ่จึงยังคงให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สภาพเดิมและให้มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมให้น้อยที่สุด ดังนั้นโอกาสในการที่จะพัฒนาไปสู่พื้นที่อุตสาหกรรมจึงไม่มีโอกาสที่จะเป็นไปได้

ด้วยสภาพสิ่งแวดล้อมและองค์ประกอบของพื้นที่ดังกล่าวข้างต้น จึงทำให้ตำบลบางน้ำผึ้งได้รับการคาดหวังว่าจะเป็นพื้นที่ที่มีความเหมาะสมและมีโอกาสที่จะได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในอนาคต ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครและพื้นที่ใกล้เคียง

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### งานวิจัยภายในประเทศ

ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์ และคณะ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อนุรักษ์ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช” ผลการวิจัยพบว่า ผลการประเมินทรัพยากรการท่องเที่ยวในอุทยานเขาหลวงเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ ด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ด้านกิจกรรม ด้านเทศกาล

และงานประเพณี ด้านการบริการทางการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง คือ เป็นต้นกำเนิดแหล่งน้ำที่สำคัญของจังหวัดนครศรีธรรมราช จุดอ่อน คือ ขาดการศึกษาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว โอกาส คือ เป็นศูนย์พัฒนาความหลากหลายทางชีวภาพของอุทยานแห่งชาติเขาหลวง จังหวัดนครศรีธรรมราช และอุปสรรค คือ ขาดการสนับสนุนงบประมาณเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว ส่วนผลการวิเคราะห์วิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พบว่า วิสัยทัศน์สำคัญที่ต้องมีการพัฒนาการบริหารจัดการ โดยภาครัฐ เอกชน และประชาชนในพื้นที่มีส่วนร่วม รวมทั้งต้องมีการพัฒนาวิสัยทัศน์ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมทางการท่องเที่ยว

เบญจา จันทร์ (2545) ได้ทำการวิจัยเรื่อง "แนวทางการพัฒนาตลาดคอนวอย อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน" ผลการวิจัยพบว่า ตลาดคอนวอยมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน เนื่องจากมีความพร้อมในด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและความสามารถในการเข้าถึง แต่มีข้อจำกัดในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นสูงบางอย่าง ได้แก่ การให้บริการโทรศัพท์สาธารณะ ป้ายเตือนข้อควรระวังแก่นักท่องเที่ยว เครื่องฝากถอนเงินอัตโนมัติ การบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว และหน่วยปฐมพยาบาล ในด้านการบริหารจัดการท่องเที่ยวโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ คณะกรรมการบริหารเป็นคนท้องถิ่น ประกอบด้วยผู้นำชุมชนและผู้ประกอบการ ลักษณะการบริหารงานเป็นแบบไม่มีกำหนดโครงสร้าง หน้าที่ และวาระการดำรงตำแหน่งอย่างชัดเจน ในด้านของประชาชนท้องถิ่นสามารถเสนอความคิดเห็นต่อคณะกรรมการได้ ส่วนในด้านแนวทางการพัฒนาตลาดคอนวอยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน คือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นสูง ควรเพิ่มสิ่งที่ไม่เพียงพอในการให้บริการนักท่องเที่ยว ด้านบุคลากร ควรจัดอบรมให้ผู้นำชุมชนมีความรู้ ทั้งทางด้านการบริหารจัดการ และควรจัดให้ประชาชนท้องถิ่นให้มีความรู้ทางด้านบริการ และการต้อนรับนักท่องเที่ยว และด้านความพร้อมของชุมชน ควรให้ชุมชนดูแลสิ่งแวดล้อมให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีการดำเนินการทางด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ โดยผ่านสื่อมวลชน

ปิยะวดี หิริกมล (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย ในส่วนของการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของประชากรกับมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัย พบว่า อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 และความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลพื้นฐานของประชากรกับมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัย พบว่า อายุ กับสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับมูลเหตุจูงใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างมูลเหตุจูงใจในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวที่จังหวัดสุโขทัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า มูลเหตุจูงใจด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ทัศนวรรณ วิบุรุษมานนท์ (2545) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสนของผู้เยี่ยมเยือน ทำการทดสอบสมมติฐานพบว่า อาชีพ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว อายุและสถานภาพสมรสมีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว อายุ สถานภาพ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทาง อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เพศ มีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืน เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยว

นาคม วีรสุวรรณจักร (2541) ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา อำเภอสนมั่ง จังหวัดราชบุรี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง สำหรับผลการวิเคราะห์การผันแปรทางเดียว พบว่า อายุ ระยะเวลาที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้คุณค่าต่อทรัพยากรธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 โดยพบว่า ปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมีดังนี้ คือ ประชาชนไม่เห็นความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ขาดงบประมาณและบุคลากรในการจัดการดูแลสภาพแวดล้อมบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนขาดการให้ความร่วมมือและประสานงานกันระหว่างประชาชน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องอีกประการหนึ่ง คือ ประชาชนไม่มีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการวางแผน การจัดการดูแลรักษาสถานที่ท่องเที่ยวรวมถึงไม่มีหน่วยงานที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้ คือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศโดยใช้สื่อที่เข้าใจและพบเห็นได้ง่ายโดยเฉพาะโทรทัศน์ ทำการพัฒนาศักยภาพและความสามารถในการประสานงานกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดูแลและพัฒนาสถานที่

ท่องเที่ยว ตลอดจนทำให้ประชาชนมีโอกาสแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการเข้าไปมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศมากยิ่งขึ้น

พุมิพงศ์ เปานิล (2546) ได้ศึกษาเกี่ยวกับ การศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิของผู้เยี่ยมเยือน และได้ทดสอบสมมติฐาน ซึ่งผลการทดสอบมีดังนี้ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และอาชีพ มีความสัมพันธ์กับการเคยเดินทางมาจังหวัดชัยภูมิ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา และรายได้ มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับจำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว และอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยว

สถาพร ทองแดง (2547) ได้ทำการศึกษาศักยภาพชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ดอยภูดั่งกา ตำบลผาช้างน้อย อำเภอปง จังหวัดพะเยา ผลการศึกษาพบว่า ชุมชน มีศักยภาพด้านความพร้อมของพื้นที่ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ค่อนข้างมาก เนื่องจากมีความพร้อมของทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก ความพร้อมของคนในชุมชนค่อนข้างมาก เนื่องจากคนส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจหลักการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยอมรับนโยบายรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและมีการรับรู้ข่าวสารข้อมูลจากการประชุม อบรมและศึกษาดูงาน การจัดองค์กรและบริหารจัดการมีศักยภาพค่อนข้างน้อย เนื่องจากโครงสร้างองค์กรมีประสิทธิภาพน้อย มีการควบคุมกฎระเบียบและข้อปฏิบัติค่อนข้างน้อย การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก การจัดการให้การศึกษาและสร้างจิตสำนึกมีน้อย การจัดการโครงสร้างพื้นฐานและการบริการค่อนข้างมาก การจัดการด้านการตลาดมีน้อยและการจัดการด้านการลงทุนค่อนข้างน้อย ศักยภาพด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนมีน้อย เนื่องจากการมีส่วนร่วมในการประชุมและช่วยเหลือแรงงานค่อนข้างมาก ร่วมเสนอความคิดเห็นในที่ประชุม และการรักษาปฏิบัติปานกลาง การร่วมลงทุนในกิจกรรมร่วมวางแผน ร่วมกำหนดระเบียบและร่วมประเมินผลกิจกรรมมีน้อย ศักยภาพด้านการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน พบว่ามีปานกลาง เนื่องจากการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด การพัฒนาศักยภาพชุมชนด้านอาชีพ การบริหารจัดการ และการสนับสนุนเงินทุนมีปานกลาง การสนับสนุนด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาดมีน้อย และพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่าโครงสร้างองค์กร

ในการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพน้อย คนในชุมชนขาดความรู้ความชำนาญในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว คนในชุมชนมีส่วนร่วมน้อยและการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนขาดการประสานงานและการวางแผนแบบมีส่วนร่วม นอกจากนี้ยังได้เสนอแนะในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยภูสิงกา ดังนี้ ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างองค์กร โดยไม่ยึดติดกับระบบผู้ทำเปิดโอกาสให้ผู้มีความรู้ความสามารถและ มีความพร้อมที่จะทำงานมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ควรมีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนด้านการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ควรส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายการท่องเที่ยวระหว่างชุมชนในจังหวัดใกล้เคียง

สุรศักดิ์ ขุนณรงค์ (2539, หน้า 131-133) ได้วิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ศึกษากรณี แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี ได้แก่ ถ้ำเขาบิน ถ้ำจอมพล ถ้ำเขาช่องพราน และถ้ำเขาสูง จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยว ประกอบกับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS โดยใช้สถิติอัตราส่วนร้อยละ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความผันแปรทางเดียว และการวิเคราะห์การผันแปรและการจำแนกหมู่ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวเห็นดีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานภายนอกถ้ำ ภายในถ้ำ การบริการข้อมูล และการจัดการดูแลนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง สำหรับการวิเคราะห์การผันแปร พบว่า การให้คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมแตกต่างกัน มีความคิดเห็นกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 อาชีพแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และอายุ รายได้ ต่อเดือน ลักษณะการเดินทาง ขนาดของกลุ่มเดินทาง การรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อดิภา ตรียศตานนท์ (2550) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “แนวทางเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาตลาดน้ำวัดไทร แขวงบางขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน” ผลการวิจัยพบว่า ด้านแนวทางเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาตลาดน้ำวัดไทร จะต้องเกิดจากความร่วมมือระหว่าง ประชาชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้นำท้องถิ่น และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียใน ผลประโยชน์ ในขั้นตอนการค้นหาปัญหา การตัดสินใจ การดำเนินการ การประเมินผล และการรับผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น โดยมุ่งพัฒนาและ



