



สำนักหอสมุด

การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็น  
การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน



วิมลรัตน์ เกิดนิยม

สำนักหอสมุด มหาวิทยาลัยบูรพา
วันลงทะเบียน..... 13 JUL 2011
เลขทะเบียน..... 15550925
เลขเรียกหนังสือ..... 6

165.5  
0671ก  
2554

วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยบูรพา

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ได้พิจารณาวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน" ของ วิมลรัตน์ เกิดนิยม เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนครสวรรค์

.....*p.kampa*.....ประธาน

(ดร. กาญจนันภา พงศ์นพรัตน์)

.....*[Signature]*.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา)

.....*[Signature]*.....กรรมการ  
(ดร. ภรณ์ทิรา เลิศเดชเดชา)

.....*[Signature]*.....กรรมการ  
(ดร. สหนนท์ ตั้งเบญจสิริกุล)

อนุมัติ

.....*[Signature]*.....  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณินิจ ภูพัฒน์วิบูลย์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

พฤษภาคม 2554

## ประกาศคุณูปการ

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงในความกรุณาของ รองศาสตราจารย์ ดร.เสรี วงษ์มณฑา ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้จัดสรรสละเวลาอันมีค่ามาเป็นที่ปรึกษา พร้อมทั้งให้คำแนะนำตลอดระยะเวลาในการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ และขอกราบขอบพระคุณ คณะกรรมการวิทยานิพนธ์อันประกอบไปด้วย ดร.ภัณฑิรา เลิศเดชเดชา กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ดร.กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ ประธานคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ดร.สหพันธ์ ตั้งเบญจสิริกุล กรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์ด้วยความเอาใจใส่ จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้อย่าง สมบูรณ์และทรงคุณค่า

กราบขอบพระคุณ ดร.ละเอียด ศิลาน้อย เป็นอย่างสูง อธิการบดีมหาวิทยาลัยนคร เป็นอย่างสูง ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษาในการทำวิจัยครั้งนี้ ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย และเพื่อนนิสิตทุกท่านที่ให้การช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ขอขอบพระคุณ ว่าที่ พ.ต.พิชญ มครเพศ นายกเทศมนตรีตำบลพลวง ที่ได้ให้การอนุเคราะห์ข้อมูลและสถานที่ในการแจกแบบสอบถาม และ อำนวยความสะดวกแก่ผู้วิจัย

เหนือสิ่งอื่นใดขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัว ของผู้วิจัยที่ให้กำลังใจ และให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้านอย่างดีที่สุดเสมอมา

คุณค่าและคุณประโยชน์อันพึงจะมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบและอุทิศแด่ผู้มี พระคุณทุกๆ ท่าน ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อวัดศิษฏมกุฏและผู้ที่สนใจ บ้างไม่มากนักน้อย

วิมลรัตน์ เกิดนิยม

ชื่อเรื่อง	การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ผู้วิจัย	วิมลรัตน์ เกิดนิยม
ประธานที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. เสรี วงษ์มณฑา
กรรมการที่ปรึกษา	ดร. ภิญทิรา เลิศเดชเดชา
ประเภทสารนิพนธ์	วิทยานิพนธ์ ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 2553
คำสำคัญ	วัดศิขณภูฏ การพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

#### บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรี และเพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือแบบสอบถาม โดยมีการสำรวจความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจำนวน 400 ชุด การวิเคราะห์ข้อมูลโดย ใช้การคำนวณหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การหาค่าความแตกต่างค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด และรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน จะมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ เพศ และอายุ ไม่แตกต่างกัน

จากการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้ง 6 ด้าน ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก ด้านการให้บริการ



**Title** THE STUDY OF PROPOSALS TO DEVELOP WAT KHITCHAKUT  
CHANTHABURI PROVINCE FOR SUSTAINABLE TOURISM

**Author** Wimonrat Kerdniyom

**Advisor** Associate Professor Seri Wongmontha, Ph.D.

**Co – Advisor** Bhandhira Lerdechecha, Ph.D.

**Academic Paper** Thesis M.A. in Hotel and Tourism Management,  
Naresuan University, 2010

**Keywords** Proposals, Wat Khitchakut, Development, Sustainable Tourism

### ABSTRACT

The purposes of this study were 1) to examine the travel behavior of tourists visiting Wat Khitchakut, Chanthaburi Province, and 2) to identify guidelines for Wat Khitchakut development for sustainable tourism. A questionnaire was used for collecting the data. The subjects of this research were 400 tourists. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, One – way ANOVA analysis, Chi – Square were used in analyzing the data.

The findings reveal the following:

There were significant differences between sex, age, education, occupation, and monthly income of tourists and sustainable tourism behaviors at the level of 0.05

Education level, occupation, and income had an effect on the opinions of the respondents toward the guidelines for Wat Khitchakut development.

There were significant differences at the level of 0.05 between levels of highest education, occupation, income revenue and the opinion of the respondents toward the guidelines for Wat Khitchakut development for sustainable tourism.

There were no significant differences between sex age and the subject's opinions on the guidelines for Wat Khitchakut development for sustainable tourism.

From the analysis of data, six areas are to be developed at Wat Khitchakut Chanthaburi province for Sustainable tourism, namely national park management,

tourism resource management, participation management, education provision and awareness building and service management provision.

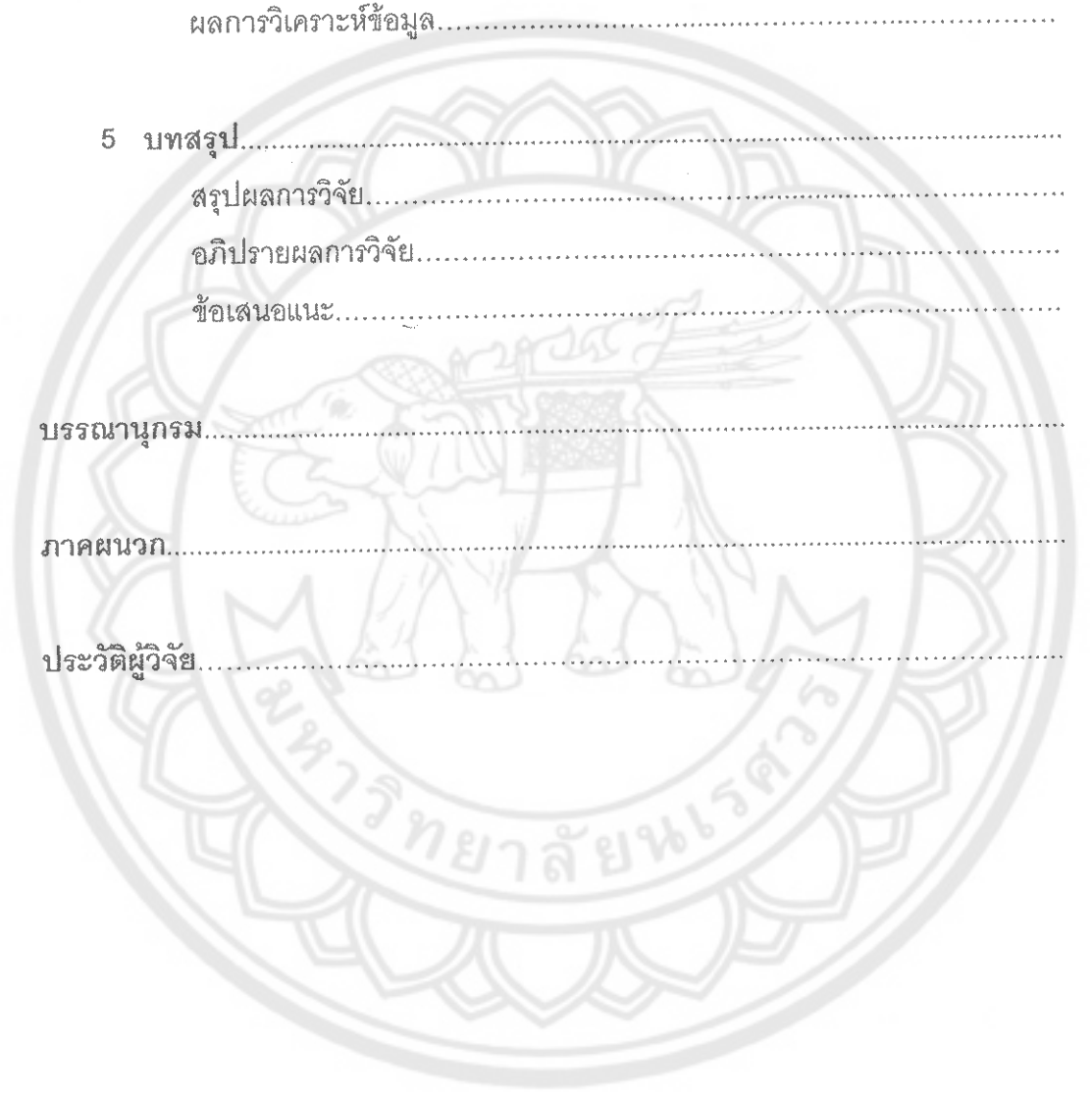


## สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของงานวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
สมมติฐานของการวิจัย.....	7
กรอบแนวความคิดในการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.....	9
แนวความคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความต้อการของนักท่องเที่ยว.....	14
แนวความคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม.....	20
บริบทเบื้องต้นเกี่ยวกับวัด และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาวัด.....	27
วัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี.....	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	45
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	48
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	48
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล.....	48
การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล.....	49
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	50
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	51

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย.....	52
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	53
5 บทสรุป.....	124
สรุปผลการวิจัย.....	124
อภิปรายผลการวิจัย.....	129
ข้อเสนอแนะ.....	130
บรรณานุกรม.....	133
ภาคผนวก.....	136
ประวัติผู้วิจัย.....	142



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงวัน เวลาที่เก็บข้อมูล.....	50
2 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ.....	53
3 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	54
4 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา.....	54
5 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ.....	55
6 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	55
7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู มาก่อนหรือไม่.....	56
8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว วัดศิขณภูจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด.....	57
9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว.....	58
10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อย่างไร.....	58
11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่.....	59
12 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการความ คิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภู จำแนกรายด้าน...	60
13 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดแบ่งพื้นที่ จำแนกรายข้อ.....	61

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อม จำแนกรายชื่อ.....	62
15 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วม จำแนกรายชื่อ.....	63
16 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกรายชื่อ.....	64
17 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้าง จิตสำนึก จำแนกรายชื่อ.....	66
18 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการให้บริการ จำแนกรายชื่อ.....	67
19 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคย เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่.....	69
20 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด.....	70
21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรม จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี.....	71

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร.....	72
23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมจะ เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่.....	73
24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมเคย เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่.....	74
25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับ ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด.....	75
26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรม จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี.....	76
27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรม เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร.....	77
28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมจะ เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่.....	78
29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม เคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่.....	79
30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด..	80
31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี.....	81
32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร.....	82
33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม จะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่.....	83

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่.....	84
35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด..	85
36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรี.....	86
37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรี อย่างไร.....	87
38 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่.....	88
39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่..	89
40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูง จากแหล่งใด.....	90
41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรี...	91
42 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรี อย่างไร.....	92
43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่.....	93
44 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามเพศ.....	95



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
45 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและ การจัดแบ่งพื้นที่.....	96
46 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและ การจัดแบ่งพื้นที่.....	97
47 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม.....	97
48 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม.....	98
49 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	98
50 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	99
51 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก.....	99
52 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก.....	100
53 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการให้บริการ.....	100
54 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการให้บริการ.....	101

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
55 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ และการจัดแบ่งพื้นที่.....	102
56 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ และการจัดแบ่งพื้นที่.....	102
57 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	103
58 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	103
59 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม.....	104
60 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม.....	104
61 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	105
62 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก.....	105
63 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก.....	106

## สารบัญญัตินำ (ต่อ)

ตาราง		หน้า
64	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการให้บริการ.....	106
65	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการให้บริการ.....	107
66	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและ การจัดแบ่งพื้นที่.....	107
67	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ ต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและ การจัดแบ่งพื้นที่.....	108
68	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	109
69	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม.....	110
70	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม.....	111
71	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม.....	111
72	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	112
73	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	112

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
74	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการจัดการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก.....	113
75	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการจัดการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก.....	114
76	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการให้บริการ.....	115
77	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ และการจัดแบ่งพื้นที่.....	115
78	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ และการจัดแบ่งพื้นที่.....	116
79	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	117
80	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม.....	117
81	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการมีส่วนร่วม.....	118
82	แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏ ด้านการมีส่วนร่วม.....	119

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
83 การทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	119
84 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก.....	120
85 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก.....	120
86 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และ การสร้างจิตสำนึก.....	121
87 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อ แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการให้บริการ.....	122
88 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความ คิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการให้บริการ.....	122

# สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย.....	8
---------------------------------	---



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ และมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ เนื่องจากการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหลักที่มีส่วนส่งเสริมระบบเศรษฐกิจ และสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกันอย่างมากมาย ทั้งในประเทศไทย และทั่วทั้งโลก เช่น ธุรกิจที่พักอาศัยและการโรงแรม ธุรกิจการค้าขาย ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการบันเทิงและการสันทนาการ ธุรกิจการขนส่งภายในประเทศ และธุรกิจบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น สำหรับประเทศไทยจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้หลักให้กับประเทศติดอันดับหนึ่งในสามมาตลอด เป็นระยะเวลากว่าสิบปีที่ผ่านมา เพราะสามารถสร้างรายได้จำนวนมากให้แก่ประเทศไทย นอกเหนือจากรายได้จากสินค้าส่งออก โดยในปี 2552 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า 14 ล้านคน ส่งผลให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวตลอดทั้งปี 2552 เป็นจำนวนถึง 527,000 ล้านบาท (กรมการท่องเที่ยว, 2553)

ปัจจุบันการเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญของมนุษย์ รูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วยสาเหตุหนึ่ง เป็นผลมาจากสภาพแวดล้อมธรรมชาติ หรือทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง จึงเกิดแนวคิดในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับการจัดการท่องเที่ยว ในหลายๆหน่วยงาน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เกิดการท่องเที่ยวที่มีชื่อเรียกต่างกันไป เช่น การท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบนิเวศ ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวโดยตรง จึงเล็งเห็นความจำเป็นที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวควบคู่กับการอนุรักษ์ จึงได้กำหนดนโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เมื่อปี พุทธศักราช 2538-2538 ขึ้นเพื่อใช้เป็นกรอบในการกำหนดทิศทางการปฏิบัติงาน (กุลวรรณา สุวรรณพิมล, 2548, หน้า 38-39)

จากสภาพความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว ที่นับวันทวีความรุนแรงขึ้นมาเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลกระทบที่เกิดขึ้นกับระบบนิเวศ หรือสภาพแวดล้อม จึงทำให้มีการเรียกร้องจากนักวิชาการ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว และอื่นๆ รวมถึงนักท่องเที่ยวและองค์การพัฒนา

เอกชน (Non Governmental Organization : NGOs) ให้มีการจัดการทางการท่องเที่ยวทางเลือกใหม่ (Alternative Tourism) อันเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยว และอนุรักษ์สภาพแวดล้อมควบคู่กันไป หรือที่เรียกว่า “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน” (Sustainable Tourism) ไปพร้อมกันโดยมีหลักการกว้างๆ คือ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวจะต้องได้รับความรู้ ความเพลิดเพลินจากการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ทั้งทางวัฒนธรรม ธรรมชาติ รวมทั้งท้องถิ่นควรมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวแบบนี้ด้วย (สุนันทา พูนน้อย, 2543, หน้า 2)

ดังนั้นสถานการณ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยรวมในอนาคต เป็นการคาดหวังเป้าหมายสูงสุด หรือผลของการพัฒนา ที่ต้องการให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนทั้งระบบ เพื่อให้สามารถตอบสนองกระแสความต้องการด้านอนุรักษ์ กระแสความต้องการของตลาด และกระแสของการพัฒนาคน โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ตลอดจนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งการจัดการในกระบวนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถควบคุมขนาดการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสม โดยเฉพาะองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญทางด้านทรัพยากรการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวและองค์การบริหารจัดการ ซึ่งจะมีประสิทธิผลให้ทรัพยากรธรรมชาติสามารถอำนวยประโยชน์ ดำรงสถานภาพ บทบาทหน้าที่ และพื้นตัวได้ตามสภาพธรรมชาติ นักท่องเที่ยว ผู้เกี่ยวข้อง และประชาชนทั่วไป มีจิตสำนึกและมีความตระหนักในการอนุรักษ์ ประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วม และมีขีดความสามารถในการจัดการเกิดความภูมิใจ และยกระดับความเป็นอยู่ของชุมชน (สถานที่ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ทางการท่องเที่ยว, 2550)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึงความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง การท่องเที่ยว รวมถึงการจัดบริการอื่นๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดย ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิตที่มีต่อกระบวนการท่องเที่ยว ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน และต้องชี้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่นและชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ (2538, หน้า 14)

และราไพพรรณ แก้วสุริยะ (2544) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่า หมายถึง “การพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรีย์ภาพโดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษา



เอกลักษณ์ทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ให้นานที่สุด และเกิดผลกระทบน้อยที่สุดและใช้ประโยชน์ให้นานที่สุด”

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามแนวความคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ถือเป็นทางออกของปัญหาต่างๆที่เกิดการละเลยมาตั้งแต่เบื้องต้น ให้เกิดการพัฒนามาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และมีความพร้อมในการสร้างผลประโยชน์ในระยะยาวให้แก่ชุมชนและประเทศชาติ โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวด้วยแล้ว หากได้รับการส่งเสริมและการพัฒนาที่ถูกต้องก็จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความยั่งยืนได้ในที่สุด ประเทศไทยจึงต้องคำนึงและตระหนักถึงปัญหาที่จะตามมาจากการท่องเที่ยวที่ขยายตัวตลอดจนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นทุกๆปี จากปัญหาดังที่กล่าวมาทำให้ผู้วิจัยมีความตระหนักถึงแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ควรจะได้รับการจัดการท่องเที่ยวที่ดี ซึ่งจะต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการที่จะช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นสามารถดำรงอยู่และคงคุณค่าตลอดไป และข้อมูลที่ได้จากการศึกษาวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อบุคลากร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อที่จะได้วางแผนในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

จังหวัดจันทบุรีตั้งอยู่บนพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย ระหว่างเส้นรุ้งที่ 12-13 องศาเหนือ และเส้นแวงที่ 101-102 องศาตะวันออก อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 245 กิโลเมตร มีพื้นที่ทั้งหมด 6,338 ตารางกิโลเมตร หรือ 3,961,250 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 16.6 ของพื้นที่ภาคตะวันออก และเท่ากับร้อยละ 1.8 ของพื้นที่ทั้งประเทศ การปกครองแบ่งออกเป็น 10 อำเภอ คือ อำเภอเมืองจันทบุรี อำเภอขลุง อำเภอท่าใหม่ อำเภอโป่งน้ำร้อน อำเภอมะขาม อำเภอแหลมสิงห์ อำเภอสอยดาว อำเภอแก่งหางแมว อำเภอนายายอาม และอำเภอเขาชีชมภู และประกอบด้วย 76 ตำบล 690 หมู่บ้าน

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย และถือว่าเป็นเมืองที่อุดมสมบูรณ์ ดินฟ้าอากาศเอื้ออำนวยต่อการปลูกผลไม้หลายชนิด โดยเฉพาะทุเรียน เงาะ มังคุด และพืชผลทางการเกษตรอื่นๆ เช่น พริกไทย ยางพารา เป็นศูนย์กลางธุรกิจด้านอัญมณี มีสถานที่ท่องเที่ยวและสิ่งที่น่าสนใจมากมาย ทั้งทางด้านธรรมชาติตั้งแต่บนเขาสูงที่มีความสมบูรณ์ มีอุทยานหลายแห่งเช่น อุทยานแห่งชาติเขาชีชมภู อุทยานแห่งชาติเขาสีบาห์ชัน และอุทยานแห่งชาติน้ำตกพลิว ที่มีเรื่องราวในประวัติศาสตร์รัชกาลที่ 5 อีกด้วย จันทบุรีมีหาดทรายชายฝั่งที่มีชื่อเสียงหลายแห่งเช่น หาดเจ้าหลาว อ่าวคุ้งกระเบน หาดแหลมเสด็จ หาดคุ้งวิมาน

แหล่งประวัติศาสตร์ก็มีอยู่มากเช่น ศาลสมเด็จพระเจ้าตาก สถานโบราณคดีมนุษย์โบราณ ตึกแดง  
คุชชีไก่ เป็นต้น วัดวาอารามก็มีอยู่หลายแห่งเช่น วัดเขาสุทิม วัดทองทั่ว วัดพลับ เป็นต้น

วัดศิขณภูฏตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ของ “อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ” ต.พลวง  
กิ่งอ.เขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ อยู่ในบริเวณพื้นที่ป่าเขาคิชฌกูฏ  
หรือเขาพระบาท ท้องที่อำเภอมะขาม และกิ่งอำเภอเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วยภูเขา  
ทิวทัศน์ที่งดงาม มียอดเขาสูงสุดอยู่ในระดับความสูง 1,000 เมตร มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม เช่น  
น้ำตกกระทิง และปรากฏการณ์ทางธรณีวิทยาที่เกี่ยวข้องกับตำนานทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะใน  
ด้านความเชื่อทางศาสนาเกี่ยวกับบรุษพระพุทธรูปบนยอดเขาคิชฌกูฏ มีเนื้อที่ประมาณ 58.31  
ตารางกิโลเมตร โดยพื้นที่อุทยานแห่งนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวและมุกพักผ่อนสวยๆ ที่น่าสนใจอยู่  
หลายแห่งเช่น น้ำตกกระทิง, น้ำตกคลองช้างเซ, น้ำตกคลองไพบูลย์ หรือจะเป็นมุกของบึงน้ำขนาด  
ย่อมๆ ที่อยู่บริเวณสถานที่กางเต็นท์ให้นักท่องเที่ยวได้มาพักผ่อนกัน ซึ่งโดยมากแล้วนักท่องเที่ยว  
ส่วนใหญ่จะเลยไปยังเขาคิชฌกูฏทันทีโดยไม่ค่อย ได้แวะมาที่อุทยานแห่งนี้ เดิมทีพื้นที่ของ  
เขาคิชฌกูฏแห่งนี้นั้นไม่ได้ เป็นของอุทยานแห่งชาติมาแต่แรก โดยพื้นที่เหล่านั้นเป็นของชาวบ้าน  
มาก่อนและขนบธรรมเนียมประเพณีสักการะนมัสการนั้นชาวบ้านก็ปฏิบัติสืบต่อกันมาเป็นเวลา  
นานแล้ว แต่เนื่องจากสมัยก่อนการเข้าถึงยังเป็นไปได้ยากลำบาก ปัญหาและแนวโน้มที่จะ  
ก่อให้เกิดผลเสียต่อสภาพแวดล้อมจึงยังไม่ส่งผลมาก สักเท่าไร ผิดกับปัจจุบันที่สามารถเข้าถึง  
ได้ง่ายและจากการที่ผมได้เข้าฟังบรรยายรับ รู้เรื่องราวจากเจ้าหน้าที่อุทยานจึงได้พบว่าปัญหาที่  
เลื่องไม่ได้และได้รับ ผลกระทบมากที่สุดก็คือ “ขยะ” ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นเป็นเงาตาม  
ตัว ตามวันเวลาและสภาพเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกันหมด ส่งผลให้ปริมาณขยะสูงขึ้นอย่าง  
เห็นได้ชัด รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเช่น ห้องน้ำ ซึ่งยากต่อการควบคุมแม้ว่าจะมีการจัดให้  
อยู่ในพื้นที่ของอุทยานฯแล้วก็ตาม แต่การดำเนินงานต่างๆ ก็ทำได้แค่เพียงส่วนหนึ่งเล็กน้อยเท่านั้น  
เมื่อเทียบกับจำนวนและปริมาณของผู้มาเยือนและที่สำคัญไปกว่านั้นคือ “การเข้ามาที่หลังของ  
อุทยานที่มาจากหลังชาวบ้าน” พื้นที่และวิถีรูปแบบเป็นของชาวบ้านมาก่อน ดังนั้นเมื่อเกิดการ  
เปลี่ยนแปลงเข้ามาของอุทยานฯ การดำเนินงานประสานงานบางอย่างจึงติดขัดไม่ลื่นไหลเท่าที่ควร  
ทั้งในการร้องขอจากชาวบ้านในการดูแลควบคุมปัญหาปริมาณขยะ หรือในด้านต่างๆ เนื่องจาก  
เป็นช่วงเวลาที่ยอดเขาพระบาทเปิดให้ผู้ศรัทธาได้มานมัสการสักการะ นั้นมีเพียงแค่ 2 เดือน  
เท่านั้น

เนื่องจากวัดศิขณภูฏยังไม่ได้รับการพัฒนาและวางแผนการจัดการเพื่อให้เป็นแหล่ง  
ท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ยังขาดโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆสำหรับนักท่องเที่ยว

ตลอดจนการจัดระเบียบที่เป็นไปตามหลักของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนจึงทำให้เกิดปัญหาหลายอย่าง เช่น ปัญหานักท่องเที่ยวจำนวนมากที่เดินทางไปสักการะรอยพระพุทธรูป วัดศิขณภูมิ ทำให้เกิดปัญหาในด้านต่างๆ ตามมาด้วย เกิดปัญหาการทำลายทรัพย์สิน ปัญหาขยะ ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ความสะอาด อาทิ ด้านการคมนาคมการเดินทางเข้าถึง ด้านห้องน้ำ ด้านร้านค้าและของที่ระลึก เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเพื่อหาแนวทาง ที่เป็นประโยชน์แก่วัดศิขณภูมิ ให้คงไว้ซึ่งความสวยงาม มีความสะอาดและเป็นระเบียบเรียบร้อยของสถานที่ มีการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด นอกจากนี้ยังเป็นการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้ที่เกี่ยวข้องหันมาใส่ใจ และเห็นความสำคัญในการท่องเที่ยวเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น

#### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

#### ขอบเขตของงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่  
การศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดกำหนดพื้นที่บริเวณวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี
2. ขอบเขตเนื้อหา  
การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาถึงการจัดการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาวัดเพื่อเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมุ่งศึกษาความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรีของนักท่องเที่ยวและประชาชนในท้องถิ่น ในการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านสิ่งแวดล้อมสะอาด ด้านสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนแนวทางการพัฒนาจากหน่วยงานรัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

### 3. ขอบเขตประชากร

กลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงนิเวศวัฒนธรรม จังหวัดจันทบุรี จำนวน 786,591 คน (ฝ่ายระบบฐานข้อมูล ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ, 2552)

### 4. ขอบเขตด้านเวลา

ตั้งแต่เดือน ตุลาคม 2553 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ 2554

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้แนวทางในการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว ด้านการจัดการการมีส่วนร่วม ด้านการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้การศึกษาหาความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการจัดการการให้บริการ

2. ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์ และเป็นแนวทางในการพัฒนาวัดศิขณภูมิ เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

### นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง การท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความต้องการจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย (ชุมชนคนรักโฮมสเตย์, 2546, หน้า 1)

การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรมและสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาดสามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด (จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2547)

**โครงสร้างพื้นฐานด้านสาธารณูปโภค** หมายถึง การมีสาธารณูปโภคที่ครบครัน มีระบบการจราจรที่ดี มีการจัดการด้านที่จอดรถ และห้องน้ำสะอาดและเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

**ลักษณะส่วนบุคคล** หมายถึง ข้อมูลที่บ่งชี้หรือสามารถบ่งชี้ตัวบุคคล เช่น ชื่อ เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ สถานที่อยู่ เชื้อชาติ เป็นต้น ในที่นี้หมายถึง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

**แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว** หมายถึง การพัฒนาพื้นที่บริเวณเขาศิขณภูฏ เพื่อปรับปรุงแก้ไขให้มีความเรียบร้อย สมบูรณ์ สวยงาม และมีประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว หมายถึง กลุ่มคนที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

#### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี
2. นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย  
ตัวแปรอิสระ



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดในการวิจัย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง การศึกษาการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. แนวความคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
3. แนวความคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม
4. บริบทเบื้องต้นเกี่ยวกับวัด และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาวัด
5. ข้อมูลเกี่ยวกับวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การประชุมโลก' 90 (Globe'90) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการคุ้มครองและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติเพื่ออนุชนรุ่นหลังด้วย (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2545, หน้า 1)

องค์การรัฐแคริบเบียนตะวันออก (Eastern Caribbean States) ได้ให้ความหมายว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การใช้ทรัพยากรธรรมชาติให้ได้รับผลประโยชน์สูงสุดและการนำวัฒนธรรมมาพัฒนาประเทศ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของความเสมอภาคและการพึ่งตนเอง เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้มาเยือน และเป็นการปรับปรุงคุณภาพชีวิต โดยความร่วมมือภาคีรัฐภาคเอกชน และชุมชนในท้องถิ่นนั้นๆ (ชัชพล ทรงสุนทรวงศ์, 2545, หน้า1) \* \*

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้ที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว นั้น โดยเน้นการจัดการทางด้านทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนเพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในปัจจุบันและอนาคต

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา ( 2548, หน้า 19 ) กล่าวถึงแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่าประกอบด้วย 3 มิติ ดังนี้

1. มิติด้านการสร้างจิตสำนึกการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายในการป้องกันรักษาทรัพยากรท่องเที่ยวสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อคงไว้ซึ่งความสวยงามและคุณค่าทรัพยากรการท่องเที่ยว

2. มิติด้านการสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต้องมีแนวคิดให้นักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนาหรือมีความสนใจที่จะเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น การจัดให้มีป้ายสื่อความหมาย ทั้งนี้ก็เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับธรรมชาติและวัฒนธรรมซึ่งเป็นการเพิ่มพูนความรู้ ประสบการณ์แก่นักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจกลับไป

3. มิติด้านการสร้างควมมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ด้วยการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนและช่วยให้ชุมชนท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม

#### ความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

จกมลพัทธ์ เจตนะจิตร์ (2546, หน้า 9) กล่าวว่า การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่สมดุลไม่เอียงไปในด้านใดด้านหนึ่ง เป็นการพัฒนาที่มีความสมดุล 3 เรื่อง คือ

1. เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง
2. มีการกระจายรายได้ที่เป็นธรรม
3. มีคุณภาพชีวิตที่ดี

ศรัณย์ เลิศรักษ์มงคล (2540, หน้า 12) ได้อธิบายถึงลักษณะของการพัฒนาอย่างยั่งยืนหรือความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่า เป็นการพัฒนาที่เน้นความรู้ความเข้าใจ หรือเรียกได้ว่าเป็นการเน้นที่การพัฒนาตัวความรู้หรือปัญญา เมื่อเกิดปัญญาอย่างแท้จริงแล้วก็เรียกได้ว่าเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืนได้ ทั้งนี้เพราะนำเอาปัญญาเป็นตัวตั้ง”

#### องค์ประกอบของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 20-22) กล่าวถึงองค์ประกอบหลักของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่าประกอบด้วย 6 ด้าน ดังนี้

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว โดยมีการประเมิน



ศักยภาพ ชีตความสามารถในการรองรับของพื้นที่และกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิมหรือดีกว่า และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยมีการประเมินผลกระทบอย่างต่อเนื่อง

3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ โดยเป็นการพัฒนาที่มีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาที่แสวงหานักท่องเที่ยวคุณภาพ

5. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาที่เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนเพื่อให้สามารถจัดการกับการท่องเที่ยวของตนเอง และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้ประชาชนเกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรท้องถิ่น

6. องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อปลูกจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

**หลักการของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**

นพพร บุญเป็ง (2550, หน้า 11) กล่าวถึงแนวคิดของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ว่า “การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนนั้นจะต้องปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไปจากสังคมบริโภคนิยมเข้าสู่สังคมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ ดังนั้นขอบเขตของการพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน”

กล่าวโดยสรุปรูปแบบและกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้ มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอ และทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ไม่เสื่อมคลาย ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่นจะต้องไม่เกิดขึ้นหรือหากมีก็ต้องเป็นผลกระทบที่น้อยที่สุด ซึ่งมีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้นจึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไว้ได้

วินัย วีระวัฒนานนท์ (2537, หน้า 97) ได้สรุปหลักการสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนไว้ดังนี้

1. การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและเทคโนโลยีจะต้องดำเนินต่อไป แต่จะต้องกระทำด้วยความระมัดระวังและรอบคอบอย่างยิ่งต่อการสร้างผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของมนุษย์และสิ่งแวดล้อม
2. คุณภาพชีวิตที่ดีของมนุษย์เกิดจากคุณภาพของสิ่งแวดล้อมธรรมชาติที่ดี
3. มนุษย์จะต้องดำรงชีวิตอยู่อย่างประหยัดและรู้จักคำว่าพอเพียง
4. มนุษย์จะต้องคำนึงถึงอาหารสำหรับรับประทานอย่างมีคุณภาพก่อนการคิดถึงการสะสมเงินทองหรือทรัพย์สิน
5. มนุษย์จะต้องดำรงชีวิตอยู่อย่างอาหารต่อมนุษย์ด้วยกันและสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ
6. ประชาชนในทุกประเทศจะต้องมีส่วนร่วมในการดูแลสิ่งแวดล้อมของตน
7. ทุกประเทศจะต้องใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อปกป้อง ดูแลสิ่งแวดล้อมของตนเองและประเทศอื่น
8. การดูแลปกป้อง ฟื้นฟู สิ่งแวดล้อมของโลก เป็นหน้าที่ร่วมกันของทุกประเทศ
9. การแก้ปัญหาระหว่างประเทศจะต้องใช้แนวทางมุ่งสันติและหลีกเลี่ยงสงคราม
10. ทุกประเทศต้องถือเป็นหน้าที่ ในการแจ้งข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับความหายนะของสิ่งแวดล้อมให้ประเทศอื่นๆทราบ

#### รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนดังกล่าว ทำให้เกิดทางเลือกในการท่องเที่ยว (Alternative Tourism) เพื่อมาทดแทนหรือแข่งขันกับการท่องเที่ยวตามประเพณีนิยมหรือแบบทั่วไป (Conventional Tourism) ซึ่งมีการนำเสนอในหลายรูปแบบ (Form)

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2543, หน้า18-22) ได้แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ ดังนี้

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism) ซึ่งรูปแบบการท่องเที่ยวที่นิยมจัดกันในประเทศไทย ได้แก่

- 1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อม และการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน

- 1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศทางทะเล (Marine Ecotourism) หมายถึง การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบในแหล่งธรรมชาติทางทะเลที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่ง

ท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศทางทะเล เช่น เดินชมธรรมชาติป่าบนเกาะ ป่าชายหาด ป่าชายเลน การดำน้ำดูปะการัง

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยาหรือศิลปะสัญจร (Litho Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ลานหินทราย อุโมงค์ โพรง ถ้ำน้ำลอด ถ้ำหินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามภูมิทัศน์ที่มีความแปลกของการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่โลก ศึกษาธรรมชาติของหินประเภทต่างๆ และซากบรรพชีวินหรือฟอสซิล

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชื่นชมความงามความสำเร็จ และเพลิดเพลินในสวนเกษตร

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism) มีการจัดรายการท่องเที่ยวในรูปแบบของการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรมไว้หลายประเภท ได้แก่

2.1 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึงการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อชมงานประเพณีต่างๆที่ชาวบ้านท้องถิ่นนั้นๆได้จัดขึ้น ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน เพื่อศึกษาความเชื่อ การยอมรับนับถือ การเคารพ พิธีกรรมต่างๆ และได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม ได้แก่ งานประเพณีในราชสำนัก (ประเพณีหลวง) และประเพณีพื้นบ้าน อาทิ พระราชพิธีจรดพระนังคัลแรกนาขวัญ ประเพณีสงกรานต์ ประเพณีลอยกระทง

2.2 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินในสถานที่ท่องเที่ยว ได้มีความรู้ความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดีในท้องถิ่น ได้แก่ การจัดรายการเส้นทางท่องเที่ยวตามรอยประวัติศาสตร์ต่างๆ อาทิ ทิวทัศน์ทางศิลปปะชอม ตามรอยพ่อขุนเม็งราย เทียวอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น

2.3 การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism / Village Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลิน ได้ความรู้และภูมิปัญญาพื้นบ้าน ได้แก่ การท่องเที่ยวหมู่บ้านช้าง / ปางช้าง หมู่บ้านทอผ้า หมู่บ้านทำเครื่องเงิน หมู่บ้านทำร่ม หมู่บ้านจักสาน หมู่บ้านทำเครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

3. รูปแบบการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน มีทั้งการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวแบบผจญภัยกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งเมื่อผสมกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เรียกว่า Eco Adventure

Travel เมื่อผสมกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะเรียกว่า Eco Cultural Travel ได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ

รูปแบบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีหลากหลายรูปแบบด้วยกัน และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศถือเป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการกล่าวถึงและเป็นที่ยอมรับกันมากในประเทศไทย เพราะการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้เป็นรูปแบบของการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้รับสาระความรู้ควบคู่ไปกับความเพลิดเพลินและความพึงพอใจที่เกิดจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

นอกจากนี้การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ ยังแสดงให้เห็นถึงความห่วงใยที่มีต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม ประเพณี และความยั่งยืนของพื้นผิวโลก เพราะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจะต้องเป็นการริเริ่มและทำให้สำเร็จด้วยการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ จึงจะเป็นการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ นอกเหนือไปจากการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินแต่เพียงอย่างเดียว รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นควรจะมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และในขณะเดียวกันยังได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจอีกด้วย (Thai Ecotourism and Adventure Travel Association, 2007, p. 2)

ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจึงศึกษาเรื่องการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเป็นพื้นฐานและเป็นแนวทางในการทำความเข้าใจเรื่องการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในรูปแบบอื่นๆ ต่อไป

แนวความคิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และความต้องการของนักท่องเที่ยว

#### ปัจจัยการกำหนดการท่องเที่ยว

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2547, หน้า 59-68) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีบทบาทมากขึ้นในชีวิตของคนในปัจจุบัน อะไรทำให้มนุษย์มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และอะไรทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง คำถามเหล่านี้เป็นสิ่งที่อยู่ในความสนใจจากทั้งธุรกิจ ผู้จัดการแหล่งท่องเที่ยวรวมถึงภาครัฐ และสิ่งที่มีผลกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวในแต่ละคนมีรูปแบบที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยการกำหนดการท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism) ซึ่งประกอบไปด้วยปัจจัยส่วนตัว และปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลต่อรูปแบบการท่องเที่ยว" ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

ปัจจัยส่วนตัว หรือปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. สุขภาพ เป็นสิ่งแรกที่จะบอกได้ว่าความต้องการท่องเที่ยวจะเป็นจริงได้หรือไม่ สุขภาพในที่นี้หมายถึงทั้งสุขภาพกายและสุขภาพจิต มนุษย์มีการดูแลตนเองที่ดีขึ้น มีอาหารที่ดี

มีการแพทย์ก้าวหน้า ทำให้สามารถต่อสู้กับโรคได้มากกว่าในอดีต แต่ในขณะเดียวกันการทำงานที่เคร่งเครียดก็เป็นสิ่งบั่นทอนสุขภาพ รวมทั้งสภาพสังคมที่เปลี่ยนไป มลพิษที่เพิ่มสูงขึ้นเป็นสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลโดยตรงกับสุขภาพ อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการเดินทางทั้งที่เกิดจากสุขภาพดีและสุขภาพไม่ดี เช่น การเดินทางเพื่อการพักผ่อน หรือการไปในสถานที่ที่เหมาะสมต่อการฟื้นฟูสุขภาพ เป็นต้น

2. รายได้ มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับพฤติกรรม การตัดสินใจท่องเที่ยว รายได้เป็นปัจจัยสำคัญเริ่มตั้งแต่เป็นตัวกำหนดว่าการท่องเที่ยวจะเป็นจริงหรือไม่จนกระทั่งถึง เป็นปัจจัยหนึ่งในการกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยว ในการศึกษาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวจะใช้รายได้เป็นตัวแปรที่สำคัญในการคาดเดาพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ในความเป็นจริงปัจจัยของสถานการณ์ส่วนบุคคล คือ รายได้ เวลาพักผ่อน ภาระงาน ภาระครอบครัว มีความสัมพันธ์กันโดยมีวงจรชีวิตเข้ามาเชื่อมโยง

3. ทักษะและการรับรู้ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลปัจจัยหนึ่ง และมีความแตกต่างอย่างมากในแต่ละบุคคล ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวในยุคของการก่อการร้าย ความชอบและความกลัวเป็นสิ่งที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวพยายามปรับเปลี่ยนให้เป็นไปตามแนวทางที่ต้องการ เช่น สายการบินใช้ความเข้าใจในเรื่องการกลัวการขึ้นเครื่องบินจัดอบรมการเอาชนะความกลัวนั้น หากคนเลิกกลัวการขึ้นเครื่องบินหมายถึงการเพิ่มกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้เติบโตขึ้น

4. ประสบการณ์ สามารถปรับเปลี่ยนทั้งสถานการณ์ ความรู้ ทักษะและการรับรู้ได้ ประสบการณ์ซื้อแบบมีส่วนลดอาจทำให้เกิดพฤติกรรมพยายามหาส่วนลดในการซื้อครั้งต่อไป

อย่างไรก็ตามแต่ละบุคคลให้ความสนใจในปัจจัยแต่ละด้านไม่เท่ากัน บางปัจจัยสำคัญกว่าปัจจัยด้านอื่นๆ ตามทัศนคติ ความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ของบุคคลเหล่านั้น และในบุคคลเดียวกันนี้การให้ความสำคัญต่อยุทธปัจจัยดังกล่าวย่อมเปลี่ยนไปตามเวลา อายุ สถานการณ์ และประสบการณ์ที่เปลี่ยนไป

ปัจจัยภายนอกของนักท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยทางการเมือง โดยจะเกี่ยวข้องกับกฎหมายและกฎระเบียบต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นระเบียบเกี่ยวกับการตรวจคนเข้าเมือง การขออนุญาตเข้าประเทศ การก่อการร้าย นโยบายภาษี โดยเฉพาะภาษีสนามบิน ภาษีนักท่องเที่ยว ที่กล่าวมานี้ล้วนแต่เป็นสิ่งที่อิทธิพลกำหนดการเดินทางท่องเที่ยว

2. ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เป็นอีกปัจจัยภายนอกที่สำคัญโดยจะเห็นได้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวจะมีมากในช่วงที่เศรษฐกิจมีความเจริญรุ่งเรือง เช่น เกาหลีใต้เป็นประเทศที่พัฒนาเศรษฐกิจหลังสงครามเกาหลีในปี ค.ศ. 1950-1953 ได้อย่างรวดเร็วจากนโยบายการส่งออก ซึ่งทำให้ประชาชนมีรายได้และกลายเป็นประเทศในเอเชียที่สร้างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอันดับต้นในกลุ่มประเทศเอเชีย

3. ปัจจัยด้านสังคม ในที่นี้รวมถึงวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นชนชั้น หรือแบบแผนชีวิต ในสังคมเมืองการท่องเที่ยวเป็นเสมือนสิ่งจำเป็นในชีวิตเปลี่ยนจากทัศนคติเดิมที่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งฟุ่มเฟือย โดยแนวโน้มการให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นสิทธิที่พึงมีของมนุษย์ทุกคนมีให้เห็นมากขึ้น โดยเฉพาะในโลกตะวันตก

นอกจากปัจจัยภายนอกทางการเมือง เศรษฐกิจและสังคมที่ได้กล่าวมาแล้ว กิจกรรมทางการตลาดของการท่องเที่ยวส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยว บริการอำนวยความสะดวกของตัวแทนจำหน่ายหรือธุรกิจจัดนำเที่ยวถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความต้องการท่องเที่ยวหรือเปลี่ยนความต้องการภายใน (Suppressed Demand) ให้เกิดเป็นความต้องการที่แท้จริง (Actual Demand) ปัจจัยภายนอกที่มีอิทธิพลด้านหนึ่งคือ ข้อมูลที่มาจากแหล่งเชิงพาณิชย์ (Commercial Source) สื่อสาธารณะ (Public Source) หรือจากเพื่อน ครอบครัว คนรู้จัก (Personal Source) โดยน้ำหนักที่ให้กับแหล่งข้อมูลจะแตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล อีกทั้งสัมพันธ์กับบุคลิกภาพและรูปแบบการใช้ชีวิตของบุคคลนั้น สิ่งที่ควรตระหนักเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยตัวเดียวกันอาจเป็นตัวส่งเสริมให้เกิดหรือขัดขวางไม่ให้เกิดการท่องเที่ยว เช่น รายได้เหลือจ่ายที่สูง (Discretionary Income) เป็นตัวส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยว แต่รายได้ที่ไม่พอจ่ายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นสิ่งไม่จำเป็นหรือสิ่งจำเป็นลำดับท้ายของรายจ่าย เป็นต้น

#### ธรรมชาติความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2547, หน้า 90-103) กล่าวว่า มีความพยายามที่จะจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มๆ ที่สามารถจะบอกถึงพฤติกรรมเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้นๆ ในความเป็นจริงแต่ละบุคคลมีลักษณะและความต้องการที่แตกต่างกันออกไป หากแต่การเสนอบริการให้นักท่องเที่ยวเป็นรายบุคคลจะเกิดค่าใช้จ่ายสูงและส่งผลต่อราคาค่าบริการที่เพิ่มขึ้น ดังนั้นธุรกิจจึงพยายามที่จะแบ่งกลุ่มตลาดของตนให้มีความเหมาะสม โดยสามารถแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็นกลุ่มโดยใช้ลักษณะและเกณฑ์ที่เหมาะสม โดยแบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ ได้ ดังนี้

### 1. นักท่องเที่ยวกลุ่มครอบครัว (Family Market)

ลักษณะครอบครัวมีความแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ ในประเทศสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศทางตอนเหนือของทวีปยุโรป ครอบครัวจะหมายถึง พ่อ แม่ และลูก แต่ในประเทศแถบใต้ของยุโรปหรือในประเทศที่อยู่ตะวันออกกลางหรือแถบเอเชียครอบครัวส่วนมากเป็นครอบครัวขยายมีจำนวนลูกมากและรวมญาติพี่น้องอยู่ในครอบครัวเดียวกัน ซึ่งจะทำให้บุคคลที่ร่วมตัดสินใจในรูปแบบการท่องเที่ยวมากขึ้น

### 2. นักท่องเที่ยวกลุ่มเที่ยวเพื่อความสำราญ (Hedonistic Market)

นักท่องเที่ยวกุ้มนี้ให้ความสำคัญกับความสุขส่วนตัวมากที่สุด จำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้เพิ่มจำนวนขึ้นจากเดิม แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวในลักษณะนี้คือความสุขทางกายและการได้เข้าสังคม ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกุ้มนี้แตกต่างจากกลุ่มครอบครัว โดยนักท่องเที่ยวกุ้มนี้อาจใช้เวลาไปกับการอยู่บนชายหาดหรือสระว่ายน้ำในตอนกลางวัน และในเวลาเย็นจะออกเที่ยวกลางคืนและกลับเข้าที่พักในเวลาเกือบเช้าของวันต่อมา การเที่ยวมักจะเป็นกลุ่มเพื่อนเพศเดียวกัน ชอบความอิสระ และเรียบง่าย

### 3. นักท่องเที่ยวกุ้มนักแบกเป้ (The Backpacker Market)

นักท่องเที่ยวกุ้มนี้อาจมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวแบบอิสระ มีค่าใช้จ่ายต่ำ พฤติกรรมการท่องเที่ยวไม่เหมือนนักท่องเที่ยวทั่วไป และวันที่พำนักมักจะยาวกว่าปกติ (มากกว่า 1-2 อาทิตย์) กลุ่มแบกเป้มักจะเป็นกลุ่มนักศึกษา เนื่องจากนักศึกษาจะมีวันหยุดปิดเทอมนาน การท่องเที่ยวแบบนี้ไม่ใช่พฤติกรรมเฉพาะนักท่องเที่ยวจากต่างชาติใด แต่เป็นพฤติกรรมการเที่ยวที่นิยมทั่วไปและมีแนวโน้มว่าจะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น

### 4. นักท่องเที่ยวกุ้มนักเยี่ยมเยียนญาติ (Visiting Friends and Relatives : VFR)

การท่องเที่ยวกลุ่มนี้นับว่าเป็นการท่องเที่ยวที่ประหยัดสำหรับผู้ที่มีรายได้น้อย จุดประสงค์การเดินทางอาจมีส่วนที่เป็นทางการเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น การเดินทางไปร่วมงานแต่งงาน หรืองานศพ กลุ่มนักศึกษาอาจจัดอยู่ในกลุ่มของนักท่องเที่ยวกุ้มนี้นี้ได้ โดยเป็นการเดินทางไปเยี่ยมบ้านเพื่อนที่ต่างจังหวัดหรือต่างประเทศในระหว่างเรียนหรือหลังจากจบการศึกษา

### 5. นักทัศนจร (Excursionists or One-Day Tourists)

กลุ่มนักทัศนจรมักจะท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ การเดินทางท่องเที่ยวมักกำหนดไว้ชัดเจนคือไม่เกิน 1 วัน แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการทัศนจรมักจะตั้งเป้าไปที่ผู้อาศัยในบริเวณนั้นคือใช้เวลาเดินทางไม่เกิน 2 ชั่วโมง ในการเดินทางจากที่พักมาแหล่งท่องเที่ยวได้ การใช้เวลา ณ แหล่งท่องเที่ยวอาจใช้เวลาไม่กี่ชั่วโมงหรือใช้เวลาทั้งวันก็เป็นได้

#### 6. นักท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Educational Tourists)

นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะที่ผ่านมา อาจเป็นเพราะการศึกษาต่อมีมากขึ้น อีกทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ในระหว่างการท่องเที่ยว อาจเป็นกลุ่มผู้ที่มีความสนใจและต้องการศึกษาในสิ่งที่สนใจ เช่น ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และการทำอาหาร เป็นต้น

#### 7. นักท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious Tourists)

การเดินทางโดยมีเหตุผลทางศาสนาเป็นหลักถือเป็นการปฏิบัติที่มีมานาน ซึ่งเหตุผลในการเดินทางที่แท้จริงแล้วอาจไม่มีการท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่ในปัจจุบันการเดินทางลักษณะนี้จะรวมกิจกรรมอื่นๆ นอกจากกิจกรรมทางศาสนาอยู่ด้วย สถานที่ประกอบพิธีทางศาสนามีได้มีอยู่เพียงผู้ที่นับถือศาสนาเท่านั้น หากแต่นักท่องเที่ยวอื่นๆ ยังสนใจเข้าชมความงามหรือเข้าเยี่ยมชมหรือสงบจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในสภาพสังคมที่วุ่นวายในปัจจุบัน

#### 8. นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ (Elderly Tourists)

นักท่องเที่ยวกลุ่มสูงอายุเป็นผู้ที่มีเวลา เงิน และยังมีสุขภาพดีพอที่จะท่องเที่ยวได้ และสนใจครอบครัว เพื่อน สถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ การผจญภัย และรูปแบบการใช้ชีวิตที่กระฉับกระเฉง นักท่องเที่ยวในวัยกลางคนและวัยสูงอายุนั้นมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาว เช่น อิทธิพลจากกลุ่มเพื่อนลดลง มีความเป็นวัตถุนิยมน้อยลง มีความเป็นส่วนตัวรอบคอบขึ้น มีความยึดหยุ่นสูง เป็นตัวของตัวเอง สนใจราคาเป็นเรื่องรอง วิธีกำหนดค่านิยมซับซ้อน

#### 9. นักท่องเที่ยวกลุ่มผู้มีความผิดปกติทางกาย (Tourists with Disabilities)

เมื่อกล่าวถึงนักท่องเที่ยวโดยมากแล้วจะนึกถึงคนที่สุขภาพดี แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มที่ไม่ควรมองข้ามคือ กลุ่มผู้พิการ โอกาสในสังคมของผู้ที่มีความผิดปกติทางร่างกายมักจะไม่เท่าเทียมกับคนทั่วไป เช่นเดียวกับการเดินทางท่องเที่ยว ความไม่พร้อมทางร่างกายเป็นสาเหตุของความต้องการในรูปแบบของการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป บางคนต้องการผู้ดูแลผู้ตลอดการเดินทางท่องเที่ยว แต่บางคนไม่สามารถเดินทางได้เลยเนื่องจากสภาพร่างกายไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทางและการทำกิจกรรมเช่นเดียวกับบุคคลปกติอื่นๆ

#### 10. นักท่องเที่ยวกลุ่มนักเดินทางระยะสั้น (The Short Break Market)

การเที่ยวระยะสั้นนี้ โดยมากแล้วจะเป็นการเดินทางที่นอกเหนือไปจากรายการท่องเที่ยวประจำปี โดยจุดประสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาจเป็นการท่องเที่ยวแบบโรแมนติก เยี่ยมเพื่อน เยี่ยมญาติ ชื้อของ ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ ฯลฯ แม้จะไม่ใช่การง่ายที่จะบอกรูปแบบ



พฤติกรรมการทำงานที่เกี่ยวระยะสั้นว่ามีรูปแบบอย่างไร แต่อาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักวางแผนและจองบริการล่วงหน้า หรืออาจตัดสินใจเดินทางในวินาทีสุดท้ายซึ่งอาจเป็นเพราะต้องการพักผ่อนจากการทำงาน หรือต้องการฉลองบางอย่าง ซึ่งในประเทศที่พัฒนาแล้วจะพบการเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นมากขึ้น อาจเป็นผลมาจากสภาพการทำงานในปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง และทำให้เกิดความเครียดได้ง่าย ดังนั้น คนจึงต้องการเวลาในการพักผ่อนแต่ด้วยภาระหน้าที่ที่ไม่สามารถมีวันหยุดยาวได้จึงเลือกที่จะเดินทางระยะสั้นแทน

### การตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ศุภลักษณ์ อังครางกูร (2547, หน้า 146-147) กล่าวว่า การตลาดถือเป็นปรัชญาการทำธุรกิจในยุคของการมุ่งให้ความสำคัญกับสินค้าและต่อมาเป็นยุคที่ให้ความสำคัญกับการขาย หลักการตลาดทั่วไปไม่สามารถนำมาปรับใช้ได้กับการท่องเที่ยว แต่ด้วยธรรมชาติของการท่องเที่ยวทำให้ต้องให้ความสนใจในรายละเอียดเพิ่มเติม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่มีความเฉพาะตัวสูงขึ้น และนักท่องเที่ยวมีความรู้มากขึ้น มีความต้องการสูงขึ้น การตลาดของการท่องเที่ยวจะต้องพิจารณาจาก 4 ข้อ ดังนี้

#### 1. คาดการณ์ความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป

การตลาดของการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือลูกค้าปัจจุบันซึ่งสำคัญกว่าการหาลูกค้าใหม่เนื่องจากการหาลูกค้าใหม่ต้องใช้ความพยายามและสิ้นเปลืองมากกว่าการรักษาลูกค้าเดิมหลายเท่า อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวในปัจจุบันแสวงหาบริการที่มากขึ้นและประสบการณ์ที่แปลกใหม่

#### 2. ตลาดที่มีการแข่งขันสูง

เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวมีในหลายภูมิภาคทั่วโลกในการที่จะแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆได้ หมายความว่าจำเป็นต้องมีสิ่งที่ดีกว่าในสายตาของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการแข่งขันจึงเป็นสิ่งที่นับวันจะทวีความรุนแรง

#### 3. สังคมและสิ่งแวดล้อม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญกับสังคมและสิ่งแวดล้อมเป็นพิเศษ นอกเหนือไปจากตัวนักท่องเที่ยวซึ่งนับวันจะสนใจเรื่องดังกล่าวนี้ ความแตกต่างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการให้ความสำคัญต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เป็นส่วนสำคัญของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและเป็นสิ่งที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวใช้หาประโยชน์

#### 4. อำนาจของผู้บริโภค

ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความรู้สึกมากขึ้นกว่านักท่องเที่ยวในอดีต เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารและการเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ทำให้ผู้บริโภคมากขึ้น และมีความต้องการที่หลากหลาย หากธุรกิจปรับตัวไม่ทันนักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะหันไปหาตัวเลือกอื่นได้

จากข้อพิจารณาทั้ง 4 ข้อที่กล่าวมาทำให้การตลาดของการท่องเที่ยว คือ กระบวนการจัดการที่เกี่ยวข้องกับการคาดการณ์และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าเดิม และนักท่องเที่ยวที่คาดหวังว่าจะมาเป็นลูกค้า ซึ่งต้องจัดการให้ดีกว่าคู่แข่งที่เป็นธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว โดยการจัดการมุ่งหวังให้เกิดกำไรและประโยชน์ที่เกิดกับชุมชน ความสำเร็จในระยะยาวขึ้นอยู่กับความพึงพอใจของทั้งลูกค้าและธุรกิจต่อการปฏิสัมพันธ์ของทั้งสองฝ่าย และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งจะพิจารณาคบคู่กันเสมอ

#### แนวความคิด ทฤษฎี ที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมของประชาชนนั้นเป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินงานในเรื่องหนึ่งหรือหลายเรื่องร่วมกัน ไม่ว่าจะเป็นการริเริ่มค้นคิด การพัฒนา การแก้ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้น และสามารถสร้างสรรคให้เป็นประโยชน์ต่อส่วนร่วม เป็นคำที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบันทั้งวงการวิชาการและวงการราชการ จึงได้มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้ความหมายไว้แตกต่างกันหลากหลาย ดังต่อไปนี้

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาของสหประชาชาติ (United Nations Research Institute of Development : UNRIOD) ให้ความหมายการมีส่วนร่วมว่า “เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาในเรื่องการตัดสินใจ การเข้าร่วมดำเนินกิจกรรม และการร่วมรับผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมจากกิจกรรมนั้น” ส่วนสหประชาชาติ (United Nations : UN) ให้ความหมายว่า “เป็นการมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์จากการพัฒนา การเข้ามามีส่วนร่วมทำให้เกิดการพัฒนาและการเข้าไปมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจในเรื่องของการพัฒนา” (อ้างถึงในมนตรี กรุหมมาลย์, 2539, หน้า,97)

อานันท์ ปันยารชุน (2541) ความสำเร็จของประชาธิปไตยแบบมีส่วนร่วม คือ การสำนึก ตระหนัก และยอมรับในสิทธิ หน้าที่ และส่วนร่วมของทุกกลุ่มทุกฝ่ายไม่ว่าจะเป็น จากภาครัฐเจ้าหน้าที่ที่จะต้องสร้างสำนึกใหม่ว่า กิจกรรมที่ตนรับผิดชอบไม่ใช่รัฐกิจ หรือกิจกรรมของรัฐที่ตนเท่านั้นมีสิทธิตัดสินใจได้ แต่เป็นสาธารณะ (Public Affairs) ที่สาธารณะชนชอบที่จะมีส่วนร่วมในการแสดงความประสงค์ในการร่วมคิดและการร่วมกระทำหรือตรวจสอบ หากเจ้าหน้าที่ของรัฐไม่ปรับทัศนคติให้ได้ก็จะเผชิญกับสภาวะการณ์ที่อาจเกิดข้อขัดแย้งถึงประชาชน กลุ่มที่ต้องการมี

ส่วนร่วมได้ ภาคประชาชน การตระหนักในสิทธิและยอมรับในหน้าที่ตลอดจนส่วนร่วมนั้นต้องเข้าใจว่าตนและผู้อื่นต่างก็มีสิทธิหน้าที่ และจุดยืนของแต่ละฝ่าย จึงเป็นเรื่องธรรมดาผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายก็ต้องยอมรับว่าการ "รวมชอม" และประสานประโยชน์ด้วยวิธีการต่างๆต้องเกิดขึ้น ฉะนั้นความแตกต่างในผลประโยชน์และจุดยืนจะนำไปสู่ความขัดแย้งและความรุนแรงในที่สุด สำนึกของพลเมืองในระบอบประชาธิปไตยมีส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จหรือล้มเหลวของการมีส่วนร่วม

เจลีเยว บุรีภักดี (2545) ได้ให้ความหมายการมีส่วนร่วม หมายถึง การเข้าร่วมอย่างแข็งขันของกลุ่มบุคคลที่มีส่วนได้เสียในทุกขั้นตอนของโครงการพัฒนาชนบท การมีส่วนร่วมต้องเป็นไปในรูปที่ผู้รับการพัฒนาเข้ามามีส่วนกระทำให้เกิดการพัฒนาใหม่เป็นผู้รับการพัฒนาตลอดไป ทั้งนี้เป็นการเกื้อหนุนให้เกิดการพัฒนาอย่างแท้จริงและถาวร สอดคล้องกับ ปารีชาติ วลัยเสถียร (2542) คือ เป็นกระบวนการของการพัฒนา โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงสิ้นสุดโครงการ

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) กล่าวถึงการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในทิศทางที่ถูกต้องว่า ควรให้ชุมชนหรือท้องถิ่นได้รับความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน มีความสามารถในการดูแลรักษาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมโดยการให้ข้อมูล การเตรียมการ การจัด การวางแผน การควบคุมดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในทุกระดับ ดังต่อไปนี้