ฟื้นฟูสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วิถีชีวิต การสร้างจิตสำนึกในการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกัน ในชุมชน มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ และการออกกฎข้อบังคับของท้องถิ่น ซึ่ง โครงการและกิจกรรมต้องมาจากความต้องการของชุมชน ด้านแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ต้อง มุ่งเน้นการอนุรักษ์และรักษาทรัพยากรให้คงไว้ยาวนานที่สุด ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดร่วมมือกันเป็นภาคีเครือข่ายและรัฐให้การ สนับสนุน เน้นการพัฒนาที่ต่อเนื่อง และมีการวิจัยติดตามประเมินผล และด้านปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาดน้ำ วัดไทร พบว่ายังมีความคิดเห็นไม่ตรงกันในเรื่องการเปิดประตูน้ำ ประชาชนในท้องถิ่นให้ความร่วมมือในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมน้อย มีการย้ายเข้ามาของคนต่างถิ่นมากขึ้นทำให้ความผูกพันของคนในชุมชนน้อยลง จึงเป็นเหตุให้ขาด ความจริงใจในการแก้ปัญหาต่าง ๆ มีน้ำเน่าเสียในคลอง ประชาชนขาดจิตสำนึกในการรักษาความสะอาด คลองมี สภาพคับแคบไม่สามารถขยายได้ รวมถึงขาดการสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากผู้เกี่ยวข้อง



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งเน้นศึกษา “แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง” ซึ่งทำการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

#### รูปแบบการดำเนินการวิจัย

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ** หมายถึง การใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยสอบถามจากประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เพื่อค้นหาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับความคิดเห็นขององค์กรบริหารส่วนตำบล ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว รวมทั้งให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้เสนอปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะต่าง ๆ
2. **ข้อมูลทุติยภูมิ** หมายถึง การนำข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ โดยการค้นคว้ารวบรวมข้อมูลได้จากในห้องสมุด หนังสือโครงสร้างการศึกษา

#### ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นองค์กรบริหารส่วนตำบล ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง ดังนี้

#### องค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น

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

$$n = \frac{225}{1 + 225(0.05)^2}$$

$$n = 144$$

### นักท่องเที่ยวน

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

$$n = \frac{10,000}{1 + 10,000(0.05)^2}$$

$$n = 384.61538$$

$$n = 385$$

1. องค์การบริหารส่วนตำบล คือ องค์การบริหารส่วนตำบลของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
2. ชุมชนท้องถิ่น คือ บุคคลที่มีภูมิลำเนา และชายของอยู่ในตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
3. นักท่องเที่ยว คือ บุคคลที่เดินทางเข้าไปยังตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เลือกโดยการใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamané ขององค์การบริหารส่วนตำบล 28 คน และชุมชนท้องถิ่น 122 คน และนักท่องเที่ยว 450 คน ซึ่งหมายถึง ดังนี้

1. องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น ผู้วิจัยได้เลือกใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamané และเลือกใช้บุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน และเป็นผู้ที่มีส่วนช่วยเหลือและผลักดันในการวางแผนกลยุทธ์แบบบูรณาการในองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น จำนวน 150 คน
2. นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้เลือกใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของ Yamané ซึ่งเป็นบุคคลชาวไทย ที่เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวยังตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และเลือกใช้บุคคลที่สามารถให้ข้อมูลได้ครบถ้วน จำนวน 385 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถาม หรือเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อเป็นเครื่องมือในการศึกษา ซึ่งสอบถามในแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยผู้วิจัยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับองค์การบริหารส่วนตำบลและชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว

แบบสอบถามชุดที่ 1 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นโดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้านประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ อายุ วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด อาชีพ ภูมิลำเนา

ตอนที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลในการเดินทาง การรับทราบข้อมูลจากสื่อ บุคคลเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อมูลแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ลักษณะคำถามในแต่ละด้านเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามชุดที่ 2 ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้านประชากรศาสตร์ เพศ สถานภาพ อายุ วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด อาชีพ ภูมิภาค

ตอนที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลในการเดินทาง การรับทราบข้อมูลจากสื่อ บุคคลเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว

ตอนที่ 3 ข้อมูลแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ลักษณะคำถามในแต่ละด้านเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีให้เลือก 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

### การสร้างเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามแบบปลายปิด ประเภทเลือกตอบ (check list) ซึ่งเป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหนังสือ ตำรา เอกสาร ทฤษฎี กรอบแนวคิด งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดสมุทรปราการ : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

2. ศึกษาหลักเกณฑ์การสร้างเครื่องมือ มีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) (บุญชม, 2543: 63-71) เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

5	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับมาก
3	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับปานกลาง
2	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับน้อย
1	หมายถึง	ความคิดเห็นระดับน้อยที่สุด

3. สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมขอบข่ายกำหนดแนวคิดของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

- 3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
- 3.2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยว
- 3.2 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
4. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อกรรมการที่ปรึกษาการวิจัย กรรมการ เพื่อพิจารณาตรวจสอบและแก้ไขเนื้อหาให้ถูกต้องและเหมาะสม ตลอดจนสำนวนภาษาที่ใช้
5. นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการแก้ไขและปรับปรุงเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความถูกต้องและความเที่ยงตรงของเนื้อหา จำนวน 3 ท่าน
6. นำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขเรียบร้อยแล้วไปทดลอง (try out) กับทดลองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม จำนวน 30 คน
7. นำแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมดมาหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม ตามวิธีของ Cronbach (บุญชม, 2543: 96) ซึ่งได้รับแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์กลับคืนมาจำนวน 30 ชุด
8. นำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปจัดพิมพ์ เพื่อนำไปใช้เก็บข้อมูลต่อไป

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยในครั้งนี้ ข้อมูลปฐมภูมิ โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยตนเอง ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ คือ วันที่ 30 ธันวาคม 2550-10 กุมภาพันธ์ 2551 ซึ่งแบบสอบถามในการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รวบรวมจากข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ หนังสือ ตำรา เอกสาร ทฤษฎี กรอบแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ผู้วิจัยติดต่อประสานงาน เพื่อขอเก็บข้อมูลในการวิจัย โดยผู้วิจัยขอความอนุเคราะห์มหาวิทยาลัยนเรศวรส่งหนังสือ เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
2. ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาวิทยาลัยนเรศวร ไปยังองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ
3. ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามจากองค์การบริหารส่วนตำบล ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ด้วยตนเอง ในวันที่ 30 ธันวาคม 2550-10 กุมภาพันธ์ 2551
4. ผู้วิจัยรวบรวม และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลได้เรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา และความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปวิเคราะห์ โดยใช้การประมวลผลข้อมูลสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ ซึ่งข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ชุด ๆ ละ 3 ตอน

**แบบสอบถามชุดที่ 1** ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นขององค์กรบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น โดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลในการเดินทาง การรับทราบข้อมูลจากสื่อ บุคคลเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ข้อมูลแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม ลักษณะคำถามในแต่ละด้านเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ Correlation

**แบบสอบถามชุดที่ 2** ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว โดยอาศัย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอนใหญ่ ๆ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน เหตุผลในการเดินทาง การรับทราบข้อมูลจากสื่อ บุคคลเดินทางท่องเที่ยว และระยะเวลาในการท่องเที่ยว โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 ข้อมูลแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการ

มีส่วนร่วม ลักษณะคำถามในแต่ละด้านเป็นคำถามแบบมาตราส่วนการประเมินค่า (Rating Scale) ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และ Correlation

### สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าร้อยละ (Percentage) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics)

2. การหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	4.51-5.00	หมายถึง	ดีมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	3.51-4.50	หมายถึง	ดี
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	2.51-3.50	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.51-2.50	หมายถึง	พอใช้
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.00-1.50	หมายถึง	ควรแก้ไข

3. การหาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Divaision : S.D.) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถามตอนที่ 2 ข้อมูลแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

4. สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีความสัมพันธ์กัน 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม โดยใช้สถิติในสถิติดังนี้

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง มีความสัมพันธ์กัน 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม โดยใช้สถิติในสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ของนักท่องเที่ยว คือ ค่าสถิติสหสัมพันธ์ (Pearson Correlation)

- 4.1 สมมติฐานที่ 1 ใช้สถิติ t-test และ one-way ANOVA
- 4.2 สมมติฐานที่ 2 ใช้สถิติ t-test และ one-way ANOVA
- 4.3 สมมติฐานที่ 3 ใช้สถิติ Pearson Correlation
- 4.4 สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ ใช้สถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05



## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ส่วนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว

การศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับเพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น จำนวน 150 คน และจากนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบลและชุมชนท้องถิ่น

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	36	24.0
หญิง	114	76.0
รวม	150	100.0

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	56	37.3
สมรสแล้ว	76	50.7
หม้าย/ หย่าร้าง	18	12.0
รวม	150	100.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	14	9.3
16-30 ปี	52	34.7
31-45 ปี	57	38.0
45 ปีขึ้นไป	27	18.0
รวม	150	100.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	58	38.7
ปริญญาตรีขึ้นไป	92	61.3
รวม	150	100.0
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/ นักศึกษา	26	17.3
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	18	12.0
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท	47	31.3
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	33	22.0
เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป	26	17.3
รวม	150	100.0
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	51	34.0
15,001 - 30,000 บาท	76	50.7
30,001 บาทขึ้นไป	23	15.3
รวม	150	100.0
<b>รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	88	58.7
10,001 - 20,000 บาท	45	30.0
20,001 บาทขึ้นไป	17	11.3
รวม	150	100.0

จากตาราง 1 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีรายละเอียดดังนี้

**เพศ** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นเป็นเพศหญิง จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 76.0 และเป็นเพศชาย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0

**สถานภาพสมรส** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นสมรสแล้ว จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาได้แก่ เป็นโสด จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 37.3 และเป็นหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

**อายุ** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นมีอายุ 31-45 ปี มากที่สุด จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 16-30 ปี จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 34.7 อายุระหว่าง 45 ปีขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 ส่วนอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3

**ระดับการศึกษา** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 และต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7

**อาชีพ** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นมีอาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 31.3 รองลงมาได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 อาชีพนักเรียน/นักศึกษา และอาชีพเกษตรกร/รับจ้างทั่วไป มีจำนวนเท่ากัน คือ จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 ส่วนกลุ่มที่มีน้อยที่สุด คือ อาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 รองลงมาได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3

**รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 รองลงมาได้แก่ มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 ส่วนกลุ่มที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3