1. ระดับนโยบาย จะต้องหาทางให้ชุมชนท้องถิ่นรับทราบนโยบายการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
2. ระดับแผนงานหรือโครงการ จะต้องหาทางให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าใจแผนงานหรือโครงการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้ชัดเจน
3. ระดับปฏิบัติ จะต้องหาหนทางให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าใจแผนปฏิบัติแนวทางและวิธีการปฏิบัติตามแผน หรือโครงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน สามารถให้ความร่วมมือ และปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง โดยการแนะนำอย่างใกล้ชิดทุกขั้นตอน จนกว่าจะมั่นใจได้ว่าสมาชิกชุมชนท้องถิ่นทุกคนได้ดำเนินการอย่างถูกต้อง
4. ระดับการประเมินผล จะต้องหาแนวทางให้ชุมชนท้องถิ่นเข้าใจในการติดตามผลปฏิบัติงานตามแผนงานหรือโครงการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

สุวีพร พงษ์พานิช (2544) การมีส่วนร่วมของประชาชน เป็นหลักการที่ภาครัฐตื่นตัวให้ความสำคัญอย่างจริงจังในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งเกิดจากการที่ภาครัฐไม่สามารถดำเนินการพัฒนา

โครงการต่างๆ ให้บรรลุเป้าหมายได้ ทั้งนี้โครงการที่มีผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ ร่วมระดมสมอง กำหนดวิธีการแล้วก็ตาม ซึ่งเมื่อวิเคราะห์พบว่าเกิดจากการสั่งการจากเบื้องบน (Top Down Approach) ทำให้ไม่ตรงตามความต้องการของท้องถิ่น อีกทั้งประชาชนไม่เข้าใจเหตุผลของภาครัฐจึงไม่ปฏิบัติตาม ดังนั้นจึงได้กำหนดให้การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นกลยุทธ์สำคัญของแผนการพัฒนาในโครงการต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีส่วนร่วมของประชาชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะเมื่อมีสถานที่ท่องเที่ยวเกิดขึ้นที่ใด ก็เกิดการกระจายรายได้ในท้องถิ่นนั้น ทำให้คนในท้องถิ่นมีงานทำมีรายได้และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น แต่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้น คนในท้องถิ่นจำนวนมากที่ได้รับผลประโยชน์เต็มเม็ดเต็มหน่วย ส่วนใหญ่มักจะเป็นคนงานที่ทำงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นเพื่อให้ประชาชนในท้องถิ่นได้รับผลประโยชน์มากที่สุด อันดับแรกจึงต้องให้เกิดการรวมตัวกันเป็นกลุ่มของคนในท้องถิ่นเพื่อดำเนินกิจกรรมและธุรกิจการท่องเที่ยวในท้องถิ่นเอง

การมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านการท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่มักจะเป็นการร่วมกันใช้ประโยชน์หรือได้รับประโยชน์ ซึ่งเป็นองค์ประกอบหนึ่งเท่านั้น การมีส่วนร่วมที่จะก่อให้เกิดความยั่งยืนในการพัฒนาได้ จะต้องครบองค์ประกอบ 5 ประการคือ

ประการแรกร่วมกันวางแผน เป็นการร่วมคิดร่วมวางแผนจะเตรียมความพร้อมและสั่งอำนวยความสะดวกในชุมชน ร่วมประชุมลงความเห็น พร้อมเสนอแนะแนวทางปฏิบัติ ประการที่สองร่วมกันปฏิบัติตามแผน โดยสมาชิกในชุมชนทุกคนจะต้องร่วมกันปฏิบัติตามหน้าที่ที่ตกลงกันได้ ประการที่สามร่วมกันใช้ประโยชน์ สมาชิกในชุมชนทุกคนจะต้องมีสิทธิ์ใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยว จะต้องมีการจัดการผลประโยชน์ทั้งเป็นตัวเงินและวัตถุให้ประชาชนในท้องถิ่นอย่างทั่วถึงและเหมาะสม โดยคำนึงถึงความยุติธรรมและความเท่าเทียมกันเป็นหลัก ประการที่สี่ร่วมติดตามและประเมินผล เมื่อมีการดำเนินการแล้วย่อมจะมีปัญหาต่างๆเกิดขึ้นจึงต้องมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ถ่ายทอดประสบการณ์และร่วมกันประชุมหาวิธีการแก้ไขปัญหานั้น และประการสุดท้ายร่วมบำรุงรักษา เมื่อมีการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรแล้วทุกคนต้องช่วยกันบำรุงรักษาด้วย หากปล่อยปะละเลยให้เกิดความเสื่อมโทรมแล้ว ผลประโยชน์ที่เคยได้รับก็หมดไปเช่นกัน (สุวีพร พงษ์พานิช, 2544)

ดังนั้นจากความหมายที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้น การมีส่วนร่วมในการจัดการใดๆก็ตาม จะประสบผลสำเร็จได้โดยสมาชิกทุกคนในท้องถิ่นต้องร่วมมือกับหน่วยราชการต่างๆที่เกี่ยวข้อง ตั้งแต่การร่วมมือกันวางแผน ร่วมกันปฏิบัติการ ร่วมกันใช้ประโยชน์ ร่วมติดตามและประเมินผล และร่วมบำรุงรักษา เพื่อให้ท้องถิ่นหรือชุมชนนั้นได้รับการพัฒนาที่ถูกต้องทางและยั่งยืน

จำไพพรรณ แก้วสุริยะ (2542) การบริหารตามหลักธรรมาภิบาลที่ว่า ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการหรือพัฒนา เพราะทุกคนในชุมชนเป็นผู้ที่มีส่วนได้ประโยชน์และส่วนเสียประโยชน์ (Stakeholder) จึงควรจัดตั้งคณะทำงานซึ่งต้องพิจารณาขอบเขต บทบาท หน้าที่ พันธะ ภารกิจของกลุ่มตามกฎหมายภายใต้องค์กรปกครองท้องถิ่น และจะทำงานอย่างไรให้สอดคล้องกัน ซึ่งสามารถจัดการได้ดังนี้

1. ร่วมพิจารณากิจกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ ซึ่งต้องได้รับการยอมรับของประชาชนในพื้นที่และกิจกรรมต้องไม่เกิดผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม ประเพณี สังคมและวัฒนธรรม สามารถรักษาความเป็นอัตลักษณ์ไว้ได้

2. ร่วมกันกำหนดแผนงานและกฎระเบียบ ซึ่งคณะทำงานในท้องถิ่นต้องมีการประชุมร่วมกันวางแผนการตลาด แผนปฏิบัติการ แผนพัฒนา เพื่อส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และรวมถึงการกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับต่างๆในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3. ร่วมบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมต่อการจัดการนี้นับได้ว่าองค์การท้องถิ่นในฐานะเป็นเจ้าของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว จะต้องมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเก็บค่าธรรมเนียมการเช่าพื้นที่จำหน่ายสินค้า หรือบุคคลในท้องถิ่นมีอาชีพเป็นลูกหาบเป็นภาคีภาคี เป็นต้น

4. ร่วมประเมินผลและแก้ไขปัญหา เพื่อให้การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและมาตรฐานอย่างยั่งยืน ผู้รับผิดชอบจัดการจะต้องร่วมกันประเมินผล ร่วมกันวิเคราะห์ปัญหา ร่วมกันแก้ไขปัญหาเพื่อฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น

นรินทร์ แก้วมีศรี (2538) การมีส่วนร่วมนั้นถือเป็นหัวใจหลักสำคัญของการพัฒนา ซึ่งจะเห็นได้ว่ากิจกรรมใดๆก็ตาม หากประชาชนไม่มีความเป็นเจ้าของและลงมือดำเนินกิจกรรมด้วยตนเองแล้ว กิจกรรมนั้นอาจจะไม่สำเร็จและดำรงอยู่ได้ ลักษณะของการมีส่วนร่วมของประชาชนแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในโครงการทุกกระบวนการ ตั้งแต่ร่วมทำการศึกษาค้นคว้าปัญหา การร่วมคิดและหาวิธีการแก้ปัญหา ร่วมวางนโยบายหรือแผนงานโครงการ ร่วมตัดสินใจ การใช้ทรัพยากรอย่างจำกัดให้เป็นประโยชน์ต่อชุมชน ร่วมปฏิบัติตามนโยบายหรือแผนงานให้บรรลุตามผลที่กำหนดได้และควบคุม แผนงานและการประเมินผล

2. การมีส่วนร่วมไม่แท้จริง เป็นการมีส่วนร่วมเพียงบางส่วนโดยเฉพาะเข้าร่วมในการปฏิบัติตามโครงการที่ได้มีการกำหนดไว้แล้ว

จากความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ได้ศึกษาดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันอยู่บ้างขึ้นอยู่กับทัศนคติ ภูมิหลังทางวิชาการ ตลอดจนความรู้ความชำนาญของแต่ละคน อีกทั้งยังมีขอบเขตกว้างขวาง ซึ่งอาจหมายถึง การมีส่วนร่วมของปัจเจกชนหรือกลุ่มบุคคล ทั้งที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการก็ได้

สรุปความหมายของการมีส่วนร่วมของประชาชนว่า หมายถึง การที่ประชาชน กลุ่มหรือองค์กรใดๆ เข้ามาร่วมกันดำเนินกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งด้วยความสมัครใจ และพัฒนากิจกรรมนั้นบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายจนเกิดผลประโยชน์กับตนเอง กลุ่ม องค์กร และส่วนรวม

#### รูปแบบของการมีส่วนร่วม

การมีส่วนร่วมตามที่นักวิชาการศึกษาได้เสนอให้หลายรูปแบบ สามารถสรุปได้ดังนี้ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540-2544) ได้กำหนดรูปแบบและแนวทางการมีส่วนร่วมของประชาชน ไว้ดังนี้

1. จัดกระบวนการหรือกลไกการบริหารจัดการของรัฐที่เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา การจัดทำแผน และดำเนินการแก้ไขปัญหาของชุมชน
2. สนับสนุนให้มีคณะกรรมการของประชาชนในชุมชนและท้องถิ่นให้ร่วมคิด ร่วมทำงาน และเรียนรู้ประสบการณ์ความรู้ความสามารถซึ่งกันและกัน
3. ส่งเสริมให้มีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างชุมชนหรือท้องถิ่นในการแลกเปลี่ยนความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาด้านต่างๆ และผลกระทบจากการพัฒนา
4. จัดให้มีกระบวนการและช่องทางของการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการพัฒนาเป็นสองระบบควบคู่กันไป คือระบบการมีส่วนร่วมในการจัดกิจกรรมการพัฒนา ร่วมกับภาครัฐ ซึ่งเป็นระบบที่มีการปฏิบัติอยู่ในปัจจุบันและระบบการจัดการกิจกรรมการพัฒนาใหม่ โดยให้ประชาชนมีส่วนร่วมอย่างสมบูรณ์ ซึ่งภาครัฐเป็นฝ่ายสนับสนุนในด้านนโยบาย มาตรการ และงบประมาณสนับสนุน
5. เสริมสร้างวิสัยทัศน์และสร้างขีดความสามารถในการจัดการหรือการมีส่วนร่วมให้แก่องค์กรประชาชน องค์กรพัฒนาเอกชน ภาคเอกชน สาธารณชน ภาคธุรกิจเอกชน เพื่อให้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินแผนงานโครงการของรัฐหรือของชุมชน เช่น การใช้มาตรการจูงใจทางภาษี การสนับสนุนการฝึกอบรมด้านการจัดการ และการส่งเสริมความร่วมมือกับฝ่ายอื่นๆ ในสังคม
6. พัฒนาศักยภาพการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของรัฐและความร่วมมือระหว่างหน่วยงานประชาสัมพันธ์ ภาครัฐและภาคเอกชนในการให้บริการข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับแนว



ทางการพัฒนาประเทศแก่ข้าราชการในกระทรวง ทบวง กรม และประชาชนอย่างเพียงพอให้เกิด  
ความรู้ ความเข้าใจ ทศนคติ และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาประเทศ

เฉลี่ยว บุรีภักดี (2545) กล่าวว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมมีอยู่ 3 รูปแบบ คือ

1. การมีส่วนร่วมแบบชายขอบ (Marginal) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากความสัมพันธ์  
เชิงอำนาจไม่เท่าเทียมกัน
2. การมีส่วนร่วมแบบบางส่วน (Partial Participation) รัฐเป็นผู้กำหนดนโยบายมาว่า  
ต้องการอะไร ใครที่รัฐไม่รู้ความต้องการของชาวบ้าน
3. การมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์ (Full Participation) เป็นการมีส่วนร่วมทุกขั้นตอน  
ตั้งแต่การกำหนดนโยบาย ความต้องการ การตัดสินใจในแนวทางการแก้ปัญหา และความเท่า  
เทียมกันทุกฝ่าย

พิชาย รัตนดิถก ณ ภูเก็ต (2541-2543) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมมีรูปแบบ ดังนี้

1. การแถลงข่าว แผ่นพับ จดหมายข่าว วีดิทัศน์ เสียงตามสาย การบรรยาย  
อภิปราย หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ การประชาสัมพันธ์ (Public Meeting)
2. ทำจดหมายร้องเรียน การร้องทุกข์ การสำรวจความคิดเห็น การประชุมชาวบ้าน  
การสัมมนาระดมความคิดเห็น การเสวนา การประชุมเชิงปฏิบัติการ การประชุมพิจารณา
3. การสนับสนุนในด้านวัสดุปัจจัย ทั้งแรงงาน เงิน หรือวัสดุอุปกรณ์ต่างๆ
4. คณะกรรมการแบบมีตัวแทนของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมได้เสียทั้งจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง  
องค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน องค์กรชุมชน นักวิชาการ
5. การจัดการตนเองของชุมชนองค์กรชาวบ้านสหกรณ์ การประชาคมติ

ทองคุณ หงส์พันธ์ (2544, หน้า 13) เสนอรูปแบบการมีส่วนร่วมของท้องถิ่นไว้ ดังนี้

1. มีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย
2. มีส่วนร่วมในการกำหนดหลักสูตรและการเรียนรู้
3. มีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบและกระบวนการรับนักศึกษา
4. มีส่วนร่วมในการบริหารและการประเมินสถาบัน
5. ให้การสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรต่างๆ
6. ร่วมเป็นผู้สอน วิทยากร ผู้นิเทศและพี่เลี้ยงนักศึกษา
7. มีส่วนร่วมให้บริการของสถาบัน ทั้งการบริหารวิชาการและการบริการสังคม

#### ขอบเขตการมีส่วนร่วม

Cohen and Uphoft (1980 อ้างถึงใน ประชญา เวสารัชช, 2528, หน้า 10-13 และ มนตรี  
กระพุ่มมาบย์, 2539 หน้า 97-98) ได้เสนอกรอบแนวความคิดเบื้องต้นในการวิเคราะห์การมีส่วน

ร่วมในการพัฒนาชนบทไว้ว่ามี 3 มิติ (Dimensions) และ 2 บริบท (Contexts) มิติของการมีส่วนร่วม (Dimensions) ประกอบด้วยประเด็นคำถาม ดังนี้

### 1. มีส่วนร่วมอะไรบ้าง (what) แบ่งเป็น

1.1 การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) คือ ร่วมในการคิดถึงปัญหาโดยระบุความต้องการของชุมชนจนเกิดโครงการระหว่างดำเนินการ (โครงการเริ่มทำ) และการตัดสินใจดำเนินการ (โดยองค์กรของชุมชนหรือชาวบ้าน) ซึ่งในประเด็นนี้ Hunter (1971, pp. 5-6) อธิบายให้ชัดเจนว่า การมีส่วนร่วมในกิจกรรม/โครงการต่างๆ เกิดจากแนวคิด 3 ประการ คือ

1.1.1 ความสนใจและความห่วงใยกังวลร่วมกันในสภาพปัญหาที่เผชิญร่วมกันกลายเป็นความสนใจและความกังวลใจของส่วนร่วม

1.1.2 ความเดือดร้อนและความไม่พึงพอใจร่วมกันที่มีต่อสถานการณ์ที่เป็นอยู่ขณะนั้น ผลักดันให้มุ่งสู่การรวมกลุ่ม วางแผนกระทำร่วมกัน

1.1.3 การตกลงใจร่วมกันที่จะเปลี่ยนแปลงกลุ่มหรือชุมชนไปในทิศทางที่พึงปรารถนา และต้องมีความเข้มขันมากพอที่จะเกิดความรู้สึกเริ่มกระทำที่จะสนองตอบความต้องการของผู้เดือดร้อน

1.2 การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ (Implementation) ประกอบด้วย การสนับสนุนทางด้านทรัพยากรต่างๆ การบริหารงานกิจกรรม และการประสานงานขอความช่วยเหลือ

1.3 การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านวัตถุ สังคม ของแต่ละบุคคล

1.4 การมีส่วนร่วมในการพยายามประเมินผล (Evaluation) ของโครงการ

### 2. มีส่วนร่วมกับใคร (Who, Whom) ได้แก่

2.1 การพิจารณาองค์ประกอบของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมกับชาวบ้าน ในแต่ละขั้นตอน เช่น ผู้นำชุมชน เจ้าหน้าที่ของรัฐ องค์กรที่ให้ทุน เป็นต้น

2.2 การพิจารณาคุณลักษณะของประชากร สังคม และเศรษฐกิจ ของผู้ที่เข้ามามีส่วนร่วมในเรื่อง เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ระดับชั้นในสังคม ระยะเวลาอยู่อาศัย การถือครองที่ดิน เป็นต้น

### 3. มีส่วนร่วมอย่างไร (How) ได้แก่

3.1 ลักษณะพื้นฐานของการมีส่วนร่วม เช่น ความเต็มใจเข้าร่วม การได้รางวัลตอบแทน หรือถูกบังคับในการเข้าร่วม

3.2 รูปแบบการมีส่วนร่วม เช่น การเข้าร่วมโดยตรง หรือผ่านองค์กรของชุมชน



3.3 ขนาดของการมีส่วนร่วม เช่น ความถี่ และระยะเวลาในการเข้าร่วม

3.4 ผลที่เกิดจากการเข้าร่วม เช่น เป็นการเสริมพลังหรืออำนาจองค์กร หรือเป็นการปฏิสัมพันธ์ธรรมดาเท่านั้น

#### บริบทของการมีส่วนร่วม (context) ประกอบด้วย

1. ลักษณะของกิจกรรม/โครงการ โดยพิจารณาจาก

1.1 สิ่งที่น่าเข้า เช่น ความซับซ้อนของโครงการและทรัพยากรที่ต้องการ

1.2 ลักษณะประโยชน์ที่ได้รับ เช่น ความเป็นรูปธรรม ความเป็นไปได้ และระยะเวลาที่ส่งผล

1.3 ลักษณะรูปแบบที่ต้องกำหนด เช่น การเชื่อมโยงโครงการ ความยืดหยุ่นของโครงการ การเข้าถึงในแง่การบริหารจัดการ และการครอบคลุมเนื้อหาการบริหารงาน

2. สภาพแวดล้อมที่กระทบถึงกิจกรรม/โครงการ โดยพิจารณาจาก

2.1 ปัจจัยในอดีต เช่น ประสบการณ์รับรู้เรื่องราวต่างๆ

2.2 ปัจจัยด้านกายภาพและธรรมชาติ เช่น ภูมิศาสตร์ และชีวภาพ

2.3 ปัจจัยทางสังคม เช่น ปัจจัยทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม จากมิติและ บริบทต่างๆ

#### บริบทเบื้องต้นเกี่ยวกับวัด และแนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาวัด

##### บริบทเบื้องต้นเกี่ยวกับวัด

ความหมายของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว นั้น ได้มีนักวิชาการทางด้านท่องเที่ยวได้ให้ทัศนะไว้หลากหลาย ดังต่อไปนี้

นิคม จารุภณี (2536, หน้า 68) กล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า การที่จะสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่ไม่น่าสนใจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องคำนึงถึงจุดสำคัญในด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติทั้งในแง่กายภาพหรือภูมิภาค ตำแหน่งที่ตั้ง หรือชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่โลกภายนอก

มนัส สุวรรณ (2538, หน้า 128) กล่าวไว้ว่า การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จมีสิ่งสำคัญที่ต้องนำมาประเมินประกอบการตัดสินใจในการพัฒนาได้แก่ ความปรารถนาของผู้ท่องเที่ยว ความสามารถในการให้บริการของผู้ท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง ความสามารถที่จะรับได้ของพื้นที่ ประกอบด้วยความสามารถที่จะรับได้เชิงกายภาพ ความสามารถที่จะรับได้เชิงสังคม และความสามารถที่จะรับได้เชิงนิเวศวิทยา

นิคม จารุมณี (2536, หน้า 68) กล่าวถึงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวว่า การที่จะสร้างหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นพื้นที่ที่ไม่น่าสนใจให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้นั้น จะต้องคำนึงถึงจุดสำคัญในด้านสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติทั้งในแง่กายภาพหรือภูมิภาค ตำแหน่งที่ตั้ง หรือชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่โลกภายนอก

สรุปได้ว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ประสบผลสำเร็จต้องประกอบด้วยความสามารถในการให้บริการของผู้ท่องเที่ยว ความสะดวกในการเดินทางและการเข้าถึง และความสามารถที่จะรองรับได้ของพื้นที่ ชื่อเสียงของสถานที่ที่กระจายไปสู่โลกภายนอก

การวางแผนและการพัฒนาการท่องเที่ยวตามหลักทางวิชาการนั้น ไม่ใช่เพียงการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่เสื่อมโทรมให้ดีขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีสภาพดีอยู่แล้วให้ดีขึ้นกว่าเดิมด้วย จึงต้องมีขั้นตอนการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548 หน้า 28)

1. ขั้นการจัดแบ่งเขตพื้นที่ในทรัพยากรท่องเที่ยว
2. ขั้นการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในแต่ละเขตของทรัพยากรท่องเที่ยว
3. ขั้นการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมเสริมในทรัพยากรท่องเที่ยว
4. ขั้นการประเมินขีดความสามารถรองรับนักท่องเที่ยวแต่ละเขตพื้นที่ของทรัพยากรท่องเที่ยว
5. ขั้นการให้การศึกษาถึงผลกระทบของการพัฒนาการท่องเที่ยว ต่อสิ่งแวดล้อมแก่เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่ทรัพยากรท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในทรัพยากรท่องเที่ยว
6. ขั้นการจัดให้มีข้อมูลเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการรู้
7. ขั้นการจัดหางบประมาณในการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวให้เพียงพอ

การวางแผนเป็นลักษณะของการทำงานร่วมกันจากหลากหลายสาขาซึ่งเรียกว่า "สหสาขาวิชา" ทั้งนี้การวางแผนเป็นเรื่องที่มนุษย์ต้องการรู้ "อนาคต" จะเกิดขึ้นเพื่อสร้างสภาวะแวดล้อมให้มีความเหมาะสม สามารถรับมือกับผลที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งอาจจะเป็นส่วนที่เป็นคุณประโยชน์หรืออาจเป็นการลดการเสียประโยชน์ก็ได้โดยการวางแผนนั้น มักปรากฏอยู่เสมอแม้กระทั่งในชีวิตปกติประจำวันของมนุษย์ที่อาจมีการวางแผนสำหรับชั่วโมงข้างหน้า ในวันนี้ พรุ่งนี้ เดือนหน้า ปีหน้า เป็นต้น สำหรับการวางแผนที่เกี่ยวข้องกับผู้คนจำนวนมาก และเกี่ยวข้องกับผลได้ผลเสียขององค์กรขนาดใหญ่ การวางแผนก็จะมีกระบวนการและระยะเวลา

ยาวนานขึ้น เพื่อที่จะมองอนาคตให้ยาวขึ้น ชัดเจนขึ้น เช่น การวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติระยะต่างๆ ซึ่งกำหนดไว้ครั้งละ 5 ปี เป็นต้น เนื่องจากการวางแผนนั้นปรากฏอยู่ในทุกศาสตร์ ทุกสาขา จุดประสงค์ต่างๆของการวางแผนจึงสามารถจำแนกได้ คือ ประการแรก การวางแผนเพื่อแก้ปัญหาที่มีอยู่ ประการที่สอง การวางแผนเพื่อกำหนดอนาคต และประการที่สาม การวางแผนที่เป็นการเรียนรู้และปรับตัวของสังคมให้เท่าทันกับสภาพสังคม มีความความซับซ้อนมากขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็ว มานพ พงศทัต (2545, หน้า 21) จึงกล่าวได้ว่าการวางแผนนั้นเป็นการเตรียมการเดินทางสู่อนาคตบนเส้นทางที่เห็นพ้องต้องกันว่าดีที่สุด มีความเหมาะสมที่สุดกับทรัพยากร เทคโนโลยี สังคม วัฒนธรรม งบประมาณที่มีอยู่ โดยวิธีการที่อาจเรียกได้ว่าเป็นการศึกษา "อดีต" เรียนรู้ "ปัจจุบัน" เพื่อสร้าง "อนาคต"

วัดนับเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญยิ่งต่อสังคมไทย เพราะวัดเป็นทุกอย่างของสังคม เป็นศูนย์รวมจิตใจแห่งความเคารพนับถือและความร่วมมือ แม้ว่าในปัจจุบันนับบาทของวัดจะลดน้อยลงก็ตาม แต่น้ำที่หนึ่งที่ยังคงเหลืออยู่ คือ การธำรงรักษาความสงบเรียบร้อยดีงามของสังคมไว้ อีกทั้งเป็นสถาบันหนึ่งที่ใช้พัฒนาจิตใจของประชาชน ด้วยการกล่อมเกล่าจิตใจให้เด็กหรือเยาวชน และประชาชนในสังคมให้เป็นคนดีมีจริยธรรม โดยวัดมีบทบาทต่อการส่งเสริมให้สมาชิกในสังคมประพฤติปฏิบัติตามหลักธรรมคำสอนของศาสนา ด้วยการเชิญชวนให้มาร่วมทำกิจกรรมทางศาสนาในวันสำคัญทางศาสนาหรือในวันสำคัญของชาติ เผยแผ่ธรรมะให้คนในชุมชนรู้จักนำหลักคุณธรรมจริยธรรมอันดีงามไปปฏิบัติ เป็นผู้นำชุมชนในการต่อต้านการกระทำผิดเป็นต้น

กระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีกระบวนการไม่แตกต่างจากทฤษฎีการวางแผนทั่วไปนั้น ในที่นี้จะแบ่งกระบวนการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่

1. การรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและการสำรวจภาคสนาม สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นใหญ่ๆ คือ ประเด็นที่หนึ่ง สภาพกายภาพและข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ ได้แก่ ที่ตั้ง และเขตการปกครอง สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศ ทรัพยากรธรรมชาติ ลักษณะการใช้ที่ดิน ข้อมูลด้านประชากร การจ้างงาน ประการที่สอง ทรัพยากรท่องเที่ยวประกอบด้วย ด้านธรรมชาติ ด้านประวัติศาสตร์ และด้านวัฒนธรรม ประการที่สาม ตลาดการท่องเที่ยวควรประกอบด้วย ผู้มาเยือน ที่มาของผู้มาเยือน พาหนะที่ใช้เดินทาง แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชอบ โครงสร้างผู้เยี่ยมเยือน การกระจายตัวของผู้เยี่ยมเยือนในแต่ละช่วงเวลา แต่ละสถานที่ ประการที่สี่ ความพร้อมทางการท่องเที่ยวควรประกอบด้วย ระบบโครงข่ายการคมนาคมในพื้นที่และพื้นที่ที่

เกี่ยวข้อง ระบบขนส่ง ระบบสาธารณะ โครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ระบบกำจัดขยะ และความพร้อมของเมืองด้านต่างๆ เช่น ร้านค้า ร้านอาหาร โรงพยาบาล เป็นต้น ซึ่งข้อมูลทั้ง 4 ประเด็นที่กล่าวมาข้างต้นอาจมีวิธีการรวบรวมที่แตกต่างกันออกไปได้ นอกจากนี้ยังมีวิธีการรวบรวมข้อมูลโดยการสำรวจ การสังเกตการณ์ และการออกแบบสอบถาม เช่น การสำรวจแหล่งท่องเที่ยว การใช้แบบสอบถามด้านตลาดการท่องเที่ยว การสัมภาษณ์ หรือการสังเกตการณ์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว เป็นต้น

2. การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นขั้นตอนการนำเอาข้อมูลต่างๆ ที่รวบรวมได้จากขั้นตอนแรก มาจัดทำเป็นคำบรรยาย แผนภูมิ แผนที่ ตาราง เป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงสภาพพื้นที่ในแง่มุมต่างๆ และเนื่องจากการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการวางแผนด้านกายภาพ ดังนั้นการวิเคราะห์โดยใช้แผนที่จึงเป็นวิธีการหนึ่งที่สำคัญ เนื่องจากข้อมูลดิบที่ถ่ายทอดลงแผนที่นั้น นอกจากจะบ่งบอกถึงความสัมพันธ์กันในแง่ของขนาดและจำนวนแล้ว ยังบอกถึงความสัมพันธ์ในแง่ของทิศทาง ที่ตั้ง การกระจายตัวอีกด้วย ซึ่งเทคนิคการวิเคราะห์อื่นๆ ไม่สามารถทำได้ สำหรับขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูลนี้จะนำไปสู่คำตอบหรือภาพรวมของพื้นที่ในแต่ละหมวดว่าเป็นอย่างไร ได้แก่ หมวดสภาพกายภาพและข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ หมวดทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งพิจารณาในแง่คุณค่า และความพร้อมในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ หมวดตลาดการท่องเที่ยว และหมวดความพร้อมทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. การกำหนดประเด็นปัญหา เป็นขั้นตอนต่อเนื่องจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งจะทำให้ผู้วางแผนมองเห็นภาพรวมในด้านต่างๆ อันจะนำไปสู่การกำหนดประเด็นปัญหาด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่ หรืออาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น ปัญหาความไม่พร้อมของพื้นที่ในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาด้านการคมนาคมขนส่ง ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่เกิดจากการขาดระบบกำจัดขยะหรือน้ำเสีย โดยในการกำหนดประเด็นปัญหาอาจมีเกณฑ์การพิจารณาอย่างกว้างๆ 5 ประการ คือ ขนาดของปัญหา ความร้ายแรงของปัญหา ความเร่งด่วนของปัญหา ขนาดของกลุ่มพื้นที่ หรือกลุ่มคนที่มีปัญหา รวมถึงการยอมรับประเด็นนั้นๆ ว่าเป็นปัญหา ทั้งนี้ในการวางแผนในเรื่องใดๆ ก็ตามย่อมมีปัญหามากมาย สิ่งสำคัญประการหนึ่งคือการมองหาความเชื่อมโยงของปัญหาแต่ละประเด็นว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไร ปัญหาที่ 1 ก่อให้เกิดปัญหาที่ 2 หรือส่งผลถึงปัญหาที่ 3 อย่างไร เป็นต้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะช่วยให้ผู้วางแผนสามารถจัดลำดับความสำคัญของปัญหาต่างๆ ได้ เมื่อทราบถึงประเด็นปัญหาแล้วสิ่งที่ควรวิเคราะห์ต่อไปคือการพิจารณาความได้เปรียบเสียเปรียบทางการท่องเที่ยวในพื้นที่ เป็นการนำเอาจุดเด่น จุดด้อยของตนไปเปรียบเทียบกับผู้อื่น โดยพิจารณาในภาพรวมว่าจะมี

ความสามารถในการแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ อย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนแนวทางกลยุทธ์ในการส่งเสริมด้านการตลาดต่อไป

4. การกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ในที่นี้นโยบาย คือแนวทางในการพัฒนาอย่างกว้างๆ เป็นกรอบการดำเนินการที่จะไม่ระบุรายละเอียด การกำหนดนโยบาย คือการตอบคำถามว่า “จะทำอะไรในการพัฒนาการท่องเที่ยว” เช่น กำหนดนโยบายว่า “มุ่งเน้นการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และรักษาเอกลักษณ์ชุมชน” ส่วนวัตถุประสงค์ คือความมุ่งหมายที่ต้องการหรือผลที่ต้องการให้เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากนโยบายที่กำหนดไว้ การกำหนดวัตถุประสงค์ คือการตอบคำถามว่าตั้งนโยบายนั้นไว้ “เพื่ออะไร” เช่น กำหนดนโยบายพัฒนาการท่องเที่ยวว่า “มุ่งเน้นการรักษาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และรักษาเอกลักษณ์ชุมชน” “โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่” และเป้าหมายเป็นการถอดวัตถุประสงค์ซึ่งมีลักษณะค่อนข้างเป็นนามธรรมให้ออกมาเป็นรูปธรรมที่วัดได้ ซึ่งสามารถกำหนดได้ในหลายลักษณะ ได้แก่ การกำหนดเป้าหมายในเชิงปริมาณเป็นการตอบคำถามว่า “เท่าไร” การกำหนดเป้าหมาย ที่เป็นพื้นที่หรือบริเวณ เป็นการตอบคำถามว่า “ทำที่ไหน” การกำหนดเป้าหมายที่เป็นกลุ่มคน เป็นการตอบคำถามว่า “ทำให้ใคร” การกำหนดเป้าหมายเป็นเวลาเป็นการตอบคำถามว่า “ทำเมื่อไหร่”

5. การกำหนดแผนงาน หรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการวางแผน เป็นขั้นตอนที่จะต้องกำหนดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดการดำเนินการพัฒนาตามกรอบนโยบาย วัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ได้วางไว้ โดยใช้ข้อมูลต่างๆ ที่ได้รวบรวมไว้ให้เป็นประโยชน์ซึ่งจะเป็นการพิจารณาในรายละเอียดของโครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ กล่าวโดยสรุป ประการแรกคือ ควรมีการกำหนดโครงการระยะสั้น ระยะยาว โครงการระยะสั้นเป็นโครงการในแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง การลงทุนต่ำ และได้ผลเร็ว หรือเป็นโครงการที่มีความจำเป็นเร่งด่วน สำหรับโครงการระยะยาวจะเป็นโครงการที่มีการลงทุนสูงให้ผลระยะยาว ประการที่สอง ควรมีการกำหนดแผนงานหรือโครงการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรพิจารณาให้ครอบคลุมทั้งด้านตัวแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งมีประเด็นสำคัญคือ การพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ระบบการสื่อความหมายและการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงแผนงาน หรือโครงการด้านการพัฒนาการตลาด ประการที่สาม ควรมีการกำหนดแผนงานหรือโครงการเพื่อพัฒนาสาธารณูปโภค สาธารณูปการต่างๆ ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมสอดคล้องกับสภาพแวดล้อมดั้งเดิมของพื้นที่ ได้มาตรฐานและมีความเพียงพอต่อความต้องการในปัจจุบันและอนาคต และประการสุดท้าย ควรมีการกำหนดแผนงานหรือโครงการ

ต่าง ๆ ต้องเป็นการเพิ่มพูนคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในด้านอนุรักษ์และปรับปรุงให้ดีขึ้น รวมทั้งได้รับการยอมรับจากประชาชนทุกระดับ

#### ความหมายของวัด

วัด หมายถึง สถานที่ทางพระพุทธศาสนา ซึ่งปกติมีพระอุโบสถ พระวิหาร พระเจดีย์ รวมทั้งมีพระภิกษุสงฆ์อาศัย ที่มาของคำว่า "วัด" บางคนอธิบายว่า มาจากคำว่า "เวตวา" ในภาษาบาลี แปลว่า เป็นที่สนทนารธรรม บ้างก็ว่ามาจาก "วัตร" อันหมายถึงกิจปฏิบัติหรือหน้าที่ของพระภิกษุที่พึงกระทำ หรือแปลอีกอย่างว่าการจำศีล ภาวนา หรือสถานที่ ที่พระภิกษุสงฆ์ใช้ปฏิบัติภาระกิจที่พึงกระทำนั่นเอง ในสมัยพุทธกาลนั้นมีการใช้คำว่า "อาราม" เป็นคำเรียกชื่อศาสนสถาน ในทางพุทธศาสนาที่ใช้เรียกเสนาสนะที่มีครุฑธาดวายพระพุทธองค์ เช่น "เชตวนาราม" หรือชื่อเต็มว่า "เชตวนอนาถบิณฑิกสสาราม" ซึ่งมีความหมายว่า "สวนของอนาถบิณฑิกที่ป่าเชต หรือ "เวฬุวนาราม" หรือ "บุปผาราม" เป็นต้น "อาราม" หรือ "อาราม" ในคำอ่านของไทยแปลว่าสวน นอกจากนี้ในเวลาต่อมายังมีคำที่ใช้เรียกอีกอย่างว่า "วิหาระ" หรือ "วิหาร" การแบ่งประเภทของวัดในประเทศไทยมีวัดเป็นจำนวนมาก หากแบ่งวัดออกตามพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ.2505 ก็จะมี 2 ลักษณะ คือวัดที่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา และสำนักสงฆ์ วัดที่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา คือ วัดที่มีอุโบสถเป็นที่ทำสังฆกรรม คำว่า วิสุงคามสีมา หมายถึง เขตพื้นที่ที่พระภิกษุสงฆ์ขอพระราชทานพระบรมราชานุญาตเพื่อใช้จัดตั้งวัดขึ้น แต่ในทางปฏิบัตินั้นเป็นการขอพระบรมราชานุญาตเฉพาะแต่บริเวณที่ตั้งพระอุโบสถเท่านั้น ส่วนสำนักสงฆ์ คือ สถานที่ตั้งสำนักอาศัยของหมู่พระภิกษุสงฆ์ ซึ่งไม่ได้ขอพระบรมราชานุญาตใช้ผืนที่ดินแห่งนั้นเพื่อจัดตั้งเป็นวัดขึ้น ดังนั้นสำนักสงฆ์จึงไม่มีโรงพระอุโบสถเพื่อใช้เป็นที่ทำสังฆกรรม วัดที่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา จึงถือว่าเป็นวัดที่ถูกต้องและมีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมาย ถ้าแบ่งตามลำดับความสำคัญก็แบ่งออกได้เป็น พระอารามหลวง หรือ วัดหลวง วัดราษฎร์ และวัดร้าง วัดหลวง หรือ พระอารามหลวง คือ วัดที่พระมหากษัตริย์หรือพระบรมวงศานุวงศ์ เช่น สมเด็จพระบรมราชาธิราช สมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช ทรงสร้างหรือทรงบูรณะปฏิสังขรณ์เป็นการส่วนพระองค์ หรือเป็นวัดที่ราษฎรสร้างหรือบูรณะปฏิสังขรณ์น้อมเกล้าฯน้อมกระหม่อมถวายเป็นวัดหลวง ในปัจจุบันนี้ วัดที่จะถวายเป็นพระอารามหลวงได้นั้นต้องมีลักษณะถูกต้องตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการขอยกวัดราษฎร์ขึ้นเป็นพระอารามหลวง พ.ศ.2518 จึงจะนับเป็นพระอารามหลวงได้ วัดราษฎร์ คือ วัดที่ประชาชนทั่วไปสร้างหรือปฏิสังขรณ์ขึ้นตามศรัทธา และได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาถูกต้องตามกฎหมายจากทางราชการแล้ว(ถ้ายังไม่ได้ก็ยังคงสภาพเป็นเพียง สำนักสงฆ์) วัดร้าง คือ วัดที่ทรุดโทรม ไม่มีพระสงฆ์พำนักอาศัยจำพรรษาทางราชการจึงขึ้นทะเบียนไว้ ซึ่งหากบูรณะได้อาจยก

เป็นวัดมีพระสงฆ์ต่อไป โดยดำเนินการตามระเบียบกระทรวงศึกษาธิการ ว่าด้วยการยกวัดร้างเป็น  
วัดมีพระสงฆ์ พ.ศ.2514

#### ลำดับชั้นของวัดหลวง

พระอารามหลวงนั้น แต่ละวัดอาจมีฐานะ หรือระดับชั้นแตกต่างกันออกไป การจัดลำดับ  
ชั้นของวัดหลวง เริ่มมีขึ้นในรัชกาลพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว เมื่อ พ.ศ.2458 ซึ่งทรง  
พระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้จัดระเบียบแบ่งชั้นพระอารามหลวงออกเป็น 3 ชั้น คือ ชั้นเอก ชั้นโท และ  
ชั้นตรี แต่ละชั้นยังแยกระดับออกไปอีกหลายระดับ โดยมีสร้อยต่อท้ายชื่อวัดตามฐานะ ดังนี้

พระอารามหลวง ชั้นเอก ได้แก่ วัดที่มีความสำคัญ มีเจดีย์สถานบรรจุพระบรมอัฐิ หรือ  
เป็นวัดที่มีเกียรติสูง มี 3 ระดับ คือ

1. ราชวรมหาวิหาร
2. ราชวรวิหาร
3. วรมหาวิหาร

พระอารามหลวง ชั้นโท ได้แก่วัดที่มีเจดีย์สถานสำคัญ หรือวัดที่มีเกียรติ มี 4 ระดับ

คือ

1. ราชวรมหาวิหาร
2. ราชวรวิหาร
3. วรมหาวิหาร
4. วรวิหาร

พระอารามหลวงชั้นตรี ได้แก่วัดที่มีเกียรติ วัดประจำหัวเมือง หรือวัดที่มีความสำคัญ

ชั้นรอง มี 3 ระดับ คือ

1. ราชวรวิหาร
2. วรวิหาร
3. วัดที่ไม่มีคำสร้อยต่อท้าย (สามัญ)

ชนิดและขนาดแห่งพระอารามหลวง

1. ราชวรวิหาร คือ พระอารามที่พระมหากษัตริย์ สมเด็จพระราชินีสมเด็จพระยุพราช  
ทรงสร้างและปฏิสังขรณ์เป็นการส่วนพระองค์

2. วรวิหาร คือ พระอารามที่พระมหากษัตริย์ สมเด็จพระราชินีสมเด็จพระยุพราช ทรง  
สร้างและปฏิสังขรณ์ พระราชทานเป็นเกียรติยศแก่ผู้ดำรงตำแหน่งมาแก่วัด รวมทั้งวัดที่ประชาชนสร้าง  
หรือปฏิสังขรณ์และทรงรับไว้เป็นพระอารามหลวง ควรยกเป็นเกียรติยศ ซึ่งจัดได้ว่าเป็นวัดที่มี  
เกียรติ



3. ราชวรมหาวิหาร คือ พระอารามชนิดราชวรวิหารที่เป็นพระอารามใหญ่โต และมีของก่อสร้างใหญ่โต

4. วรมหาวิหาร คือ พระอารามชนิดวรวิหารที่เป็นอารามใหญ่โต และมีสิ่งก่อสร้างใหญ่

5. สามัญ คือ พระอารามหลวงที่ไม่เข้าในหลักเกณฑ์ดังกล่าว จะไม่มีส่วยต่อท้ายชื่อ คงใช้เฉพาะชื่อวัดเท่านั้น

#### ระเบียบการสร้างวัด

มีกฎหมายเกี่ยวกับคณะสงฆ์ตราขึ้นเป็นฉบับแรก คือพระราชบัญญัติลักษณะปกครองคณะสงฆ์ ร.ศ.121 ได้กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีดำเนินการต่างๆ ไว้ การสร้างวัดนั้นต้องได้รับพระบรมราชานุญาตก่อน วัดได้รับพระบรมราชานุญาตให้สร้างเช่นนี้ เรียกว่า ที่สำนักสงฆ์ เป็นวัดที่ยังไม่ได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมา เมื่อได้รับพระราชทานวิสุงคามสีมาแล้ว เรียกว่า อาราม ถ้าเป็นวัดหลวงเรียกว่าพระอารามหลวงถ้าเป็นวัดราษฎร์เรียกว่า อารามราษฎร์ ต่อมาได้มีพระราชบัญญัติคณะสงฆ์พุทธศักราช 2484 ตราขึ้นเป็นฉบับที่สองใช้แทนฉบับแรก กฎหมายฉบับที่สองนี้ให้มีกฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์ขั้นตอน วิธีการสร้างวัด และตั้งวัดไว้ โดยให้คณะกรรมการอำเภอ ออกใบอนุญาตให้สร้างวัด กระทรวงศึกษาธิการเป็นผู้ออกประกาศการตั้งวัดภายหลังจากที่ได้ใช้กฎหมายฉบับที่ 2 มาเป็นเวลานานพอสมควร ได้มีพระราชบัญญัติคณะสงฆ์ พ.ศ.2505 ซึ่งเป็นฉบับปัจจุบันตราขึ้นมาเป็นฉบับที่ 3 แทนฉบับที่ 2 การสร้างและตั้งวัดให้ดำเนินการตามกฎกระทรวงเช่นเดียวกับฉบับก่อน แต่การสร้างวัดกรมการศาสนาจะเป็นผู้ออกหนังสืออนุญาต ส่วนการตั้งวัดยังคงให้กระทรวงศึกษาธิการเป็นผู้ออกประกาศเช่นเดิม

#### วัดประจำรัชกาล

วัดซึ่งเป็นวัดประจำรัชกาลนั้น มักจะเป็นวัดที่พระมหากษัตริย์ท่านทรงสร้างหรือปฏิสังขรณ์ และให้ความสนใจกับวัดนี้เป็นพิเศษ หรือมีความผูกพันกับวัดนี้มาก เมื่อพระองค์สวรรคต พระบรมอัฐิก็จะถูกนำไปบรรจุอยู่ที่ฐานของพระประธาน แต่การประกาศว่าวัดไหนเป็นวัดประจำรัชกาลนี้ ไม่ได้มีการประกาศออกเป็นทางการ เพียงแต่เกิดจากการที่คนพูดกันว่าวัดนี้เป็นวัดประจำรัชกาลนี้ๆ และดูจากความผูกพันที่พระองค์ท่านทรงมีให้กับวัดนั้นๆ มากกว่าดังต่อไปนี้

รัชกาลที่ 1 คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม ราชวรมหาวิหาร (วัดโพธิ์)

รัชกาลที่ 2 คือ วัดอรุณราชวราราม ราชวรวิหาร (วัดแจ้ง)

รัชกาลที่ 3 คือ วัดราชโอรสาราม ราชวรวิหาร

รัชกาลที่ 4 คือ วัดราชประดิษฐสถิตมหาสีมาราม ราชวรวิหาร

รัชกาลที่ 5 คือ วัดราชบพิตรสถิตมหาสีมาราม ราชวรวิหาร

รัชกาลที่ 6 คือ วัดบวรนิเวศวิหาร ราชวรวิหาร



รัชกาลที่ 7 คือ วัดราชบพิธสถิตมหาสีมาราม ราชวรวิหาร

รัชกาลที่ 8 คือ วัดสุทัศนเทพวราราม ราชวรมหาวิหาร

รัชกาลที่ 9 อาจจะเป็นหนึ่งในสามวัดนี้คือ วัดโสธรวราราม วรวิหาร จ.ฉะเชิงเทรา

วัดญาณสังวราราม จ.ชลบุรี และ วัดพระราม 9 กาญจนาภิเษก กรุงเทพฯ

การพัฒนาวัด หมายถึง การปรับปรุงสภาพวัดและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของวัด เพื่อสนับสนุนส่งเสริมให้วัดมีความเจริญรุ่งเรือง และเป็นศูนย์กลางหรือศูนย์รวมจิตใจของประชาชนได้อย่างแท้จริง (สมานจิต ภิรมย์รื่น, 2541, หน้า14) ทั้งนี้ โดยเน้นการปรับปรุงและแก้ไขข้อบกพร่องภายในวัด รวมทั้งส่งเสริมกระบวนการดำเนินงานในกิจการต่างๆ ของพระพุทธศาสนาในวัดให้มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพสมบูรณ์

### 1. เป้าหมายในการพัฒนาวัด

เป้าหมายสำคัญซึ่งเป็นนโยบายของกรมการศาสนา คือ การพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางของชุมชน ซึ่งการพัฒนาจะบรรลุสู่เป้าหมายได้นั้น วัดควรจะดำเนินการในสิ่งต่อไปนี้ โดยลำดับ

- 1.1 จัดและพัฒนากิจกรรมของวัดให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชน หรือชาวบ้าน โดยรอบวัดให้มากที่สุด
- 1.2 จัดการปกครองพระภิกษุ สามเณรในวัดให้เป็นระเบียบเรียบร้อย ส่งเสริมคนรอบวัดหรือคนในชุมชนนั้นให้มาบวชเรียนศึกษาพระธรรมวินัยที่วัดนั้นกันให้มากที่สุด
- 1.3 จัดการพัฒนาบริเวณอาคารสถานที่ เสนาสนะของวัดให้สะอาดเรียบร้อย ร่มรื่นเหมาะสมกับสภาพความต้องการ และความจำเป็นให้มากที่สุด

### 2. แนวทางการพัฒนาวัด

การพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางของชุมชน พอจะสรุปออกเป็นแนวทางได้ดังนี้

- 1.1 พัฒนาวัดให้ชาวชุมชนในท้องถิ่นเกิดความรู้สึกว่าวัดเป็นของตน ทำให้เกิดความ ห่วงแหน ความรัก และจะช่วยกันดูแลรักษา
- 2.2 สร้างสภาพวัดให้มีความหมาย เป็นที่พักอาศัยของพระภิกษุ สามเณร เป็นที่บวชเรียนศึกษาปฏิบัติธรรม เป็นที่ทำบุญบำเพ็ญกุศลของชาวบ้าน เป็นสถานที่ที่ชาวบ้านในละแวกนั้นได้เข้ามาหาความสงบทางกายและใจ และเป็นศูนย์กลางสำหรับทำกิจกรรมทางสังคม ร่วมกันของชาวบ้าน
- 2.3 สร้างความสัมพันธ์ระหว่างวัดกับประชาชนในท้องถิ่นให้เกิดขึ้น โดยบริเวณวัดจะต้องสะอาด ร่มรื่น มีการจัดกิจกรรมเพื่อประชาชน มีความพร้อมที่จะให้บริการแก่ประชาชน

ในท้องถิ่นที่มีความต้องการเข้าวัดเพื่อบำเพ็ญกุศล ศึกษาพระธรรมวินัย และหลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนา เพื่อประชาชนจะได้เห็นคุณค่าและเข้าวัดมากขึ้น

2.4 สร้างความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างวัดกับประชาชนในท้องถิ่น วัดควรเป็น แกนนำของประชาชนในท้องถิ่นในการติดต่อกับหน่วยงานอื่นๆ มีการรณรงค์และการจัดกิจกรรมเพื่อการสาธารณูปโภค สาธารณูปการ ตลอดจนการส่งเสริมอาชีพ ซึ่งควรใช้วัดเป็น ศูนย์กลาง

2.5 ทำให้ชาวชุมชนเกิดการยอมรับตลอดไปว่า วัดกับชุมชนนั้นๆ เป็นหน่วยงานเดียวกัน และคอยให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลซึ่งกันและกัน

### 3. สภาพแวดล้อมของวัด

การพัฒนาวัดจะเริ่มขึ้นและสำเร็จลุล่วงไปได้ เจ้าอาวาสจะต้องเป็นผู้ประสานที่สำคัญ จึงควรจะศึกษาสภาพแวดล้อมและองค์ประกอบต่างๆ ของวัดให้ได้ข้อมูลเป็นพื้นฐานไว้ก่อน ได้แก่

3.1 สงฆ์ คือ พระภิกษุ สามเณรภายในวัด ควรจะได้ศึกษาประวัติความเป็นมา อุปนิสัย ใจคอ ความรู้ความสามารถของพระภิกษุ สามเณรแต่ละรูป เพื่อความสะดวกในการปกครอง และการขอความร่วมมือในการมอบหมายงานต่างๆ

3.2 สมณธรรม คือ การทำกิจวัตรและการศึกษาพระธรรมวินัย ควรจะได้จัดการและส่งเสริมให้พระภิกษุ สามเณรภายในวัดได้ศึกษาพระธรรมวินัย ตลอดจนความรู้ในสาขาวิชาการต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นกิจวัตรที่สงฆ์พึงปฏิบัติตามแนวทางของพระพุทธบัญญัติ ควรจะได้มีการจัดระเบียบและดูแล ให้สงฆ์พึงปฏิบัติตามแนวแห่งพระพุทธบัญญัติในกิจวัตรนั้นๆ อย่างครบถ้วน

3.3 สวัสดิการ คือ ปัจจัยอำนวยความสะดวก ควรได้รับการสอดส่องดูแล สภาพความเป็นอยู่ของสงฆ์ภายในวัดให้พอเหมาะ กับสมณเพศ

3.4 เสนาสนะ คือ ที่อยู่อาศัย ควรสำรวจดูว่าพอเพียงหรือไม่ สิ่งใดต้องบูรณะ สิ่งใด ควรสร้างเพิ่มเติม และควรจัดให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อความเป็นระเบียบสวยงาม

3.5 สมบัติของวัด หมายถึง ทรัพย์สินต่างๆ ที่เป็นสังฆาริสมทรัพย์และอสังฆาริสมทรัพย์ เงินและหนี้สิน (ถ้ามี) วัสดุอุปกรณ์ เช่น เครื่องพิมพ์ดีด เครื่องขยายเสียง ภาชนะเครื่องใช้ต่างๆ เช่น จาน ช้อน รวมถึงอาคาร เสนาสนะ พระพุทธรูป โบราณวัตถุ (ถ้ามี) ฯลฯ สิ่งของเหล่านี้ควรสำรวจและจัดทำบัญชีหรือทะเบียนไว้ให้ละเอียด เพื่อความสะดวกในการบำรุงรักษา

3.6 สังฆาธิการกิจ คือ การประสานงานกับเจ้าคณะระดับต่างๆ อาจมอบหมายพระสงฆ์ รูปใดรูปหนึ่งที่มีความรู้ทางงานสารบรรณ ทำหน้าที่เป็นเลขานุการ หรือทำงานสารบรรณของวัดก็จะสะดวกยิ่งขึ้น

3.7 สัปบุรุษ คือ ชาวบ้านผู้มีศรัทธาช่วยเหลือบำรุงวัด ศิษย์วัดและแม่ชี ควรจะได้ศึกษาประวัติความเป็นมา เช่นเดียวกับการศึกษาพระสงฆ์ภายในวัด เพื่อความสะดวกในการปกครอง การขอความร่วมมือและการดำเนินการด้านกิจกรรมต่างๆ ของวัด ได้ตรงตามความต้องการของชุมชน

3.8 สาธารณสงเคราะห์ คือ การบำเพ็ญประโยชน์ต่อชุมชน ซึ่งได้แก่ การจัดอาคารสถานที่เพื่อบริการแก่พระภิกษุ สามเณร และประชาชน เช่น ห้องสมุด ตู้ยา ศาลาพักผ่อน บ่อน้ำ รวมถึงกิจกรรมต่างๆ เช่น การแสดงธรรม การตั้งศูนย์ศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ การตั้งศูนย์ฝึกอาชีพ ฯลฯ ควรสำรวจว่าสิ่งใดวัดได้ดำเนินการอยู่แล้ว สิ่งใดควรจะบริการขึ้นอีก เพื่อความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

#### 4. แนวทางการดำเนินงาน

แนวทางการดำเนินงานการพัฒนาวัด มี 6 ชั้น คือ

ชั้นที่ 1 แต่งตั้งกรรมการ

การพัฒนาวัดควรจะได้ดำเนินงานไปในรูปของกรรมการ เพื่อระดมความคิดเห็น และความร่วมมือร่วมใจกัน ซึ่งอาจประกอบด้วยพระสงฆ์ภายในวัดประมาณ 5 – 7 รูป คฤหัสถ์ประมาณ 7 – 10 คน โดยเลือกบุคคลที่มีความรู้ ความสามารถ และที่สำคัญจะต้องพร้อมที่จะให้ความร่วมมือที่ดี เมื่อติดต่อทาบถามเป็นการภายในเรียบร้อยแล้ว จึงจะประกาศแต่งตั้งเป็นลายลักษณ์อักษร แล้วปิดประกาศให้ทราบทั่วกันทั้งวัดและชุมชน และจัดทำสำเนาเอกสารส่งให้แก่เจ้าคณะปกครองที่อยู่เหนือตนตามลำดับได้ทราบด้วย

ชั้นที่ 2 ชี้แจงพระภิกษุ สามเณร และศิษย์วัด

การประชุมชี้แจงแก่พระภิกษุ สามเณร และศิษย์วัด เป็นสิ่งจำเป็นที่ท่านเจ้าอาวาสควรจะทำเป็นประจำๆ ประมาณปีละ 1 ครั้ง (15 วัน / ครั้ง) การชี้แจงนั้น คือ การแจ้งความเปลี่ยนแปลงของวัด และความก้าวหน้าในการพัฒนาให้ทราบโดยทั่วกัน และขอความร่วมมือจากบุคคลในวัดทุกประเภท ถ้าวัดมีโรงเรียนตั้งอยู่ในวัดก็ให้แนะนำแก่ครูและนักเรียนด้วย เมื่อวัดเริ่มทำความสะอาดบริเวณวัด ก็ให้ทุกคนรู้จักช่วยกันรักษาความสะอาด อย่างหึงเศษกระดาษหรือเศษอาหารบนลานวัด เป็นต้น

### ขั้นที่ 3 ประชุมกรรมการ

การประชุมครั้งแรกถือเป็นครั้งที่สำคัญมาก ควรนัดประชุมวันที่กรรมการจะมาประชุมได้พร้อมเพรียงกัน เรื่องที่ควรนำเข้าวาระการประชุมครั้งแรก ควรมีดังนี้

1. เรื่องที่ท่านประธานแจ้งให้ที่ประชุมทราบ แจ้งให้ที่ประชุมทราบถึงนโยบายของรัฐบาลและคณะสงฆ์ในการพัฒนาวัดว่า มุ่งที่จะให้ส่งเสริมวัดพัฒนาทางด้านวัตถุและด้านจิตใจควบคู่กันไป สำหรับเป้าหมายในการพัฒนาวัดก็คือ มุ่งพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชน ซึ่งเจ้าอาวาสจะต้องมีความเข้าใจในเรื่องดังกล่าวดีพอ เพื่อสมาชิกจะได้มีความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกัน การพัฒนาวัดจะได้ดำเนินไปอย่างถูกต้องตามเป้าหมาย

2. เรื่องอาณาเขตของวัด ควรจะพิจารณากันถึงการจัดให้มีหนังสือสำคัญแสดงกรรมสิทธิ์ที่ดินของวัดให้เรียบร้อย การกำหนดเขตวัดเพื่อการจัดทำแผนผังวัด ได้แก่ การกำหนดว่าหน้าวัด หลังวัด ควรอยู่ทางทิศไหนจึงจะเหมาะสม จะแบ่งเนื้อที่วัดออกเป็นเขตพุทธาวาส เขตสังฆาวาส เขตสาธารณสงเคราะห์ตรงไหน อย่างไร จำเป็นต้องจัดทำรั้วหรือกำแพงหรือไม่ ดังนี้ เป็นต้น

3. เรื่องการจัดโครงการพัฒนาวัด สมาชิกต้องช่วยกันเสนอความคิดเห็นว่าทางวัดควรจะต้องทำอะไรบ้างสิ่งไหนจำเป็นจะต้องทำก่อนหรือทำหลัง จะทำเมื่อไร ใช้เวลาเท่าใด ใช้กำลังงานและงบประมาณจากไหน งานนั้นๆ ควรมอบหมายให้ใครเป็นผู้รับผิดชอบดำเนินงาน เมื่อรวบรวมได้แล้วจัดเป็นแผนงานของวัด เรียงตามลำดับงานที่สำคัญ และจำเป็นก่อนหลังไว้เพื่อเป็นเครื่องกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงาน และการติดตามประเมินผล เรื่องใดที่ประชุมเห็นอย่างไร ก็ให้เลขานุการจดบันทึกไว้เป็นหลักฐาน

### ขั้นที่ 4 จัดทำแผนผังวัด

การจัดทำแผนผังวัดควรมหาผู้ที่มีความรู้ในการวางแผนผังมาช่วยจัดทำให้ เช่น ช่างจากกรมการศาสนา ช่างจากเทศบาล ครู อาจารย์วิทยาลัยเทคนิค เป็นต้น แผนผังวัดควรจัดทำเป็น 2 แบบ คือ

1. ผังสภาพปัจจุบัน แสดงรายละเอียดต่างๆ ของสภาพปัจจุบันทั้งหมด
2. ผังโครงการ เป็นผังที่ควรจัดขึ้นเพื่อพัฒนาวัดตามมติที่ประชุม กรรมการพัฒนาวัด ในการประชุมครั้งที่ 1 วาระที่ 2 เรื่อง การกำหนดเขตวัดเพื่อการจัดผัง ผังโครงการนี้เป็นผังที่สมบูรณ์ที่คาดการณ์ล่วงหน้าว่า เพื่อพัฒนาถาวรวัตถุเสร็จสิ้นแล้ว สภาพของวัดในอนาคตจะเป็นเช่นไร หน้าวัด หลังวัดจะหันไปทางทิศไหน อาคารเสนาสนะ แต่ละหลังจะตั้งเป็นหมวดหมู่อยู่อย่างไร สิ่งไหนจะต้องรื้อทิ้ง สิ่งไหนจะต้องเคลื่อนย้าย สิ่งก่อสร้างที่ปลูกใหม่จะปลูกตรงไหน

บริเวณวัดจะตกแต่งจะตัดถนนเช่นไร การนี้ผู้วางผังจะต้องมีความรู้ในเรื่องการจัดวางผังและตกแต่งบริเวณจึงจะสามารถทำได้เหมาะสมสวยงามตามสภาพของพื้นที่ตั้งของวัด และสภาพแวดล้อมกับเศรษฐกิจและสังคมของละแวกนั้น

ในการจัดทำผังโครงการ ควรจัดเป็นหมวดหมู่โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยและความเป็นระเบียบเรียบร้อย ซึ่งสามารถแบ่งเนื้อที่ของวัดออกเป็นเขตต่างๆ ดังนี้

เขตพุทธาวาส ได้แก่ เขตที่ตั้งวิหาร อุโบสถ ศาลาการเปรียญ หอไตรเจดีย์

เขตสังฆาวาส ได้แก่ เขตที่ตั้งกุฏิ ครุฑ เรือนไฟ ที่สงฆ์

เขตสาธารณสงเคราะห์ ได้แก่ บริเวณโรงเรียน บ้านพักชี บริเวณฌาปนสถาน ฯลฯ

หากวัดมีที่ดินแปลงที่ตั้งวัดเหลือพอที่จะจัดประโยชน์ได้ ให้เสนอกกรมการศาสนา เพื่อกำหนดเป็นเขตจัดประโยชน์ ตามที่ระบุไว้ในกฎกระทรวงฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2511) ข้อ 2 แผนผังที่จัดทำขึ้นนั้นต้องให้มาตราส่วนเป็นเครื่องประกอบในการย่อขนาดอาคารสถานที่ต่างๆ จากสภาพความเป็นจริงให้ถูกต้องด้วย

ขั้นที่ 5 จัดทำโครงการพัฒนาวัด

เมื่อคณะกรรมการฯ ได้ประชุมหารือกันในเรื่องแผนงานพัฒนาของวัด ว่าจะต้องทำงานหรือกิจกรรมใดบ้างตามลำดับความสำคัญก่อนหลังแล้ว ผู้ที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในงานหรือกิจกรรมนั้นๆ ควรจะได้เขียนโครงการกิจกรรมให้ชัดเจน เสนอกกรมการให้ชัดเจน เสนอกกรมการเพื่อให้พิจารณาอนุมัติโครงการก่อนที่จะดำเนินการกิจกรรมของวัดที่จะพัฒนาแยกได้เป็น 2 ทาง คือ

1. การพัฒนาทางด้านวัตถุ หมายถึง การพัฒนาสภาพวัดให้เกิดศรัทธาทรงรูปธรรม ได้แก่ อาคาร เสนาสนะ มีเอกลักษณ์ของการเป็นวัดไทย ปลูกสร้างอยู่เป็นหมวดหมู่สวยงาม และไม่ใหญ่โตเกินความจำเป็นแห่งประโยชน์ใช้สอย และสภาพแวดล้อมของวัดและชุมชน ถนนบริเวณวัดสะอาด ร่มรื่น ตกแต่งด้วยไม้ยืนต้น ไม้ดอกไม้ประดับอย่างเหมาะสม อาณาเขตของวัดเป็นหมวดหมู่ การก่อสร้างอาคารสถานที่ต่างๆ ควรดำเนินการให้สอดคล้องกับแผนผังโครงการที่จัดทำไว้

2. การพัฒนาทางด้านจิตใจ หมายถึง การพัฒนาทางนามธรรม เช่น การปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรมแก่ศาสนิกชนในท้องถิ่น รวมถึงกิจกรรมต่างๆ ที่วัดควรจะเป็นศูนย์กลางจัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกชุมชนหมู่บ้านนั้นๆ การพัฒนาทางด้านนี้ ควรจะได้นำหน้าหรือพัฒนาควบคู่ไปกับการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางด้านวัตถุหรือรูปธรรม ตัวอย่างที่วัดควรจัดเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ชุมชน ได้แก่

2.1 การจัดให้มีการทำบุญอุทิศส่วนกุศล และฟังพระธรรมเทศนาทุกวันธรรมสวนะ และวันสำคัญทางศาสนา

2.2 การจัดงานเพื่อรำลึกถึงขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามในวันสำคัญต่างๆ เช่น วันตรุษ วันสารท วันสงกรานต์ วันลอยกระทง ฯลฯ การนี้จะจัดให้มีการละเล่นพื้นเมือง สนทนาธรรม บรรยายธรรม ฟังปาฐกถา จัดนิทรรศการ เป็นต้น งานก็จะมี ความหมายและความสำคัญมากขึ้น

2.3 การส่งเสริมให้ลูกหลานในชุมชนหรือในตำบลนั้นได้บรรพชา อุปสมบท เพื่อศึกษาและปฏิบัติตามพระธรรมวินัย

2.4 การจัดให้มีการสอนพระปริยัติธรรมภายในวัด และส่งเสริมให้พระสงฆ์ในวัด ได้ศึกษาหาความรู้ในสาขาวิชาการต่างๆ อย่างกว้างขวาง

2.5 การจัดตั้งหน่วยพุทธมามกะผู้เยาว์ ให้เรียนพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ หรือ จัดสอนธรรมศึกษาแก่นักเรียนและประชาชนภายในวัด

2.6 การจัดสอนและอบรมกรรมฐาน ทั้งสมถกรรมฐานและวิปัสสนากรรมฐาน แก่ ประชาชน นักเรียน นักศึกษา ผู้ที่ปรารถนาจะเข้าวัดเพื่อสงบจิตสงบใจ

2.7 จัดบริเวณอาคาร สถานที่ของวัด เพื่อส่งเสริมให้มีการจัดตั้งโรงเรียนหรือสถานศึกษา สุขศาลาหรือสถานเอนกนาลัย ห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ ศาลาพักผ่อนหรือที่อ่านหนังสือพิมพ์ สร้างบ่อน้ำดื่ม น้ำใช้ การจัดตั้งธนาคารข้าว ธนาคารพืชพันธุ์ ธนาคารโค - กระบือ กองทุนมูลนิธิ สหกรณ์ ศูนย์บริการสาธารณะ ศูนย์ฝึกอาชีพต่างๆ ฯลฯ ไว้อำนวยความสะดวกแก่พระภิกษุสงฆ์ สามเณร และประชาชนในท้องถิ่น

ขั้นที่ 6 ดำเนินการพัฒนาวัด

เมื่อได้จัดทำแผนผังวัด จัดทำแผนและโครงการพัฒนาวัด ได้แก่ กำหนดกิจกรรมต่างๆ เสร็จแล้ว และผ่านความเห็นชอบจากกรรมการในการประชุมครั้งต่อๆ มาเรียบร้อยแล้ว ก็เริ่มการพัฒนาได้เลย โดยอาจจะกำหนดวันประชุมสัปดาห์ และประชาชนในท้องถิ่น เพื่อประกาศชี้แจงความมุ่งหมายในการพัฒนาวัด และโครงการต่างๆ ที่วัดจะดำเนินการให้ทราบโดยทั่วกัน พร้อมทั้งเชิญชวนและขอความร่วมมือจากประชาชน ในการที่จะดำเนินการพัฒนาวัดในโครงการต่างๆ นั้นด้วย จากนั้นจะร่วมกันทำความสะอาด ปลูกต้นไม้ ทำรั้ววัดไว้เป็นที่ระลึกก็จะเป็นการดียิ่ง ซึ่งในโอกาสข้างหน้าวัดจะได้รับความร่วมมือจากชาวชุมชนเป็นอย่างดีต่อไปด้วย

## 1. ข้อคิดเห็นเพิ่มเติม

1.1 การที่บริเวณวัดสะอาด ตกแต่งด้วยไม้ยืนต้น และไม้ประดับอย่างร่มรื่น จะช่วยทำให้จิตใจสงบ และช่วยดึงดูดให้คนเข้าวัดมากขึ้น

1.2 การจัดตั้งถังขยะไว้ตามจุดต่างๆ ให้เพียงพอ ช่วยให้วัดสะอาดสวยงาม

1.3 ควรจะมีการสร้างส้วมหรือห้องน้ำที่สะอาดไว้ต้อนรับประชาชนที่ไปวัดให้เพียงพอ

1.4 สร้างศาลาพักร้อนไว้ให้ประชาชนได้พักผ่อน และเป็นสถานที่อ่านหนังสือพิมพ์ด้วย ก็จะเป็นประโยชน์ไม่น้อย

1.5 หากมีตู้เก็บรองเท้าไว้ตามอุโบสถ และศาลาการเปรียญก็จะเป็นระเบียบและสวยงาม

1.6 มีป้ายบอกเวลาเปิด - ปิดประตูวัด ป้ายบอกชื่อต้นไม้ และอาคารสถานที่ต่างๆ ก็จะช่วยสร้างค่านิยม และป้องกันทรัพย์สินของวัดได้อย่างมาก

1.7 การมีห้องสมุด พิพิธภัณฑ์ และสุขศาลาหรือศูนย์ เป็นการบริการทางด้านสาธารณสงเคราะห์ แก่พระภิกษุ สามเณร และประชาชนเป็นอย่างดี

1.8 ในวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา วันธรรมสวนะ และวันสำคัญต่างๆ ควรจัดกิจกรรมที่เป็นการส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม หรือเป็นการรักษาไว้ซึ่งขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมอันดีงามของชาติ

1.9 การที่เด็กวัดแต่งกายสะอาด มีมารยาทที่ดีแก่ผู้ไปมาติดต่อกับพระ ย่อมเป็นศรีแก่วัด

1.10 จะเป็นที่ยินดีมากหากพระภิกษุ สามเณรและศิษย์วัด มีการกวาดบริเวณวัดและอาคารเสนาสนะต่างๆ ให้สะอาดเป็นประจำตามประเพณีอันมีมาแต่โบราณ

1.11 วัดที่ได้ชื่อว่าเป็นวัดที่พัฒนาแล้ว จะต้องรักษาสภาพวัดพัฒนาให้ปรากฏอยู่ตลอดไป

## 2. การจัดวัดให้เป็นอุทยานการศึกษา

เพื่อให้การพัฒนาบริเวณสถานที่ และเสนาสนะของวัดให้เป็นอุทยานการศึกษา การพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชน และการเผยแพร่ข่าวสารข้อมูล ให้เกิดเจตคติที่ดีแก่ประชาชน จึงมีแนวทางการปฏิบัติ ดังนี้

### 2.1 ด้านบริเวณและอาคารสถานที่

#### 2.1.1 เป็นวัดที่ตั้งอยู่ในแหล่งชุมชน

2.1.2 จัดวัดให้มีบริเวณร่มรื่น สวยงาม สะอาด สงบ และมีสภาพเป็นอุทยานหรือสวนป่าที่มีความร่มรื่น และเป็นธรรมชาติให้มากที่สุด เพื่อเปิดโอกาสให้นักเรียน นิสิต นักศึกษาและประชาชนได้เข้ามาพักผ่อน พร้อมทั้งศึกษาหาความรู้

2.1.3 จัดวางผังวัดที่เป็นสัดส่วนโดยแบ่งเขตพุทธาวาส เขตสังฆาวาส และเขตฌาปนกิจสงเคราะห์ให้เป็นระเบียบ

2.1.4 จัดให้มีแหล่งน้ำสะอาดไว้บริการแก่พระภิกษุ สามเณร และประชาชน

2.1.5 จัดให้มีหอกระจายข่าว เพื่อสอดแทรกความรู้และบริการข่าวสารต่างๆ ให้แก่ชุมชน

2.1.6 จัดทำพิพิธภัณฑ์สถาน พิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อเป็นแหล่งอนุรักษ์มรดกทางศิลปกรรม จัดแสดงโบราณวัตถุ ศิลปวัตถุและวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเป็นการสนับสนุนวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว

2.1.7 จัดทำธรรมสถานหรือสวนธรรม เพื่อเป็นสถานที่ฝึกอบรมศีลธรรม จริยธรรม ให้แก่ประชาชนและคนในท้องถิ่นนั้น

### 3. ด้านกิจกรรม

เป็นแหล่งให้ความรู้ไม่จำกัดเพศและวัย รวมทั้งให้ความรู้ทั้งทางตรงและทางอ้อม

3.1 ทางอ้อม ได้แก่ การจัดการเรียนการสอนแบบไม่มีครูผู้สอน สามารถศึกษาเรียนรู้ได้ด้วยตนเองจากสิ่งแวดล้อมหรือสื่อต่างๆ ที่สัมผัสได้ มีเนื้อหาสาระที่อยู่ในความสนใจ และเป็นประโยชน์แก่ผู้เรียนอย่างละเอียด เป็นขั้นตอน หมวดย่น สามารถเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว เข้าใจง่าย เช่น

3.1.1 การจัดนิทรรศการ

3.1.2 การจัดต้นไม้พูดได้ โดยเขียนคติธรรม หรือคติพจน์ และการจัดสวนสมุนไพร โดยบอกสรรพคุณของต้นไม้ไว้

3.1.3 การบรรยายภาพเกี่ยวกับจิตรกรรมฝาผนัง โดยอาจจะเป็นเรื่องราวเกี่ยวกับ วรรณคดี พุทธประวัติ มหาชาติชาดก หรือตำรายาต่างๆ

3.1.4 จัดทำพิพิธภัณฑ์สถานเพื่อเก็บรักษาโบราณวัตถุ และของเก่าแก่ต่างๆ ควรเขียน ชื่อสิ่งของพร้อมทั้งคำบรรยายประวัติความเป็นมา และคุณประโยชน์ของสิ่งนั้นๆ

3.1.5 จัดทำเอกสารเกี่ยวกับธรรมะ หรือเทพธรรมะ ซีดีรอม วีดีโอเทพธรรมะ เพื่อเผยแพร่แก่เด็กนักเรียนและประชาชน เป็นต้น

3.2 ทางตรง ได้แก่ การจัดการเรียนการสอนให้มีครูหรือวิทยากรบรรยาย เช่น



3.2.1 จัดการศึกษาพระปริยัติธรรมแผนกธรรม ธรรมศึกษา ภาษาบาลี และพระปริยัติธรรมสายสามัญ

3.2.2 จัดตั้งศูนย์การศึกษาพระพุทธศาสนาวันอาทิตย์ ศูนย์อบรมเด็กก่อนเกณฑ์ ศูนย์อบรมเด็กด้อยโอกาสในวัด

3.2.3 จัดตั้งศูนย์ฝึกอาชีพ ศูนย์ฝึกอบรมทางศิลปกรรมเพื่อเสริมการประกอบอาชีพประจำวัน การฝึกสอนและสาธิตวิชาชีพสาขาต่างๆ จัดอบรมเกี่ยวกับงานพื้นบ้าน การเตรียมอาหารที่ถูกต้อง การทำนาทำสวน การสาธารณสุขมูลฐาน การให้ความรู้ทางกฎหมาย พร้อมทั้งตอบปัญหาให้แก่ชาวบ้านเป็นครั้งคราว

4. การจัดสอนและอบรมกรรมฐาน ฝึกการทำสมาธิเพื่ออบรมจิตใจ  
ขั้นตอนการจัดอุทยานการศึกษาในวัด

4.1 การเตรียมการ / การวางแผน

4.1.1 สำนวจความพร้อมของสถานที่และสิ่งที่มีอยู่

4.1.2 สำนวจความพร้อมของชุมชน

4.1.3 สร้างความเข้าใจกับชุมชน และวางแผนร่วมกัน

4.1.4 สำนวจแหล่งวิทยาการชุมชน และแหล่งบริการด้านต่างๆ เช่น เนื้อหาวิชา ผู้รู้ ในท้องถิ่น

4.1.5 ประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ให้มีส่วนร่วมในการออกแบบกระบวนการเรียนรู้

4.2 การดำเนินงาน

จัดอุทยานการศึกษาตามแผนที่กำหนดไว้โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมนำประชาชนเข้ามาพัฒนาวัด

4.3 การติดตามและประเมินผล

4.3.1 ติดตามและประเมินผลเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่องโดยชุมชนมีส่วนร่วม

4.3.2 สรุปและรายงานผล

สรุปว่าในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจะได้ใช้แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาวัดนี้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล ในขั้นตอนหรือแนวทางการพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางของชุมชนต่อไป เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและครบถ้วนในบทต่อไป

## วัดศิขณู จังหวัดจันทบุรี

ตั้งอยู่บนอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ ต.พลวง กิ่งอำเภอเขาคิชฌกูฏ จ. จันทบุรี เขาคิชฌกูฏหรือเขาพระบาท ประกอบด้วยภูเขา ทิวทัศน์ที่งดงาม มียอดเขาสูงสุดอยู่ในระดับความสูง 1,000 เมตร มีสภาพธรรมชาติที่สวยงาม เช่น น้ำตกกระทิง และปรากฏการณ์ทางธรณีวิทยาที่เกี่ยวข้องกับตำนานทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะในด้านความเชื่อถือทางศาสนาเกี่ยวกับรอยพระพุทธรูปบนยอดเขาคิชฌกูฏ มีเนื้อที่ประมาณ 58.31 ตารางกิโลเมตร หรือ 36,444.05 ไร่ เมื่อปี พ.ศ. 2501 นายกนิยมไพโรสมาคม ได้มีหนังสือถึงรัฐมนตรีว่าการกระทรวงเกษตร เสนอให้รักษาป่าเขาคิชฌกูฏ ท้องที่จังหวัดจันทบุรี ไว้เป็นแหล่งอาศัยของสัตว์และจัดให้เป็นอุทยานแห่งชาติ

### ลักษณะภูมิประเทศ

ลักษณะภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นภูเขาสูงชัน เนื่องจากการดันตัวของเปลือกโลก หินฐานเป็นหินอัคนีพวกหินแกรนิต ยุคจูแรลลิก มีอายุประมาณ 135-180 ล้านปี ทางด้านทิศตะวันออกจะมีความลาดชันมาก แนวสันเขาวางตัวไปในแนวตะวันตกเฉียงเหนือ-ตะวันออกเฉียงใต้ เขิงเขาด้านตะวันออกเฉียงใต้มีความลาดชันน้อย มียอดเขาพระบาทเป็นภูเขาสูงสุด สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 1,085 เมตร มีที่ราบอยู่ทางทิศตะวันตกเพียงเล็กน้อย บนเขาพระบาทมีหินก้อนใหญ่ ลักษณะกลมเกลี้ยงกระจายอยู่ทั่วไป โดยเฉพาะบริเวณรอยพระพุทธรูปมีหินก้อนใหญ่มาก สามารถมองเห็นได้จากพื้นราบนอกเขตอุทยานแห่งชาติ เทือกเขาสูงในอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ เป็นแหล่งต้นน้ำลำธารของลำห้วยที่สำคัญ เช่น คลองกระทิง คลองตะเคียน คลองทุ่งเพล คลองพลวง เป็นต้น ลำน้ำเหล่านี้เป็นแหล่งต้นน้ำที่สำคัญของแม่น้ำจันทบุรี

### ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศบริเวณอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือ และลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ โดยช่วงตั้งแต่กลางเดือนตุลาคมถึงกลางเดือนกุมภาพันธ์อากาศหนาวเย็น ท้องฟ้าโปร่ง ในช่วงกลางเดือนพฤษภาคมถึงกลางเดือนตุลาคมจะมีความชื้นในอากาศสูง เกิดเมฆและฝนตกหนัก ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยปีละ 2,900 มิลลิเมตร ช่วงฤดูร้อนระหว่างเดือนกุมภาพันธ์-เดือนเมษายน เป็นช่วงเวลาที่เปลี่ยนอิทธิพลจากลมตะวันออกเฉียงเหนือเป็นลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปี 27 องศาเซลเซียส

### พืชพันธุ์และสัตว์ป่า

ระบบนิเวศในพื้นที่อุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏสามารถแบ่งออกได้หลักๆ 2 ประเภท คือ ป่าดิบชื้น ครอบคลุมพื้นที่ส่วนใหญ่ของอุทยานแห่งชาติ พันธุ์ไม้ที่ขึ้นอยู่ได้แก่ ยางแดง กระบาก หย่อง มะกอก บุนนาค ลูกดิ้ง สารภี เนียนดำ มะไฟ จิกตง มะขาง ดีหมี เลือดควาย สำรอง กระบก กวัง ฯลฯ และป่าดิบเขา จะอยู่สูงจากระดับน้ำทะเลมากกว่า 800 เมตรขึ้นไป หรือจะพบเฉพาะ

บริเวณยอดเขา เช่น เขาพระบาทพลวง พันธุ์ไม้ที่พบได้แก่ มะกอก กระบกกรัง สารภี บุนนาค ทำม้ง พิมเสนป่า พลอง คอห้อย ชันใบใหญ่ รง พลับ อบเชย และตีนหมี เป็นต้น

### การเดินทาง

รถยนต์ จากกรุงเทพฯ เดินทางโดยรถยนต์ไปตามทางถนนสายบางนา-ตราด เมื่อถึงสี่แยกเขาไทรยา ตรงหลักกิโลเมตร 324 แล้วเลี้ยวซ้าย เข้าถนนบำรุงราชนราคร เป็นระยะทาง 21 กิโลเมตร จะมีป้ายบอกทางเข้าอุทยานแห่งชาติ ซึ่งอยู่ใกล้กับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ตะวันออก วิทยาเขตจันทบุรี ให้เลี้ยวขวาไปอีก 1.5 กิโลเมตร ก็จะถึงที่ทำการอุทยานฯ ตำบลพลวง อำเภอเขาฉกรรจ์ จันทบุรี

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

พัชราพรรณ สกลวงศ์วิวัฒน์ (2550) ทำการศึกษา เรื่องพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่ากลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 26-35 ปี และมีที่พักอาศัยในกรุงเทพมหานคร มีอาชีพพนักงานธนาคาร/ออฟฟิศ ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท มีความสนใจมาเที่ยวชมหิ้งห้อย ตลาดน้ำ และรับประทานอาหารมากที่สุด และมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวอีกภายในเวลาอีก 6 เดือน นักท่องเที่ยวไทยที่มีเพศ อายุ อาชีพและรายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจังหวัดสมุทรสงคราม ไม่แตกต่างกัน กลุ่มตัวอย่างให้ข้อเสนอแนะ นักท่องเที่ยวไทยที่มาเที่ยวจังหวัดสมุทรสงคราม ส่วนใหญ่เสนอแนะว่าจังหวัดสมุทรสงครามมีการปรับปรุงในเรื่องการรักษาความสะอาดในสถานที่ท่องเที่ยวให้มากขึ้น รองลงมาเสนอแนะว่าควรมีการเพิ่มสถานที่จอดรถนักท่องเที่ยวและควรมีการรณรงค์รักษาวัฒนธรรมความเป็นอยู่แบบดั้งเดิมให้คงไว้ตลอดไป

ในประเทศไทยการศึกษาของ อังคณา อาตมียะนันท์ (2530, หน้า 3-15) อธิบายว่า การพัฒนาแบบการมีส่วนร่วมของประเทศไทยมุ่งประเด็นความสนใจไปที่ผู้รับความยากลำบากและมีความยากจน ซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตามการจำกัดกิจกรรมต้องถูกยกเลิก เพราะประชาชนในท้องถิ่นไม่ให้ความร่วมมือ นอกเหนือจากนี้ยังพบว่าความช่วยเหลือตนเอง (self help) ของประชาชนเป็นสิ่งที่ถูกกำหนดจากภายนอก และไม่ได้เป็นการช่วยเหลือตนเองอย่างแท้จริง กิจกรรมและโครงการต่างๆต้องถูกยกเลิกไป การประเมินผลโครงการต่างๆทำให้เกิดคำถามว่า การพัฒนาควรเริ่มต้นที่รัฐบาล เอกชน หรือประชาชน ผลสรุปของการประเมินมุ่งไปที่การนำเอาการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม โดยให้ประชาชนเป็นผู้คิดค้นปัญหา พัฒนา วัดความสามารถของตน ในการจัดการ ควบคุมการใช้ และการกระจายทรัพยากรเพื่อประโยชน์ใน

การดำรงชีพทางเศรษฐกิจและสังคม เป็นผลให้การจัดทำโครงการต่างๆมีผลโดยตรงกับประชาชน จึงมีหลักการ 3 ประการ คือ

1. ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจในการเลือกแนวทางด้วยตนเอง
  2. ใช้หลักการมีส่วนร่วม ซึ่งเป็นความพยายามแบบใหม่ที่ทำให้ประชาชนเรียนรู้ที่จะพึ่งตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ
  3. ควรเริ่มต้นจากประชาชนภายใต้การสนับสนุนทั้งทางตรง และทางอ้อมจากรัฐบาล
- ศรีปริญา ฐปกระจำง (2529) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของพัฒนากรในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในชนบทพบว่าอายุไม่มีความสัมพันธ์ต่อการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในชนบทของพัฒนากร

ลลิตา โภชนพันธ์ (2538) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศวิทยาของนักท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากกว่า 10 คนขึ้นไป รูปแบบการจัดการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จัดท่องเที่ยวกันเอง ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มเพื่อน วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และไม่มีผู้ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยว 2) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศวิทยา อยู่ในระดับที่เหมาะสมเป็นส่วนใหญ่ โดยมีพฤติกรรมการศึกษาเรียนรู้สภาพแวดล้อม ธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่พอใช้ พฤติกรรมการรักษาความสะอาด การจัดการของเสียต่างๆในขณะท่องเที่ยวภายในสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับพอใช้ พฤติกรรมการอนุรักษ์สิ่งมีชีวิตทั้งพืชและสัตว์ในธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสม พฤติกรรมการช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่เหมาะสม และพฤติกรรมการเรียนรู้วัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชนท้องถิ่น และการช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอยู่ในระดับที่ไม่เหมาะสม 3) การทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศวิทยากับตัวแปรที่ศึกษา พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวในเชิงนิเวศวิทยาขึ้นอยู่กับขนาดของกลุ่มนักท่องเที่ยว รูปแบบของการจัดการท่องเที่ยว ประเภทของกลุ่มนักท่องเที่ยว วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง และการมีผู้ให้ความรู้ด้านสิ่งแวดล้อมภายในกลุ่มนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สุชาดา นิมหิรัญวงษ์ (2544) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผู้สูงอายุมีความต้องการท่องเที่ยวภายในประเทศในระดับปานกลาง โดยมีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน

โบราณวัตถุ และศาสนสถานในระดับปานกลาง มีความต้องการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทาง ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมในระดับน้อย 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการ ท่องเที่ยวภายในประเทศของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ เพศ สถานภาพสมรส ลักษณะครอบครัว ระดับการศึกษา ภาวะสุขภาพ รายได้ การประกอบอาชีพ หลังเกษียณอายุ ตำแหน่งครั้งสุดท้ายก่อนเกษียณอายุ การให้คุณค่าต่อการท่องเที่ยว การ สนับสนุนของครอบครัว การรับรู้ข่าวสารการท่องเที่ยว และประสบการณ์ของการท่องเที่ยว

ปิยพร ทาวีกุล (2544) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน : กรณีศึกษา บ้านไหล่หิน ตำบลไหล่หิน อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง จากการศึกษาพบว่าความต้องการของประชาชนในการมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยว อย่างยั่งยืน จะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับความถนัดของชาวบ้านและขนาดของการว่างงานว่า ต้องการความช่วยเหลือมากหรือน้อย สำหรับรูปแบบที่ประชาชนต้องการมีส่วนร่วมในการจัดการ แหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) การพัฒนาเส้นทาง 2) การพัฒนาร้าน จำหน่ายของที่ระลึก 3) การประชาสัมพันธ์ ควรมีการร่วมมือจากทางภาครัฐ เอกชน และชุมชน 4) ด้านความปลอดภัย 5) ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว

นภัค วัฒนคุณ (2545) ได้ทำการศึกษาความต้องการในการมีส่วนร่วมของประชาชนใน การพัฒนาการท่องเที่ยว กรณีเวียงท่ากาน ตำบลบ้านกลาง อำเภอสันป่าตอง จังหวัดเชียงใหม่ จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างต้องการเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาเวียงท่ากานเพื่อการ ท่องเที่ยว โดยต้องการเข้าร่วมปฏิบัติตามกฎเกณฑ์และมาตรฐานการท่องเที่ยวที่วางไว้โดยเฉพาะ ต้องการมีส่วนร่วมสูงในการช่วยเหลือด้านแรงงานในการพัฒนา แต่ไม่ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมใน การค้นหาปัญหา วางแผน และกำหนดกฎเกณฑ์หรือมาตรการที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว ไม่ ต้องการเข้ามามีส่วนร่วมเกี่ยวกับผลประโยชน์ และไม่ต้องการประเมินผลและหาแนวทางในการ ปรับปรุงกิจกรรมการท่องเที่ยว

อรุวรรณ พันธุ์เนตร (2541) ได้ทำการศึกษาการประเมินความต้องการการมีส่วนร่วม และความต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวของประชาชน บ้านหาดไคร้ ตำบลเวียง จังหวัดเชียงราย พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล (ระยะเวลาที่อาศัยอยู่) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (ประโยชน์ที่ได้รับ อาชีพ รายได้จากแหล่งจับปลาบึก) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (ระดับการศึกษาและภูมิลำเนา) มีความ ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวต่างกัน ส่วนประชาชนที่มีภูมิลำเนาแตกต่างกัน ต้องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

### บทที่ 3

#### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งทำการศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดคิซณภูมิ จังหวัดจันทบุรีเพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน พร้อมทั้งศึกษาแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการ และพัฒนาวัดคิซณภูมิ โดยประยุกต์เข้ากับหลักการของการท่องเที่ยว การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ดังกล่าวจึงได้ดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
4. การเก็บรวบรวมข้อมูล
5. การวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากร ในการวิจัยครั้งนี้ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเขาคิซณภูมิ จังหวัดจันทบุรี จำนวน 786,591คน (ฝ่ายระบบฐานข้อมูล ส่วนศึกษาและวิจัยอุทยานแห่งชาติ, 2552)
2. กลุ่มตัวอย่าง  
ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาค่าเฉลี่ยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดคิซณภูมิและประชากรในท้องถิ่นจำนวน 793,106 คน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และกำหนดให้มีความคลาดเคลื่อนได้  $\pm 10\%$  ของส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ ศิริชัย กาญจนวาศรี และคณะ (ศิริชัย กาญจนวาศรี, 2551) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบไม่คำนึงถึงความน่าจะเป็น (Non - probability) เลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

#### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็นสัดส่วนตามประชากรและขนาดกลุ่มโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบ (Structured questions) และคำถามปลายเปิด โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ อาชีพ ซึ่งระดับแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ ซึ่งระดับแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิให้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยมีลักษณะคำถามแบบมาตรวัด Rating Scale โดยใช้ระดับการวัดข้อมูล

ระดับ 5 หมายถึง ระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ระดับ 4 หมายถึง ระดับเห็นด้วย

ระดับ 3 หมายถึง ระดับไม่แน่ใจ

ระดับ 2 หมายถึง ระดับไม่เห็นด้วย

ระดับ 1 หมายถึง ระดับไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การแปลผลของคะแนนได้ใช้สูตรดังนี้

$$\text{ช่วงคะแนน} = \frac{\text{คะแนนต่ำสุด} - \text{คะแนนสูงสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ช่วงคะแนน	ความหมาย
4.21 – 5.00	มีระดับความคิดเห็นมากที่สุด
3.41 – 4.20	มีระดับความคิดเห็นมาก
2.61 – 3.40	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
1.81 – 2.60	มีระดับความคิดเห็นน้อย
1.00 – 1.80	มีระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

#### การทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล

การตรวจสอบเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์อย่างมีโครงสร้างที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability Analysis Scale - Alpha) แบบสอบถามไปทำการทดสอบ (Try Out) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง คือ กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ

จังหวัดจันทบุรี จำนวน 30 ชุด มาทดสอบความเชื่อถือได้ของแบบสอบถาม และนำผลทดสอบมาปรับปรุงแก้ไขให้แบบสอบถามเกิดความสมบูรณ์ขึ้น โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผลการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยใช้ Cronbach's Alpha Index ได้ค่าทดสอบ = 0.864 ซึ่งสะท้อนว่าแบบสอบถามมีประสิทธิภาพ และสามารถนำไปเก็บข้อมูลได้

#### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 ขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนครสวรรค์ถึงหัวหน้าอุทยานแห่งชาติเขาคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี นายกเทศมนตรีตำบลพลวง แจ็งวัดอุประสงค์และขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามโดยทำการแจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี โดยจะนำแบบสอบถามให้พร้อมอธิบาย และให้คำแนะนำในการตอบ และเก็บข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐบาล และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการสัมภาษณ์ แบบมีโครงสร้าง (Structured interview)

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ดำเนินการในช่วง ตุลาคม 2553 ถึง กุมภาพันธ์ 2554 โดยกระจายตามช่วงเวลา แบ่งเป็นช่วงวันธรรมดาซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเบาบาง และในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวหนาแน่น เพื่อให้ได้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

ขั้นที่ 2 สถานที่เก็บข้อมูลคือวัดคิชฌกูฏ จังหวัดจันทบุรี แบ่งกลุ่มสัดส่วนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็น 2 ช่วงเวลา ดังนี้

#### ตาราง 1 วันเวลาที่เก็บข้อมูล

รายละเอียด	ช่วงเวลา	วันจันทร์ - ศุกร์	วันเสาร์ - อาทิตย์
สัปดาห์ที่ 1	08.00 - 12.00	50 คน / สัปดาห์	50 คน
	13.00 - 15.00	50 คน / สัปดาห์	50 คน
สัปดาห์ที่ 2	08.00 - 12.00	50 คน / สัปดาห์	50 คน
	13.00 - 15.00	50 คน / สัปดาห์	50 คน



ขั้นที่3 ผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามที่ได้รับคืนจำนวน 400 ชุด ตรวจสอบว่าจำนวนแบบสอบถามครบถ้วนสมบูรณ์ 400 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นนำไปวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยครั้งนี้จะนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาประมวลผลโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติวิเคราะห์ ดังนี้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ใช้สถิติ 2 ประเภทในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ

1. โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าเฉลี่ย (Mean) ร้อยละ (Percentage) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) สำหรับการบรรยายข้อมูล
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ทดสอบโดยวิเคราะห์หาค่าสถิติทดสอบ (Chi-Square) และใช้สถิติทดสอบความแตกต่างโดยใช้ค่า  $t$  ( $t$  - test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และในกรณีที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Multiple comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe Method)
3. สมมติฐานข้อที่ 1 จะใช้สถิติ (Chi-Square) เพื่อหาค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรตัวที่เป็นอิสระต่อกัน หรือหาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ชุด
4. สมมติฐานข้อที่ 2 จะใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) ทดสอบโดยวิเคราะห์หาค่าสถิติทดสอบ (Chi-Square) และใช้สถิติทดสอบความแตกต่างโดยใช้ค่า  $t$  ( $t$  - test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของประชากร 2 กลุ่ม และจะใช้สถิติวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของประชากรที่มีมากกว่า 2 กลุ่มขึ้นไป และในกรณีที่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจะทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe Method)

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการศึกษานโยบายการปฏิบัติงานของพนักงานโรงแรมในการลดภาวะโลกร้อนในกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ออกเป็นขั้นตอนต่างๆ ตามลำดับดังนี้

**สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

เพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายข้อมูล ผู้วิจัยจึงกำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการนำเสนอวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

$\bar{X}$  แทน ค่าเฉลี่ย (Mean)

SD แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

t แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution

F แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน F-distribution

Sig. แทน ระดับความมีนัยสำคัญทางสถิติ (Significance)

SS แทน ผลบวกกำลังสองของคะแนน (Sum of Squares)

MS แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของผลบวกกำลังสองของคะแนน (Mean of Square)

df แทน ระดับขั้นของความเป็นอิสระ (Degree of freedom)

r แทน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

\* แทน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

$H_0$  แทน สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)

$H_1$  แทน สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)

**การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล**

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำเสนอผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็นส่วนตามลำดับดังนี้

**ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา**

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยการหาความถี่และร้อยละในแต่ละข้อ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและแปลผลด้วยการบรรยาย

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดทัศนภูมิจังหวัดจันทบุรี โดยการหาความถี่และร้อยละในแต่ละข้อ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและแปลผลด้วยการบรรยาย

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี โดยการหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละข้อ แล้วนำเสนอในรูปแบบของตารางและแปลผลด้วยการบรรยาย

#### ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี

สมมติฐานข้อที่ 2 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกัน มีผลกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน แตกต่างกัน

#### ตอนที่ 5 บทสัมภาษณ์เชิงลึกภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

#### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

##### ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

##### ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

คำนวณค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษาสูงสุด อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ด้วยการแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ นำเสนอในรูปแบบของตารางและแปลผลด้วยการบรรยาย

#### ตาราง 2 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	126	31.50
หญิง	274	68.50
รวม	400	100.00

จากตาราง 2 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพศหญิงจำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 และเป็นเพศชายจำนวน 126 คิดเป็นร้อยละ 31.50

ตาราง 3 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อนแยกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20	22	5.50
21-30 ปี	96	24.00
31-40 ปี	106	26.50
41-50 ปี	138	34.50
50 ปีขึ้นไป	38	9.5
รวม	400	100.00

จากตาราง 3 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมามีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมาอีกมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาอีกมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และน้อยที่สุดคือ อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

ตาราง 4 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยวก่อนแยกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าปริญญาตรี	174	43.50
ปริญญาตรี	147	36.80
สูงกว่าปริญญาตรี	79	19.8
รวม	400	100.00

จากตาราง 4 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 และจำนวนน้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8

ตาราง 5 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับจ้าง	38	9.50
เกษตรกรรวม	37	9.30
นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	23	5.80
รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	118	29.50
พนักงานเอกชน	68	17.00
ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	108	27.00
อื่นๆ	8	2.00
รวม	400	100.00

จากตาราง 5 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 118 คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคืออาชีพ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 108 คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคืออาชีพ พนักงานเอกชน จำนวน 68 คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมาคืออาชีพ รับจ้าง จำนวน 38 คิดเป็นร้อยละ 9.50 รองลงมาคืออาชีพ เกษตรกรรวม จำนวน 37 คิดเป็นร้อยละ 9.30 รองลงมาคืออาชีพ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา จำนวน 23 คิดเป็นร้อยละ 5.80 และ น้อยที่สุดคือ อาชีพอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

ตาราง 6 แสดงจำนวน และร้อยละของนักท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 5,000 บาท	29	7.30
5,000 – 15,000 บาท	190	47.50
15,001 – 30,000 บาท	116	29.00
30,000 – 50,000 บาท	40	10.00
สูงกว่า 50,000 บาท	25	6.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 6 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาที่มีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมาที่มีรายได้ต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมาที่มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30

## ตอนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดศิษณภูมิ จังหวัดจันทบุรี

คำนวณค่าความถี่และค่าร้อยละของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยววัดศิษณภูมิของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ตามแบบตรวจสอบรายการ (Check List) ได้แก่ เคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรีอย่างไร และจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

## ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูมิมาก่อนหรือไม่

เคยเดินทางมายังวัดศิษณภูมิมาก่อนหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
เดินทางมาเป็นครั้งแรก	201	50.30
เคยเดินทางมาแล้ว	199	49.80
<b>รวม</b>	<b>400</b>	<b>100.00</b>

จากตาราง 7 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูมิเป็นครั้งแรก จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 และเคยเดินทางมาแล้ว จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80

ตาราง 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด

แหล่งที่ได้รับข้อมูลของวัดศิขณภูมิ	จำนวน	ร้อยละ
เพื่อน / ครอบครัว	196	49.00
วารสารการท่องเที่ยว	25	6.30
วิทยุ	5	1.30
Web Site ต่างๆ	120	30.00
โทรทัศน์	8	2.00
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	5	1.30
หนังสือพิมพ์	2	0.50
บริษัทท่องเที่ยว	39	9.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างได้รับการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีจากเพื่อน / ครอบครัว จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ Web Site ต่างๆ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ บริษัทท่องเที่ยว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 รองลงมาคือ วารสารการท่องเที่ยว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 รองลงมาคือ โทรทัศน์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ละ รองลงมาคือ 5 จำนวน คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และ หนังสือพิมพ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

ตาราง 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว

จำนวนสมาชิกร่วมเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
1 – 5 คน	120	30.00
6 – 10 คน	114	28.50
11 – 15 คน	100	25.00
16 – 20 คน	13	3.30
20 คนขึ้นไป	53	13.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 9 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีอยู่ระหว่าง 1 – 5 คน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ จำนวน 6 – 10 คน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาคือจำนวน 11 – 15 คน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือจำนวน 20 คนขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และจำนวน 16 – 20 คน จำนวน 13 คนคิดเป็นร้อยละ 3.30

ตาราง 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีอย่างไร

พาหนะในการเดินทางท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
รถขนส่งมวลชน	26	6.50
รถทัวร์เช่าเหมา	150	37.50
รถบริษัทท่องเที่ยว	78	19.50
รถยนต์ส่วนตัว	143	35.80
รวม	400	100.00

จากตาราง 10 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูจังหวัดจันทบุรีโดยรถทัวร์เช่าเหมา จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว



จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมาคือ รถบริษัทท่องเที่ยว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และ รถขนส่งมวลชน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

**ตาราง 11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ลักษณะพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง เรื่องจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่**

เดินทางกลับมาอีก	จำนวน	ร้อยละ
กลับมา	287	71.80
ไม่แน่ใจ	113	28.30
รวม	400	100.00

จากตาราง 11 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยววัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรีมากที่สุด จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 และไม่แน่ใจ จำนวน 113 คิดเป็นร้อยละ 28.30

**ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน**

การวิเคราะห์หาข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรี ประกอบด้วย ด้านการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการให้บริการ ด้วยการคำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปของตารางและแปลผลด้วยการบรรยาย

ตาราง 12 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูง จำแนกรายด้าน

แนวทางการพัฒนา	n = 400		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. ด้านการจัดแบ่งพื้นที่	4.56	0.55	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	4.50	0.43	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. ด้านการมีส่วนร่วม	4.58	0.41	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.77	0.29	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก	4.53	0.42	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. ด้านการให้บริการ	4.67	0.37	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.60	0.41	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 12 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 4.60$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.50–4.77 โดยนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูง จังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในอันดับแรก ( $\bar{X} = 4.77$ ) รองลงมาคือ ด้านการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.67$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือด้านการมีส่วนร่วม ( $\bar{X} = 4.58$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือด้านการจัดแบ่งพื้นที่ ( $\bar{X} = 4.56$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก ( $\bar{X} = 4.53$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และอันดับสุดท้ายคือด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ( $\bar{X} = 4.50$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 13 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดแบ่งพื้นที่ จำแนกรายข้อ

ด้านการจัดแบ่งพื้นที่	n = 400		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีการแบ่งพื้นที่เพื่อประโยชน์ในการใช้ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนและเหมาะสม	4.38	0.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีการกำหนดพื้นที่ขายสินค้าให้เป็นสัดส่วน และอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม	4.60	0.53	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. มีการจัดภูมิทัศน์ของวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ	4.38	0.52	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. มีการกำหนดพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ	4.71	0.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.51	0.57	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 13 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดแบ่งพื้นที่ ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 4.51$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.38 - 4.71 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า การกำหนดพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ ( $\bar{X} = 4.71$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือมีการกำหนดพื้นที่ขายสินค้าให้เป็นสัดส่วน และอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.60$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือมีการแบ่งพื้นที่เพื่อประโยชน์ในการใช้ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนและเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.38$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และอันดับสุดท้ายคือมีการจัดภูมิทัศน์ของวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ ( $\bar{X} = 4.38$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 14 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏาจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม จำแนกรายข้อ

ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม	n = 400		ระดับความ คิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน เพื่อไม่ให้มีจำนวนที่มากจนเกินไป	4.31	1.06	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีการจัดตกแต่งอาคารสถานที่ตลอดจนสาธารณูปโภคต่างๆ บริเวณโดยรอบวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ	4.38	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. มีการศึกษา วิจัย เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนหาแนวทางการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม	4.60	0.49	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. มีการกำหนดกรอบการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีมาตรฐานที่ชัดเจน	4.44	0.64	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. มีมาตรการป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่วัด	4.56	0.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>รวม</b>	<b>4.46</b>	<b>0.66</b>	<b>เห็นด้วยอย่างยิ่ง</b>

จากตาราง 14 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏาจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 4.46$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.60 - 4.31 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการศึกษา วิจัย เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนหาแนวทางการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ( $\bar{X} = 4.60$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีมาตรการป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่วัด ( $\bar{X} = 4.56$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

รองลงมาคือมีการกำหนดกรอบการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีมาตรฐานที่ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.44$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีการจัดตกแต่งอาคารสถานที่ตลอดจนสาธารณูปโภคต่างๆ บริเวณโดยรอบวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ ( $\bar{X} = 4.38$ ) และอันดับสุดท้ายคือมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน เพื่อไม่ให้มีจำนวนที่มากจนเกินไป ( $\bar{X} = 4.31$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 15 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วม จำแนกรายข้อ

ด้านการมีส่วนร่วม	n = 400		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีตัวแทนชุมชนในการร่วมวางแผน พัฒนา และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวบริเวณวัดเขาศิขณภูมิ	4.44	0.61	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของวัด	4.58	0.49	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. มีการนำสินค้าที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบภายในชุมชน มาจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน	4.38	0.46	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.47	0.52	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 15 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการมีส่วนร่วมภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ( $\bar{X} = 4.47$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.58 - 4.38 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของวัด ( $\bar{X} = 4.58$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีตัวแทนชุมชนในการร่วมวางแผน พัฒนา และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวบริเวณวัดเขาศิขณภูมิ ( $\bar{X} = 4.44$ ) และอันดับสุดท้ายคือมีการ

นำสินค้าที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบภายในชุมชน มาจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน ( $\bar{X} = 4.38$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 16 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก จำแนกรายข้อ

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	n = 400		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีจำนวนรถโดยสาร และยานพาหนะที่ให้บริการนำขึ้นไปถึงวัดอย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว	4.81	0.39	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีการจัดคิวรถโดยสาร รับ-ส่ง ขึ้นไปยังวัดให้เป็นระเบียบเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว	4.95	0.22	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. มีร้านจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.61	0.54	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. มีการจัดที่นั่ง และจุดพักรอรถโดยสารให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว	4.79	0.41	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. มีจุดปฐมพยาบาล เพื่อให้การรักษาดูแลนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุ	4.80	0.40	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
6. มีจุดบริการโทรศัพท์สาธารณะแก่นักท่องเที่ยว	4.47	0.59	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
7. มีห้องน้ำ / ห้องสุขา ที่สะอาด และเพียงพอ	4.90	0.30	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
8. มีถังขยะที่แยกประเภท เพื่อการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ จัดไว้ตามจุดต่างๆ ของวัดในปริมาณที่เพียงพอ	4.79	0.42	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
<b>รวม</b>	<b>4.76</b>	<b>0.41</b>	<b>เห็นด้วยอย่างยิ่ง</b>

จากตาราง 16 พบว่านักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ( $\bar{X} = 4.76$ )

โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.47 - 4.95 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการจัดคิวรถโดยสาร รับ-ส่ง ขึ้นไปยังวัดให้เป็นระเบียบเพื่อความปลอดปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.95$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีห้องน้ำ / ห้องสุขา ที่สะอาด และเพียงพอ ( $\bar{X} = 4.90$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือมีจำนวนรถโดยสาร และยานพาหนะที่ให้บริการนำขึ้นไปถึงวัดอย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.81$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีจุดปฐมพยาบาล เพื่อให้การรักษาดูแลนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุ ( $\bar{X} = 4.80$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือมีถังขยะที่แยกประเภท เพื่อการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ จัดได้ตามจุดต่างๆ ของวัดในปริมาณที่เพียงพอ ( $\bar{X} = 4.79$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีการจัดที่นั่ง และจุดพักรอรถโดยสารให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.79$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีร้านจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.61$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง และอันดับสุดท้ายคือมีจุดบริการโทรศัพท์สาธารณะแก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.47$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 17 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก จำแนกรายข้อ

ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก	n = 400		ระดับความคิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.40	0.51	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน	4.42	0.50	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. มีการอบรมให้ความรู้และรายละเอียดต่างๆ แก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในวัด เพื่อการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง	4.51	0.52	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความตระหนักรู้ ความรักและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยว	4.64	0.50	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. มีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ให้เลือกใช้ภาชนะ บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารและเครื่องดื่ม ที่ย่อยสลายได้ง่าย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม	4.66	0.47	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.53	0.50	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 17 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก ( $\bar{X} = 4.53$ ) โดยมีค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.66 - 4.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า มีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ให้เลือกใช้ภาชนะ บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารและเครื่องดื่ม ที่ย่อยสลายได้ง่าย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ( $\bar{X} = 4.66$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความ



ตระหนัก ความรักและห่วงหาพันทรวงที่เกี่ยว ( $\bar{X} = 4.64$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมา คือมีการอบรมให้ความรู้และรายละเอียดต่างๆ แก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในวัด เพื่อให้การให้ ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง ( $\bar{X} = 4.51$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีการ ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอนุรักษทรัพย์ากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ( $\bar{X} = 4.42$ ) และอันดับ สุดท้ายคือ. มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการปฏิบัติตน อย่างถูกต้อง โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ( $\bar{X} = 4.40$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตาราง 18 แสดงค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความคิดเห็น ของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อเป็น การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการให้บริการ จำแนกรายข้อ

ด้านการให้บริการ	n = 400		ระดับความ คิดเห็น
	$\bar{X}$	S.D.	
1. มีแผนผัง แผนที่เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	4.60	0.49	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. มีเจ้าหน้าที่และจุดประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว	4.74	0.45	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ของวัดควรมี อธิษาศัยที่ดี	4.86	0.34	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4. มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์ นิทรรศการ	4.53	0.58	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
5. มีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ	4.62	0.56	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
รวม	4.67	0.48	เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากตาราง 18 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ด้านการให้บริการ ( $\bar{X} = 4.67$ ) โดยมี ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.86 - 4.53 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และ เจ้าหน้าที่ของวัดควรมีอธิษาศัยที่ดี ( $\bar{X} = 4.86$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มี เจ้าหน้าที่และจุดประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.74$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วย

อย่างยิ่ง รองลงมาคือมีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ( $\bar{X} = 4.62$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง รองลงมาคือ มีแผนผัง แผนที่เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.60$ ) และอันดับสุดท้ายคือ มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ ( $\bar{X} = 4.53$ ) อยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง

#### ตอนที่ 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ จะใช้ค่าสถิติ t-test กับกลุ่มตัวอย่างสองกลุ่ม ได้แก่ เพศ ใช้การทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) กับกลุ่มตัวอย่างที่มากกว่าสองกลุ่มขึ้นไป ได้แก่ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน นอกจากนี้การวิเคราะห์จะใช้วิธีการทดสอบแบบ Fisher's Least-Significant Difference (LSD) เพื่อหาค่าเฉลี่ยคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน และการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ณ ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จะปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) ก็ต่อเมื่อค่า Sig. มีค่าน้อยกว่า 0.05 สำหรับผลการทดสอบสมมติฐานแสดงผลดังตาราง ซึ่งสมมติฐานที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ

สมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดดัชนีภูมิจังหวัดจันทบุรี

##### 1. เพศ

1.1 เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_0$  : เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_1$  : เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

ตาราง 19 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

เคยเดินทางมา ท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี มาก่อนหรือไม่	เพศ		รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ชาย	หญิง				
เดินทางครั้งแรก	88 43.8%	113 56.2%	201 100%	28.241	1	0.000*
เคยเดินทางมาแล้ว	38 19.1%	161 80.9%	199 100%			
รวม	126 31.5%	274 68.5%	400 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig. (2-sided) < 0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.2 เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_0$  : เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_1$  : เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ตาราง 20 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรม  
ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่ง ท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด	เพศ		รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ชาย	หญิง				
เพื่อน / ครอบครัว	70 35.7%	126 64.3%	196 100%	49.662	7	0.000*
วารสารการท่องเที่ยว	0 0%	25 100%	25 100%			
วิทยุ	5 100%	0 0%	5 100%			
Internet / web site ต่างๆ	39 32.5%	81 67.5%	120 100%			
โทรทัศน์	2 25.0%	6 75.0%	8 188%			
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	5 100%	0 0%	5 100%			
หนังสือพิมพ์	2 100%	0 0%	2 100%			
บริษัทท่องเที่ยว	3 7.7%	36 92.3%	39 100%			
<b>รวม</b>	<b>126 31.5%</b>	<b>274 68.5%</b>	<b>400 100%</b>			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับข้อมูล  
เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดเมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ใน  
การทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ )

และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.3 เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_0$  : เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_1$  : เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

ตาราง 21 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

จำนวนสมาชิกที่เดินทางมา	เพศ		รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ชาย	หญิง				
จำนวน 1 - 5 คน	48 40.0%	72 60%	120 100%	26.625	4	0.000*
จำนวน 6 - 10 คน	34 29.8%	80 70.2%	114 100%			
จำนวน 11 - 15 คน	35 35.0%	65 65.0%	100 100%			
จำนวน 16 - 20 คน	7 53.8%	6 46.2%	13 100%			
มากกว่า 20 คน	2 3.8%	51 96.2%	53 100%			
<b>รวม</b>	<b>126 31.5%</b>	<b>274 68.5%</b>	<b>400 100%</b>			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.4 เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

$H_0$  : เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

$H_1$  : เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

ตาราง 22 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

เดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภู จังหวัด จันทบุรี อย่างไร	เพศ		รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ชาย	หญิง				
รถขนส่งมวลชน	5 19.2%	21 80.8%	26 100%	22.859	3	0.000*
รถเช่าเหมา	40 26.3%	112 73.7%	152 100%			
รถบริษัทท่องเที่ยว	15 19.2%	63 80.8%	78 100%			
รถส่วนตัว	66 45.8%	78 54.2%	144 100%			
รวม	126 31.5%	274 68.5%	400 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีอย่างไร เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อย่างไม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

1.5 เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_0$  : เพศของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_1$  : เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

ตาราง 23 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง เพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

จะเดินทางมา ท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่	เพศ		รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ชาย	หญิง				
กลับมา	78 27.2%	209 72.8%	287 100%	8.796	1	0.003*
ไม่แน่ใจ	48 42.5%	65 57.5%	113 100%			
รวม	126 31.5%	274 68.5%	400 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ

สมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิษณภูฏจังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## 2. อายุ

2.1 อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิษณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_0$  : อายุ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_1$  : อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

ตาราง 24 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

เคยเดินทางมา ท่องเที่ยววัดศิษณ ภูฏจังหวัดจันทบุรี มาก่อนหรือไม่	อายุ					รวม	X <sup>2</sup>	df	Sig.
	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป				
เดินทางครั้งแรก	11 5.5%	50 24.9%	59 29.4%	60 29.9%	21 10.4%	201 100%	4.284	4	0.369
เคยเดินทางมาแล้ว	11 5.5%	46 23.1%	47 23.6%	78 39.2%	17 8.5%	199 100%			
รวม	22 5.5%	96 24.0%	106 26.5%	138 34.5%	38 9.5%	400 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) >0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อายุไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

2.2 อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิษณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด



$H_0$  : อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_1$  : อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ตาราง 25 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด	อายุ					รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป				
เพื่อน / ครอบครัว	13 6.6%	56 28.6%	56 28.6%	46 23.5%	25 12.8%	196 100%	133.841	28	0.000*
วารสารการท่องเที่ยว	0 0%	10 40.0%	15 60%	0 0%	0 0%	25 100%			
วิทยุ	0 0%	0 0%	1 20.0%	4 80.0%	0 0%	5 100.0%			
Internet / web site	5 4.2%	29 24.2%	20 16.7%	56 46.7%	10 8.3%	120 100%			
โทรทัศน์	4 50%	0 0%	2 25.0%	2 25.0%	0 0%	8 100%			
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	0 0%	0 0%	2 40.0%	0 0%	3 60.0%	5 100%			
หนังสือพิมพ์	0 0%	0 0%	0 0%	2 100%	0 0%	2 100%			
บริษัทท่องเที่ยว	0 0%	1 2.6%	10 25.6%	28 71.8%	0 0%	39 100%			
<b>รวม</b>	<b>22</b> 5.5%	<b>96</b> 24.0%	<b>106</b> 26.5%	<b>138</b> 34.5%	<b>38</b> 9.5%	<b>400</b> 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดเมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ )

และยอมรับสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.3 อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_0$  : อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_1$  : อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

ตาราง 26 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

จำนวนสมาชิกที่เดินทางมา	อายุ					รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป				
จำนวน 1 - 5 คน	13 10.8%	33 27.5%	28 23.3%	40 33.3%	6 5.0%	120 100%	112.699	16	0.000*
จำนวน 6 - 10 คน	3 2.6%	29 25.4%	30 26.3%	31 27.2%	21 18.4%	114 100%			
จำนวน 11 -15 คน	6 6.0%	11 11.0%	14 14.0%	58 58.0%	11 11.0%	100 100%			
จำนวน 16 -20 คน	0 0%	0 0%	13 100%	0 0%	0 0%	13 100%			
มากกว่า 20 คน	0 0%	23 43.4%	21 39.6%	9 17.0%	0 0%	53 100%			
<b>รวม</b>	<b>22 5.5%</b>	<b>96 24.0%</b>	<b>106 26.5%</b>	<b>138 34.5%</b>	<b>38 9.5%</b>	<b>400 100%</b>			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ

สมมติฐานรอง(H<sub>1</sub>) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.4 อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

H<sub>0</sub> : อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

H<sub>1</sub> : อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

ตาราง 27 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

เดินทางมา ท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร	อายุ					รวม	X <sup>2</sup>	df	Sig.
	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป				
รถขนส่งมวลชน	0 0%	8 30.8%	16 61.5%	0 0%	2 7.7%	26 100%	55.493	12	0.000*
รถเช่าเหมา	4 2.6%	25 16.4%	35 23.0%	68 44.7%	20 13.2%	152 100%			
รถบริษัท ท่องเที่ยว	3 3.38%	25 32.1%	23 29.5%	27 34.6%	0 0%	78 100%			
รถส่วนตัว	15 10.4%	38 26.4%	32 22.2%	43 29.9%	16 11.1%	144 100%			
รวม	22 5.5%	96 24.0%	106 26.5%	138 34.5%	38 9.5%	400 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรีอย่างไร เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับ สมมติฐานรอง (H<sub>1</sub>) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.5 อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_0$  : อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_1$  : อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

ตาราง 28 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรม จะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

จะเดินทางมา ท่องเที่ยววัดศิขณ ภูฏ จังหวัด จันทบุรี อีก หรือไม่	อายุ					รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปี ขึ้นไป				
กลับมา	11 3.8%	73 25.4%	64 22.3%	110 38.3%	29 10.1%	287 100%	17.475	4	0.002*
ไม่แน่ใจ	11 9.7%	23 20.4%	42 37.2%	28 24.8%	9 8.0%	113 100%			
รวม	22 5.5%	96 24.0%	106 26.5%	138 34.5%	38 9.5%	400 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อายุของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ สมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีอีกหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

### 3. การศึกษา

3.1 การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_0$  : การศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_1$  : การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

ตาราง 29 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี มาก่อนหรือไม่

เคยเดินทางมา ท่องเที่ยววัดศิขณ ภูมิจังหวัดจันทบุรี มาก่อนหรือไม่	การศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี				
เดินทางครั้งแรก	85 42.3%	81 40.3%	35 17.4%	201 100%	2.638	2	0.267
เคยเดินทาง มาแล้ว	89 44.7%	66 33.2%	44 22.1%	199 100%			
รวม	174 43.5%	147 36.8%	79 19.8%	400 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการศึกษานักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) >0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

3.2 การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_0$  : การศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_1$  : การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ตาราง 30 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิษณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิษณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด	การศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี				
เพื่อน / ครอบครัว	91 46.4%	80 40.8%	25 12.8%	196 100%	77.494	14	0.000*
วิทยุ	8 32.0%	10 40.0%	7 28.0%	25 100%			
Internet / web site ต่างๆ	36 30.0%	40 33.3%	44 36.7%	120 100%			
โทรทัศน์	2 25.0%	4 50.0%	2 25.0%	8 100%			
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย	0 0%	5 100.0%	0 0%	5 100.0%			
หนังสือพิมพ์	2 100.0%	0 0%	0 0%	2 100.0%			
บริษัทท่องเที่ยว	34 87.2%	4 10.3%	1 2.6%	39 100.0%			
รวม	174 43.5%	147 36.8%	79 19.8%	400 100.0%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิษณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดเมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) หมายความว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิษณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.3 การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_0$ : การศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_1$ : การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

ตาราง 31 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

จำนวนสมาชิก ที่เดินทางมา	การศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี				
จำนวน 1 - 5 คน	44 36.7%	49 40.8%	27 22.5%	120 100.0%	38.172	8	0.000*
จำนวน 6 - 10 คน	49 43.0%	44 38.6%	21 18.4%	114 100.0%			
จำนวน 11 - 15 คน	47 47.0%	22 22.0%	31 31.0%	100 100.0%			
จำนวน 16 -20 คน	3 23.1%	10 76.9%	0 0%	13 100.0%			
มากกว่า 20 คน	31 58.5%	22 41.5%	0 0%	53 100.0%			
รวม	174 43.5%	147 36.8%	79 19.8%	400 100.0%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.4 การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยว  
วัดศิษณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

$H_0$  : การศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยว  
วัดศิษณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