ตาราง 2 จำนวนและร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เพศ</b>		
ชาย	132	34.3
หญิง	253	65.7
รวม	385	100.0
<b>สถานภาพสมรส</b>		
โสด	236	61.3
สมรสแล้ว	127	33.0
หม้าย/ หย่าร้าง	22	5.7
รวม	385	100.0
<b>อายุ</b>		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี	35	9.1
16-30 ปี	157	40.8
31-45 ปี	151	39.2
45 ปีขึ้นไป	42	10.9
รวม	385	100.0
<b>ระดับการศึกษา</b>		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	84	21.8
ปริญญาตรี	285	74.0
สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป	16	4.2
รวม	385	100.0
<b>อาชีพ</b>		
นักเรียน/ นักศึกษา	44	11.4
ข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ	58	15.1
พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท	184	47.8
ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย	62	16.1
เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป	37	9.6
รวม	385	100.0

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ภูมิลำเนา</b>		
กรุงเทพมหานคร	122	31.7
สมุทรปราการ	162	42.1
ปริมณฑล	83	21.6
ต่างจังหวัด	18	4.7
รวม	385	100.0
<b>รายได้เฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 15,000 บาท	152	39.5
15,001 - 30,000 บาท	141	36.6
30,001 บาทขึ้นไป	92	23.9
รวม	385	100.0
<b>รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน</b>		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	232	60.3
10,001 - 20,000 บาท	115	29.9
20,001 บาทขึ้นไป	38	9.9
รวม	385	100.0

จากตาราง 2 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน มีรายละเอียดดังนี้

**เพศ** พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 และเป็นเพศชาย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3

**สถานภาพสมรส** พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นโสด จำนวน 236 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 รองลงมาได้แก่ สมรสแล้ว จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 และเป็นหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7

**อายุ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีอายุ 16-30 ปี มากที่สุด จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 31-45 ปี จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 39.2 อายุระหว่าง 45 ปีขึ้นไป จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.9 ส่วนอายุต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.1

**ระดับการศึกษา** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 74.0 รองลงมาได้แก่ ต่ำกว่าระดับปริญญาตรี จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 ส่วนระดับสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

**อาชีพ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีอาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 47.8 รองลงมาได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย และอาชีพข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวนใกล้เคียงกัน จำนวน 62 และ 58 คน คิดเป็นร้อยละ 16.1 และ 15.1 ตามลำดับ ส่วนอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา และอาชีพเกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป มีจำนวนใกล้เคียงกัน จำนวน 44 และ 37 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 และ 9.6 ตามลำดับ

**ภูมิลำเนา** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาอยู่ในสมุทรปราการ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 42.1 รองลงมาได้แก่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.7 และปริมณฑล จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 ส่วนต่างจังหวัดมีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.7

**รายได้เฉลี่ยต่อเดือน** พบว่า นักท่องเที่ยวมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท มากที่สุด จำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 36.6 รองลงมาได้แก่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ส่วนกลุ่มที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9

**รายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน** พบว่า นักท่องเที่ยวมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท มากที่สุด จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมาได้แก่ มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 29.9 ส่วนกลุ่มที่มีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 บาทขึ้นไป มีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.9

## ส่วนที่ 2 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล ชุมชนท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมในการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยเหตุผลในการท่องเที่ยว สื่อ บุคคลที่ร่วมเดินทาง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และระยะเวลาในการเดินทาง โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น จำนวน 150 คน และจากนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง 3 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เหตุผลในการท่องเที่ยว</b>		
พักผ่อนหย่อนใจ	108	72.0
ศึกษารวมชาติ / วิถีชีวิต	17	11.3
เยี่ยมญาติ / มิตร	11	7.3
ค้าขาย	13	8.7
ทางผ่าน	1	0.7
รวม	150	100.0
<b>สื่อ</b>		
โทรทัศน์ / วิทยุ	93	62.0
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	26	17.3
อินเทอร์เน็ต	17	11.3
ญาติ / มิตร	14	9.3
รวม	150	100.0
<b>บุคคลที่ร่วมเดินทาง</b>		
เดินทางคนเดียว	13	8.7
เดินทางกับครอบครัว	80	53.3
เดินทางเป็นหมู่คณะ	57	38.0
รวม	150	100.0
<b>ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง</b>		
รถส่วนตัว	92	61.3
รถโดยสารสาธารณะ	58	38.7
รวม	150	100.0

### ตาราง 3 (ต่อ)

พฤติกรรมในการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ระยะเวลาในการเดินทาง</b>		
1-3 ชั่วโมง	54	36.0
4-6 ชั่วโมง	75	50.0
มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป	21	14.0
รวม	150	100.0

จากตาราง 3 แสดงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ เหตุผลในการท่องเที่ยว สื่อ บุคคลที่ร่วมเดินทาง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และระยะเวลาในการเดินทาง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

**เหตุผลในการท่องเที่ยว** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นส่วนมากไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 72.0 รองลงมาได้แก่ ศึกษารวมชาติ/ วิถีชีวิต คำชาย และเยี่ยมญาติ/ มิตร มีจำนวนใกล้เคียงกัน จำนวน 17 13 และ 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 8.7 และ 7.3 ตามลำดับ ส่วนเดินทางผ่านมามีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7

**สื่อ** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นส่วนมากได้รับข่าวสารในการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ / วิทยู จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 อินเทอร์เน็ต และญาติ/ มิตร จำนวน 17 และ 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.3 และ 9.3

**บุคคลที่ร่วมเดินทาง** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมาได้แก่ เดินทางเป็นหมู่คณะ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 และเดินทางคนเดียว จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 8.7

**ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นส่วนมากเดินทางด้วยรถส่วนตัว จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 61.3 และเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 38.7



**ระยะเวลาในการเดินทาง** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นใช้เวลาในการเดินทาง 4-6 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาได้แก่ 1-3 ชั่วโมง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 36.0 และมากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0

ตาราง 4 พฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>เหตุผลในการท่องเที่ยว</b>		
พักผ่อนหย่อนใจ	266	69.1
ศึกษารวมชาติ / วิถีชีวิต	52	13.5
เยี่ยมญาติ / มิตร	22	5.7
ค้าขาย	32	8.3
ทางผ่าน	13	3.4
รวม	385	100.0
<b>สื่อ</b>		
โทรทัศน์ / วิทยุ	240	62.3
หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร	83	21.6
อินเทอร์เน็ต	34	8.8
ญาติ / มิตร	28	7.3
รวม	385	100.0
<b>บุคคลที่ร่วมเดินทาง</b>		
เดินทางคนเดียว	67	17.4
เดินทางกับครอบครัว	107	27.8
เดินทางเป็นหมู่คณะ	211	54.8
รวม	385	100.0
<b>ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง</b>		
รถส่วนตัว	203	52.7
รถโดยสารสาธารณะ	182	47.3
รวม	385	100.0

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยว	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<b>ระยะเวลาในการเดินทาง</b>		
1-3 ชั่วโมง	194	50.4
4-6 ชั่วโมง	164	42.6
มากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป	27	7.0
รวม	385	100.0

จากตาราง 4 แสดงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เหตุผลในการท่องเที่ยว สื่อ บุคคลที่ร่วมเดินทาง ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง และระยะเวลาในการเดินทาง ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

**เหตุผลในการท่องเที่ยว** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 69.1 รองลงมาได้แก่ ศึกษารรรมชาติ/ วิถีชีวิต จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.5 ค่าขาย และเยี่ยมญาติ/ มิตร มีจำนวนใกล้เคียงกัน จำนวน 32 และ 22 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 และ 5.7 ตามลำดับ ส่วนเดินทางผ่านมามีจำนวนน้อยที่สุด จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.4

**สื่อ** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากได้รับข่าวสารในการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ / วิทยุ จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 62.3 รองลงมาได้แก่ หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 21.6 อินเทอร์เน็ต และญาติ/ มิตร จำนวน 34 และ 28 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ 7.3

**บุคคลที่ร่วมเดินทาง** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ จำนวน 211 คน คิดเป็นร้อยละ 54.8 รองลงมาได้แก่ เดินทางกับครอบครัว จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 27.8 และเดินทางคนเดียว จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 17.4

**ยานพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง** พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางด้วยรถส่วนตัว จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 52.7 และเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3

**ระยะเวลาในการเดินทาง** พบว่า นักท่องเที่ยวใช้เวลาในการเดินทาง 1-3 ชั่วโมง มากที่สุด จำนวน 194 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 รองลงมาได้แก่ 4-6 ชั่วโมง จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 และมากกว่า 6 ชั่วโมงขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0

### ส่วนที่ 3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น จำนวน 150 คน และจากนักท่องเที่ยว จำนวน 385 คน ซึ่งผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียด ดังนี้

#### ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งขององค์การบริหารส่วนตำบล และ ชุมชนท้องถิ่น

ระดับเกณฑ์ความคิดเห็น โดยใช้สูตรในการคำนวณอัตราภาคขั้น แบ่งได้เป็น 5 ระดับ ดังนี้

ระดับค่าเฉลี่ย	4.21 – 5.00	มากที่สุด
ระดับค่าเฉลี่ย	3.41 – 4.20	มาก
ระดับค่าเฉลี่ย	2.61 – 3.40	ปานกลาง
ระดับค่าเฉลี่ย	1.81 – 2.60	น้อย
ระดับค่าเฉลี่ย	1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	n = 150		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านพื้นที่ โดยรวม	3.70	0.90	มาก
1. การจัดวางผังของแหล่งท่องเที่ยว	3.72	1.12	มาก
2. การจัดแหล่งท่องเที่ยวได้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง	3.93	1.17	มาก
3. มีการนำความเด่นของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย	3.83	1.16	มาก
4. มีการจัดทางเดินเท้าสำหรับชมวิถีทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว	3.57	1.02	มาก
5. มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.69	1.16	มาก
6. มีการจัดทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.53	1.15	มาก
7. มีการจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว	3.68	1.12	มาก
8. มีความกลมกลืนและความงดงามของธรรมชาติกับสถาปัตยกรรม	3.67	1.13	มาก
9. มีความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม	3.76	1.08	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	n = 150		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านการจัดการ โดยรวม</b>	3.47	0.79	มาก
10. มีระบบการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในแผนปฏิบัติการ	3.60	1.11	มาก
11. มีการจัดบุคลากรรองรับสำหรับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.49	1.05	มาก
12. มีการจัดระบบคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นเลิศ	3.32	1.05	ปานกลาง
13. มีการจัดระบบความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.57	1.07	มาก
14. มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	3.60	1.02	มาก
15. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	3.18	1.06	ปานกลาง
16. มีการจัดระบบการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.83	1.11	มาก
17. มีการจัดระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ	3.74	1.14	มาก
18. มีการจัดทำป้ายบอกทางและสัญลักษณ์สื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.17	0.97	ปานกลาง
19. มีการกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรการของแหล่งท่องเที่ยว	3.05	1.14	ปานกลาง
20. มีการควบคุมอาคาร สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้าง	3.57	1.24	มาก
<b>ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</b>	<b>n = 150</b>		<b>ระดับ</b>
	$\bar{X}$	S.D.	<b>ความคิดเห็น</b>
<b>ด้านกิจกรรมและกระบวนการ โดยรวม</b>	3.47	0.83	มาก
21. มีกระบวนการรักษาความสมบูรณ์ของพันธุ์พืชและสัตว์ป่า	3.57	1.13	มาก
22. มีกระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.05	1.13	ปานกลาง
23. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว	3.06	0.90	ปานกลาง
24. มีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง	3.66	1.10	มาก
25. มีกระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนท้องถิ่น	3.92	1.16	มาก
26. มีการติดตามผลการปฏิบัติงานจากนักท่องเที่ยว	3.56	1.14	มาก
<b>ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</b>	<b>n = 150</b>		<b>ระดับ</b>
	$\bar{X}$	S.D.	<b>ความคิดเห็น</b>
<b>ด้านการมีส่วนร่วม โดยรวม</b>	3.96	1.00	มาก
27. มีส่วนร่วมรักษาทรัพยากรและแหล่งนิเวศวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว	3.98	1.15	มาก
28. มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น	4.10	1.12	มาก
29. มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว	3.72	1.09	มาก
30. มีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่และรายได้ของชุมชนท้องถิ่น	4.07	1.12	มาก
<b>ความคิดเห็น โดยรวม</b>	3.61	0.83	มาก

จากตาราง 5 แสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านพื้นที่ พบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านพื้นที่โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.70$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรื่องที่น่าทึ่งเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ เรื่องการจัดแหล่งท่องเที่ยวได้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ( $\bar{X} = 3.93$ ) รองลงมาคือ เรื่องมีการนำความเด่นของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย ( $\bar{X} = 3.83$ ) เรื่องมีความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ( $\bar{X} = 3.76$ ) เรื่องการจัดวางผังของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.72$ ) เรื่องมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.69$ ) เรื่องมีการจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.68$ ) เรื่องมีความกลมกลืนและความงดงามของธรรมชาติกับสถาปัตยกรรม ( $\bar{X} = 3.67$ ) และเรื่องมีการจัดทางเดินเท้าสำหรับชมวิิวทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.57$ ) ส่วนอันดับสุดท้ายคือ เรื่องมีการจัดทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.53$ )

ด้านการจัดการ พบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านการจัดการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.47$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่น่าทึ่งเห็นด้วยในระดับมาก คือ เรื่องมีการจัดระบบการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 3.83$ ) เห็นด้วยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องมีการจัดระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.74$ ) เรื่องมีระบบการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในแผนปฏิบัติการ และเรื่องมีการจัดศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{X} = 3.60$ ) เรื่องมีการจัดระบบความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว และเรื่องมีการควบคุมอาคาร สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้าง มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{X} = 3.57$ ) และเรื่องมีการจัดบุคลากรรองรับสำหรับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.49$ ) ส่วนเรื่องที่เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ เรื่องมีการจัดระบบคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นเลิศ ( $\bar{X} = 3.32$ ) เรื่องมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.18$ ) เรื่องมีการจัดทำ

ป้ายบอกทางและสัญลักษณ์สื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.17$ ) และเรื่องมีการกำหนดกฎระเบียบ และมาตรการของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.05$ ) เป็นอันดับสุดท้าย

**ด้านกระบวนการ** พบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านกระบวนการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.47$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยในระดับมาก คือ เรื่องมีกระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ( $\bar{X} = 3.92$ ) เห็นด้วยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องมีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.66$ ) เรื่องมีกระบวนการรักษาความสมบูรณ์ของพันธุ์พืชและสัตว์ป่า ( $\bar{X} = 3.57$ ) และเรื่องมีการติดตามผลการปฏิบัติงานจากนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.56$ ) ส่วนเรื่องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว และเรื่องมีกระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ( $\bar{X} = 3.06$  และ 3.005 ตามลำดับ) เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

**ด้านการมีส่วนร่วม** พบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านการมีส่วนร่วมโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ เรื่องมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น ( $\bar{X} = 4.10$ ) รองลงมาคือ เรื่องมีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่และรายได้ของชุมชนท้องถิ่น ( $\bar{X} = 4.07$ ) เรื่องมีส่วนร่วมรักษาทรัพยากรและแหล่งนิเวศวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.98$ ) และเรื่องมีส่วนร่วมในการพัฒนาและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.72$ ) เป็นอันดับสุดท้าย

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของประชาชนในท้องถิ่น

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	n = 385		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
<b>ด้านพื้นที่ โดยรวม</b>	3.65	0.43	<b>มาก</b>
1. การจัดการผังของแหล่งท่องเที่ยว	3.57	1.27	มาก
2. การจัดแหล่งท่องเที่ยวได้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง	4.09	1.04	มาก
3. มีการนำความเด่นของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย	3.90	1.20	มาก
4. มีการจัดทางเดินเท้าสำหรับชมวิวกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยว	3.19	1.09	ปานกลาง
5. มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	3.71	1.05	มาก
6. มีการจัดทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว	3.50	1.14	มาก
7. มีการจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว	3.46	1.05	มาก
8. มีความกลมกลืนและความงดงามของธรรมชาติกับสถาปัตยกรรม	3.67	0.96	มาก
9. มีความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม	3.73	0.85	มาก
<b>ด้านการจัดการ โดยรวม</b>	3.60	0.30	<b>มาก</b>
10. มีระบบการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในแผนปฏิบัติการ	3.83	0.91	มาก
11. มีการจัดบุคลากรรองรับสำหรับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ	3.85	0.80	มาก
12. มีการจัดระบบคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นเลิศ	3.70	0.86	มาก
13. มีการจัดระบบความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว	3.71	0.84	มาก
14. มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	3.90	0.89	มาก
15. มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว	3.28	1.11	ปานกลาง
16. มีการจัดระบบการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ	3.83	0.98	มาก
17. มีการจัดระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ	3.91	0.88	มาก
18. มีการจัดทำป้ายบอกทางและสัญลักษณ์สื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว	3.02	1.01	ปานกลาง
19. มีการกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรการของแหล่งท่องเที่ยว	2.90	1.07	ปานกลาง
20. มีการควบคุมอาคาร สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้าง	3.67	1.01	มาก
<b>ด้านกิจกรรมและกระบวนการ โดยรวม</b>	3.57	0.40	<b>มาก</b>
21. มีกระบวนการรักษาความสมบูรณ์ของพันธุ์พืชและสัตว์ป่า	3.74	0.94	มาก
22. มีกระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน	3.21	0.83	ปานกลาง
23. มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว	2.85	1.04	ปานกลาง
24. มีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง	3.60	1.13	มาก
25. มีกระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนท้องถิ่น	4.12	0.85	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	n = 150		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
26. มีการติดตามผลการปฏิบัติงานจากนักท่องเที่ยว	3.87	0.96	มาก
ด้านการมีส่วนร่วม โดยรวม	3.67	0.61	มาก
27. มีส่วนร่วมรักษาทรัพยากรและแหล่งนิเวศวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว	3.65	1.28	มาก
28. มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ชีวิตสัตว์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น	3.97	1.04	มาก
29. มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว	3.09	1.27	ปานกลาง
30. มีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่และรายได้ของชุมชนท้องถิ่น	3.98	0.94	มาก
ความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	n = 150		ระดับ ความคิดเห็น
ความคิดเห็น โดยรวม	$\bar{X}$	S.D.	
	3.61	0.22	มาก

จากตาราง 6 แสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า มีรายละเอียด ดังนี้

**ด้านพื้นที่** พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านพื้นที่โดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.65$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยในระดับมาก คือ เรื่องการจัดแหล่งท่องเที่ยวได้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง ( $\bar{X} = 4.09$ ) เห็นด้วยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องมีการนำความเด่นของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย ( $\bar{X} = 3.90$ ) เรื่องมีความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม ( $\bar{X} = 3.73$ ) เรื่องมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.71$ ) เรื่องการจัดวางผังของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.57$ ) เรื่องมีความกลมกลืนและความงดงามของธรรมชาติกับสถาปัตยกรรม ( $\bar{X} = 3.67$ ) เรื่องมีการจัดทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.50$ ) และ เรื่องมีการจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.46$ ) ส่วนเรื่องมีการจัดทางเดินเท้าสำหรับชมวิถีชีวิตทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.19$ ) เป็นอันดับสุดท้าย



**ด้านการจัดการ** พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านการจัดการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.60$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยในระดับมาก คือ เรื่องมีการจัดระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.91$ ) เห็นด้วยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องมีการจัดศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.90$ ) เรื่องมีการจัดบุคลากรรองรับสำหรับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ( $\bar{X} = 3.85$ ) เรื่องมีการจัดระบบการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และเรื่องมีระบบการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในแผนปฏิบัติการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{X} = 3.83$ ) เรื่องมีการจัดระบบความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.71$ ) เรื่องมีการจัดระบบคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นเลิศ ( $\bar{X} = 3.70$ ) และเรื่องมีการควบคุมอาคาร สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้าง ( $\bar{X} = 3.67$ ) ส่วนเรื่องที่เห็นด้วยในระดับปานกลาง คือ เรื่องมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.28$ ) เรื่องมีการจัดทำป้ายบอกทางและสัญลักษณ์สื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.02$ ) และเรื่องมีการกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรการของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 2.90$ ) เป็นอันดับสุดท้าย

**ด้านกระบวนการ** พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านกระบวนการโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.57$ ) - เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากเกือบทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยในระดับมาก คือ เรื่องมีกระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ( $\bar{X} = 4.12$ ) เห็นด้วยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องมีการติดตามผลการปฏิบัติงานจากนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.87$ ) เรื่องมีกระบวนการรักษาความสมบูรณ์ของพันธุ์พืชและสัตว์ป่า ( $\bar{X} = 3.74$ ) และเรื่องมีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ( $\bar{X} = 3.60$ ) ส่วนเรื่องมีกระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเรื่องมีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.21$  และ  $2.85$  ตามลำดับ) เห็นด้วยอยู่ในระดับปานกลาง

**ด้านการมีส่วนร่วม** พบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ด้านการมีส่วนร่วมโดยรวม อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.67$ ) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับเกือบมากทุกข้อ โดยเรื่องที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยในระดับมาก คือ เรื่องมีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่และรายได้ของชุมชนท้องถิ่น ( $\bar{X} = 3.98$ ) เห็นด้วยเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ เรื่องมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วิถีชีวิต และวัฒนธรรม

ท้องถิ่น ( $\bar{X} = 3.97$ ) เรื่องมีส่วนร่วมรักษาทรัพยากรและแหล่งนิเวศวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.65$ ) และเรื่องมีส่วนร่วมในการพัฒนาและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.09$ ) เป็นอันดับสุดท้าย

ตาราง 7 สรุประดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และ ด้านการมีส่วนร่วมขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	n = 150		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านพื้นที่	3.70	0.90	มาก
ด้านการจัดการ	3.47	0.79	มาก
ด้านกระบวนการ	3.47	0.83	มาก
ด้านการมีส่วนร่วม	3.96	1.00	มาก
ความคิดเห็น โดยรวม	3.61	0.83	มาก

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ( $\bar{X} = 3.96$ ) รองลงมาคือด้านพื้นที่ ( $\bar{X} = 3.70$ ) ส่วนด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{X} = 3.47$ ) เป็นอันดับสุดท้าย

ตาราง 8 สรุประดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	n = 385		ระดับ ความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
ด้านพื้นที่	3.65	0.43	มาก
ด้านการจัดการ	3.60	0.30	มาก
ด้านกระบวนการ	3.57	0.40	มาก
ด้านการมีส่วนร่วม	3.67	0.61	มาก
ความคิดเห็น โดยรวม	3.61	0.22	มาก

จากตาราง 8 แสดงให้เห็นว่า ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ( $\bar{X} = 3.67$ ) รองลงมาคือ ด้านพื้นที่ ( $\bar{X} = 3.65$ ) และด้านการจัดการ ( $\bar{X} = 3.60$ ) ส่วนด้านกระบวนการ ( $\bar{X} = 3.57$ ) เป็นอันดับสุดท้าย

#### ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน

ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานในการวิจัยไว้ ดังนี้

**สมมติฐานที่ 1** องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

**สมมติฐานที่ 2** นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ต่างกันมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ในการทดสอบสมมติฐานที่ 1 และ 2 ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติสำหรับการทดสอบสมมติฐาน คือ การทดสอบสถิติที (t-test), การวิเคราะห์ความแปรปรวนหนึ่งทาง (One-way ANOVA) เมื่อทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแล้วพบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มประชากร ผู้วิจัยจะทำการทดสอบความแตกต่างกันระหว่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยใช้วิธีเชฟเฟ (SCHEFFE' Method)

**สมมติฐานที่ 3** ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กัน

ทั้งนี้ สมมติฐานทั้ง 3 ข้อ จะใช้นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 9 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ชาย (n=36)		หญิง (n=114)		t-value	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านพื้นที่	3.62	0.98	3.74	0.88	-0.667	0.506
ด้านการจัดการ	3.46	0.92	3.47	0.76	-0.061	0.952
ด้านกระบวนการ	3.39	0.90	3.49	0.81	-0.676	0.500
ด้านการมีส่วนร่วม	3.82	1.06	4.01	0.98	-0.971	0.333
รวม	3.54	0.92	3.62	0.80	-0.531	0.596

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 9 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ไม่แตกต่างกัน ( $t = -0.531, p = 0.596$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ

แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี (n=14)		16-30 ปี (n=52)		31-45 ปี (n=57)		45 ปีขึ้นไป (n=27)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
	ด้านพื้นที่	3.29	1.15	3.71	0.89	3.79	0.82	3.74
ด้านการจัดการ	3.26	1.10	3.50	0.80	3.46	0.68	3.52	0.86
ด้านกระบวนการ	3.17	1.04	3.42	0.81	3.53	0.76	3.58	0.93
ด้านการมีส่วนร่วม	3.64	1.29	3.99	1.00	4.01	0.91	4.00	1.06
รวม	3.30	1.10	3.61	0.83	3.64	0.73	3.66	0.90

ตาราง 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการและด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	2.957	3	0.986	1.211	0.308
	ภายในกลุ่ม	118.834	146	0.814		
	รวม	121.791	149			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.754	3	0.251	0.389	0.761
	ภายในกลุ่ม	94.298	146	0.646		
	รวม	95.052	149			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.994	3	0.665	0.952	0.417
	ภายในกลุ่ม	101.992	146	0.699		
	รวม	103.986	149			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	1.641	3	0.547	0.535	0.659
	ภายในกลุ่ม	149.271	146	1.022		
	รวม	150.912	149			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.507	3	0.502	0.722	0.540
	ภายในกลุ่ม	101.559	146	0.696		
	รวม	103.065	149			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 10 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ และจากตาราง 11 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ไม่แตกต่างกัน ( $F = 0.722, p = 0.540$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และ

ชุมชนท้องถิ่นที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.3 องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา

แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=58)		ปริญญาตรี (n=92)		t-value	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
	ด้านพื้นที่	3.72	0.93	3.69		
ด้านการจัดการ	3.48	0.80	3.45	0.80	0.271	0.786
ด้านกระบวนการ	3.49	0.85	3.46	0.82	0.302	0.763
ด้านการมีส่วนร่วม	4.00	1.01	3.95	1.00	0.347	0.729
รวม	3.62	0.84	3.59	0.83	0.261	0.794

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 12 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษา พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ไม่แตกต่างกัน ( $t = 0.261, p = 0.794$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน



สมมติฐานที่ 1.4 องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ

แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา (n=26)		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n=18)		พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท (n=47)		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย (n=33)		เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป (n=26)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านพื้นที่	3.73	0.83	3.88	0.83	3.73	0.81	3.56	1.06	3.70	1.00
ด้านการจัดการ	3.60	0.79	3.59	0.75	3.53	0.72	3.31	0.92	3.33	0.81
ด้านกระบวนการ	3.53	0.81	3.68	0.79	3.49	0.75	3.37	0.96	3.37	0.90
ด้านการมีส่วนร่วม	4.01	0.92	4.12	0.89	4.09	0.95	3.77	1.15	3.84	1.06
รวม	3.68	0.79	3.76	0.76	3.65	0.75	3.46	0.98	3.52	0.89

ตาราง 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอาชีพ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	1.225	4	0.306	0.368	0.831
	ภายในกลุ่ม	120.566	145	0.831		
	รวม	121.791	149			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	2.131	4	0.533	0.831	0.507
	ภายในกลุ่ม	92.921	145	0.641		
	รวม	95.052	149			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.464	4	0.366	0.518	0.723
	ภายในกลุ่ม	102.521	145	0.707		
	รวม	103.986	149			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	2.924	4	0.731	0.716	0.582
	ภายในกลุ่ม	147.988	145	1.021		
	รวม	150.912	149			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.597	4	0.399	0.570	0.684
	ภายในกลุ่ม	101.468	145	0.700		
	รวม	103.065	149			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอาชีพ และจากตาราง 14 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ไม่แตกต่างกัน ( $F = 0.570, p = 0.684$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล

และชุมชนท้องถิ่นที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000 บาท (n=14)		15,001 - 30,000 บาท (n=52)		30,001 บาท ขึ้นไป (n=57)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
	ด้านพื้นที่	2.98	1.19	4.06	0.32	4.16
ด้านการจัดการ	2.92	1.13	3.73	0.29	3.78	0.26
ด้านกระบวนการ	2.86	1.10	3.79	0.40	3.74	0.36
ด้านการมีส่วนร่วม	3.16	1.35	4.41	0.30	4.31	0.34
รวม	2.96	1.16	3.93	0.22	3.95	0.17

ตาราง 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	40.909	2	20.454	37.175	0.000*
	ภายในกลุ่ม	80.883	147	0.550		
	รวม	121.791	149			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	22.834	2	11.417	23.239	0.000*
	ภายในกลุ่ม	72.218	147	0.491		
	รวม	95.052	149			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	28.643	2	14.321	27.942	0.000*
	ภายในกลุ่ม	75.343	147	0.513		
	รวม	103.986	149			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	50.411	2	25.206	36.867	0.000*
	ภายในกลุ่ม	100.501	147	0.684		
	รวม	150.912	149			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	32.269	2	16.135	33.502	0.000*
	ภายในกลุ่ม	70.796	147	0.482		
	รวม	103.065	149			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจากตาราง 16 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว

ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F= 33.502, p = 0.000$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 17 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000 บาท	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท (n=14)	15,001 - 30,000 บาท		30,001 บาทขึ้นไป (n=57)	
				ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย	ค่าเฉลี่ย
ด้านพื้นที่	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	2.98	-	-1.08*	-1.18*	
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	4.06	-	-	-0.10	
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	4.16	-	-	-	
ด้านการจัดการ	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	2.92	-	-0.81*	-0.86*	
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.73	-	-	-0.05	
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	3.78	-	-	-	
ด้านกระบวนการ	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	2.86	-	-0.93*	-0.88*	
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.79	-	-	0.05	
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	3.74	-	-	-	
ด้านการมีส่วนร่วมรวม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.16	-	-1.25*	-1.15*	
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	4.41	-	-	0.10	
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	4.31	-	-	-	
รวม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	2.96	-	-0.97*	-0.99*	
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย	3.93	-	-	-0.02	
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย	3.95	-	-	-	

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 17 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

**ด้านพื้นที่** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการจัดการ** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านกระบวนการ** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

**ด้านการมีส่วนร่วม** พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม ต่ำกว่า 15,000 บาท มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท และกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ต่างกันมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการและด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามเพศ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ชาย (n=132)		หญิง (n=253)		t-value	p
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.		
ด้านพื้นที่	3.64	0.42	3.65	0.44	0.008	0.994
ด้านการจัดการ	3.62	0.33	3.58	0.28	1.006	0.315
ด้านกระบวนการ	3.57	0.38	3.56	0.41	0.216	0.829
ด้านการมีส่วนร่วม	3.66	0.60	3.68	0.62	-0.303	0.762
รวม	3.63	0.25	3.61	0.21	0.483	0.629

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 18 ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามเพศ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ไม่แตกต่างกัน ( $t = 0.483$ ,  $p = 0.629$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามอายุ

แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี (n=35)		16-30 ปี (n=157)		31-45 ปี (n=151)		45 ปีขึ้นไป (n=42)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
	ด้านพื้นที่	3.54	0.47	3.65	0.42	3.66	0.43	3.63
ด้านการจัดการ	3.48	0.33	3.62	0.29	3.61	0.28	3.59	0.36
ด้านกระบวนการ	3.66	0.43	3.57	0.41	3.55	0.40	3.51	0.37
ด้านการมีส่วนร่วม	3.72	0.50	3.64	0.65	3.67	0.62	3.75	0.50
รวม	3.57	0.24	3.62	0.23	3.62	0.21	3.61	0.26



ตาราง 20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	0.449	3	0.150	0.795	0.497
	ภายในกลุ่ม	71.822	381	0.189		
	รวม	72.272	384			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.601	3	0.200	2.232	0.084
	ภายในกลุ่ม	34.171	381	0.090		
	รวม	34.771	384			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.470	3	0.157	0.949	0.417
	ภายในกลุ่ม	62.900	381	0.165		
	รวม	63.370	384			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	0.509	3	0.170	0.451	0.717
	ภายในกลุ่ม	143.382	381	0.376		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.102	3	0.034	0.654	0.581
	ภายในกลุ่ม	19.825	381	0.052		
	รวม	19.927	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 19 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอายุ และจากตาราง 20 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ไม่แตกต่างกัน ( $F = 0.654$ ,  $p = 0.581$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการ

พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามระดับการศึกษา

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=84)		ปริญญาตรี (n=285)		สูงกว่าปริญญาตรี (n=16)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
ด้านพื้นที่	3.7196	.4852	3.6421	.4160	3.3750	0.3603
ด้านการจัดการ	3.6537	.2981	3.5850	.3022	3.5568	0.2714
ด้านกระบวนการ	3.5754	.3892	3.5614	.4123	3.5625	0.4076
ด้านการมีส่วนร่วม	3.6935	.5978	3.6719	.6151	3.6563	0.6700
รวม	3.6631	.2606	3.6090	.2166	3.5167	0.1996

ตาราง 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษา

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	1.633	2	0.816	4.415	0
	ภายในกลุ่ม	70.639	382	0.185		
	รวม	72.272	384			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.335	2	0.168	1.860	0.157
	ภายในกลุ่ม	34.436	382	0.090		
	รวม	34.771	384			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.013	2	0.006	0.038	0.962
	ภายในกลุ่ม	63.358	382	0.166		
	รวม	63.370	384			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	0.037	2	0.018	0.049	0.953
	ภายในกลุ่ม	143.854	382	0.377		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.358	2	0.179	3.492	0.031*
	ภายในกลุ่ม	19.569	382	0.051		
	รวม	19.927	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 21 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษา และจากตาราง 22 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 3.492, p = 0.031$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 23 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี (n=84)	ปริญญาตรี (n=285)	สูงกว่าปริญญาตรี (n=16)
ด้านพื้นที่	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.72	-	0.08
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.64	-	0.27
	สูงกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.37	-	-
รวม	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.66	-	0.06
	ปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.60	-	0.08
	สูงกว่าปริญญาตรี	ค่าเฉลี่ย 3.52	-	-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 22 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามระดับการศึกษา เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ พบว่า ในภาพรวม นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาอยู่ในกลุ่มต่ำกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่มสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามอาชีพ

แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	นักเรียน/ นักศึกษา (n=44)		ข้าราชการ/ รัฐวิสาหกิจ (n=58)		พนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท (n=184)		ธุรกิจส่วนตัว/ ค้าขาย (n=62)		เกษตรกร/ รับจ้างทั่วไป (n=37)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
	ด้านพื้นที่	3.71	0.49	3.65	0.46	3.63	0.40	3.64	0.43	3.63
ด้านการจัดการ	3.61	0.34	3.61	0.36	3.59	0.28	3.55	0.27	3.68	0.28
ด้านกระบวนการ	3.70	0.43	3.60	0.37	3.53	0.38	3.56	0.41	3.50	0.47
ด้านการมีส่วนร่วม	3.74	0.68	3.61	0.64	3.67	0.57	3.65	0.65	3.76	0.58
รวม	3.68	0.28	3.62	0.24	3.60	0.21	3.59	0.22	3.64	0.25

ตาราง 25 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอาชีพ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	0.232	4	0.058	0.306	0.874
	ภายในกลุ่ม	72.040	380	0.190		
	รวม	72.272	384			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.406	4	0.102	1.123	0.345
	ภายในกลุ่ม	34.365	380	0.090		
	รวม	34.771	384			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	1.309	4	0.327	2.004	0.093
	ภายในกลุ่ม	62.061	380	0.163		
	รวม	63.370	384			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	0.788	4	0.197	0.523	0.719
	ภายในกลุ่ม	143.103	380	0.377		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.254	4	0.063	1.226	0.299
	ภายในกลุ่ม	19.673	380	0.052		
	รวม	19.927	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 23 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามอาชีพ และจากตาราง 24 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ไม่แตกต่างกัน ( $F = 1.226, p = 0.299$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนว

ทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงผลการเปรียบเทียบมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการและด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แนวทางการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว	ต่ำกว่า 15,000 บาท (n=152)		15,001 - 30,000 บาท (n=141)		30,001 บาท ขึ้นไป (n=92)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
	ด้านพื้นที่	3.63	0.44	3.69	0.42	3.60
ด้านการจัดการ	3.58	0.30	3.63	0.31	3.56	0.28
ด้านกระบวนการ	3.59	0.37	3.56	0.42	3.52	0.42
ด้านการมีส่วนร่วม	3.66	0.58	3.78	0.61	3.54	0.64
รวม	3.61	0.24	3.65	0.23	3.56	0.20

ตาราง 27 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งความแปรปรวน	SS.	df.	MS.	F-Ratio	p
1. ด้านพื้นที่	ระหว่างกลุ่ม	0.542	2	0.271	1.443	0.237
	ภายในกลุ่ม	71.730	382	0.188		
	รวม	72.272	384			
2. ด้านการจัดการ	ระหว่างกลุ่ม	0.371	2	0.185	2.059	0.129
	ภายในกลุ่ม	34.401	382	0.090		
	รวม	34.771	384			
3. ด้านกระบวนการ	ระหว่างกลุ่ม	0.281	2	0.141	.852	0.427
	ภายในกลุ่ม	63.089	382	0.165		
	รวม	63.370	384			
4. ด้านการมีส่วนร่วม	ระหว่างกลุ่ม	3.010	2	1.505	4.081	0.018*
	ภายในกลุ่ม	140.880	382	0.369		
	รวม	143.890	384			
รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.518	2	0.259	5.099	0.007*
	ภายในกลุ่ม	19.409	382	0.051		
	รวม	19.927	384			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน และจากตาราง 26 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ( $F = 5.099, p = 0.007$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า นักท่องเที่ยว



ที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกัน มีความคิดเห็นต่อต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำ บางน้ำผึ้ง ในด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 28 การเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษาตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า	15,001 -	30,001
			15,000	30,000	บาทขึ้นไป
			(n=152)	(n=141)	(n=92)
ด้านการมีส่วนร่วม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.66	-	-0.12	0.12
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.78		-	0.24*
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย 3.54			-
รวม	ต่ำกว่า 15,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.61	-	-0.04	0.05
	15,001 - 30,000 บาท	ค่าเฉลี่ย 3.65		-	0.09*
	30,001 บาทขึ้นไป	ค่าเฉลี่ย 3.56			-

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 27 แสดงผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นรายคู่ โดยวิธีการของเซฟเฟ พบว่า ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า

ด้านพื้นที่ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในกลุ่ม 15,001 - 30,000 บาท มีความคิดเห็นในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างจากกลุ่ม 30,001 บาทขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 3 ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กัน

ตาราง 29 ความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม

ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว				
	ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกระบวนการ	ด้านการมีส่วนร่วม	รวม
ด้านพื้นที่		$r=0.660^*$ ( $p=0.000$ )	$r=0.584^*$ ( $p=0.000$ )	$r=0.519^*$ ( $p=0.000$ )	$r=0.873^*$ ( $p=0.000$ )
ด้านการจัดการ			$r=0.612^*$ ( $p=0.000$ )	$r=0.542^*$ ( $p=0.000$ )	$r=0.885^*$ ( $p=0.000$ )
ด้านกระบวนการ				$r=0.471^*$ ( $p=0.000$ )	$r=0.785^*$ ( $p=0.000$ )
ด้านการมีส่วนร่วม					$r=0.721^*$ ( $p=0.017$ )

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 28 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่าความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05 กล่าวคือ องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวต่างมีความเห็นสอดคล้องกันในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทุกด้าน

### สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ตาราง 30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
ด้านพื้นที่	-	-	-	-	*
ด้านการจัดการ	-	-	-	-	*
ด้านกระบวนการ	-	-	-	-	*
ด้านการมีส่วนร่วม	-	-	-	-	*
รวม	-	-	-	-	*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 29 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า รายได้ต่อเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

ตาราง 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	อาชีพ	รายได้ต่อเดือน
ด้านพื้นที่	-	-	*	-	-
ด้านการจัดการ	-	-	-	-	-
ด้านกระบวนการ	-	-	-	-	-
ด้านการมีส่วนร่วม	-	-	-	-	*
รวม	-	-	*	-	*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 30 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในภาพรวมและด้านพื้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และรายได้ต่อเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในภาพรวมและด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ส่วนเพศ อายุ อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

### ตาราง 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3

ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว				รวม
	ด้านพื้นที่	ด้านการจัดการ	ด้านกระบวนการ	ด้านการมีส่วนร่วม	
ด้านพื้นที่	-	*	*	*	*
ด้านการจัดการ		-	*	*	*
ด้านกระบวนการ			-	*	*
ด้านการมีส่วนร่วม				-	*

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 31 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: ทัศนศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## บทที่ 5

### บทสรุป

จากการวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่บางน้ำผึ้ง และนักท่องเที่ยว 2) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบลักษณะประชากรศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่บางน้ำผึ้ง และนักท่องเที่ยว ที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งแตกต่างกัน และ 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่บางน้ำผึ้ง กับความคิดเห็นในการพัฒนาของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งของนักท่องเที่ยว

การวิจัยครั้งนี้ สามารถนำผลการวิจัยที่ได้จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยมีการสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะในการวิจัย ดังนี้

#### สรุปผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูล 1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบล ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมในการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว และ 3) แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

1. **องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น** เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76.0) สมรสแล้ว (ร้อยละ 50.7) มีอายุ 31-45 ปี (ร้อยละ 30.0) การศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป (ร้อยละ 61.3) อาชีพพนักงาน/ ลูกจ้างบริษัท (ร้อยละ 31.3) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 50.7) และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 58.7) ส่วนนักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.7) เป็นโสด (ร้อยละ 61.3) มีอายุ 16-30 ปี (ร้อยละ 40.8)

การศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 74.0) อาชีพพนักงาน / ลูกจ้างบริษัท (ร้อยละ 47.8) มี ภูมิฐานะอยู่ในสมุทรปราการ (ร้อยละ 42.1) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 30,000 บาท (ร้อยละ 36.6) และมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท (ร้อยละ 60.3)

2. พฤติกรรมในการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นส่วนมากไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 72.0) ได้รับข่าวสารในการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ / วิทยู (ร้อยละ 6.2) โดยเดินทางท่องเที่ยวไปกับครอบครัว (ร้อยละ 53.3) ด้วยรถส่วนตัว (ร้อยละ 61.3) และใช้เวลาในการเดินทาง 4-6 ชั่วโมง (ร้อยละ 50.0) ส่วนพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ (ร้อยละ 69.1) ได้รับข่าวสารในการท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ / วิทยู (ร้อยละ 62.3) เดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ (ร้อยละ 54.8) ด้วยรถส่วนตัว (ร้อยละ 52.7) และใช้เวลาในการเดินทาง 1-3 ชั่วโมง (ร้อยละ 50.4)

3. ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น ที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ( $\bar{X} = 3.96$ ) รองลงมาคือ ด้านพื้นที่ ( $\bar{X} = 3.70$ ) ส่วนด้านการจัดการ และด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ( $\bar{X} = 3.47$ ) เป็นอันดับสุดท้าย ส่วนความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม พบว่า ในภาพรวมองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นเห็นด้วยต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.61$ ) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยเป็นอันดับแรก คือ ด้านการมีส่วนร่วม ( $\bar{X} = 3.67$ ) รองลงมาคือ ด้านพื้นที่ ( $\bar{X} = 3.65$ ) และด้านการจัดการ ( $\bar{X} = 3.60$ ) ส่วนด้านกระบวนการ ( $\bar{X} = 3.57$ ) เป็นอันดับสุดท้าย

**ส่วนที่ 2** การทดสอบสมมติฐาน ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐาน จำนวน 3 ข้อ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ดังนี้

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1** พบว่า รายได้ต่อเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2** พบว่า ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของ องค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในภาพรวมและด้านพื้นที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และรายได้ต่อเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในภาพรวม และด้านการมีส่วนร่วม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนเพศ อายุ อาชีพ ต่างกัน มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

**ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3** พบว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านพื้นที่ ด้านการจัดการด้านกระบวนการ และด้านการมีส่วนร่วม มีความสัมพันธ์กันเชิงบวก

#### การอภิปรายผล

ผู้ศึกษาได้อภิปรายผลการศึกษาเรื่องความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ดังนี้

1. จากการศึกษาพฤติกรรมในการท่องเที่ยวขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากไปท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ โดยเดินทางท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ ซึ่งสอดคล้องกับจังหวัดสมุทรปราการ (online, 2551) สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนมากมาเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและเดินทางกันมาเป็นหมู่คณะ ร้อยละ 41.39

2. จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่น มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งสอดคล้องกับทิพวรรณ พุ่มมณี (2549) กล่าวว่า รายได้สามารถใช้เป็นเครื่องกำหนดหรือใช้ในการแบ่งประเภทของการท่องเที่ยว รายได้ของนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยที่จะต้องนำมาพิจารณา เพราะถ้านักท่องเที่ยวรายได้มากขึ้นโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยวก็มากขึ้นด้วย และ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนาคม ธีรสุวรรณจักร (2541) ได้ทำการศึกษา ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีผลต่อความคิดเห็นต่อการมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. จากผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยพุดพิงศ์ เปานิล (2546) ได้วิจัยเรื่องการศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวจังหวัดชัยภูมิของผู้เยี่ยมเยือน และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุศักดิ์ ขุนณรงค์ (2539) ได้วิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ จังหวัดราชบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

#### ข้อเสนอแนะ

##### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ สามารถทำให้ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ มองเห็นภาพรวมและสามารถเป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้งได้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะจากการวิจัยดังนี้

1. จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า ความคิดเห็นขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว: กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ในด้านการจัดการและด้านกระบวนการ เป็นอันดับสุดท้าย แสดงให้เห็นว่าองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นมีความคิดเห็นว่าในด้านดังกล่าวควรได้รับการพัฒนาและปรับปรุงให้ดีขึ้น ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มการจัดการต่างๆ ในชุมชน อาทิเช่น การกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรการของแหล่งท่องเที่ยว การจัดทำป้ายบอกทางและสัญลักษณ์สื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และการจัดระบบคุณภาพ



การบริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นเลิศ เป็นต้น และควรเพิ่มการจัดกิจกรรมและกระบวนการในชุมชน อาทิเช่น กระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. จากผลการศึกษาจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นเกี่ยวกับด้านการกระบวนการน้อยกว่าด้านอื่นๆ แสดงให้เห็นว่าการจัดการการท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ ควรได้รับการปรับปรุงและพัฒนาในด้านการกระบวนการเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องควรเพิ่มกิจกรรมและกระบวนการต่างๆ ในชุมชน อาทิเช่น กระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว มีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง และควรมีกระบวนการรักษาความสมบูรณ์ของพันธุ์พืชและสัตว์ป่า เป็นต้น

#### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษวิเคราะห์จุดแข็ง-จุดอ่อน (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลจากการศึกษามาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น
2. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้ทราบความคิดเห็นในภาพรวมของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และนำความคิดเห็นที่ได้จากการสำรวจไปทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุดในการเดินทางมาท่องเที่ยว
3. ควรมีการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้มองเห็นภาพรวมการท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในแต่ละเรื่องมากหรือน้อยเพียงใด และสามารถนำความพอใจของนักท่องเที่ยวกำหนดกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
4. ควรมีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคขององค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวชุมชนตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำมาปรับปรุงการท่องเที่ยวของชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
5. ควรมีการศึกษาการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพื่อศึกษาจำนวนพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว ที่มีความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และไม่ทำลายธรรมชาติที่มีอยู่

6. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพื่อทราบถึงรูปแบบของสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวนิยมเลือกซื้อ กลับไปเป็นของฝากและของที่ระลึก

7. ควรมีการศึกษากิจการแหล่งพักอาศัยแบบโฮมสเตย์เพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของแหล่งท่องเที่ยวตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง เพื่อศึกษากิจการที่พักและกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยพระนคร

## บรรณานุกรม

- กองอนุรักษ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ**, กรุงเทพฯ: มิดลีสท กรุ๊ป.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). **แผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ**, กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). **หลักการมัคคุเทศก์**, กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง. (2550). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**, Retrieved January 1, 2007, from [http://human,uru.ac,th/Major\\_online/Travel/page1,htm](http://human,uru.ac,th/Major_online/Travel/page1,htm)
- จารุวรรณ อ่องเอี่ยม. (2550). **บทบาทผู้นำท้องถิ่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : ศึกษากรณี ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- จุฑาทิพย์ เจริญลาภ และรุ่งทิพ ว่องปฏิการ. (2545). **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2546). **การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชนัญ วังศิริภาค. (2545). **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ชัยวุฒิ ชัยฤกษ์, พจนา สนวนศรี. (2550). **การวางแผนกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่อนุรักษ์ : กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเขาลง จังหวัดนครศรีธรรมราช**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- ดรรรชนี เอมพันธุ์, สุทัศน์ วรรณเลิศ และเรณูภา รัชโน. (2547). **คู่มือการจำแนกเขตการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. กรุงเทพฯ: เทกซ์ แอนด์ เจอร์นัล พับลิเคชั่น.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2544). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี (2549). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2550). **การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- พจนานุกรม (2546). การจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ. นนทบุรี:  
สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2542). การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่:  
สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2548). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดีไซน์.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2549). ธุรกิจนำเที่ยว. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือท่องเที่ยวไทย.
- บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา. (2549). หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือท่องเที่ยวไทย.
- เบญจมา จันท. (2545). แนวทางการพัฒนาตลาดคอนวอย อำเภอสามพราน จังหวัด  
นครปฐม ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน.  
การศึกษาค้นคว้าอิสระ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ปราโมชน์ รอดจำรัส. (2547). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ศตวรรษ 21. กรุงเทพฯ: โฟร์ แอนด์ ไฟว์  
พรีนติ้ง.
- ไพฑูริย์ พงศบุตร และวิลาสวงศ์ พงศบุตร. (2547). คู่มือการอบรมมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นำชัย ทนุผล. (2542). แนวคิดและวิธีการจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์แห่ง  
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- รัตนภรณ์ มหาศรานนท์. (2546).: การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อ  
การจัดโฮมสเตย์. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., สถาบันราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- ราณี อิลิชัยกุล. (2546). ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการท่องเที่ยว. นนทบุรี: สำนักพิมพ์แห่ง  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2544). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.  
กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กองอนุรักษ์.
- ลักขณา พัฒน์ดำ. (2550). พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือน  
อุทยานแห่งชาติไคร้มเย็น อำเภอนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. การศึกษาค้นคว้า  
ด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- วรรณพร วณิชชานุกร. (2540). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์: Ecotourism. กรุงเทพฯ:  
กองวิชาการและฝึกอบรม การท่องเที่ยว.

- วรรณภา วงษ์วานิช. (2546). **ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วรรณภา ศิลปะอาษา. (2545). **การจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว**. นนทบุรี: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- สมชัย เบญจชาย. (2550). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://www.hamanan.com/tour/doicheingdow/>
- สวนพฤกษศาสตร์ภาคใต้ (ทุ่งค่าย) จังหวัดตรัง. (2550). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 1 เมษายน 2551, จาก <http://www.pbgtk.com/download/egotourism.doc>
- สถาบันการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2545). **รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่ ตรัง สตูล และพัทลุง**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถาบันการวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). **รายงานขั้นสุดท้ายการดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางการประมง. (2550). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://www.fisheries.go.th/fisheries/tr/webvision.php>.
- สุนันทา พูนน้อย. (2543). **บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จังหวัดกาญจนบุรี**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- ศรีบุญญา วรากุลวิทย์. (2546). **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้า พรินติ้ง.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2542). **พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์ (ปรับปรุงใหม่)**. กรุงเทพฯ: ธีระฟิล์มการพิมพ์และไอเทกซ์.
- ศูนย์การท่องเที่ยว กีฬา และนันทนาการ จังหวัดเชียงใหม่ ตีกอุตสาหกรรมจังหวัด ศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่. (2550). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ**. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://www.ltc1.net>
- สินธุ์ สโรบล. (2546). **การท่องเที่ยวโดยชุมชน : แนวคิดและประสบการณ์พื้นที่ภาคเหนือ**. กรุงเทพฯ: วนิดา เพรส.
- องค์การบริหารส่วนตำบลตลาดไทร. (2551). **การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์**. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2555, จาก <http://www.geocities.com/taladsai/sao.htm>

- องค์การบริหารส่วนตำบลวังไทร. (2551). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://www.wangshai.com>
- องค์การบริหารส่วนตำบลโคกคาม. (2551). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ . สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://www.kokkram1.com/history.html>
- องค์การบริหารส่วนตำบลพลกั้ง. (2551). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2550, จาก <http://www.pholkrang.com/impor.php>
- องค์การบริหารส่วนตำบลอาฮี. (2551). การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://www.tambon-ahi.com/s-dis-mean01.html>
- อดิภา ตริยดลานนท์. (2550). แนวทางเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการพัฒนาตลาดน้ำวัดไทร แขวงบางขุนเทียน เขตจอมทอง กรุงเทพมหานคร เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, กรุงเทพฯ.
- อุไรวรรณ จอมชื้อตรง และเสาวลักษณ์ เลิศเจริญบัณฑิต. (2550). การจัดการทางการตลาดของผู้ประกอบการโฮมสเตย์ในภาคกลาง. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- อุดม เขยกีวงศ์, วิมล จิโรจน์พันธุ์ และประชิด ชกณะพัฒน์. (2548). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- สมาคมองค์การบริหารส่วนตำบล. (2551). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://www.thailocal.net>
- Timeless Thai Elegance, July, (2551). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://student.swu.ac.th>
- Thai Junior Encyclopedia Project, (2551). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. สืบค้นเมื่อ 15 เมษายน 2551, จาก <http://kanchanapisek.or.th>



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยพระนคร



ภาคผนวก ก แบบสอบถาม



แบบสอบถาม

เรื่อง แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง ปี 2550 สำหรับชุมชนท้องถิ่น
2. แบบสอบถามชุดนี้แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้  
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ  
ตอนที่ 2 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 7 ข้อ  
ตอนที่ 3 แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 30 ข้อ
3. โปรดตอบแบบสอบถามตรงตามความเป็นจริง คำตอบของท่านจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง อันเป็นแนวทางสำหรับหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนตัดสินใจในการพิจารณา ร่วมกันแก้ไขปัญหาแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง และปรับปรุงให้ตรงความต้องการของ นักท่องเที่ยว พร้อมทั้งนำไปวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตลาดน้ำบางน้ำผึ้งให้มี ประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดียิ่งต่อไป

ขอขอบคุณอย่างสูงในการอนุเคราะห์ตอบแบบสอบถาม

(นางสาวธันย์นิชา เลิศนรเศรษฐ์)

นิสิตปริญญาโท

ภาควิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยนเรศวร

ตอนที่ 1  
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง  หน้าข้อความตามความเป็นจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. สถานภาพ

โสด

สมรส

หย่าร้าง

3. อายุ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15 ปี

16-30 ปี

31-45 ปี

45 ปีขึ้นไป

4. วุฒิการศึกษาชั้นสูงสุด

ต่ำกว่าปริญญาตรี

ปริญญาตรี

สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

นักเรียน / นักศึกษา

ราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พนักงานบริษัท / ลูกจ้าง

ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

เกษตรกร

อื่น ๆ

6. ภูมิลำเนา

กรุงเทพมหานคร

สมุทรปราการ

ปริมณฑล

อื่น ๆ

**ตอนที่ 2**  
**พฤติกรรมในการท่องเที่ยว**

7. คุณมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเท่าใด

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท     10,001-20,000 บาท     มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

8. คุณมีรายจ่ายเฉลี่ยต่อเดือนเท่าใด

- ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท     10,001-20,000 บาท     มากกว่า 20,000 บาทขึ้นไป

9. คุณคิดว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวด้วยเหตุผลใด

- พักผ่อนหย่อนใจ     ศึกษาธรรมชาติ / วิถีชีวิต     เยี่ยมญาติ / มิตร  
 คำขาย     ทางผ่าน

10. คุณคิดว่านักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลจากสื่อใด

- โทรทัศน์ / วิทยู     หนังสือพิมพ์ / นิตยสาร  
 อินเทอร์เน็ต     ญาติ / มิตร

11. คุณคิดว่านักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวตลาดน้ำกับใคร

- เดินทางคนเดียว     เดินทางกับครอบครัว     เดินทางเป็นหมู่คณะ

12. คุณคิดว่านักท่องเที่ยวใช้พาหนะประเภทใดในการเดินทาง

- รถส่วนตัว     รถโดยสารสาธารณะ

13. คุณคิดว่านักท่องเที่ยวมีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวเท่าใด

- 1-3 ชั่วโมง     4-6 ชั่วโมง     6 ชั่วโมงขึ้นไป

**ตอนที่ 3**  
**แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว**

**คำชี้แจง** กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับปัญหาการใช้สื่อการสอนตามความเป็นจริงที่สุด  
(เพียงคำตอบเดียว)

- 5 หมายถึง การพัฒนาในระดับมากที่สุด  
4 หมายถึง การพัฒนาในระดับมาก  
3 หมายถึง การพัฒนาในระดับปานกลาง  
2 หมายถึง การพัฒนาในระดับน้อย  
1 หมายถึง การพัฒนาในระดับน้อยที่สุด

ข้อความ	ระดับปัญหา				
	5	4	3	2	1
<b>ด้านพื้นที่</b>					
การจัดวางผังของแหล่งท่องเที่ยว					
การจัดแหล่งท่องเที่ยวได้เหมาะสมกับทำเลที่ตั้ง					
มีการนำความเด่นของพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวเป็นจุดขาย					
มีการจัดทางเดินเท้าสำหรับชมวิวทิวทัศน์ของแหล่งท่องเที่ยว					
มีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
มีการจัดทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยว					
มีการจัดกิจกรรมได้เหมาะสมกับพื้นที่ของแหล่งท่องเที่ยว					
มีความกลมกลืนและความงดงามของธรรมชาติกับสถาปัตยกรรม					
มีความเป็นเอกลักษณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวและวัฒนธรรม					
<b>ด้านการจัดการ</b>					
มีระบบการจัดการของแหล่งท่องเที่ยวในแผนปฏิบัติการ					
มีการจัดบุคลากรรองรับสำหรับการท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ					
มีการจัดระบบคุณภาพการบริการนักท่องเที่ยวอย่างเป็นเลิศ					
มีการจัดระบบความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว					

ข้อคำถาม	ระดับปัญหา				
	5	4	3	2	1
มีการจัดศูนย์บริการข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว					
มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว					
มีการจัดระบบการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อต่าง ๆ อย่างสม่ำเสมอ					
มีการจัดระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างเพียงพอ					
มีการจัดทำป้ายบอกทางและสัญลักษณ์สื่อความหมายภายในแหล่งท่องเที่ยว					
มีการกำหนดกฎ ระเบียบ และมาตรการของแหล่งท่องเที่ยว					
มีการควบคุมอาคาร สถาปัตยกรรม และสิ่งปลูกสร้าง					
<b>ด้านกระบวนการ</b>					
มีกระบวนการรักษาความสมบูรณ์ของพันธุ์พืชและสัตว์ป่า					
มีกระบวนการฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน					
มีการกำหนดขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว					
มีกระบวนการพัฒนาบุคลากรอย่างต่อเนื่อง					
มีกระบวนการสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ชุมชนท้องถิ่น					
มีการติดตามผลการปฏิบัติงานจากนักท่องเที่ยว					
<b>ด้านการมีส่วนร่วม</b>					
มีส่วนร่วมรักษาทรัพยากรและแหล่งนิเวศวิทยาของแหล่งท่องเที่ยว					
มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วิถีชีวิต และวัฒนธรรมท้องถิ่น					
มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยว					
มีส่วนร่วมในการพัฒนาความเป็นอยู่และรายได้ของชุมชนท้องถิ่น					

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

## ภาคผนวก ข รายนามผู้เชี่ยวชาญ

### รายนามผู้เชี่ยวชาญ

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภัทร ภัคคีรี อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2. อาจารย์ราณี อมรินทร์รัตน์ หัวหน้าสาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
3. อาจารย์สิริวุฒิ ชินสมบูรณ์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
4. นายสำเนา รัตมิหัตต์ นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบางน้ำผึ้ง ตำบลบางน้ำผึ้ง อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
5. นายจตุรนต์ ภัคดีวานิช นักพัฒนาการท่องเที่ยว 6



## ประวัติผู้วิจัย

**ชื่อ-ชื่อสกุล**                      รัชนีนิชา เลิศนรเศรษฐ์

**วัน เดือน ปี เกิด**                15 เมษายน 2522

**ที่อยู่ปัจจุบัน**                    27/423 หมู่ 3 ถนนสุขุมวิท ซอยร่วมใจประเสริฐ แขวงบางนา  
เขตบางนา จังหวัดกรุงเทพมหานคร 10260

**ที่ทำงานปัจจุบัน**                วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม จังหวัดกรุงเทพมหานคร

**ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน**        อาจารย์ประจำ สาขาวิชาการโรงแรมและการท่องเที่ยว

**ประวัติการศึกษา**

พ.ศ. 2550                              ศศ.ม.(การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยนเรศวร

พ.ศ. 2548                              ศษ.ม. (เทคโนโลยีการศึกษา) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์  
วิทยาเขตบางเขน

พ.ศ. 2546                              ศศ.บ. (อุตสาหกรรมบริการ) มหาวิทยาลัยศรีปทุม วิทยาเขตบางเขน