$H_1$  : การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยว  
วัดศิษณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

ตาราง 32 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว  
กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

เดินทางมา ท่องเที่ยววัดศิษณ ภูฏ จังหวัด จันทบุรี อย่างไร	การศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี				
รถขนส่งมวลชน	13 50%	13 50%	0% 0%	26 100.0%	38.600	6	0.000*
รถเช่าเหมา	74 48.7%	43 28.3%	35 23.0%	152 100.0%			
รถบริษัทท่องเที่ยว	43 55.1%	33 42.3%	2 2.6%	78 100.0%			
รถส่วนตัว	44 30.6%	58 40.3%	42 29.2%	144 100%			
รวม	174 43.5%	147 36.8%	79 19.8%	400 100.0%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเดินทาง  
มาท่องเที่ยววัดศิษณภูฏ จังหวัดจันทบุรีอย่างไร เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า  
มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับ สมมติฐานรอง  
( $H_1$ ) หมายความว่า การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิษณภูฏ จังหวัด  
จันทบุรีอย่างไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



3.5 การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_0$ : การศึกษาของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_1$ : การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

ตาราง 33 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

ท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่	การศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า ปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่า ปริญญาตรี				
กลับมา	124 43.2%	110 38.3%	53 18.5%	287 100.0%	1.555	2	0.460
ไม่แน่ใจ	50 44.2%	37 32.7%	26 23.0%	113 100.0%			
รวม	174 43.5%	147 36.8%	79 19.8%	400 100.0%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง การศึกษาของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรีอีกหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) >0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า การศึกษาไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

#### 4. อาชีพ

4.1 อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_0$  : อายุของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_1$  : อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

ตาราง 34 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี มาก่อนหรือไม่

เคยเดินทาง มาท่องเที่ยว วัดศิขณภูมิจังหวัด จันทบุรี มาก่อน หรือไม่	อาชีพ								รวม	X <sup>2</sup>	df	Sig.
	รับจ้าง	เกษตรกรรม	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ					
เดินทางครั้งแรก	24 11.9%	19 9.5%	10 5.0%	51 25.4%	33 16.4%	63 31.3%	1 0.5%	201	12.7	6	0.047*	
เคยเดินทางมาแล้ว	14 7.0%	18 9.0%	13 6.5%	67 33.7%	35 17.6%	45 22.6%	7 3.5%	199				
รวม	38 9.5%	37 9.3%	23 5.8%	118 29.5%	68 17.0%	108 27.0%	8 2.0%	400				

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_0$  : อาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_1$  : อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ตาราง 35 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ได้รับข้อมูล แหล่ง ท่องเที่ยว วัดศิขณภู จากแหล่งใด	อาชีพ							รวม	X <sup>2</sup>	df	Sig.
	รับจ้าง	เกษตรกร	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ				
เพื่อน/ ครอบครัว	30 15%	19 9.7%	9 4.6%	50 25.5%	21 10.7%	64 32%	3 1.5%	196 100%	177.08	42	0.0*
วารสารการ ท่องเที่ยว	1 4%	3 12.2%	4 16.0%	1 4.0%	16 64.0%	0 .0%	0 .0%	25 100%			
วิทยุ	1 20%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	4 80%	0 .0%	5 100%			
Internet / web site ต่างๆ	2 1.7%	6 5%	10 8.3%	40 33.3%	23 19.2%	34 28%	5 4%	120 100%			
โทรทัศน์	2 25%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	6 75.0%	0 .0%	0 .0%	8 100%			
การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	0 .0%	0 .0%	0 .0%	2 40.0%	0 .0%	3 60.0%	0 .0%	5 100%			
หนังสือพิมพ์	2 100%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	2.0 100%			
บริษัท ท่องเที่ยว	0 .0%	9 23%	0 .0%	25 64.1%	2 5.1%	3 7.7%	0 .0%	39 100%			
รวม	38 9.5%	37 9%	23 5.8%	118 29%	68 17%	108 27%	8 2%	400 100%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดเมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H<sub>0</sub>) และยอมรับสมมติฐานรอง(H<sub>1</sub>) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูล

เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.3 อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_0$ : อาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_1$ : อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

ตาราง 36 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

จำนวนสมาชิกที่เดินทางมา	อาชีพ								รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	รับจ้าง	เกษตรกร	นักเรียน / นักศึกษา	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ					
จำนวน 1 – 5 คน	20 16%	3 2%	10 8%	26 21%	34 28%	26 21%	1 0.8%	120 100%	187	24	0.00*	
จำนวน 6 – 10 คน	10 8%	12 10%	8 7%	24 21.1%	22 19.3%	31 27%	7 6.1%	114 100%				
จำนวน 11 – 15 คน	7 7%	3 3%	5 5%	61 61.0%	8 8.0%	16 16%	0 .0%	100 100%				
จำนวน 16 -20 คน	0 .0%	3 23%	0 .0%	7 53%	3 23.1%	0 .0%	0 .0%	13 100%				
มากกว่า 20 คน	1 1.9%	16 30.2%	0 .0%	0 .0%	1 1.9%	35 66%	0 .0%	53 100%				
<b>รวม</b>	<b>38 9.5%</b>	<b>37 9.3%</b>	<b>23 5.8%</b>	<b>118 29.5%</b>	<b>68 17.0%</b>	<b>108 27%</b>	<b>8 2.0%</b>	<b>400 100%</b>				

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และ

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.4 อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

$H_0$ : อาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

$H_1$ : อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

ตาราง 37 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

เดินทางมา ท่องเที่ยว วัดศิขณ ภูมิ จังหวัด จันทบุรี อย่างไร	อาชีพ							รวม	X <sup>2</sup>	df	Sig.
	รับจ้าง	เกษตรกรรม	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ				
รถขนส่ง มวลชน	5 19.2%	5 19.2%	0 .0%	4 15.4%	10 38.5%	2 7.7%	0 .0%	26 100%	61	18	0.00*
รถเช่าเหมา	14 9.2%	19 12.5%	10 6.6%	43 28.3%	24 15.8%	35 23.0%	7 4.6%	152 100%			
รถบริษัท ท่องเที่ยว	6 7.7%	9 11.5%	2 2.6%	32 41.0%	1 1.3%	28 35.9%	0 .0%	78 100%			
รถส่วนตัว	13 9.0%	4 2.8%	11 7.6%	39 27.1%	33 22.9%	43 29.9%	1 0.7%	144 100%			
<b>รวม</b>	<b>38 9.5%</b>	<b>37 9.3%</b>	<b>23 5.8%</b>	<b>118 29.5%</b>	<b>68 17.0%</b>	<b>108 27.0%</b>	<b>8 2.0%</b>	<b>400 100%</b>			

สมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรีหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.5 อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_0$  : อาชีพของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_1$  : อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

ตาราง 38 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

ท่องเที่ยว วัดศิขณ ภูฏ จังหวัด จันทบุรี อีกหรือไม่	อาชีพ								รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	รับจ้าง	เกษตรกรรม	นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว	อื่นๆ					
กลับมา	23 8.0%	24 8.4%	17 5.9%	76 26.5%	51 17.8%	88 30.7%	8 2.8%	287 100%	14.9	6	0.20*	
ไม่แน่ใจ	15 13.3%	13 11.5%	6 5.3%	42 37.2%	17 15.0%	20 17.7%	0 .0%	113 100%				
รวม	38 9.5%	37 9.3%	23 5.8%	118 29.5%	68 17.0%	108 27.0%	8 2.0%	400 100%				

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง อาชีพของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรีอีกหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) >0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า อาชีพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

## 5. รายได้ต่อเดือน

5.1 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_0$  : รายได้เดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

$H_1$  : รายได้เดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

ตาราง 39 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

เคยเดินทางมา ท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี มาก่อนหรือไม่	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 - 15,000 บาท	15,001 - 30,000 บาท	30,001 - 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท				
เดินทางครั้งแรก	14 48.3%	89 46.8%	63 54.3%	17 42.5%	18 72.0%	201 50.3%	7.385	4	0.117
เคยเดินทาง มาแล้ว	15 51.7%	101 53.2%	53 45.7%	23 57.5%	7 28.0%	199 49.8%			
รวม	29 100.0%	190 100.0%	116 100.0%	40 100.0%	25 100.0%	400 100.0%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) >0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่

5.2 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

$H_1$  : รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใด

ตาราง 40 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จากแหล่งใด

ได้รับข้อมูล วัดศิขณภูฏ จังหวัด จันทบุรี จาก แหล่งใด	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 - 15,000 บาท	15,001 - 30,000 บาท	30,001 - 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท				
เพื่อน/ ครอบครัว	16 55.2%	105 55.3%	57 49.1%	9 22.5%	9 36.0%	196 49.0%	140.703	28	0.00
วารสารการ ท่องเที่ยว	1 3.4%	20 10.5%	4 3.4%	0 .0%	0 .0%	25 6.3%			
วิทยุ	0 .0%	1 0.5%	4 3.4%	0 .0%	0 .0%	5 1.3%			
Internet / web site ต่างๆ	11 37.9%	21 11.1%	46 39.7%	29 72.5%	13 52.0%	120 30%			
โทรทัศน์	0 .0%	4 2.1%	4 3.4%	0 .0%	0 .0%	8 2.0%			
การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย	0 .0%	2 1.1%	0 .0%	0 .0%	3 12.0%	5 1.3%			
หนังสือพิมพ์	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	0 .0%	2 0.5%			
บริษัทท่องเที่ยว	1 3.4%	35 18.4	1 0.9%	2 5.0%	0 .0%	39 9.8%			
รวม	29 100.0%	190 100.0%	116 100.0%	40 100.0%	25 100.0%	400 100.0%			



ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรม ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดเมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี จากแหล่งใดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

$H_1$  : รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

ตาราง 41 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี

จำนวนสมาชิกที่เดินทางมา	รายได้ต่อเดือน					รวม	$X^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท				
จำนวน 1 – 5 คน	14 48.3%	45 23.7%	38 32.8%	12 30.0%	11 44.0%	120 30.0%	35.822	16	0.003*
จำนวน 6 – 10 คน	7 24.1%	55 28.9%	34 29.3%	10 25.0%	8 32.0%	114 28.5%			
จำนวน 11 – 15 คน	3 10.3%	55 28.9%	19 16.4%	17 42.5%	6 24.0%	100 25.0%			
จำนวน 16 – 20 คน	0 .0%	10 5.3%	3 2.6%	0 .0%	0 .0%	13 3.3%			
มากกว่า 20 คน	5 17.2%	25 13.2%	22 19.0%	1 2.5%	0 .0%	53 13.3%			
<b>รวม</b>	<b>29</b> 100.0%	<b>190</b> 100.0%	<b>116</b> 100.0%	<b>40</b> 100.0%	<b>25</b> 100.0%	<b>400</b> 100.0%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรม จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.4 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

$H_1$  : รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

ตาราง 42 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรี อย่างไร

เดินทางมา ท่องเที่ยว วัดศิขณภูฏ จังหวัด จันทบุรี อย่างไร	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 - 15,000 บาท	15,001 - 30,000 บาท	30,001 - 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท				
รถขนส่ง มวลชน	0 .0%	21 11.1%	5 4.3%	0 .0%	0 .0%	26 6.5%	77.919	12	0.000*
รถเช่าเหมา	11 37.9%	82 43.2%	26 22.4%	27 67.5%	6 24.0%	152 38.0%			
รถบริษัท ท่องเที่ยว	5 17.2%	47 24.7%	25 21.6%	1 2.5%	0 .0%	78 19.5%			
รถส่วนตัว	13 44.8%	40 21.1%	60 51.7%	12 30.0%	19 76.0%	144 36.0%			
<b>รวม</b>	<b>29 100.0%</b>	<b>190 100.0%</b>	<b>116 100.0%</b>	<b>40 100.0%</b>	<b>25 100.0%</b>	<b>400 100.0%</b>			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏ จังหวัดจันทบุรีอย่างไร เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการ

ทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) <0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) และยอมรับสมมติฐานรอง( $H_1$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรีอย่างไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.5 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_0$  : รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

$H_1$  : รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

ตาราง 43 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

ท่องเที่ยว วัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi^2$	df	Sig.
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,001 – 15,000 บาท	15,001 – 30,000 บาท	30,001 – 50,000 บาท	สูงกว่า 50,000 บาท				
กลับมา	20 69.0%	127 66.8%	95 81.9%	28 70.0%	17 68.0%	287 71.8%	8.49	4	0.075
ไม่แน่ใจ	9 31.0%	63 33.2%	21 18.1%	12 30.0%	8 32.0%	113 28.3%			
รวม	29 100.0%	190 100.0%	116 100.0%	40 100.0%	25 100.0%	400 100.0%			

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่าง รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่ เมื่อใช้สถิติ Chi-Square test ในการทดสอบพบว่า มีค่าความน่าจะเป็น Sig.(2-sided) >0.05 นั่นคือปฏิเสธสมมติฐานรอง ( $H_1$ ) และยอมรับสมมติฐานหลัก ( $H_0$ ) หมายความว่า รายได้ต่อเดือนไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูจังหวัดจันทบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มี

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏาจังหวัดจันทบุรี ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการให้บริการแตกต่างกัน สามารถแยกเป็นสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

1.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏาจังหวัดจันทบุรี ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการให้บริการ แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏาจังหวัดจันทบุรี ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏาจังหวัดจันทบุรี ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการให้บริการ แตกต่างกัน

ตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ  
 คิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ  
 จังหวัดจันทบุรี จำแนกตามเพศ

ความคิดเห็น	เพศ	n	$\bar{X}$	S.D.	t	Sig.
1. ด้านการจัดการอุทยาน แห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่	ชาย	126	4.59	0.46	0.703	0.482
	หญิง	274	4.55	0.41		
2. ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	ชาย	126	4.46	0.77	-0.916	0.361
	หญิง	274	4.52	0.41		
3. ด้านการมีส่วนร่วม	ชาย	126	4.63	0.41	1.723	0.086
	หญิง	274	4.56	0.40		
4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	ชาย	126	4.65	0.30	-5.698	0.000*
	หญิง	274	4.82	0.26		
5. ด้านการจัดการให้ความรู้ และการสร้างจิตสำนึก	ชาย	126	4.65	0.39	4.208	0.000*
	หญิง	274	4.47	0.42		
6. ด้านการให้บริการ	ชาย	126	4.60	0.44	-2.485	0.014*
	หญิง	274	4.71	0.33		
รวม	ชาย	126	4.60	0.49	-0.272	0.786
	หญิง	274	4.61	0.37		

จากตาราง 44 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระดับ  
 คิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี จำแนกตามเพศ พบว่า  
 ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและ  
 สิ่งแวดล้อม และด้านการมีส่วนร่วม มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิไม่แตกต่าง  
 กัน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการ  
 ให้บริการมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ  
 0.05

1.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการให้บริการ แตกต่างกัน

$H_0$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการให้บริการ ไม่แตกต่างกัน

$H_1$ : นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภู จังหวัดจันทบุรี ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และด้านการให้บริการ แตกต่างกัน

ตาราง 45 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภู ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	4.498	4	1.124	6.487	.000
Within Groups	68.471	395	0.173		
รวม	72.969	399			

จากตาราง 45 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภู ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 46 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

อายุ	ผลต่างของอายุ				ผลสรุปอายุที่แตกต่างกัน
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	
ต่ำกว่า 20 ปี					
21 - 30ปี			-0.1966*		(21-30 ปี, 31-40 ปี)
31 - 40 ปี		0.1966*		0.2576*	(31-40ปี, 21-30ปี), (31-40ปี, 41-50ปี)
41 - 50 ปี			-0.2576*		(41-50ปี, 31-40ปี)
50 ปีขึ้นไป					

จากตาราง 46 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงอายุ 21 - 30 ปี กับช่วงอายุ 31 - 40 ปี และ ช่วงอายุ 31 - 40 ปี กับ ช่วงอายุ 41 - 50 ปี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

ตาราง 47 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.769	4	0.192	0.631	0.640
Within Groups	120.267	395	0.304		
รวม	121.036	399			

จากตาราง 47 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ตาราง 48 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม

ด้านการมีส่วนร่วม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.824	4	0.206	1.246	.291
Within Groups	65.288	395	0.165		
รวม	66.111	399			

จากตาราง 48 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม

ตาราง 49 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.805	4	0.201	2.490	.043
Within Groups	31.910	395	0.081		
รวม	32.715	399			

จากตาราง 49 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้



ตาราง 50 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อ  
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

อายุ	ผลต่างของอายุ					ผลสรุปอายุที่ แตกต่างกัน
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	50ปี ขึ้นไป	
ต่ำกว่า 20 ปี		0.0442*	0.0195*	0.0663*	-0.0927*	
21 – 30ปี	-0.0442*		-0.0246*			
31 – 40 ปี	-0.0195*	0.0246*				
41 – 50 ปี	-0.0663*					
50ปีขึ้นไป	-0.0927*					

จากตาราง 50 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี กับช่วงอายุ 21 – 30 ปี ช่วงอายุต่ำกว่า 20 กับ ช่วงอายุ 31 – 40 ปี ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี กับ 41 – 50 ปี และช่วงอายุต่ำกว่า 20 กับ ช่วงอายุ 50ปีขึ้นไป มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมแตกต่างกัน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตาราง 51 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อ  
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการจัดการให้ความรู้  
และการสร้างจิตสำนึก

ด้านการจัดการให้ความรู้ และการสร้างจิตสำนึก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	3.664	4	0.916	5.485	0.000
Within Groups	65.964	395	0.167		
รวม	69.628	399			

จากตาราง 51 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกและเมื่อทำการ

ทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

**ตาราง 52 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก**

อายุ	ผลต่างของอายุ					ผลสรุปอายุที่แตกต่างกัน
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	50ปีขึ้นไป	
ต่ำกว่า 20 ปี				0.3586*		
21 – 30 ปี				0.1685*		
31 – 40 ปี						
41 – 50 ปี	-0.3586*	-0.1685*				
50ปีขึ้นไป						

จากตาราง 52 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี กับ 41 – 50 ปี และช่วงอายุ 21 – 30 ปี กับ ช่วงอายุ 41 – 50 ปี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

**ตาราง 53 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการ**

ด้านการให้บริการ	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.564	4	0.641	4.748	0.001
Within Groups	53.328	395	0.135		
<b>รวม</b>	<b>55.892</b>	<b>399</b>			

จากตาราง 53 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการและเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 54 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการ

อายุ	ผลต่างของอายุ					ผลสรุปอายุที่แตกต่างกัน
	ต่ำกว่า 20 ปี	21 - 30 ปี	31 - 40 ปี	41 - 50 ปี	50 ปีขึ้นไป	
ต่ำกว่า 20 ปี			-0.1786*			(ต่ำกว่า 20 ปี, 31-40 ปี)
21 - 30 ปี						
31 - 40 ปี	0.1786*					
41 - 50 ปี						
50 ปีขึ้นไป						

จากตาราง 54 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอายุที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงอายุต่ำกว่า 20 ปี กับ 31 - 40 ปี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านการให้บริการ

ตาราง 55 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ และการจัดแบ่งพื้นที่

ด้านการจัดการอุทยาน แห่งชาติและการจัดแบ่ง พื้นที่	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9.158	2	4.579	28.489	0.000*
Within Groups	63.810	379	0.161		
รวม	72.969	399			

จากตาราง 55 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 56 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

การศึกษา	ผลต่างของการศึกษา			ผลสรุป การศึกษาที่ แตกต่างกัน
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ต่ำกว่าปริญญาตรี		-0.1595*	-0.4084*	
ปริญญาตรี	0.1595*		-0.2489*	
สูงกว่าปริญญาตรี	0.4084*	0.2489*		

จากตาราง 56 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วง ปริญญาตรี ช่วงต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่า

ปริญญาตรี และช่วงปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา วัดศิษย์กรรมแตกต่างกัน ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

ตาราง 57 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษย์กรรม ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	12.748	2	6.347	23.368	0.000*
Within Groups	108.289	397	0.273		
รวม	121.036	399			

จากตาราง 57 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการ พัฒนาวัดศิษย์กรรม ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 58 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษย์กรรม ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

การศึกษา	ผลต่างของการศึกษา			ผลสรุป การศึกษาที่ แตกต่างกัน
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ต่ำกว่าปริญญาตรี		-0.1034*	-0.4805*	
ปริญญาตรี	0.1034*		0.3772*	
สูงกว่าปริญญาตรี	0.4805*	-0.3772*		

จากตาราง 58 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วง ปริญญาตรี และ ช่วงต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี และช่วงปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมแตกต่างกัน ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ตาราง 59 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการมีส่วนร่วม

ด้านการมีส่วนร่วม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11.803	2	5.901	43.139	0.000*
Within Groups	54.309	397	0.137		
รวม	66.111	399			

จากตาราง 59 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการมีส่วนร่วม และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 60 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการมีส่วนร่วม

การศึกษา	ผลต่างของการศึกษา			ผลสรุปการศึกษาที่แตกต่างกัน
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ต่ำกว่าปริญญาตรี		-0.2101*	-0.4577*	
ปริญญาตรี	0.2101*		-0.2476*	
สูงกว่าปริญญาตรี	0.4577*	0.2476*		

จากตาราง 60 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วง ปริญญาตรี และ ช่วงต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี และช่วงปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมแตกต่างกัน ด้านการมีส่วนร่วม

ตาราง 61 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	0.145	2	0.072	0.882	0.415
Within Groups	32.570	397	0.082		
รวม	32.715	399			

จากตาราง 61 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการ พัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตาราง 62 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	20.073	2	10.037	80.406	0.000*
Within Groups	49.555	397	0.125		
รวม	69.628	399			

จากตาราง 62 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกและเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 63 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

การศึกษา	ผลต่างของการศึกษา			ผลสรุปการศึกษาที่แตกต่างกัน
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ต่ำกว่าปริญญาตรี		-0.3441*	-0.5672*	
ปริญญาตรี	0.3441*		-0.2230*	
สูงกว่าปริญญาตรี	0.5672*	0.2230*		

จากตาราง 63 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วง ปริญญาตรี และ ช่วงต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี และช่วงปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

ตาราง 64 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.019	2	0.510	3.687	0.026*
Within Groups	54.873	397	0.138		
<b>รวม</b>	<b>55.892</b>	<b>399</b>			



จากตาราง 64 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการ พัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการให้บริการและเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 65 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ การศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการให้บริการ

การศึกษา	ผลต่างของการศึกษา			ผลสรุป การศึกษาที่ แตกต่างกัน
	ต่ำกว่าปริญญาตรี	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี	
ต่ำกว่าปริญญาตรี		-0.1087*	-0.0849*	
ปริญญาตรี	0.1087*		0.0237*	
สูงกว่าปริญญาตรี	0.0849*	-0.0237*		

จากตาราง 65 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วง ปริญญาตรี และ ช่วงต่ำกว่าปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี และช่วงปริญญาตรี กับช่วงสูงกว่าปริญญาตรี มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมแตกต่างกัน ด้านการให้บริการ

ตาราง 66 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรม ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ และการจัดแบ่งพื้นที่

ด้านการจัดการอุทยาน แห่งชาติและการจัดแบ่ง พื้นที่	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8.23	6	1.372	8.329	0.000*
Within Groups	64.737	393	0.165		
รวม	72.969	399			

จากตาราง 66 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 67 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

อาชีพ	ผลต่างของอาชีพ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. รับจ้าง					-0.4154*		
2. เกษตรกรรวม							
3. นักเรียน / นักศึกษา							0.6440*
4. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ							
5. พนักงานเอกชน	0.4154*					0.3159*	0.7279*
6. ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว					-0.3159*		
7. อื่นๆ			-0.6440*		-0.7279*		

หมายเหตุ: (1) หมายถึง รับจ้าง (2) หมายถึง เกษตรกรรวม (3) หมายถึง นักเรียน / นักศึกษา (4) หมายถึง ราชการ/รัฐวิสาหกิจ (5) หมายถึง พนักงานเอกชน (6) หมายถึง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (7) หมายถึง อื่นๆ

จากตาราง 67 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพรับจ้าง กับพนักงานเอกชน นักเรียน กับ อื่นๆ พนักงานเอกชน กับ อื่นๆ และพนักงานเอกชน กับ

ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

ตาราง 68 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและ สิ่งแวดล้อม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	15.911	6	2.652	9.913	0.000*
Within Groups	105.126	393	0.267		
รวม	121.036	399			

จากตาราง 68 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 69 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

อาชีพ	ผลต่างของอาชีพ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. รับจ้าง				-0.5508*			
2. เกษตรกรรม				-0.4265*			
3. นักเรียน / นักศึกษา							
4. ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ	0.5508*	0.4265*				0.3620*	0.7758*
5. พนักงาน เอกชน							
6. ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว				-0.3620*			
7. อื่นๆ				-0.7758*			

หมายเหตุ: (1) หมายถึง รับจ้าง (2) หมายถึง เกษตรกรรม (3) หมายถึง นักเรียน / นักศึกษา  
(4) หมายถึง ราชการ/รัฐวิสาหกิจ (5) หมายถึง พนักงานเอกชน  
(6) หมายถึง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (7) หมายถึง อื่นๆ

จากตาราง 69 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพรับจ้าง กับ รับราชการ อาชีพรับราชการ กับ เกษตรกรรม อาชีพรับราชการ กับ ค้าขาย และอาชีพรับราชการ กับ อาชีพอื่นๆ มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ตาราง 70 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม

ด้านการมีส่วนร่วม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.683	6	1.281	8.613	0.000*
Within Groups	58.428	393	0.149		
รวม	66.111	399			

จากตาราง 70 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 71 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม

อาชีพ	ผลต่างของอาชีพ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. รับจ้าง							
2. เกษตรกรรม							
3. นักเรียน / นักศึกษา						-0.3176*	
4. ราชการ/รัฐวิสาหกิจ							0.6808*
5. พนักงานเอกชน							
6. ค้าขาย/ธุรกิจ			0.3176*				0.6944
ส่วนตัว							
7. อื่นๆ				-0.6808*		-0.6944*	

หมายเหตุ: (1) หมายถึง รับจ้าง (2) หมายถึง เกษตรกรรม (3) หมายถึง นักเรียน / นักศึกษา (4) หมายถึง ราชการ/รัฐวิสาหกิจ (5) หมายถึง พนักงานเอกชน (6) หมายถึง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (7) หมายถึง อื่นๆ

จากตาราง 71 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพค้าขาย กับ นักเรียน / นักศึกษา อาชีพรับราชการ กับอาชีพอื่นๆ และอาชีพค้าขาย กับอาชีพอื่นๆ มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูแตกต่างกัน ด้านการมีส่วนร่วม

ตาราง 72 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภู ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.177	6	0.363	4.669	0.000*
Within Groups	30.538	393	0.078		
รวม	32.715	399			

ตาราง 73 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภู ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

อาชีพ	ผลต่างของอาชีพ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. รับจ้าง						-0.2408*	
2. เกษตรกรรม							
3. นักเรียน / นักศึกษา							
4. ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ							
5. พนักงานเอกชน							
6. ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว	0.2408*						
7. อื่นๆ							

หมายเหตุ: (1) หมายถึง รับจ้าง (2) หมายถึง เกษตรกรรม (3) หมายถึง นักเรียน / นักศึกษา (4) หมายถึง ราชการ/รัฐวิสาหกิจ (5) หมายถึง พนักงานเอกชน (6) หมายถึง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (7) หมายถึง อื่นๆ

จากตาราง 73 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมูรายคู้ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว กับอาชีพ รับจ้าง มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมูแตกต่างกัน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตาราง 74 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมู ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.664	6	1.277	8.101	0.000*
Within Groups	61.964	393	0.158		
รวม	69.628	399			

จากตาราง 74 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมู ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกและเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 75 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

อาชีพ	ผลต่างของอาชีพ						
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. รับจ้าง							
2. เกษตรกรรม				-0.3488*	-0.3287*		
3. นักเรียน / นักศึกษา							0.6761*
4. ราชการ/ รัฐวิสาหกิจ		0.3488*					0.6907*
5. พนักงานเอกชน		0.3287*					0.6706*
6. ค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว							0.5315*
7. อื่นๆ			-0.6761*	-0.6907*	-0.6706*	-0.5315*	

หมายเหตุ: (1) หมายถึง รับจ้าง (2) หมายถึง เกษตรกรรม (3) หมายถึง นักเรียน / นักศึกษา  
(4) หมายถึง ราชการ/รัฐวิสาหกิจ (5) หมายถึง พนักงานเอกชน  
(6) หมายถึง ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (7) หมายถึง อื่นๆ

จากตาราง 75 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบอาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพ เกษตรกรรม กับราชการ กับ อาชีพอื่นๆ อาชีพเอกชน กับ อาชีพอื่นๆ และ อาชีพค้าขาย กับอาชีพ อื่นๆ มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก



ตาราง 76 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ อาชีพที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.647	6	0.274	1.988	0.066
Within Groups	54.245	393	0.138		
รวม	55.892	399			

จากตาราง 76 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า การศึกษาที่แตกต่างกัน ไม่ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการ พัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการ

ตาราง 77 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	10.298	4	2.574	16.226	0.000*
Within Groups	62.671	395	0.159		
รวม	72.969	399			

จากตาราง 77 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการ พัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 78 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกันส่งผลต่อ  
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการอุทยาน  
แห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

รายได้ต่อเดือน	ผลต่างของรายได้					ผลสรุป รายได้ที่ แตกต่างกัน
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. ต่ำกว่า 5,000 บ.					0.5193*	
2. 5,001-15,000 บ.				-0.3757*	0.4018*	
3. 15,001-30,000 บ.				-0.2711*	0.5064*	
4. 30,001-50,000 บ.		0.3757*	0.2711*		0.7775*	
5. สูงกว่า 50,000 บ.	-0.5193*	-0.4018*	-0.5064*	-0.7775*		

หมายเหตุ: (1) หมายถึง ต่ำกว่า 5,000 บาท (2) หมายถึง 5,001-15,000 บาท  
(3) หมายถึง 15,001-30,000 บาท (4) หมายถึง 30,001-50,000 บาท  
(5) หมายถึง สูงกว่า 50,000 บาท

จากตาราง 78 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ  
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05  
พบว่า ช่วงรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 15,001-30,000 บาท ช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท  
กับ 15,001-30,000 บาท ช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท ช่วงรายได้  
15,001-30,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท ช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาท กับช่วง สูงกว่า  
50,000 บาท และช่วง 30,001-50,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท มีความคิดเห็นต่อ  
แนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่

ตาราง 79 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	11.191	4	2.798	10.060	0.000*
Within Groups	109.846	395	0.278		
รวม	121.036	399			

จากตาราง 79 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการ พัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 80 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

รายได้ต่อเดือน	ผลต่างของรายได้					ผลสรุปรายได้ ที่แตกต่างกัน
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. ต่ำกว่า 5,000 บ.				-0.5628*		
2. 5,001-15,000 บ.				-0.4263*		
3. 15,001-30,000 บ.				-0.3007*	0.4433*	
4. 30,001-50,000 บ.	0.5628*	0.4263*	0.3007*		0.7440*	
5. สูงกว่า 50,000 บ.			-0.4433*	-0.7440*		

หมายเหตุ: (1) หมายถึง ต่ำกว่า 5,000 บาท (2) หมายถึง 5,001-15,000 บาท

(3) หมายถึง 15,001-30,000 บาท (4) หมายถึง 30,001-50,000 บาท

(5) หมายถึง สูงกว่า 50,000 บาท

จากตาราง 80 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท ช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท ช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท ช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท ช่วงรายได้ 30,001-50,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ตาราง 81 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม

ด้านการมีส่วนร่วม	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	7.054	4	1.763	11.795	0.000*
Within Groups	59.057	395	0.150		
รวม	66.111	399			

จากตาราง 81 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม และเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 82 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ  
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการมีส่วนร่วม

รายได้ต่อเดือน	ผลต่างของรายได้					ผลสรุปรายได้ ที่แตกต่างกัน
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. ต่ำกว่า 5,000 บ.				-0.3152*	-0.4336*	
2. 5,001-15,000 บ.			-0.1780*	-0.2978*	-0.4161*	
3. 15,001-30,000 บ.		0.1780*				
4. 30,001-50,000 บ.	0.3152*	0.2978*				
5. สูงกว่า 50,000 บ.	0.4336*	0.4161*				

หมายเหตุ: (1) หมายถึง ต่ำกว่า 5,000 บาท (2) หมายถึง 5,001-15,000 บาท  
(3) หมายถึง 15,001-30,000 บาท (4) หมายถึง 30,001-50,000 บาท  
(5) หมายถึง สูงกว่า 50,000 บาท

จากตาราง 82 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท ช่วงรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท ช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท กับ 15,001-30,000 บาท ช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท และช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านการมีส่วนร่วม

ตาราง 83 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ  
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1.399	4	0.355	4.213	0.002*
Within Groups	31.376	395	0.079		
<b>รวม</b>	<b>32.715</b>	<b>399</b>			

ตาราง 84 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ  
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

รายได้ต่อเดือน	ผลต่างของรายได้					ผลสรุป รายได้ที่ แตกต่างกัน
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. ต่ำกว่า 5,000 บ					-0.2402*	
2. 5,001-15,000 บ						
3. 15,001-30,000 บ						
4. 30,001-50,000 บ	0.2402*					
5. สูงกว่า 50,000 บ						

หมายเหตุ: (1) หมายถึง ต่ำกว่า 5,000 บาท (2) หมายถึง 5,001-15,000 บาท  
(3) หมายถึง 15,001-30,000 บาท (4) หมายถึง 30,001-50,000 บาท  
(5) หมายถึง สูงกว่า 50,000 บาท

จากตาราง 84 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่าช่วงรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิแตกต่างกัน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ตาราง 85 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อ  
ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้  
และการสร้างจิตสำนึก

ด้านการจัดการให้ความรู้ และการสร้างจิตสำนึก	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	8.976	4	2.244	14.615	0.000*
Within Groups	60.652	395	0.154		
รวม	69.628	399			

จากตาราง 85 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึกและเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 86 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

รายได้ต่อเดือน	ผลต่างของรายได้					ผลสรุป รายได้ที่ แตกต่างกัน
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. ต่ำกว่า 5,000 บ				-0.4298*		
2. 5,001-15,000 บ			-0.1689*	-0.4418*		
3. 15,001-30,000 บ		0.1689*		-0.2729*	0.3321*	
4. 30,001-50,000 บ	0.4298*	0.4418*	0.2729*		0.6050*	
5. สูงกว่า 50,000 บ			-0.3321*	-0.6050*		

หมายเหตุ: (1) หมายถึง ต่ำกว่า 5,000 บาท (2) หมายถึง 5,001-15,000 บาท  
(3) หมายถึง 15,001-30,000 บาท (4) หมายถึง 30,001-50,000 บาท  
(5) หมายถึง สูงกว่า 50,000 บาท

จากตาราง 86 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ รายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า ช่วงรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท ช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท กับ 15,001-30,000 บาท ช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท ช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาท กับ 30,001-50,000 บาท ช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท และช่วงรายได้ 30,001-50,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิแตกต่างกัน ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก

ตาราง 87 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการ

ด้านการให้บริการ	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	6.942	4	1.736	14.005	0.000*
Within Groups	48.950	395	0.124		
รวม	55.892	399			

จากตาราง 87 ผลการทดสอบ F- test ด้วยวิธีวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (ANOVA) ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า อาชีพที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการและเมื่อทำการทดสอบต่อเนื่องด้วยวิธีการทดสอบแบบจับคู่พหุคูณ (Multiple comparison test) ได้ผลดังแสดงในตารางต่อไปนี้

ตาราง 88 แสดงผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ ด้านการให้บริการ

รายได้ต่อเดือน	ผลต่างของรายได้					ผลสรุป รายได้ที่แตกต่างกัน
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	
1. ต่ำกว่า 5,000 บ					0.4080*	
2. 5,001-15,000 บ					0.5027*	
3. 15,001-30,000 บ					0.5683*	
4. 30,001-50,000 บ					0.4530*	
5. สูงกว่า 50,000 บ	-0.4080*	-0.5027*	-0.5683*	-0.4530*		

หมายเหตุ: (1) หมายถึง ต่ำกว่า 5,000 บาท (2) หมายถึง 5,001-15,000 บาท  
 (3) หมายถึง 15,001-30,000 บาท (4) หมายถึง 30,001-50,000 บาท  
 (5) หมายถึง สูงกว่า 50,000 บาท

จากตาราง 88 ผลการทดสอบเพื่อเปรียบเทียบรายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันส่งผลต่อความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิรายคู่ ด้วยค่าสถิติ Scheffe ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 พบว่า



ช่วงรายได้ ต่ำกว่า 5,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท ช่วงรายได้ 5,001-15,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท ช่วงรายได้ 15,001-30,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท และช่วงรายได้ 30,001-50,000 บาท กับ สูงกว่า 50,000 บาท มีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏกรรมญแตกต่าง กัน ด้านการให้บริการ



## บทที่ 5

### บทสรุป

การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายของการวิจัย 2 ประการ คือ

1. เพื่อศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรีให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

#### สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี เพื่อให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน สามารถสรุปผลได้ดังนี้

##### ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 274 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 และเพศชายจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50
2. อายุ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือ มีอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.50 รองลงมาคือมีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.50 รองลงมาอีกมีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.00 รองลงมาอีกมีอายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.5 และน้อยที่สุดคือ อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50
3. การศึกษา นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.50 รองลงมาคือมีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.80 และจำนวนน้อยที่สุดคือ นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.8
4. อาชีพ นักท่องเที่ยวที่มีจำนวนมากที่สุดคือ อาชีพรับราชการ / รัฐวิสาหกิจ จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาคืออาชีพ ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.00 รองลงมาคืออาชีพ พนักงานเอกชน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รองลงมาคืออาชีพ รับจ้าง จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 รองลงมาคืออาชีพ เกษตรกรรม จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ

9.30 รองลงมาคืออาชีพ นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา จำนวน 23 คิดเป็นร้อยละ 5.80 และน้อยที่สุดคือ อาชีพอื่นๆ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

5. รายได้ต่อเดือน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 5,000 – 15,000 บาท จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 15,001 – 30,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.00 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน 30,000 – 50,000 บาท จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.30 และน้อยที่สุดมีรายได้ต่อเดือน สูงกว่า 50,000 บาทจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30

6. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิมาก่อนหรือไม่ พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเคยเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิเป็นครั้งแรก จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.30 และเคยเดินทางมาแล้ว จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80

7. พฤติกรรมการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างได้รับการค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีจากเพื่อน / ครอบครัว จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 รองลงมาคือ Web Site ต่างๆ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ บริษัทท่องเที่ยว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.80 รองลงมาคือ วารสารการท่องเที่ยว จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.30 รองลงมาคือ โทรทัศน์ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 รองลงมาคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 ละ รองลงมาคือ 5 จำนวน คน คิดเป็นร้อยละ 1.30 และหนังสือพิมพ์ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

8. พฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยว จากตาราง 10 พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรีอยู่ระหว่าง 1 – 5 คน จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมาคือ จำนวน 6 – 10 คน จำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 รองลงมาคือจำนวน 11 – 15 คน จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคือจำนวน 20 คนขึ้นไป จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.30 และจำนวน 16 – 20 คน จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

9. ลักษณะพฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีอย่างไรพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีโดยรถทัวร์เข้าเหมา จำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 รองลงมาคือ รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมาคือ รถบริษัทท่องเที่ยว จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และ รถขนส่งมวลชน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

10. พฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่ นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจะเดินทางกลับมาท่องเที่ยววัดศิขณภูฏมากที่สุด จำนวน 287 คน คิดเป็นร้อยละ 71.80 และไม่แน่ใจ จำนวน 113 คิดเป็นร้อยละ 28.30

11. นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนา โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการให้บริการ รองลงมาคือด้านการมีส่วนร่วม รองลงมาคือด้านการจัดแบ่งพื้นที่ รองลงมาคือ ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก และอันดับสุดท้ายคือด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

11.1 ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าการกำหนดพื้นที่ जोดรอยให้เพียงพอ อยู่ในอันดับแรก รองลงมาคือ มีการกำหนดพื้นที่ขายสินค้าให้เป็นสัดส่วน และอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม รองลงมาคือมีการแบ่งพื้นที่เพื่อประโยชน์ในการใช้ที่แตกต่างกันอย่างชัดเจนและเหมาะสม และอันดับสุดท้ายคือมีการจัดภูมิทัศน์ของวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ

11.2 ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือควรมีการศึกษา วิจัย เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนหาแนวทางการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ มีมาตรการป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมในพื้นที่วัด รองลงมาคือมีการกำหนดกรอบการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีมาตรฐานที่ชัดเจน รองลงมาคือ มีการจัดตกแต่งอาคารสถานที่ตลอดจนสาธารณูปโภคต่างๆ บริเวณโดยรอบวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติและอันดับสุดท้ายคือมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน เพื่อไม่ให้มีจำนวนที่มากเกินไป

11.3 ด้านการมีส่วนร่วม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูฏจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของวัด รองลงมาคือ มีตัวแทนชุมชนในการร่วมวางแผน พัฒนา และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวบริเวณวัดเขาศิขณภูฏ และอันดับสุดท้ายคือมีการนำสินค้าที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบภายในชุมชน มาจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

11.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือ ควรมีการจัดคิวรถโดยสารรับ-ส่ง ขึ้นไปยังวัดให้เป็นระเบียบเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ มีห้องน้ำ / ห้องสุขา ที่สะอาด และเพียงพอรองลงมาคือมีจำนวนรถโดยสาร และยานพาหนะที่ให้บริการนำขึ้นไปถึงวัดอย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ มีจุดปฐมพยาบาล เพื่อให้การรักษาดูแลนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุ รองลงมาคือมีถังขยะที่แยกประเภท เพื่อการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ จัดไว้ตามจุดต่างๆ ของวัดในปริมาณที่เพียงพอ รองลงมาคือ มีการจัดที่นั่ง และจุดพักรถโดยสารให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว รองลงมาคือ มีร้านอาหาร และเครื่องดื่มที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว และอันดับสุดท้ายคือมีจุดบริการโทรศัพท์สาธารณะแก่นักท่องเที่ยว

11.5 ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือ ควรมีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ให้เลือกใช้ภาชนะ บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารและเครื่องดื่ม ที่ย่อยสลายได้ง่าย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม รองลงมาคือ มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความตระหนัก ความรักและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยว รองลงมาคือมีการอบรมให้ความรู้และรายละเอียดต่างๆ แก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในวัด เพื่อการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง รองลงมาคือ มีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน และอันดับสุดท้ายคือ มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

11.6 ด้านการให้บริการ พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับแรกคือ เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ของวัดควรมีอัตราที่ดี รองลงมาคือ มีเจ้าหน้าที่และจุดประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว รองลงมาคือมีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ รองลงมาคือมีแผนผัง แผนที่เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวและอันดับสุดท้ายคือ มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิตยสาร

12. การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษาสูงสุด รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยววัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

12.1 เพศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ พฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด พฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี พฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี อย่างไร พฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

12.2 อายุของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี อย่างไร พฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี พฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด พฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

12.3 การศึกษาของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด พฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี พฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี อย่างไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

12.4 อาชีพของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเคยเดินทางมาท่องเที่ยว วัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีมาก่อนหรือไม่ พฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด พฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี พฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี อย่างไร พฤติกรรมจะเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี อีกหรือไม่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

12.5 รายได้ต่อเดือน ของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมได้รับข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีจากแหล่งใด พฤติกรรมจำนวนสมาชิกที่เดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี พฤติกรรมเดินทางมาท่องเที่ยววัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี อย่างไร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

13. การทดสอบสมมติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกันจะมีความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรี ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่ ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ด้านการมีส่วนร่วม

ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก ด้านการให้บริการแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้

13.1 เพศ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

13.2 อายุ ที่แตกต่างกัน ไม่มีผลกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

13.3 ระดับการศึกษาสูงสุด ที่แตกต่างกัน มีผลกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน นักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

13.4 อาชีพ ที่แตกต่างกัน มีผลกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ จังหวัดจันทบุรี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของนักท่องเที่ยว แตกต่างกัน

13.5 รายได้ต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลกับความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน

#### อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิจังหวัดจันทบุรี เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการศึกษาคือ ประเด็นสำคัญที่ได้จากผลการวิจัย จะนำมาอภิปรายเพื่อสรุปให้ทราบถึงข้อเท็จจริงโดยมีการนำเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาอ้างอิงสนับสนุน ดังต่อไปนี้

1. ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ การบริหารจัดการผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการให้มีการพัฒนาด้านการจัดแบ่งพื้นที่ชัดเจน (Zoning) พัฒนาทางเดินให้สวยงาม เรียบร้อย และรักษาธรรมชาติ สอดคล้องกับวิชัย เทียนน้อย (2540, หน้า 54) ที่กล่าวว่า การจัดการต่อแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมให้มีการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างคุ้มค่า รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนหล่อหลอมค่านิยมในทางที่ดีร่วมกันในระบบของสังคม ซึ่งจะก่อให้เกิดการจัดการพื้นที่อย่างยั่งยืน

2. ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม มีการพัฒนาสิ่งแวดล้อม ความสะอาดและเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามาใช้ประโยชน์อุทยานแห่งชาติ ผลที่ตามมาคือ การชำระดูแลรักษาของทรัพยากรต่างๆ ที่สร้างขึ้น โดยคำนึงถึงบุคลากรและงบประมาณที่เหมาะสม

3. ด้านการจัดการการมีส่วนร่วม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชน ได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณา ตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่างๆ รวมทั้งการกระจายรายได้ไปยังชุมชนท้องถิ่น

4. ด้านการจัดการสิ่งแวดล้อมและความสะอาด ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการพัฒนาด้านการคมนาคมขนส่งไปยังวัด ระบบสาธารณูปโภค สถานที่จอดรถถึงขยะ ร้านค้า ห้องน้ำให้เพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ อำนาจ เจริญศิลป์ (2540, หน้า 34) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะพิจารณาก่อนการตัดสินใจท่องเที่ยว คือ ระบบโครงสร้างพื้นฐานบริเวณแหล่งท่องเที่ยว

5. ด้านการจัดการให้การศึกษาหาความรู้และการสร้างจิตสำนึก โดยพิจารณาจากการดำเนินงานขององค์กรที่ดูแลรับผิดชอบพื้นที่ในการสร้างเสริมจิตสำนึกและการเรียนรู้ในเรื่องคุณค่าของทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม แก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ดูแลพื้นที่ผู้ประกอบการ และประชาชนในท้องถิ่น

6. ด้านการจัดการการให้บริการ โดยมีศูนย์บริการ และมีการกำหนดพื้นที่อย่างชัดเจน เจ้าหน้าที่ให้บริการมีสื่อในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวหลากหลายประเภท เจ้าหน้าที่มีความสุภาพ อ่อนโยนไม่ตรีดี และสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ นอกจากนี้ควรมีการปรับปรุงคุณภาพในการให้บริการอย่างสม่ำเสมอ

#### ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นข้อเสนอแนะ ซึ่งประกอบด้วย ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

##### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติ มีการแบ่งพื้นที่เพื่อประโยชน์ในการใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆอย่างชัดเจนและเหมาะสม มีการกำหนดพื้นที่ขายสินค้าให้เป็นสัดส่วนและอยู่ในบริเวณที่เหมาะสม มีการจัดภูมิทัศน์ของวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ ใช้วัสดุที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และควรมีการกำหนดพื้นที่จอดรถให้เพียงพอที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยว

2. ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวันเพื่อไม่ให้มีจำนวนที่มากเกินไป จัดตกแต่งอาคารสถานที่ตลอดจนสาธารณูปโภคต่างๆ บริเวณโดยรอบวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ ศึกษา วิจัย เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนหา



แนวทางการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีการกำหนดกรอบการพัฒนาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีมาตรฐานที่ชัดเจน

3. ด้านการมีส่วนร่วม มีตัวแทนชุมชนในการร่วมวางแผน พัฒนา และการบริหารจัดการการท่องเที่ยวบริเวณวัดเขาศิขณภูมิ เปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของวัด นำสินค้าที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัตถุดิบภายในชุมชน มาจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน

4. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีจำนวนรถโดยสารและยานพาหนะที่ให้บริการนำขึ้นไปถึงวัดอย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว มีการจัดคิวรถโดยสาร รับ-ส่ง ขึ้นไปยังวัดให้เป็นระเบียบเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว มีร้านจำหน่ายอาหาร และเครื่องดื่มที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีการจัดที่นั่งและจุดพักรถโดยสารให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว มีจุดปฐมพยาบาลเพื่อการรักษาดูแลนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วยหรือเกิดอุบัติเหตุ มีจุดบริการโทรศัพท์สาธารณะแก่นักท่องเที่ยว มีห้องน้ำ / ห้องสุขา ที่สะอาด และเพียงพอ มีถังขยะที่แยกประเภท เพื่อกำหนดกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ จัดไว้ตามจุดต่างๆ ของวัดในปริมาณที่เพียงพอและเหมาะสม

5. ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก มีการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอนุรักษทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน อบรมให้ความรู้และรายละเอียดต่างๆ แก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในวัดเพื่อการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง มีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่น เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความตระหนัก ความรักและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยว อบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการให้เลือกใช้ภาชนะ บรรจุภัณฑ์ใส่อาหารและเครื่องดื่ม ที่ย่อยสลายได้ง่าย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

6. ด้านการให้บริการ มีแผนผัง แผนที่เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว มีเจ้าหน้าที่และจุดประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ของวัดควรมีธรรมาภิบาล มีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ โปสเตอร์ นิทรรศการ มีการปรับปรุงและพัฒนาระบบการให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

#### ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. สามารถนำการวิจัยเรื่องนี้ไปพัฒนาต่อได้ โดยการทำการศึกษาดังพฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอย่างไร มีความพึงพอใจในด้านสาธารณูปโภคต่างๆหรือไม่ เพื่อเป็นข้อมูลในการพัฒนาการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

2. ควรมีการเปรียบเทียบเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาวัดศิขรมภูฏาจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในด้านอื่นๆของนักท่องเที่ยว เช่น การรับรู้ ทัศนคติ ความพึงพอใจ ต่อแนวทางการพัฒนาและควรมีการศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของประชาชนในท้องถิ่น





บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยพระนคร

## บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2553). สถิตินักท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 19 กันยายน 2553, จาก  
<http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>
- กัลยา สมมาตย์. (2541). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวชายทะเลใน  
เขตจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.
- กุลวรา สุวรรณพิมล. (2548). หลักการมัคคุเทศก์. กรุงเทพฯ: แสงดาว.
- จกมลพัชร์ เจตะจิตร์. (2546). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดการการท่องเที่ยว  
กรณีศึกษาน้ำพุร้อน ตำบลใหม่พัฒนา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง.  
การค้นคว้าแบบอิสระ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- ฉลอง พิมลสมพงษ์. (2544). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 3).  
กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เจลีเยว บุรีภักดี. (2545). ชุมวิชาการวิจัยชุมชน สถาบันราชภัฏ กระทรวงศึกษาธิการ.  
นนทบุรี: เอส. อาร์. แมสโปรดักส์.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). สถิติเพื่อการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ:  
สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดารา ทีปะปาล. (2542). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- ธิดารัตน์ ศิริ. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่.  
วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี, ลพบุรี.
- ธานินท์ ศิลป์จารุ. (2548). การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. กรุงเทพฯ: วี อินเทอร์เน็ต.
- นพพร บุญเป็ง. (2550). ความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการแหล่ง  
อารยธรรมเวียงกุมกาม ตำบลท่าวังตาล อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่.  
วิทยานิพนธ์ รศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- นฤนาถ พุทไธสง. (2541). ความคิดเห็นของประชาชนท้องถิ่นต่อการมีส่วนร่วมในการ  
อนุรักษ์สภาพแวดล้อมโบราณ ศึกษาเฉพาะกรณีโบราณสถานในบริเวณเกาะ  
เมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยมหิดล, นครปฐม.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย.  
กรุงเทพฯ: ซี พี บุ๊คสแตนด์การ์ด.

- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). เอกสารประกอบการเรียนหลักสูตรปริญญาโท: การวางแผน  
พัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. เชียงใหม่: สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การจัดการเชิงกลยุทธ์ Strategic Management. กรุงเทพฯ:  
วี.เจ. พรินติ้ง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: ซี พี บุ๊ค  
สแตนดาร์ด.
- ประทานพร สังข์นุกุล. (2548). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวกรณีศึกษานักท่องเที่ยว  
ชาวไทย. ม.ป.ท.: ม.ป.พ.
- ยุพดี เสตพรพน. (2548). ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- รายงานสถิตินักท่องเที่ยว สำนักงานอุทยานแห่งชาติ. (2551 – 2552). สืบค้นเมื่อวันที่ 28  
สิงหาคม 2553, จาก [http://www.dnp.go.th/NPRD/develop/data/stat52/thai\\_52.pdf](http://www.dnp.go.th/NPRD/develop/data/stat52/thai_52.pdf)
- พิชาย รัตนดิกลง ญ. ภูเก็ต. (2543). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการกำหนดนโยบาย. วารสาร  
พัฒนาสังคม. 2-4(2-6), 11-24.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- องอาจ นัยพัฒน์. (2551). การออกแบบการวิจัย : วิธีการเชิงปริมาณ เชิงคุณภาพ และ  
ผสมผสานวิธีการ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2550). พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2551). การบริหารการตลาด ฉบับมาตรฐาน (พิมพ์ครั้งที่ 3).  
กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- อุษาวดี พูลพิพัฒน์. (2545). การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน : กรณีศึกษาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ  
โดยชุมชนประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.





มหาวิทยาลัยนเรศวร

ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร

หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว

รายวิชา 803599 วิทยานิพนธ์

\*\*\*\*\*

แบบสอบถาม

เรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เรียน ท่านผู้กรอกแบบสอบถาม

ด้วยข้าพเจ้า นางสาววิมลรัตน์ เกิดนิยม กำลังศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ณ มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานครและกำลังดำเนินงานวิจัย เรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูงจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษารายวิชา 803599 วิทยานิพนธ์

จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้โปรดกรอกแบบสอบถามเพื่อประโยชน์ของงานวิจัยนี้

ด้วย

ขอรับรองว่าเป็นความจริง
.....
(รศ.ดร.เสวี วงษ์มณฑา)
ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์
.....
(ดร.ภัณฑิรา เลิศเดชเดชา)
กรรมการที่ปรึกษา
วิทยานิพนธ์

ขอขอบพระคุณ

.....  
(วิมลรัตน์ เกิดนิยม)

ผู้วิจัย



### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

เรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏ์คุณภู จังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยวมหาวิทยาลัยรัตนนคร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาแนวทางการพัฒนาวัดศิษฏ์คุณภู จังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถูกนำไปรวบรวมและประมวลผลเป็นภาพรวม เพื่อประโยชน์ในการศึกษาและพัฒนาวัดศิษฏ์คุณภูให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืนสืบไป ดังนั้นโปรดตอบแบบสอบถามทุกข้อตามความคิดเห็นของท่าน และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ ที่นี้ด้วย

ผู้วิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (ลักษณะทางประชากรศาสตร์)

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย / หรือเติมข้อความลงในช่องว่างให้ตรงกับข้อเท็จจริงเกี่ยวกับตัวท่าน

1. เพศ

- 1) ชาย  2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี  2) อายุ 21 - 30 ปี  
 3) อายุ 31 - 40 ปี  4) อายุ 41 - 50 ปี  
 5) อายุ 50 ปีขึ้นไป

3. วุฒิการศึกษาสูงสุด

- 1) ต่ำกว่าปริญญาตรี  2) ปริญญาตรี

3) สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1) รับจ้าง  2) เกษตรกรรวม  
 3) นักเรียน / นิสิต / นักศึกษา  4) รับราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
 5) พนักงานบริษัทเอกชน  6) ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว

7) อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. รายได้ต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท  2) 5,001 – 15,000 บาท  
 3) 15,001 – 30,000 บาท  4) 30,001 – 50,000 บาท  
 5) สูงกว่า 50,000 บาท



ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการศึกษการพัฒนาวัดศิษณภูมิจังหวัดจันทบุรีเพื่อเป็นการ  
พัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูมิ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง	เห็น ด้วย	ไม่ แน่ใจ	ไม่ เห็น ด้วย	ไม่เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
<b>ด้านการจัดการอุทยานแห่งชาติและการจัดแบ่งพื้นที่</b>					
1. ควรมีการแบ่งพื้นที่เพื่อประโยชน์ในการใช้ที่แตกต่างกัน อย่างชัดเจนและเหมาะสม	3				
2. ควรมีการกำหนดพื้นที่ขายสินค้าให้เป็นสัดส่วน และอยู่ใน บริเวณที่เหมาะสม					
3. ควรมีการจัดภูมิทัศน์ของวัดให้มีความกลมกลืนกับ ธรรมชาติ	4				
4. ควรมีการกำหนดพื้นที่จอดรถให้เพียงพอ	1				
<b>ด้านการจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม</b>					
5. ควรมีการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน เพื่อไม่ให้ มีจำนวนที่มากจนเกินไป					
6. ควรมีการจัดตกแต่งอาคารสถานที่ตลอดจนสาธารณูปโภค ต่างๆ บริเวณโดยรอบวัดให้มีความกลมกลืนกับธรรมชาติ					
7. ควรมีการศึกษา วิจัย เกี่ยวกับสภาพทั่วไปของแหล่ง ท่องเที่ยวและทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ เพื่อนำข้อมูล ที่ได้มาวางแผนหาแนวทางการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิด ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม					
8. ควรมีการกำหนดกรอบการพัฒนาการจัดการแหล่ง ท่องเที่ยวให้เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมโดยมีมาตรฐานที่ชัดเจน					
9. ควรมีมาตรการป้องกันและรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมใน พื้นที่วัด					

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิขณภูมิ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
<b>ด้านการมีส่วนร่วม</b>					
10. ควรมีตัวแทนชุมชนในการร่วมวางแผน พัฒนา และ การบริหารจัดการการท่องเที่ยวบริเวณวัดเขาศิขณภูมิ					
11. ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ของวัด					
12. ควรมีการนำสินค้าที่ได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่น และ วัตถุศิลปะในชุมชน มาจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้กับชุมชน					
<b>ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก</b>					
13. ควรมีจำนวนรถโดยสาร และยานพาหนะที่ให้บริการนำขึ้นไปถึงวัดอย่างเพียงพอกับจำนวนนักท่องเที่ยว					
14. ควรมีการจัดคิวรถโดยสาร รับ-ส่ง ขึ้นไปยังวัดให้เป็นระเบียบเพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว					
15. ควรมีร้านอาหาร และเครื่องดื่มที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
16. ควรมีการจัดที่นั่ง และจุดพักรถโดยสารให้เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว					
17. ควรมีจุดปฐมพยาบาล เพื่อให้การรักษาดูแลนักท่องเที่ยวที่เจ็บป่วย หรือเกิดอุบัติเหตุ					
18. ควรมีจุดบริการโทรศัพท์สาธารณะแก่นักท่องเที่ยว					
19. ควรมีห้องน้ำ / ห้องสุขา ที่สะอาด และเพียงพอ					
20. ควรมีถังขยะที่แยกประเภท เพื่อการนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ จัดไว้ตามจุดต่างๆ ของวัดในปริมาณที่เพียงพอ					

ความคิดเห็นต่อแนวทางการพัฒนาวัดศิษณภูฏ	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
	5	4	3	2	1
<b>ด้านการจัดการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก</b>					
21. ควรมีการจัดกิจกรรมให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวและการปฏิบัติตนอย่างถูกต้อง โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
22. ควรมีการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน					
23. ควรมีการอบรมให้ความรู้และรายละเอียดต่างๆ แก่เจ้าหน้าที่ที่ปฏิบัติงานภายในวัด เพื่อการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง					
24. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้แก่ประชาชนในท้องถิ่นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างความตระหนัก ความรักและหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยว					
25. ควรมีการอบรมให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ ให้เลือกใช้ภาชนะบรรจุภัณฑ์ใส่อาหารและเครื่องดื่ม ที่ย่อยสลายได้ง่าย ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม					
<b>ด้านการให้บริการ</b>					
26. ควรมีแผนผัง แผนที่เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว					
27. ควรมีเจ้าหน้าที่และจุดประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว					
28. เจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ และเจ้าหน้าที่ของวัดควรมีธรรมาศัยที่ดี					
29. ควรมีสื่อหลากหลายประเภทในการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ ไปสเตอร์ นิทรรศการ					
30. มีการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการให้บริการอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ					



ประวัติผู้วิจัย

มหาวิทยาลัยนเรศวร

## ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - ชื่อสกุล

วิมลรัตน์ เกิดนิยม

วัน เดือน ปี เกิด

18 มีนาคม 2530

ที่อยู่ปัจจุบัน

37/1 หมู่ที่ 2 ตำบลบางมะฝ่อ อำเภอโกรกพระ

จังหวัดนครสวรรค์ 60170

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2551

ศศ.บ (การจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยศรีปทุม

