


แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว
พฤษภาคม 2553
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ได้
พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ :
กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่”
เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาศิลปศาสตร มหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว ของมหาวิทยาลัยนเรศวร



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

อาจารย์ที่ปรึกษา

.....
(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการมหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2553



ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก รศ.ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา และคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ รศ.ดร.สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษา ดร.สิทธิชัย พรหมสุวรรณ ดร.ประภาศรี พรหมประกาย และดร.ธารินทร์ สงวนเสริมศรี ที่กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไขและตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ สมบูรณ์และมีคุณค่า

ขอขอบพระคุณ เจ้าหน้าที่และบุคลากรทุกท่านของสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ ตลอดจนผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน ที่กรุณาให้ข้อมูลและให้ความร่วมมือสนับสนุนอย่างยิ่งในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาค้นคว้า

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ ผู้ศึกษาขอมอบแด่ บพทวารี และผู้มีพระคุณทุกๆ ท่าน

กัณฑ์รัตน์ ธเนศฐิติวัชร

ชื่อเรื่อง	แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
ผู้ศึกษาค้นคว้า	กรัณท์รัตน์ ธเนศฐิติวัชร
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม. สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2552
คำสำคัญ	

บทคัดย่อ

การศึกษารื่องแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ทั้งนี้เพื่อสร้างแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ให้มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น โดยทำการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ในเดือนตุลาคม และเดือนพฤศจิกายน 2552 โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน จำนวน 20 คน โดยใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลสำหรับงานวิจัยนี้ใช้การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และการรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (T-test) การใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) และการใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-Square) จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 30 - 39 ปี ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท และมีทัศนคติและความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาของปัญหา.....	1
	จุดมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
	ความสำคัญของการวิจัย.....	3
	ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
	ขอบเขตการวิจัย.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
	สมมติฐานของการวิจัย.....	7
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
	ความหมายของการท่องเที่ยว.....	8
	แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.....	12
	แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.....	16
	แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ.....	23
	แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ.....	32
	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดแพร่.....	38
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	48
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	53
	ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	53
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	54
	การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	55
	การวิเคราะห์ข้อมูล.....	55

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล.....	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว.....	61
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยว.....	62
การทดสอบสมมติฐาน.....	64
ผลการสัมภาษณ์.....	91
5 บทสรุป.....	98
สรุปผลการวิจัย.....	98
อภิปรายผล.....	100
ข้อเสนอแนะ.....	101
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	109
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	115

สารบัญตาราง

ตาราง		หน้า
1	แสดงการจำแนกระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาจากค่าเฉลี่ย...	56
2	แสดงการจัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากระดับค่าเฉลี่ย.....	57
3	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ.....	58
4	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ.....	59
5	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา.....	59
6	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ.....	60
7	แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้.....	60
8	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่.....	61
9	แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่.....	62
10	แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามเพศ.....	64
11	แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามอายุ.....	65
12	แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามการศึกษา.....	65
13	แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามอาชีพ.....	66
14	แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามรายได้.....	66
15	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ.....	67

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
16	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พัก จำแนกตามเพศ.....	68
17	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึก จำแนกตามเพศ.....	69
18	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหาร จำแนกตามเพศ.....	70
19	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรี ของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามเพศ.....	71
20	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ.....	72
21	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พัก จำแนกตามอายุ.....	73
22	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึก จำแนกตามอายุ.....	74
23	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหาร จำแนกตามอายุ.....	75
24	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรี ของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามอายุ.....	76
25	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามการศึกษา.....	77
26	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พัก จำแนกตามการศึกษา.....	78
27	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึก จำแนกตามการศึกษา.....	79
28	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหาร จำแนกตามการศึกษา.....	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง		หน้า
29	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่ออัยาศัยไมตรี ของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามการศึกษา.....	81
30	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ.....	82
31	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่อสถานที่พัก จำแนกตามอาชีพ.....	83
32	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่อสินค้าที่ระลึก จำแนกตามอาชีพ.....	84
33	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่ออาหาร จำแนกตามอาชีพ.....	85
34	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่ออัยาศัยไมตรี ของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามอาชีพ.....	86
35	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้.....	87
36	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่อสถานที่พัก จำแนกตามรายได้.....	88
37	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่อสินค้าที่ระลึก จำแนกตามรายได้.....	89
38	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่ออาหาร จำแนกตามรายได้.....	90
39	แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดต่ออัยาศัยไมตรี ของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามรายได้.....	91

สารบัญภาพ

ภาพ		หน้า
1	กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	6
2	ตราประจำจังหวัดแพร่.....	38



บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาของปัญหา

ในเขตพื้นที่ภาคเหนือของประเทศไทยเป็นดินแดนที่ปรากฏหลักฐานการตั้งถิ่นฐานของมนุษย์ที่ต่อเนื่องยาวนานนับหมื่นปี ต่อมาได้มีการพัฒนาเกิดเป็นเมืองใหญ่ ๆ หลายเมือง ภายหลังบรรดาเมืองต่าง ๆ ได้รวมกันก่อตั้งเป็นอาณาจักรล้านนา ดินแดนที่สำคัญของล้านนาอยู่ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ประกอบด้วยเมืองใหญ่น้อย แบ่งตามสภาพภูมิศาสตร์และประวัติศาสตร์ออกเป็นสองกลุ่ม คือ กลุ่มล้านนาตะวันตกและกลุ่มล้านนาตะวันออก ซึ่งกลุ่มล้านนาตะวันตกเป็นแกนสำคัญประกอบไปด้วย เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง เชียงราย พะเยา ส่วนกลุ่มล้านนาตะวันออก ได้แก่ เมืองแพร่และเมืองน่าน และเนื่องจากเมืองแพร่ตั้งอยู่ตอนใต้สุดของอาณาจักรล้านนา และเป็นจังหวัดที่สำคัญที่จะติดต่อไปยังจังหวัดอื่น ๆ จังหวัดแพร่จึงได้ชื่อว่าเป็นประตูสู่ล้านนา

จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดี ทั้งพงศาวดารโยนก ตำนานเมืองเหนือ ตำนานการสร้างพระธาตุลำปางหลวง และศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ทำให้นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีสันนิษฐานว่าเมืองแพร่สร้างขึ้นประมาณพุทธศตวรรษที่ 12 มีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น เมืองพล นครพล โกศยนคร เวียงโกศย เมืองแพล เป็นต้น นอกจากนี้หลักฐานดังกล่าว ประวัติของเมืองแพร่ยังถูกกล่าวถึงในตำนานพระธาตุช่อแฮ ซึ่งระบุว่าเมืองแพร่มีมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล ขณะที่ตำนานสิงหนวัติระบุว่าเมืองแพร่เป็นเมืองที่ปกครองโดยพญาเย่บาแห่งแคว้นหริภุญไชย สันนิษฐานว่าเมืองแพร่และเมืองลำพูนเป็นเมืองที่สร้างขึ้นมาในระยะเวลาใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงมหาราช ที่สร้างขึ้นใน พ.ศ. 1826 หลักที่ 1 ด้านที่ 4 บรรทัดที่ 24-25 ซึ่งจารึกไว้ว่า "...เมืองตีนนอน รอดเมืองแพล เมืองน่าน เมือง... เมืองพลัว พันฝั่งของเมืองชวาเป็นที่แล้ว..." ในข้อความนี้ เมืองแพล คือ เมืองแพร่ ดังนั้น จึงเป็นสิ่งที่ยืนยันถึงความเก่าแก่ของเมืองแพร่ว่าตั้งขึ้นมาก่อนเมืองเชียงใหม่ และเชื่อว่าเมืองแพร่ได้ก่อตั้งขึ้นแล้วก่อนการตั้งกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี

จังหวัดแพร่ตั้งอยู่ทางด้านตะวันออกของภาคเหนือ ห่างจากกรุงเทพมหานคร 551 กิโลเมตรโดยทางรถยนต์ ที่ตั้งของจังหวัดแพร่อยู่ในแนวเทือกเขาผีปันน้ำตอนกลางและตะวันออก มีพื้นที่ 6,538.598 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,086,624 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.27 ของ

พื้นที่ประเทศไทย ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาล้อมรอบทั้งสี่ทิศ มีที่ราบในหุบเขาอยู่ตอนกลาง จังหวัด มีแม่น้ำยมไหลผ่าน (สมัย สุทธิธรรม, 2548, หน้า 30) จังหวัดแพร่จัดเป็นจังหวัดขนาดกลางเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่น ๆ มีทั้งหมด 8 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง อำเภอสูงเม่น อำเภอหนองม่วงไข่ อำเภอเด่นชัย อำเภอร้องกวาง อำเภอลอง อำเภอสอง อำเภอวังชิ้น และมีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง 5 จังหวัด ดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง จังหวัดน่าน และจังหวัดพะเยา

ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดสุโขทัย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดน่าน และจังหวัดอุตรดิตถ์

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง

โดยภาพรวมแล้วจังหวัดแพร่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ วัด โบราณสถาน และศิลปวัฒนธรรมอันน่าสนใจ อีกทั้งจังหวัดแพร่ยังเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน และเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ ชนทุกชาติพันธุ์ดำรงชีวิตอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบสุขมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน สังเกตได้จากการที่มีชนเผ่าต่าง ๆ จำนวนมากกระจายกันอยู่เป็นชุมชนหรือหมู่บ้านทั่วทุกอำเภอของจังหวัดแพร่ ซึ่งชุมชนเหล่านี้สามารถเป็นแหล่งศึกษาวิถีชีวิตและขนบธรรมเนียมประเพณีของคนแต่ละชนเผ่าได้เป็นอย่างดี

แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของจังหวัดแพร่ ตัวอย่างเช่น อุทยานแห่งชาติเวียงโกศัย อุทยานแห่งชาติดอยผากลอง วนอุทยานแพะเมืองผี ถ้ำผานางคอย น้ำตกห้วยโรง สวนหินมหาราช ภูเขาหินปะการัง บ่อน้ำร้อนแม่จอก สวนส้มเมืองลอง วัดพระธาตุช่อแฮ วัดพระธาตุจอมแจ้ง วัดจอมสวรรค์ วัดสระป่อแก้ว วัดพระนอน วัดพระธาตุสุโทนมงคลคีรี พระธาตุพระล่อ อุทยานลิลิตพระลอ คู่มือเจ้าหลวงเมืองแพร่ บ้านประทับใจ (บ้านเส้าไม้สักร้อยต้น) บ้านวงศ์บุรี หมู่บ้านผลิตผ้าหม้อห้อม หมู่บ้านผลิตกระดาษสาและผลิตภัณฑ์จากกระดาษสา หมู่บ้านผลิตผ้าทอตีนจก แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชุมชนบ้านช่วงบุก เป็นต้น

แม้ว่าจังหวัดแพร่จะเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ค่อนข้างอุดมสมบูรณ์ มีวิถีชีวิตและความหลากหลายทางวัฒนธรรม แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมายังไม่สามารถให้บริการและดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ให้มีศักยภาพ

ทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเศรษฐกิจในอนาคต

จุดมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
3. เพื่อสร้างแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ความสำคัญของการวิจัย

1. หน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ ทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำข้อมูลจากการศึกษาวิจัยไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และกำหนดแผนนโยบายทางการท่องเที่ยว หรือวางแผนกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
2. ผู้ประกอบการในธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ สามารถนำข้อมูลจากผลการศึกษาวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และนักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจสูงสุด
3. ประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ สามารถนำข้อมูลจากผลการศึกษาวิจัยนี้ไปเป็นแนวทางเพื่อการริเริ่ม หรือพัฒนาธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพและมีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถทราบทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
2. ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะสามารถทราบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

3. ผลการวิจัยนี้คาดว่าจะ เป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) มีขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้เป็นการวิจัยที่มุ่งเน้นการสำรวจและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย เกี่ยวกับทัศนคติและความพึงพอใจในการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ และสำรวจปัญหาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวและแนวทางการพัฒนาจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน

3. ขอบเขตด้านประชากร ประชากรเป้าหมายในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน จำนวน 20 คน ทั้งนี้จะทำการสุ่มตัวอย่างจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) จำนวน 400 คน ในช่วงเดือนตุลาคมและเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552 และเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน จำนวน 20 คน โดยใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. **นักท่องเที่ยว** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่

2. **ทรัพยากรท่องเที่ยว** หมายถึง สิ่งต่าง ๆ ที่จังหวัดแพร่มีไว้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความสนุกสนาน เพลิดเพลิน สะดวกสบาย ได้รับความรู้ และเกิดความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยว

3. **การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม** หมายถึง การท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินกับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้รับความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึงได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน และมีความเข้าใจความแตกต่างของชุมชนแต่

ละแห่ง ตลอดจนเกิดทัศนคติที่ดี ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการได้ท่องเที่ยวไปในแต่ละชุมชน

4. **ทัศนคติ** หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของนักท่องเที่ยวทั้งแ่งบกและแ่งลบ ที่นักท่องเที่ยวมีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ เกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคม และความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว

5. **ความพึงพอใจ** หมายถึง ความรู้สึกพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ ในด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ การคมนาคม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่พัก สินค้าที่ระลึก อาหาร และอัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น



กรอบแนวคิดในการวิจัย

ตัวแปรอิสระ

ข้อมูลทั่วไป

- เพศ
- อายุ
- การศึกษา
- อาชีพ
- รายได้

ตัวแปรตาม

ทัศนคติของนักท่องเที่ยว

- ทรัพยากรท่องเที่ยว
- สิ่งอำนวยความสะดวก
- การคมนาคม
- ความปลอดภัย

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

- การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
- สถานที่พัก
- สินค้าที่ระลึก
- อาหาร
- อัฒยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น

แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยว
ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ภาพ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดแพร่

2. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สถานที่พัก สินค้าที่ระลึก อาหาร และอรรถยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น

การทดสอบสมมติฐานทั้งสองข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.05



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่องแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีแนวคิด เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความหมายของการท่องเที่ยว
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
3. แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
4. แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ
5. แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
6. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดแพร่
7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ความหมายของการท่องเที่ยว

“การท่องเที่ยว” ตามความหมายขององค์การสหประชาชาติ หมายถึง การเดินทาง (Travel) โดยมีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้
2. ต้องมีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไป ที่นั่นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน
3. ต้องมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการเดินทางแบ่งออกได้ ดังนี้

- 3.1 เพื่อพักผ่อนในวันหยุด
- 3.2 เพื่อวัฒนธรรมและศาสนา
- 3.3 เพื่อการศึกษา
- 3.4 เพื่อการกีฬาและความบันเทิง
- 3.5 เพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ

3.6 เพื่องานอดิเรก

3.7 เพื่อเยี่ยมญาติมิตร

3.8 เพื่อธุรกิจ

3.9 เพื่อประชุมสัมมนา

(วินิจ วีรียงกูร, 2533, หน้า 1-2) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายถึงความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism) ไว้ว่าเป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง เพราะมิได้หมายความแต่เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์ดังที่คนส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมญาติพี่น้อง นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้น ปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงเป็นกิจกรรมรายใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้ เป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกหากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ด้วยกัน

การท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

1. การเดินทางจากที่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือหารายได้

ประเภทของการท่องเที่ยว

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 15-18) การท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ 5 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

1. การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ

1.2 การท่องเที่ยวในประเทศ (Internal Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้น ๆ

2. การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 3 รูปแบบ คือ

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อน และหาประสบการณ์แปลกใหม่

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจ หรือไปประชุม โดยมระยะเวลา 2 - 3 วันแรกให้ไปท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) แบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 4 รูปแบบ คือ

2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติ และการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจ ที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวกับความเป็นอยู่ของสังคม

2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อนสนุกสนาน รื่นเริงบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention) เป็นการเดินทางไปติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาดูงาน และทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจ หรือประชุมสัมมนาก็อาจเดินทางไปดูงาน หรือทัศนศึกษาเองก็ได้

3. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

3.1 การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism – GIT หรือ All Inclusive Tourism – AIT) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวขายรายการนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจัดการบริการบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

3.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Foreign Individual Tourism - FIT) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่าง หรือใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางอย่าง

4. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบย่อย คือ

4.1 การท่องเที่ยวตลาดหรูหรา (Elite Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหรา

4.2 การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูก โดยต้องการให้บริการแก่ผู้เดินทางที่มีรายได้น้อย แต่มีปริมาณมาก

5. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ

5.1 การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวมุ่งเน้นความพึงพอใจ และปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

5.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม และให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 รูปแบบ คือ

5.1.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศ อันได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผู้จัญญ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

5.1.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้น พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน อันได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเพื่อผ่อนคลายความเครียดจากการดำรงชีวิตประจำวัน ในสังคมเมืองซึ่งมีภาวะการแข่งขันสูง หรือความเครียดจากการทำงาน การท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งเป็นการชั่วคราว กล่าวคือ มีความตั้งใจที่จะเดินทางออกจากที่พักอาศัยไปยังสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ซึ่งไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อไปประกอบอาชีพ ทั้งนี้สามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท คือ การท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์

การเดินทาง การท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง การท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง การท่องเที่ยวตามการตลาด และการท่องเที่ยวตามการจัดการ ซึ่งในแต่ละบุคคลก็จะมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป โดยทั่วไปบุคคลมักมีวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความบันเทิง หรือเดินทางท่องเที่ยวเป็นงานอดิเรก นอกจากนี้ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาหาความรู้ เพิ่มพูนประสบการณ์ชีวิตที่แปลกใหม่ หรือเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี และศาสนา ของชุมชนอื่น รวมไปถึงวัตถุประสงค์ในการเยี่ยมญาติมิตร และเพื่อการทำธุรกิจ หรือการประชุมสัมมนา การดูงานต่าง ๆ

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 15-18) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีการให้ความรู้และความภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม และให้ทุกฝ่ายร่วมกันรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจแบ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism)
2. การท่องเที่ยวงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and Traditional Tourism)
3. การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism / Village Tourism)
4. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism)
5. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม (Cultural Health Tourism)

(มนัส สุวรรณ และคณะ, 2544) แหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม เป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปะและขนบธรรมเนียมประเพณีที่บรรพบุรุษได้สร้างสมและถ่ายทอดเป็นมรดกสืบทอดกันมา ทรัพยากรท่องเที่ยวประเภทนี้ประกอบด้วย งานประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การแสดงศิลปวัฒนธรรม สินค้าพื้นเมือง การแต่งกาย ภาษา ชนเผ่า สวนสนุก และสวนสัตว์ ซึ่งแบ่งย่อยได้ 3 ประเภท คือ

1. แหล่งความเป็นอยู่และวิถีชีวิต ผู้เข้าเยี่ยมชมสามารถสังเกตความเป็นอยู่และวิถีชีวิตของชุมชนนั้นโดยตนเองมิได้เข้าไปมีส่วนร่วม คุณค่าต่อผู้เยี่ยมชมอยู่ที่การได้รับความรู้ ทัศนคติ ความเข้าใจอันดีระหว่างกลุ่มชนเผ่าต่าง ๆ และภูมิปัญญาของชนเผ่า

2. แหล่งวัฒนธรรมประเพณีและหัตถกรรมพื้นเมือง ผู้เยี่ยมชมสามารถเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมประเพณี และซื้อสินค้าที่ระลึกจากผู้ประกอบการหัตถกรรม คุณค่าต่อ

ส่วนรวมอยู่ที่การรักษาโรค ความหลากหลายของวัฒนธรรม คุณค่าผู้เยี่ยมชมอยู่ที่ความพอใจจากการเข้าร่วมกิจกรรมทางวัฒนธรรม ประเพณี และการได้ซื้อสิ่งของที่ระลึกที่พอใจ

3. แหล่งกิจกรรม ประกอบอาชีพ ศูนย์วิจัยและสถานีทดลอง ผู้เยี่ยมชมได้รับความรู้ใหม่ ๆ และความผ่อนคลายในสิ่งที่ตนเองไม่คุ้นเคยเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ กิจกรรมความก้าวหน้าทางวิชาการ คุณค่าที่มีความรู้ ความสนุกเพลิดเพลิน และความท้าทายที่ผู้เยี่ยมชมได้รับ

(ชาลววิทย์ เกษตรศิริ, 2540, หน้า 1-10 อ้างอิงใน ภฤศสร ฤทธิมนตรี, 2551) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมผ่านการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวที่เน้นการพัฒนาด้านภูมิปัญญา สร้างสรรค์ เคารพต่อสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม คักดีศรี และวิถีชีวิตผู้คน หรือสามารถกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ผู้อื่น และย้อนกลับมามองตนเองอย่างเข้าใจความเกี่ยวพันของสิ่งต่าง ๆ ในโลกที่มีความเกี่ยวโยงพึ่งพา ไม่สามารถแยกออกจากกันได้

(พลอยศร โปราณานนท์, 2539, หน้า 94 อ้างอิงใน ภฤศสร ฤทธิมนตรี, 2551) กล่าวถึงการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมว่า “เป็นการทำให้นักท่องเที่ยวได้มองเห็นถึงความหลากหลายทางชีวภาพ และมิติทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวนั้น”

ลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีลักษณะสำคัญ 9 ประการ ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 287)

1. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความสำคัญกับประวัติศาสตร์ โบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี โดยยึดหลักที่ว่า ต้องอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมไว้ให้ดีที่สุด เพื่อให้สามารถสืบต่อถึงอนุชนรุ่นหลัง

2. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการจัดการอย่างยั่งยืน ทั้งเชิงเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยยึดหลักที่ว่า ต้องไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือกระทบให้น้อยที่สุด

3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้คงไว้ซึ่งวิถีชีวิตของท้องถิ่นในแง่สังคมและวัฒนธรรม โดยยึดหลักที่ว่า ต้องให้เป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการศึกษาความแตกต่างทางด้านสังคมและวัฒนธรรมอันหลากหลาย

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ทั้งนักท่องเที่ยว ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว และประชาชน

ในท้องถิ่น โดยยึดหลักที่ว่า ต้องให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยว พร้อมทั้งมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

5. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมและได้รับผลประโยชน์ โดยยึดหลักที่ว่า ต้องให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันเป็นการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่น

6. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่มีการตลาดของบริการท่องเที่ยวครบตามเกณฑ์อนุรักษ์อย่างแท้จริง โดยยึดหลักที่ว่า ต้องให้ธุรกิจท่องเที่ยวเน้นในเรื่องการอนุรักษ์วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม

7. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ เพิ่มคุณค่าของประสบการณ์ที่ได้รับ ทำให้ต้องการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยยึดหลักที่ว่า ต้องมีกิจกรรมท่องเที่ยวตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับพื้นที่ โดยยึดหลักที่ว่า ต้องไม่เกินขีดความสามารถรองรับพื้นที่ในทุก ๆ ด้าน และต้องดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวอยู่เสมอ

9. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะต้องเป็นการท่องเที่ยวในลักษณะที่คำนึงถึงความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยยึดหลักที่ว่า ต้องป้องกันรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างเข้มงวด เพื่อให้นักท่องเที่ยวอบอุ่นใจ

แนวทางการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

โคลท์แมน (Coltman, 1989 อ้างอิงใน มนัส สุวรรณ และคณะ, 2544) ให้แนวทางเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ ดังนี้

1. ควรจัดโครงการส่งเสริมให้ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจในสังคม

2. การพัฒนาควรขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และการจัดลำดับความสำคัญโดยชุมชนเองว่าจะปรับเปลี่ยนอย่างไร ไม่ใช่โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3. คนในชุมชนควรเป็นฝ่ายเห็นชอบในเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวว่าถ้าจะดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวนั้นควรจะเป็นนักท่องเที่ยวประเภทใด และมีจำนวนเท่าใด

4. ควรมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการจัดกิจกรรมด้านการพักผ่อนหย่อนใจในท้องถิ่น ให้มีความเหมาะสมทั้งด้านคุณภาพและคุณธรรม

5. ในขบวนการวางแผนด้านการท่องเที่ยว ควรเคารพในคุณค่าและวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น เพื่อจะได้ไม่เกิดผลกระทบต่อชุมชนพื้นเมืองในแหล่งท่องเที่ยวนั้น

6. ผู้บริหารกิจการ ทุน และแรงงานที่จะทำกิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยว ควรมาจากคนในท้องถิ่น เพื่อให้ท้องถิ่นสามารถควบคุมการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของท้องถิ่นได้

7. ในงานเทศกาลและกิจกรรมต่าง ๆ ที่จัดขึ้นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ควรเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เข้ามามีส่วนร่วมด้วย

8. งานเทศกาลต่าง ๆ และเนื้อหาของงานที่จัดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว ควรสะท้อนภาพของประวัติศาสตร์ ชีวิตความเป็นอยู่และสภาพทางภูมิศาสตร์ของท้องถิ่น

9. พยายามขจัดปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชนก่อนที่จะเริ่มมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยว ริชชี และ ซินส์ (Ritchie and Zins, 1978 อ้างอิงใน จิราวรรณ กาวิละ, 2544) ได้กล่าวเกี่ยวกับการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไว้ว่าควรให้ความสำคัญในการพัฒนาสิ่งดึงดูดใจในทางการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนประกอบที่เป็นสิ่งดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สามารถดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ประกอบด้วย 12 ประการ ดังนี้

1. งานหัตถกรรม
2. ภาษา
3. ขนบธรรมเนียมและพิธีปฏิบัติ
3. ธรรมเนียมการรับประทานอาหารและการทำอาหาร
4. ศิลปะและดนตรี รวมไปถึงภาพวาดและรูปปั้นแกะสลัก
5. ประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ที่ยังปรากฏให้เห็น
6. ลักษณะงานและเทคโนโลยีต่าง ๆ ที่มีการนำมาใช้เฉพาะท้องถิ่น
7. งานสถาปัตยกรรมที่เก่าแก่และดั้งเดิมในท้องถิ่น
8. ศาสนาและพิธีกรรมต่าง ๆ
9. ระบบการศึกษา
10. เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย
11. กิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ

จากการให้นิยามและคำอธิบายต่าง ๆ ข้างต้นสรุปได้ว่า แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นการเดินทางท่องเที่ยวชมโบราณสถาน ศิลปวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินกับสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ๆ ได้ความรู้มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์และโบราณคดี รวมถึงได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน และมีความเข้าใจความแตกต่างของชุมชนแต่ละแห่ง ตลอดจนเกิดทัศนคติที่ดี

ได้รับความรู้และประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการได้ท่องเที่ยวไปในแต่ละชุมชน โดยให้ชุมชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมต่อการจัดการการท่องเที่ยวด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

ความหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 7) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวของกลุ่มใหญ่และกลุ่มเล็กที่มีการจัดการอย่างดีเยี่ยมเพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย ธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุดหรือไม่มีเลยอย่างยั่งยืนยาว

(กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2547, หน้า 16) “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการบริหารจัดการท่องเที่ยวให้พัฒนาในทุก ๆ ด้านอย่างรอบคอบระมัดระวัง เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ”

(จำไพพรรณ แก้วสุริยะ, 2543, หน้า 3) “การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน หมายถึง การพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสุนทรียภาพ โดยใช้ทรัพยากรอันทรงคุณค่าอย่างชาญฉลาด สามารถรักษาเอกลักษณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้นานที่สุด เกิดผลกระทบน้อยที่สุด และใช้ประโยชน์ได้ตลอดกาลยาวนานที่สุด”

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนไว้ว่าหมายถึงการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดบริการอื่น ๆ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดย

1. ต้องดำเนินการภายใต้ขีดความสามารถของธรรมชาติ ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว
2. ต้องตระหนักดีต่อการมีส่วนร่วมของประชากร ชุมชน ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีชีวิต ที่มีต่อขบวนการท่องเที่ยว
3. ต้องยอมรับให้ประชาชนทุกส่วนได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการท่องเที่ยวอย่างเสมอภาคเท่าเทียมกัน
4. ต้องชี้้นำภายใต้ความปรารถนาของประชาชนท้องถิ่น และชุมชนในพื้นที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ

ที่ประชุมสหประชาชาติว่าด้วยสิ่งแวดล้อมและพัฒนา (Earth Summit Conference) ณ ประเทศบราซิล เมื่อเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2535 ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนว่า หมายถึง “การท่องเที่ยวที่ไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะจุดหมายปลายทางจะเป็นที่ใด หรือจะเป็นกลุ่มใหญ่ (Mass Tourism) หรือจะเป็นกลุ่มเล็ก ทั้งในเมือง และชนบท”

ลักษณะของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนมีลักษณะสำคัญ 6 ประการ ดังนี้

1. เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ และแหล่งท่องเที่ยวประเภท ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม
2. เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าและความเป็นเอกลักษณ์ของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว
3. เป็นการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว
4. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส เรียนรู้ และได้รับประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติและวัฒนธรรม
5. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ผลตอบแทนแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนยาว
6. เป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนประโยชน์กลับสู่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่นด้วย

(บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) การพัฒนาแบบยั่งยืนและการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ตามข้อตกลงระหว่างประเทศ ประกอบด้วยหลักการต่อไปนี้

1. สิ่งแวดล้อมเป็นทรัพย์สินสมบัติที่สำคัญและมีค่ายิ่งต่อการท่องเที่ยว ต้องรักษาไว้ให้มีสภาพเหมือนเดิมสำหรับลูกหลานในอนาคต มิใช่ถูกทำลายในระยะสั้น
2. การท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมที่อำนวยความสะดวกให้กับชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเสมอภาคเท่ากับนักท่องเที่ยว หมายความว่า มิใช่ให้นักท่องเที่ยวแสวงหาผลประโยชน์จากชุมชนและแหล่งท่องเที่ยวอย่างเดียว ชุมชนควรได้รับประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันจากการท่องเที่ยวด้วย
3. การจัดการเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับสิ่งแวดล้อม ต้องส่งผลต่อการพัฒนาแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวต้องไม่ทำลายทรัพยากร ก่อให้เกิดผลเสียหายในอนาคต หรือส่งผลกระทบต่อการทำลายสิ่งแวดล้อม

4. กิจกรรมและการพัฒนาการท่องเที่ยวควรจะยอมรับสภาพธรรมชาติและลักษณะของสถานที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งของกิจกรรมหรือการพัฒนาดังกล่าวแล้ว กล่าวคือ ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดเปราะบางทางธรรมชาติมากเกินไป ก็ควรพัฒนาสถานที่นั้นภายในขอบเขตและให้กระทบต่อธรรมชาติน้อยที่สุด เช่น จำกัดจำนวนนักท่องเที่ยว จำกัดกิจกรรมและเวลาของการท่องเที่ยว

5. ความกลมกลืนที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวต้องเกิดจากความต้องการของนักท่องเที่ยว ประชาชนในท้องถิ่น และสถานที่ท่องเที่ยว

6. การเปลี่ยนแปลงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงต้องไม่ทำลายหลักการของการพัฒนาแบบยั่งยืน

7. องค์การทางด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว องค์กรในท้องถิ่น และองค์การด้านสิ่งแวดล้อมต้องยอมรับในหลักการดังกล่าวแล้ว และจะต้องปฏิบัติงานร่วมกัน เพื่อให้เกิดผลในทางปฏิบัติที่แท้จริง

(United Nations Fund for Population Activities - UNFPA, 1992, p. 3 อ้างอิงใน ธรรมนูญ เจนสุขสถิตไพศาล, 2546, หน้า 22) อธิบายถึงการพัฒนาที่ยั่งยืน ดังนี้

1. การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การพัฒนาที่ตรงกับความต้องการตามความจำเป็นในปัจจุบัน โดยสามารถรองรับความต้องการและความจำเป็นที่จะเกิดแก่ชนรุ่นหลัง ๆ ด้วย ทั้งนี้ มาตรฐานการครองชีพที่โดยขีดความจำเป็นขั้นพื้นฐานต่ำสุดจะยั่งยืนก็ต่อเมื่อมาตรฐานการบริโภคในทุกหนทุกแห่งคำนึงถึงความยั่งยืนในระยะยาว (Long - term sustainability)

2. การพัฒนาที่ยั่งยืนครอบคลุมมาตรการรักษามรดกทางทรัพยากรที่จะตกกับชนรุ่นหลัง โดยอย่างน้อยให้ได้มากพอ ๆ กับชนรุ่นปัจจุบันได้รับมา

3. การพัฒนาที่ยั่งยืนเป็นการพัฒนาที่กระจายประโยชน์ของความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจได้อย่างทั่วถึง ตลอดจนจนเป็นการพัฒนาที่ปกป้องสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับท้องถิ่น และในระดับโลกโดยรวม เพื่อชนรุ่นหลัง และเป็นการพัฒนาที่ทำให้คุณภาพชีวิตดีขึ้นอย่างแท้จริง

4. การพัฒนาที่ยั่งยืน คือ การทำให้คุณภาพชีวิตมนุษย์ดีขึ้นภายในระบบนิเวศวิทยาที่สามารถจะรองรับการดำเนินชีวิตต่อไป ในลักษณะเศรษฐกิจแบบยั่งยืน คงต้องเป็นเศรษฐกิจที่อ้างรักษาแหล่งทรัพยากรธรรมชาติของตนไว้ได้ โดยเศรษฐกิจแบบนี้ยังสามารถควบคู่ไปกับการรักษาแหล่งทรัพยากรได้ต่อไปด้วยการปรับตัว และโดยอาศัยการยกระดับความรู้ ปรับปรุงองค์การ ตลอดจนปรับประสิทธิภาพทางเทคนิคและเซา์ปัญญา

การพัฒนากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การพัฒนากการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องพัฒนาองค์ประกอบหลัก 6 ด้าน ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 21 - 22)

1. องค์ประกอบด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาสถานที่อันเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยี่ยมเยือน โดยมีการประเมินศักยภาพ ชีตความสามารถในการรองรับของพื้นที่ และกำหนดกิจกรรมท่องเที่ยวที่อนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม พร้อมทั้งให้ความรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว

2. องค์ประกอบด้านการพัฒนาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพเดิม หรือดีกว่าเดิม และป้องกันผลกระทบด้านลบจากการท่องเที่ยว โดยต้องมีการติดตามประเมินผลกระทบจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

3. องค์ประกอบด้านการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาธุรกิจด้านบริการ การอำนวยความสะดวกโดยตรงแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ได้รับความพึงพอใจ โดยมีความรับผิดชอบต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

4. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาเพื่อแสวงหานักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งมีลักษณะเป็นคุณประโยชน์ต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ให้เข้ามาท่องเที่ยว โดยให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับความรู้และประสบการณ์จากการท่องเที่ยวตามที่เขาพึงพอใจ

5. องค์ประกอบด้านการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยวของชุมชนท้องถิ่น เป็นการพัฒนาในการสร้างโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมทางการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนท้องถิ่น ให้สามารถจัดการการท่องเที่ยวของตนเอง และได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว อันจะทำให้ชุมชนท้องถิ่นเกิดความหวงแหน และรักษาไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่ตลอดไป

6. องค์ประกอบด้านการพัฒนาจิตสำนึกทางการท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาการสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมแก่ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกฝ่าย โดยการให้ความรู้และสื่อความหมายในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม เพื่อปลูกฝังจิตสำนึกทางการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้ทุกฝ่ายเกิดความรักความหวงแหนทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

(World Tourism Organization, 1997 อ้างอิงใน รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ, 2544) หลักปฏิบัติสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ได้แก่

1. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมดในการพัฒนาการท่องเที่ยว ควรจะคุ้มครองสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เพื่อให้บรรลุการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างเต็มที่ มีความต่อเนื่องและยั่งยืนในอันที่จะสามารถสนองต่อความจำเป็น และความหวังของคนรุ่นปัจจุบันและอนาคตอย่างเท่าเทียมกัน

2. การพัฒนาการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ที่นำไปสู่การประหยัลดทรัพยากรที่มีค่าและหายาก โดยเฉพาะน้ำและพลังงาน รวมทั้งการหลีกเลี่ยงการผลิตของเสียเท่าที่เป็นไปได้ การพัฒนาเหล่านี้ควรได้รับสิทธิพิเศษและควรได้รับการส่งเสริมจากประเทศ ภูมิภาค และองค์กรสาธารณชนท้องถิ่น

3. การแสวงหาความแตกต่างระหว่างเวลาและสถานที่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนในช่วงวันลาพักผ่อนและวันหยุดของโรงเรียน เพื่อให้มีการกระจายการพักผ่อนตลอดปี ทั้งนี้เพื่อกระจายการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นการกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอีกด้วย

4. การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรจัดในแนวทางที่จะรักษามรดกทางธรรมชาติ ซึ่งประกอบด้วยระบบนิเวศวิทยาและความหลากหลายทางชีววิทยา และเพื่อรักษาชีวิตสัตว์หายากที่ตกอยู่ในภาวะอันตราย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเฉพาะผู้ประกอบการอาชีพต่าง ๆ ควรจะมีข้อตกลงที่จะกำหนดหรือจำกัดกิจกรรมของตนในพื้นที่ที่มีความอ่อนไหว เช่น ทะเลทราย ขั้วโลกหรือพื้นที่เขาสูง พื้นที่ชายฝั่ง ป่าเมืองร้อน หรือพื้นที่ชุ่มน้ำ โดยการสร้างพื้นที่สงวนธรรมชาติหรือเขตคุ้มครอง

5. การท่องเที่ยวธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นที่ยอมรับว่าเป็นหนทางไปสู่การเสริมและทำให้การท่องเที่ยวมีความงดงาม แต่ทั้งนี้ต้องเคารพต่อมรดกธรรมชาติและประชากรท้องถิ่น และต้องอยู่ในขีดความสามารถที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถแบกรับได้

(ชัยวุฒิ ชัยพันธ์, 2542) การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนนั้นจะต้องมีการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม พร้อมไปกับการรักษาระบบนิเวศและสิ่งแวดล้อมที่ชุมชนนั้นพึ่งพาอยู่ ความสำเร็จในการพัฒนาดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อประชาชนในท้องถิ่นได้รับอำนาจตามกฎหมายให้มีส่วนร่วมในกระบวนการวางแผนและกำหนดกลยุทธ์ ตลอดจนมีกระบวนการในการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง หมายความว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนจะสำเร็จได้ก็ต่อเมื่อประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาดังกล่าว ได้มีส่วนร่วมและให้การสนับสนุนโดยตรง ดังนั้น ในกระบวนการพัฒนาการท่องเที่ยว จะต้องมีการประเมินปฏิบัติการตอบสนองของประชาชนที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดและปรัชญาในการพัฒนาการท่องเที่ยวนั้นสอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการเศรษฐกิจ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มทฤษฎีพัฒนาการสมัยใหม่ กลุ่มทฤษฎีการพึ่งพา กลุ่มนีโอคลาสสิก และกลุ่มทฤษฎีการพัฒนาบนทางเลือกใหม่

กลุ่มนักพัฒนาสมัยใหม่ เชื่อว่าการไปสร้างหรือพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในชนบทห่างไกลจะดึงดูดความเจริญให้เกิดขึ้น และรายได้ที่เกิดขึ้นจากความเจริญดังกล่าวก็จะกระจายไปยังกลุ่มต่าง ๆ ของสังคม กลุ่มทฤษฎีการพึ่งพา แนะนำให้พึ่งพาตัวเองเป็นหลัก กลุ่มนีโอคลาสสิก แนะนำให้เปิดเสรีทั้งทั้งด้านการค้าและการลงทุน เน้นภาคเอกชนเป็นหลัก และส่งเสริมนักลงทุนจากต่างประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และกลุ่มสุดท้ายเรียกว่าการพัฒนาบนทางเลือกใหม่ ซึ่งเน้นการท่องเที่ยวที่นำไปสู่การอนุรักษ์ การพัฒนาที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม เน้นการมีส่วนร่วมของคนในท้องถิ่น

นอกจากนี้ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ก็เป็นส่วนสำคัญสำหรับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจำเป็นต้องมีการวางแผนและบริหารจัดการที่ดี โดยยึดหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2542) ได้ชี้ให้เห็นถึงส่วนที่จำเป็นของแหล่งท่องเที่ยวที่จำเป็นต้องพัฒนา 3 ด้านด้วยกัน คือ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว ดังนี้

1. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาที่สำคัญ 3 ด้าน คือ

1.1 การพัฒนาด้านการเข้าถึงและระบบสัญจรในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในด้านต่าง ๆ คือ

1.1.1 ถนน

1.1.2 ที่จอดรถ

1.1.3 ทางเดินเท้า

1.1.4 ทางรถจักรยานและที่จอดรถจักรยาน

1.1.5 ทางเดินป่า

1.1.6 ทางซิปป์ ซิปป์

1.1.7 ท่าเรือหรือแพ

1.2 การพัฒนาด้านอาคารและสิ่งก่อสร้างในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้อง คือ

ดังนี้

- 1.2.1 ที่ขายบัตรเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2.2 สำนักงานที่ทำการของแหล่งท่องเที่ยว
- 1.2.3 ศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
- 1.2.4 ที่พักนักท่องเที่ยว
- 1.2.5 ห้องน้ำสาธารณะ
- 1.2.6 ศาลาหรือซุ้มพักผ่อน
- 1.2.7 ร้านค้า ร้านอาหาร
- 1.2.8 บ้านพักพนักงาน
- 1.3 การพัฒนาสิ่งประกอบบริเวณในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนา

- 1.3.1 ซุ้มทางเข้า
- 1.3.2 ป้ายสื่อและความหมาย
- 1.3.3 ลานกิจกรรม
- 1.3.4 สวนหย่อม
- 1.3.5 กระจ่างและที่ปลูกต้นไม้
- 1.3.6 ม้านั่ง โต๊ะ เก้าอี้
- 1.3.7 ระบบแสงสว่าง
- 1.3.8 ระบบน้ำใช้
- 1.3.9 ระบบกำจัดของเสียและน้ำเสีย
- 1.3.10 ระบบกำจัดขยะมูลฝอย
- 1.3.11 รั้ว กำแพง
- 1.3.12 สะพาน ชั้บันได และอื่น ๆ

2. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วยการพัฒนาที่สำคัญ 4 ด้าน คือ

- 2.1 ความปลอดภัยจากโจรผู้ร้ายในแหล่งท่องเที่ยว
- 2.2 ความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ
- 2.3 ความปลอดภัยจากพืชและสัตว์ภายในแหล่งท่องเที่ยว
- 2.4 ความปลอดภัยจากการหลงทาง
- 2.5 ความปลอดภัยจากธรรมชาติ

3. การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวด้านป้ายแหล่งท่องเที่ยว เป็นการพัฒนาในเรื่อง ดังนี้

3.1 ป้ายต้อนรับเข้าสู่พื้นที่แหล่งท่องเที่ยว

3.2 ป้ายชี้ทางแหล่งท่องเที่ยว

3.3 ป้ายแผนที่แสดงที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เป็นการท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือชนบทรรมนิยมประเพณีต่าง ๆ เป็นการท่องเที่ยวที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสเรียนรู้ และได้รับประสบการณ์แปลกใหม่จากการท่องเที่ยว โดยที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่าย รวมทั้งนักท่องเที่ยวจะต้องมีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยว และสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่ให้ประโยชน์ต่อชุมชนท้องถิ่น และคืนประโยชน์กลับสู่ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมแห่งนั้นด้วย การพัฒนาการท่องเที่ยวมีปัจจัยที่สำคัญที่ประกอบไปด้วย การคุ้มครองสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน การประหยัดทรัพยากรท่องเที่ยว การกระจายการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานและการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว ควรมีความตระหนักในเรื่องการรักษา เคารพต่อมรดกทางธรรมชาติ และประชากรท้องถิ่น รวมทั้งการให้ความสำคัญในการพัฒนาองค์ประกอบทางการท่องเที่ยว เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับทัศนคติ

ความหมายของทัศนคติ

กอร์ดอน อัลพอร์ต (Gordon Allport, 1976, p. 2 อ้างอิงใน สุรพงษ์ ไสชนะเสถียร, 2533, หน้า 122) “ทัศนคติ หมายถึง สภาวะของความพร้อมทางด้านจิต ซึ่งเกิดขึ้นจากประสบการณ์ สภาวะความพร้อมนี้เป็นแรงที่จะกำหนดทิศทางของปฏิกิริยาของบุคคลที่จะมีต่อบุคคล สิ่งของ หรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้อง”

แคร์ช และ ครัชฟิลด์ (Krech and Crutchfield, 1969, p. 11 อ้างอิงใน สุรพงษ์ ไสชนะเสถียร, 2533, หน้า 122) “ทัศนคติเป็นผลรวมของกระบวนการที่ก่อให้เกิดภาพการจูงใจ อารมณ์ยอมรับ และเกี่ยวพันความรู้ ซึ่งกระบวนการเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ของบุคคล”

จี เมอร์ฟี, แอล เมอร์ฟี และ ที นิวคอมบ์ (G. Murphy, L. Murphy and T. Newcomb, 1973, p. 887 อ้างอิงใน สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533, หน้า 122) “ทัศนคติ หมายถึง ความชอบ หรือไม่ชอบ พึงใจ หรือไม่พึงใจที่บุคคลแสดงออกมาต่อสิ่งต่าง ๆ”

โรเจอร์ (Rogers, 1978, pp. 208-209 อ้างอิงใน สุรพงษ์ โสภนะเสถียร, 2533, หน้า 122) ทัศนคติเป็นดัชนีที่ว่าบุคคลนั้นคิดและรู้สึกอย่างไรกับคนรอบข้าง วัตถุ หรือสิ่งแวดล้อม ตลอดจนสถานการณ์ต่าง ๆ โดยทัศนคตินั้นมีรากฐานมาจากความเชื่อที่อาจส่งผลถึงพฤติกรรมในอนาคตได้ ทัศนคติจึงเป็นเพียงความพร้อมที่จะตอบสนองต่อสิ่งเร้า และเป็นมิติของการประเมินเพื่อแสดงว่าชอบหรือไม่ชอบต่อประเด็นหนึ่ง ๆ ซึ่งถือเป็นการสื่อสารภายในบุคคล (Intrapersonal Communication) ที่เป็นผลกระทบมาจากการรับสาร อันจะมีผลต่อพฤติกรรมต่อไป

(พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน, 2525, หน้า 393) “ทัศนคติ หมายถึง แนวความคิดเห็น”

(ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2520, หน้า 3) “ทัศนคติเป็นความคิดเห็นซึ่งมีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ เป็นส่วนที่พร้อมจะมีปฏิกิริยาเฉพาะอย่างต่อสถานการณ์ภายนอก”

(ลัดดา กิติวิภาต, 2532, หน้า 2) “ทัศนคติเป็นความคิดที่มีอารมณ์เป็นส่วนประกอบ ซึ่งทำให้เกิดความพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาโต้ตอบในทางบวกหรือในทางลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

(ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์, 2537) “ทัศนคติ คือ ความเชื่อและความรู้สึกที่ทนทาน และได้รับการจัดระเบียบ อันเป็นตัวชักนำให้เราปฏิบัติไปในทางต่าง ๆ ทัศนคติไม่ได้เป็นเพียงแต่ความคิดเห็นเท่านั้น แต่มีลักษณะที่ฝังลึกมากกว่านั้น”

(ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2545, หน้า 4) “ทัศนคติหมายถึงความพร้อมในการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง ความพร้อมดังกล่าวของบุคคลเห็นได้จากพฤติกรรมที่บุคคลใดแสดงต่อสิ่งนั้น ๆ ว่าชอบหรือไม่ชอบ เห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย”

ประเภทของทัศนคติ

ไอเซน และ ฟิชไบน์ (Ajzen and Fishbein, 1975 อ้างอิงใน ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2534, หน้า 3) ทัศนคติเป็นตัวแทนที่แสดงถึงการประเมินผลของบุคคล ซึ่งสะท้อนถึงความรู้สึกอารมณ์ ตามทฤษฎีทางทัศนคติเชื่อว่าทัศนคติสามารถเรียนรู้ได้ ดังนั้น จึงสามารถเปลี่ยนแปลงได้ ขณะเดียวกันก็สามารถคงอยู่ภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทัศนคติเป็นสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรม การปฏิบัติของบุคคล บุคคลปฏิบัติอย่างใดอย่างหนึ่งสืบเนื่อง ส่วนหนึ่งมาจากทัศนคติ และพฤติกรรมนั้น ๆ จะสอดคล้องกับทัศนคติดังกล่าว ทัศนคติที่บุคคลแสดงออก มีอยู่ด้วยกัน 3 ประเภท คือ

1. ทศนคติทางบวก (Positive Attitude) เป็นทัศนคติที่จะชักนำให้บุคคลแสดงปฏิกิริยา ด้านดีต่อบุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบตัว รวมทั้งอาจจะมีส่วนทำให้คนหรือกลุ่มคน ตัดสินใจมีส่วนร่วมกับกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมด้วย

2. ทศนคติทางลบ (Negative Attitude) เป็นทัศนคติที่ชักนำให้บุคคลมีความรู้สึกที่ไม่ดี หรือเป็นไปในทางลบต่อบุคคลอื่น และสิ่งแวดล้อมรอบตัว ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้ามกับทัศนคติทางบวก ทัศนคติในทางลบมักจะเกิดขึ้นร่วมกับความไม่พอใจ อันจะมีผลทำให้เกิดความไม่สงบขึ้นในองค์กรหรือสังคมได้

3. ทศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) ผู้ที่มีทัศนคตินิ่งเฉยอาจเป็นเพราะว่าเขาไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ ดังนั้นจึงไม่มีความรู้สึกใด ๆ เกิดขึ้นกับบุคคล เรื่องราว หรือสิ่งต่าง ๆ นั้นด้วย

(ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์, 2536, หน้า 183 - 184) ประเภทของทัศนคติแสดงออกมาในรูปของพฤติกรรม 3 ลักษณะ ดังนี้

1. ทัศนคติเชิงนิมมาน หรือทัศนคติทางบวก (Positive Attitude) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกในลักษณะพึงพอใจ และเห็นชอบด้วย ทำให้บุคคลต้องการเขาใกล้สิ่งนั้น

2. ทัศนคติเชิงนิเสธ หรือทัศนคติทางลบ (Negative Attitude) เป็นพฤติกรรมที่แสดงออกมาในลักษณะไม่พึงพอใจ ไม่เห็นด้วย ไม่ชอบ จะทำให้บุคคลพยายามหลีกเลี่ยงที่จะเข้าใกล้สิ่งนั้น

3. ทัศนคตินิ่งเฉย (Passive Attitude) เป็นพฤติกรรมที่บางครั้งบุคคลอาจไม่มีความคิดเห็นต่อบุคคลอื่น เรื่องราวหรือสิ่งต่าง ๆ โดยสนใจ จนกลายเป็นความรู้สึก นิ่งเฉยต่อบุคคลนั้น เรื่องนั้น หรือสิ่งนั้น

บุคคลอาจเกิดทัศนคติทั้ง 3 ประเภทนี้เพียงประการหนึ่ง หรือหลายประการก็ได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับความเชื่อ ความรู้สึกนึกคิด และค่านิยมที่มีต่อบุคคล การกระทำ หรือสถานการณ์ มีลักษณะยั่งยืนคงทน แต่ก็เปลี่ยนแปลงได้ถ้ามีเหตุผลหรือเหตุการณ์ที่สำคัญเพียงพอ

ลักษณะของทัศนคติ

ลักษณะของทัศนคติจำแนกได้ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539, หน้า 61)

1. ทัศนคติที่มีต่อสิ่งหนึ่ง คำว่า “สิ่งหนึ่ง” (Object) ในความหมายของทัศนคติที่มุ่งสู่นักท่องเที่ยวจะสามารถตีความอย่างกว้างประกอบด้วย แนวความคิดการท่องเที่ยวเฉพาะอย่าง หรือแนวความคิดที่สัมพันธ์กับการตลาด เช่น ผลิตภัณฑ์ ชนิดหรือประเภท ตราสินค้า บริการ เป็นต้น

2. ทักษะที่มีความโน้มเอียงเกิดจากการเรียนรู้ ทักษะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเรียนรู้ เป็นผลจากประสบการณ์โดยตรงเกี่ยวกับชนิดหรือประเภท ข้อมูลที่ได้รับจากบุคคลอื่นและการเปิดรับจากสื่อมวลชน

3. ทักษะที่ไม่เปลี่ยนแปลง ลักษณะของทักษะ คือ ความสอดคล้องกับพฤติกรรมที่แสดงออก แม้ว่าจะมีแนวโน้มคงที่ แต่ทักษะไม่จำเป็นต้องถาวรสามารถเปลี่ยนแปลงได้

4. ทักษะเกิดขึ้นในแต่ละสถานการณ์ ทักษะเกิดขึ้นภายในเหตุการณ์และถูกกระทบโดยสถานการณ์ สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสซึ่งมีลักษณะเฉพาะช่วงเวลามีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างทักษะและพฤติกรรม สถานการณ์เฉพาะอาจเป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมที่ไม่สอดคล้องกับทักษะก็ได้

องค์ประกอบของทัศนคติ

1. องค์ประกอบของทัศนคติในส่วนที่เกี่ยวกับความรู้ความเข้าใจหรือความเชื่อ (The Cognitive component) องค์ประกอบแรกของทัศนคติ Hawkins ประกอบด้วยความรู้ความเข้าใจ (Cognitions) ของบุคคล นั่นคือความรู้และการรับรู้ที่บุคคลแสวงหามาได้โดยการผสมผสานของประสบการณ์โดยตรงกับทัศนคติที่มีต่อวัตถุที่เป็นเป้าหมาย (Attitude object) และข่าวสารจากแหล่งต่าง ๆ หลาย ๆ แหล่ง ความรู้นี้เป็นผลทำให้เกิดการรับรู้ซึ่งมักเป็นไปในรูปความเชื่อ นั่นคือนักท่องเที่ยวเชื่อว่าทัศนคติที่มีต่อวัตถุเป้าหมายมีหลายลักษณะ และการแสดงพฤติกรรมบางอย่างจะนำไปสู่ผลบางอย่างเช่นกัน ความเชื่อเหล่านี้อาจหมายถึงความคาดหวัง (Expectations) ด้วยการรับรู้และคาดหวังของนักท่องเที่ยวมักมีความสัมพันธ์กับความพอใจ โดยปกติความไม่พอใจมักเป็นผลมาจากการตอบสนองที่ตรง หรือไม่ตรงกับความคาดหวังนั่นเอง

2. องค์ประกอบทางด้านความชอบ อารมณ์ และความรู้สึก (Affective component) อารมณ์ หรือ ความรู้สึกที่มีต่อสินค้าหรือกิจกรรม เป็นองค์ประกอบของทัศนคติ อารมณ์ และความรู้สึกเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญเกี่ยวกับการประเมินวัตถุที่เป็นเป้าหมายของทัศนคติ โดยทั่วไป นั่นคือการทำที่บุคคลจะพิจารณาหรือแสดงทัศนคติเกี่ยวกับวัตถุที่เป็นเป้าหมายว่าชอบ (Favorable) หรือไม่ชอบ (Unfavorable)

ประสบการณ์ทางด้านความรู้สึกอาจแสดงให้เห็นสภาวะทางด้านอารมณ์ เช่น ความสุข ความเศร้า ความผิด ความประหลาดใจ สภาพทางอารมณ์อาจเพิ่มขึ้นหรือขยายประสบการณ์ในทางบวกหรือลบ การระลึกถึงประสบการณ์ได้ในภายหลังมีอิทธิพลต่อความคิดและวิถีทางที่บุคคลจะก่อปฏิกริยา

ทัศนคติก่อตัวขึ้นมาได้ 2 ทาง คือ โดยผ่านความเชื่อ และโดยผ่านความรู้สึกที่มีต่อวัตถุที่เป็นเป้าหมาย การระบุถึงวิถีทางที่ทัศนคติก่อตัวมีความสำคัญยิ่ง สำหรับองค์ประกอบ

เกี่ยวกับความตั้งใจก่อพฤติกรรมนั้น อาจกล่าวได้ว่ามีความแตกต่างไปจากองค์ประกอบแรกขององค์ประกอบนี้ไม่ได้เป็นตัวกำหนดทัศนคติแต่ความตั้งใจของผู้บุคคลขึ้นอยู่กับทัศนคติ ดังนั้นความตั้งใจของนักท่องเที่ยวที่จะกระทำอะไรบางอย่างจะเพิ่มมากขึ้นเมื่อทัศนคติของเขาดีต่อสินค้า นั้นเพิ่มมากขึ้น

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติ

ทัศนคติของบุคคลเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจากอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้ข้อมูลใหม่จากบุคคลอื่น หรือโดยผ่านจากสื่อมวลชน หรือโดยการได้รับประสบการณ์ตรง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบด้านความเข้าใจ ซึ่งมีผลทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึก และพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปด้วย

(ประภาเพ็ญ สุวรรณ, 2526, หน้า 5) ทัศนคติของบุคคลสามารถถูกทำให้เปลี่ยนแปลงได้หลายวิธี อาจโดยการได้รับข้อมูลข่าวสารจากผู้อื่น หรือจากสื่อต่าง ๆ ข้อมูลข่าวสารที่ได้รับจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของ การรับรู้เชิงแนวคิด (Cognitive Component) และเมื่อองค์ประกอบส่วนใดส่วนหนึ่งเปลี่ยนแปลง องค์ประกอบส่วนอื่นจะมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงด้วย กล่าวคือ เมื่อองค์ประกอบของทัศนคติในส่วนของ การรับรู้เชิงแนวคิดเปลี่ยนแปลง จะทำให้องค์ประกอบในส่วนของอารมณ์ (Affective Component) และองค์ประกอบในส่วนของพฤติกรรม (Behavioral Component) เปลี่ยนแปลงด้วย

การเปลี่ยนแปลงทัศนคติมี 2 ชนิด คือ

1. การเปลี่ยนแปลงไปในทางเดียวกัน หมายถึง ทัศนคติของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางบวก และทัศนคติที่เป็นไปในทางลบ ก็จะเพิ่มมากขึ้นในทางลบด้วย
2. การเปลี่ยนแปลงไปคนละทาง หมายถึง การเปลี่ยนทัศนคติเดิมของบุคคลที่เป็นไปในทางบวก ก็จะลดลงไปในทางลบ

สาเหตุการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ ได้แก่

1. ความสอดคล้องกันระหว่างความคิด ความเข้าใจ และความรู้สึก นั่นคือ เมื่อบุคคลมีความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดีต่อสิ่งใด บุคคลจะมีความคิด ความเข้าใจในสิ่งนั้นในลักษณะดังกล่าวด้วยเช่นกัน ดังนั้น ถ้าบุคคลได้รับข้อมูลใหม่หรือประสบการณ์ใหม่ ๆ ซึ่งทำให้องค์ประกอบด้านความรู้สึกของบุคคลเปลี่ยนแปลงไป ก็จะมีผลทำให้ความคิดความเข้าใจของคน ๆ นั้นเปลี่ยนแปลงไปด้วย

2. ความสอดคล้องกันระหว่างความรู้สึก ความคิด ความเข้าใจ และพฤติกรรม เมื่อไรก็ตามที่บุคคลต้องกระทำอย่างหนึ่งอย่างใด โดยที่การกระทำนั้นเป็นการกระทำที่เขาไม่เชื่อ เขาอึดอัดใจ เนื่องจากการกระทำนั้นไม่สอดคล้องกับความเชื่อของเขา ในกรณีนี้บุคคลจะเกิดความ

ขัดแย้งขึ้น เนื่องจากความเข้าใจของตนเกิดขัดแย้งกัน บุคคลจึงต้องพยายามทำอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อลดความขัดแย้งนั้น วิธีการหนึ่งก็คือเปลี่ยนความเชื่อ หรือทัศนคติของตนให้สอดคล้องกับการกระทำของตน

3. การถูกบังคับให้ยินยอม การถูกบังคับขู่เข็ญ หรือลงโทษ มีผลต่อการเปลี่ยนทัศนคติเช่นกัน แต่มักจะสำเร็จเฉพาะการเปลี่ยนทัศนคติทางองค์ประกอบด้านพฤติกรรมเท่านั้น

4. ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และอิทธิพลของกลุ่มที่บุคคลนั้นเป็นสมาชิก บุคคลอาจเปลี่ยนทัศนคติตามกลุ่มเพื่อน เพื่อให้เข้ากลุ่มเพื่อนได้ ซึ่งอาจจะขัดแย้งกับทัศนคติเดิมที่มีอยู่ ทำให้เกิดภาวะตึงเครียดในการที่จะแสดงพฤติกรรมให้สอดคล้องกับความรูสึกนึกคิดของตน ในสภาวะเช่นนี้จึงทำให้บุคคลเปลี่ยนทัศนคติไปตามสภาพการณ์นั้น

5. การเสริมแรงและการลงโทษ เมื่อบุคคลมีประสบการณ์ที่ดีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งเนื่องจากได้รับการส่งเสริมบุคคลจะมีทัศนคติที่ดีต่อสิ่งนั้น และในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลมีประสบการณ์ที่ไม่ดีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด เนื่องจากถูกลงโทษบุคคลก็จะมีทัศนคติที่ไม่ดีต่อสิ่งนั้น

6. การสื่อสารมวลชน สื่อมวลชนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงทัศนคติของประชาชน ไม่ว่าจะเป็นคำแถลงการณ์ทางวิทยุ หนังสือพิมพ์ และวารสารต่าง ๆ รวมทั้งโทรทัศน์และภาพยนตร์ กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ
กระบวนการเปลี่ยนแปลงทัศนคติ มีลำดับขั้นตอน ดังนี้ (ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานติ์, 2536, หน้า 183 - 184)

1. ความสนใจ การเอาใจใส่ เป็นกระบวนการขั้นแรกสุดที่จะทำให้คนเราเริ่มรับรู้
2. ความเข้าใจ การสื่อสารที่ใช้ภาษาหรือสิ่งที่ก่อให้เกิดความเข้าใจได้ง่าย ก็จะชักจูงได้ง่าย
3. การยอมรับ เป็นไปโดยการคล้อยตาม หรือเป็นไปโดยกระบวนการที่บุคคลดูซึมความคิด หรือแบบอย่างของคนที่เขาเชื่อถือศรัทธาเข้ามาไว้ในตัว
4. ความจำเป็น ตัวกำหนดความคงทนของทัศนคติ เพราะถ้าประทับใจและเห็นว่าเรื่องนั้นมีความสำคัญจะจดจำได้นาน

สรุปได้ว่าทัศนคติเป็นสิ่งที่แสดงถึงการประเมินของบุคคล โดยสะท้อนถึงความรู้สึกและอารมณ์ ซึ่งทัศนคติสามารถเรียนรู้ได้ เปลี่ยนแปลงได้ และสามารถคงอยู่ภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ทัศนคติสามารถแสดงออกในทางบวก ทางลบ และกลาง ๆ คือ หนึ่งเฉยไม่มีความรู้สึก ไม่มีความคิดเห็นต่อสิ่งต่าง ๆ ซึ่งทัศนคติไม่ได้มีมาแต่กำเนิด แต่เกิดจากการเรียนรู้ การสั่งสมประสบการณ์ สถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่สัมผัส การรับรู้จากสื่อมวลชน บุคลิกภาพของแต่ละ

บุคคล และความต้องการที่จะสมปรารถนาของนักท่งเกี่ยวข้องแต่ละคน ส่งผลให้ชอบหรือไม่ชอบ ประทับใจหรือไม่ประทับใจในสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

การวัดทัศนคติ

การวัดทัศนคติ ส่วนใหญ่นักจิตวิทยาจะเป็นผู้ดำเนินการ โดยให้ความสนใจในรูปแบบของการวัดชนิดต่าง ๆ ซึ่งถูกสร้างขึ้นทั้งในรูปแบบที่เป็นทางการ และไม่เป็นทางการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทฤษฎีการวัดทางจิตวิทยา (Psychometric Theory) ได้ถูกพัฒนาและนำมาใช้อย่างกว้างขวางเกี่ยวกับการวัดทัศนคติ (Scott, 1975, p. 265 อ้างอิงใน อำนาง โพนุชิต, 2539) การวัดทัศนคติเป็นสิ่งที่มีความสำคัญและเป็นประโยชน์อย่างมากในทางจิตวิทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของคน เพราะการรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ว่าเป็นไปในทิศทางใด และมีความเข้มมากน้อยแค่ไหน ย่อมจะทำให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถทำนายพฤติกรรมที่อาจจะเกิดขึ้นของบุคคลนั้นได้ และสามารถวางแผนดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งกับบุคคลหรือกลุ่มคนนั้นได้อย่างถูกต้อง และมีประสิทธิภาพ

สำหรับเทคนิควิธีที่ใช้วัดทัศนคติสามารถทำได้หลายวิธี พอสรุปได้ดังนี้

1. การสังเกต (Observation) เป็นวิธีการหนึ่งที่ใช้ศึกษาทัศนคติโดยใช้ประสาทหูและตาเป็นสำคัญ การสังเกตเป็นวิธีการศึกษาพฤติกรรมที่แสดงออกของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใดสิ่งหนึ่ง แล้วนำข้อมูลที่สังเกตนั้นไปอนุมานว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นอย่างไร (ศักดิ์ สุนทรเสถณี, 2531 อ้างอิงใน จรรยา สิทธิपालวัฒน์, 2539)

2. การสัมภาษณ์ (Interview) เป็นวิธีการที่ผู้ศึกษาจะต้องออกไปสอบถามบุคคลนั้น ๆ ด้วยตนเอง โดยอาศัยการพูดคุย ผู้สัมภาษณ์จะต้องเตรียมวางแผนล่วงหน้าว่าจะสัมภาษณ์ในเรื่องใด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นจริงมากที่สุด สก็อตต์ (Scott, 1975 อ้างอิงใน อำนาง โพนุชิต, 2539) ได้ให้ความเห็นในเรื่องการสัมภาษณ์ว่า “การสัมภาษณ์เป็นการวัดทัศนคติโดยอาศัยการตอบสนองทางคำพูด (Verbal responses) และเป็นวิธีวัดที่ถูกนำมาใช้บ่อยครั้ง เพราะมีความสะดวกและง่ายต่อการวัด เช่น การใช้คำถามปลายเปิด (Open-ended Question)”

3. แบบรายงานตนเอง (Self-Report) เป็นวิธีการศึกษาทัศนคติของบุคคลโดยให้บุคคลนั้นเล่าความรู้สึกที่มีต่อสิ่งนั้นออกมาว่ารู้สึกชอบหรือไม่ชอบ ดีหรือไม่ดี ซึ่งผู้เล่าจะบรรยายความรู้สึกนึกคิดของตัวเองออกมาตามประสบการณ์และความสามารถที่มีอยู่ ซึ่งจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละบุคคล

วิธีการศึกษาทัศนคติโดยใช้แบบรายงานตัวเองนี้ มักจะถูกสร้างขึ้นในรูปแบบของเครื่องมือวัดที่เรียกว่า มาตรวัด (Scale) เช่น มาตรวัดทัศนคติของเทอร์สโตน (Thurstone) มาตรวัดทัศนคติของลิเคอร์ท (Likert) มาตรวัดทัศนคติของออสกู๊ด (Osgood) มาตรวัดความ

ห่างทางสังคมของโบกาตัส (Bogardus) มาตราวัดความคงที่ของทัศนคติตามวิธีของกัทท์แมน (Guttman) และมาตรหน้ายิ้มสำหรับเด็ก (The Smiling Faces Scales) เป็นต้น

(อำนาจ ไพนุชิต, 2539) มาตราวัดทัศนคติถือเป็นเครื่องมือในการวิจัยทางการศึกษาอย่างหนึ่ง ที่ใช้วัดคุณลักษณะภายในทางจิตของบุคคลที่ไม่สามารถวัดได้โดยตรง ให้ผลการวัดเป็นข้อมูลเชิงปริมาณหรือตัวเลข ลักษณะของมาตราวัดทัศนคติประกอบด้วยชุดของสถานการณ์ หรือข้อความที่เป็นสิ่งเร้าให้ผู้ตอบได้แสดงพฤติกรรมตอบสนองในลักษณะเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วย เพื่อจำแนกผู้ตอบออกเป็นกลุ่ม ๆ ตามระดับทัศนคติ และแสดงผลเป็นปริมาณบนช่วงสเกลในเชิงเปรียบเทียบกับบุคคลอื่น

หลักการสร้างมาตราวัดทัศนคติที่ดีนั้น ออฟเพนไฮม์ (Oppenheim, 1966 อ้างอิงในอำนาจ ไพนุชิต, 2539) ได้ให้คำอธิบายถึงการสร้างและประเมินเครื่องมือวัด ซึ่งจะต้องคำนึงถึงหลักที่สำคัญดังต่อไปนี้

3.1 ความเป็นเอกมิติ (Unidimensionability) มาตราวัดทัศนคติที่ดีจะต้องวัดในเรื่องเดียวกัน และข้อความหรือข้อคำถามที่นำมาใช้จะต้องมีความเป็นหนึ่งเดียว โดยสามารถตรวจสอบได้จากค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของคะแนนที่ได้จากมาตราวัด

3.2 ความเป็นเส้นตรง (Linearity) และการมีช่วงเท่ากัน (Equal Intervals) มาตราวัดจะต้องอยู่ในรูปของความต่อเนื่องเป็นเส้นตรงที่สามารถจัดเรียงลำดับทัศนคติของผู้ตอบ และเป็นมาตรที่บอกความแตกต่างเป็นช่วง ๆ ได้ โดยแต่ละช่วงต้องมีความห่างเท่ากัน เพื่อกำหนดระดับทัศนคติของผู้ตอบ และสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้

3.3 ความเที่ยง (Reliability) เป็นความคงที่ หรือความคงเส้นคงวาของการวัด ในการสร้างมาตราวัดทัศนคติ ยิ่งข้อคำถามมีจำนวนมากเท่าใด ความเที่ยงก็จะมีมากขึ้นเท่านั้น

3.4 ความตรง (Validity) มาตราวัดจะต้องวัดในสิ่งที่ต้องการวัดได้จริง โดยข้อคำถามที่นำมาใช้จะต้องมีความเป็นหนึ่งเดียว และมีความสัมพันธ์กันสูง

3.5 ความสามารถในการสร้างใหม่ (Reproducibility) เป็นการวิเคราะห์เนื้อหาสาระของข้อคำถามว่าสามารถจะสร้างสเกลใหม่ได้หรือไม่

4. เทคนิคการฉายออก (Projective Techniques) เป็นการวัดทัศนคติโดยการให้สร้างจินตนาการจากภาพ โดยใช้ภาพเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลนั้นแสดงความคิดเห็นออกมา เพื่อสังเกตและวัดได้ว่าบุคคลนั้นมีความรู้สึกอย่างไร ซึ่งบุคคลนั้นจะแสดงออกตามประสบการณ์ของตนเอง และแต่ละคนจะมีลักษณะของการแสดงออกที่ไม่เหมือนกัน

5. การทำงานบางอย่างที่กำหนดให้ การวัดทัศนคติด้วยวิธีนี้ นักจิตวิทยาสังคมเชื่อว่า พฤติกรรมที่บุคคลแสดงการทำงานบางอย่างที่กำหนดให้ นั้น เป็นผลมาจากความรู้สึกนึกคิดหรือ ทัศนคติของบุคคลนั่นเอง การวัดทัศนคติด้วยวิธีนี้คล้ายคลึงกันเทคนิควิธีการฉายออก คือ ผู้ถูก วัดอาจไม่รู้ตัวว่ากำลังถูกวัดทัศนคติ แต่คิดว่ากำลังถูกทดสอบประสิทธิภาพในการทำงาน

6. ปฏิกริยาการตอบสนองทางร่างกาย นักจิตวิทยาสังคมส่วนใหญ่มักจะรายงานผล การศึกษาทางด้านทัศนคติ หรือการวัดทัศนคติ โดยกล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างความเข้มข้น (Intensity) หรือความรุนแรง (Extremity) ของทัศนคติกับปฏิกริยาการตอบสนองทางร่างกาย เช่น อัตราการเต้นของหัวใจต่อหน้าที่ การขยายของม่านตา เป็นต้น มากกว่าที่จะกล่าวถึงทิศทางของ ทัศนคติ เช่น ทัศนคติทางบวกหรือทางลบ

วิธีวัดทัศนคติทั้ง 6 วิธีข้างต้นนี้ ในปัจจุบันยังหาข้อสรุปที่แน่ชัดไม่ได้ว่าวิธีใดเป็นวิธีที่ดีที่สุด เพราะแต่ละวิธีต่างก็มีลักษณะเฉพาะที่สำคัญ การที่จะสรุปว่าเทคนิควิธีวัดใดเป็นวิธีที่ดีที่สุด นั้น ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมายของการวัดแต่ละอย่าง

ทั้งนี้ ออพเพนไฮม์ได้เสนอแนะไว้ว่า ในการวัดทัศนคติโดยใช้มาตรวัด หากต้องการที่จะ ศึกษารูปแบบทัศนคติ (Attitude Pattern) หรือการสำรวจทฤษฎีทัศนคติ (Theories of Attitudes) มาตรวัดของลิเคอร์ท (Likert) จะเป็นเทคนิควิธีที่เหมาะสมที่สุด หรือหากต้องการที่จะศึกษาการ เปลี่ยนแปลงทัศนคติ (Attitude Change) วิธีของกัตท์แมน (Guttman) จะเป็นวิธีที่ดีที่สุด และ หากต้องการที่จะศึกษาความแตกต่างของกลุ่ม (Group Differences) การใช้วิธีของเธอร์สโตน (Thurstone) จะเป็นวิธีที่เหมาะสมที่สุด ดังนั้น สรุปได้ว่า การนำเทคนิควิธีวัดแบบต่าง ๆ มาใช้ จะต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายของการวัดเฉพาะอย่างด้วย

ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ

(ดวงเดือน พันธุมนาวิน, 2530) ประโยชน์ของการวัดทัศนคติ สรุปได้ดังนี้

1. วัดทัศนคติเพื่อทำนายพฤติกรรม ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมเป็น เครื่องแสดงให้เห็นว่าบุคคลนั้นมีทัศนคติต่อสิ่งนั้นไปในทางที่ดีหรือไม่ดี มากหรือน้อยเพียงใด ซึ่ง ทัศนคติของบุคคลนี้เองจะเป็นเครื่องทำนายว่าบุคคลนั้นจะมีการกระทำต่อสิ่งนั้นไปในทางใด นอกจากนี้ ยังเป็นแนวทางให้ผู้อื่นปฏิบัติต่อบุคคลนั้นได้อย่างถูกต้อง และอาจเป็นแนวทางให้ ผู้อื่นสามารถควบคุมพฤติกรรมของบุคคลนั้นได้ด้วย

2. วัดทัศนคติเพื่อหาทางป้องกัน การที่บุคคลจะมีทัศนคติต่อสิ่งใดนั้น เป็นสิทธิของแต่ละบุคคล แต่การอยู่ร่วมกันในสังคมอย่างสงบสุข บุคคลในสังคมนั้นควรจะมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ คล้ายคลึงกัน ซึ่งจะทำให้เกิดความร่วมมือร่วมใจกัน และไม่เกิดความแตกแยกขึ้นในสังคม

3. วัดทัศนคติเพื่อหาทางแก้ไข การวัดทัศนคติจะทำให้เราทราบว่าบุคคลมีทัศนคติต่อสิ่งหนึ่งไปในทิศทางใด ดีหรือไม่ดี เหมาะสมหรือไม่เหมาะสม ดังนั้น การรู้ถึงทัศนคติของบุคคลหนึ่ง จะช่วยให้เราสามารถวางแผนและดำเนินการแก้ไขลักษณะที่ไม่เหมาะสมของบุคคลนั้นได้

4. วัดทัศนคติเพื่อให้เข้าใจสาเหตุและผล ทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ เปรียบเสมือนเป็นสาเหตุภายในที่ทำให้บุคคลแสดงพฤติกรรมไปได้ต่าง ๆ กัน ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากสิ่งแวดล้อมหรือสาเหตุภายนอกด้วยส่วนหนึ่ง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความหมายของความพึงพอใจ

วรูม (Vroom, W.H., 1964, p. 99 อ้างอิงใน ญาณี ยงชัยตระกูล และมาริสรา ศรีสุข, 2551, หน้า 26) กล่าวว่า ทัศนคติและความพึงพอใจนั้นสามารถใช้แทนกันได้ เพราะทั้งสองคำนี้หมายถึงผลของการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น โดยทัศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพความพึงพอใจ และทัศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจในสิ่งนั้น

โวลแมน (Wolman, B.B., 1973, p. 384 อ้างอิงใน ญาณี ยงชัยตระกูล และมาริสรา ศรีสุข, 2551, หน้า 27) กล่าวว่า “ความพึงพอใจคือความรู้สึกมีความสุขเมื่อได้รับผลสำเร็จตามความมุ่งหมาย (Goals) ความต้องการ (Wants) หรือแรงจูงใจ (Motiations)”

เชลลีย์ (Shelly, 1975, pp. 252-268 อ้างอิงใน วันวิสา ปฏิมาประกอ, 2545, หน้า 11) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึกในทางบวก และ ความรู้สึกในทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถทำให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีก ดังนั้น จะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความสลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ ทั้งนี้ ความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวก และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ

เกอร์สัน (Richard F. Gerson, 1993 อ้างอิงใน พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, 2546) กล่าวว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะเกิดขึ้นได้เมื่อสินค้าหรือบริการของเราตรงกับความต้องการ หรือเกินความคาดหวังของพวกเขา ลูกค้าคนหนึ่งจะรู้สึกพึงพอใจเมื่อไรก็ตามที่ความต้องการของเขา

(ไม่ว่าจะเป็นความต้องการที่แท้จริงหรือเป็นเพียงแค่ความรู้สึกเท่านั้น) ได้รับการตอบสนองในระดับตามที่คาดหวังหรือเกินความคาดหวัง

(อุทัย หิรัญโต, 2523, หน้า 272 อ้างอิงใน นริษา นราศรี, 2544, หน้า 28) “ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่ทำให้ทุกคนเกิดความสบายใจ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการของเขาทำให้เขาเกิดความสุข”

(ไพบุลย์ ช่างเรียน, 2516, หน้า 146-147 อ้างอิงใน นริษา นราศรี, 2544, หน้า 28) ความพึงพอใจเป็นความต้องการทางร่างกาย มีความรุนแรงในตัวบุคคล ในการร่วมกิจกรรมเพื่อสนองความต้องการทางร่างกาย เป็นผลทำให้เกิดความพึงพอใจ แล้วจะรู้สึกต้องการความมั่นคงปลอดภัย เมื่อบุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการทางร่างกายและความต้องการความมั่นคงแล้ว บุคคลจะเกิดความผูกพันมากขึ้นเพื่อให้เป็นที่ยอมรับว่าตนเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม

จากความหมายของความพึงพอใจข้างต้น อาจสรุปได้ว่าความพึงพอใจคือความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง อันเกิดจากพื้นฐานของการรับรู้ ค่านิยม และประสบการณ์ที่แต่ละบุคคลได้รับ และจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อสิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการให้แก่บุคคลนั้นได้ ซึ่งระดับความพึงพอใจของแต่ละบุคคลย่อมมีความแตกต่างกันออกไป

การสร้างความพึงพอใจ

พาราสุรามาน และคณะ (Parasuraman, Zeithaml, and Berry, 1985, pp. 41-50 อ้างอิงใน เกรียงสิน ประสงค์สุกาญจน์, 2547, ไม่มีเลขหน้า) กล่าวถึงปัจจัยหลัก 5 ประการที่ผู้ให้บริการจำเป็นต้องคำนึงถึง เพื่อสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ดังนี้

1. Reliability หมายถึง ความแม่นยำในการให้บริการ และการรักษาสัญญาต่อลูกค้า
2. Responsiveness หมายถึง ความพร้อมในการให้บริการ
3. Assurance หมายถึง ความรู้ความสามารถ และอหิยาศัยของผู้ให้บริการ
4. Empathy หมายถึง ความเอาใจใส่ และความเข้าใจต่อความต้องการของลูกค้า
5. Tangible หมายถึง ความแม่นยำในการให้บริการ

ทั้งนี้ ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับ Reliability (30%) ตามด้วย Responsiveness (25%), Assurance (20%), Empathy (16%), และ Tangible (9%) ถึงแม้ว่าน้ำหนักของปัจจัยแต่ละปัจจัยจะมีความแตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม การพิจารณาปัจจัยดังกล่าวของกลุ่มลูกค้ามีความเกี่ยวเนื่องกัน หมายถึง ถ้าเกิดความบกพร่องในปัจจัยใดปัจจัยหนึ่ง จะส่งผลกระทบต่อในการพิจารณาปัจจัยอื่น ๆ ด้วยเช่นกัน

(พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, 2546) ได้อธิบายเกี่ยวกับองค์ประกอบในการสร้างความพึงพอใจ วิธีการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว และวิธีการจัดการและสร้างการบริการที่เกินความคาดหมาย ซึ่งสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. องค์ประกอบในการสร้างความพึงพอใจ และวิธีการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

1.1 องค์ประกอบในการสร้างความพึงแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

1.1.1 การแสดงตัวหรือปรากฏกายที่น่าเชื่อถือ สุภาพ เรียบร้อย ดูดี น่าประทับใจ

1.1.2 การมีทักษะที่ดีในการติดต่อสื่อสาร ทำความเข้าใจกับผู้เป็นลูกค้า

1.1.3 การปฏิบัติงานด้วยความทุ่มเทแรงกายแรงใจ กระตือรือร้น มุ่งมั่นในการปฏิบัติหน้าที่

1.1.4 มีความสามารถในการระบุความต้องการของลูกค้า และตอบสนองได้อย่างถูกต้อง

1.2 วิธีการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดเตรียมบริการที่เป็นเลิศไว้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

2. วิธีการจัดการและสร้างการบริการที่เกินความคาดหมาย (Exceeding Customers Highest Hopes) ตามแนวคิดของ Parasuraman ที่ผู้ให้บริการควรตั้งคำถามต่อไปนี้ตลอดเวลา คือ

2.1 เราพยายามนำเสนอภาพอย่างแท้จริงของการบริการต่อลูกค้าอย่างเต็มที่หรือไม่ เราตรวจสอบความถูกต้องของข่าวสารการส่งเสริมการตลาดก่อนการเปิดรับข่าวสารของลูกค้าหรือไม่ มีการติดต่อสื่อสารอย่างสม่ำเสมอระหว่างพนักงานที่ให้บริการลูกค้ากับพนักงานที่ทำพันธสัญญาไว้กับลูกค้าหรือไม่ เราประเมินผลกระทบจากความคาดหวังของลูกค้าต่อการกระทำของบริษัท เช่น ราคา หรือไม่

2.2 การบริการอย่างถูกต้องตั้งแต่แรกถูกจัดวางไว้เป็นลำดับความสำคัญสูงสุดของบริษัทหรือไม่ เราเน้นกับพนักงานของเราหรือไม่ว่าการให้บริการที่เชื่อถือได้คือวิธีการจัดการวิธีหนึ่งที่สนองความคาดหวังของลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ พนักงานของเราได้รับการฝึกอบรมและได้รับรางวัลจากการส่งมอบการบริการโดยปราศจากความผิดพลาดหรือไม่ เราประเมินการออกแบบบริการเป็นประจำเพื่อค้นหาและแก้ไขข้อบกพร่องที่อาจเกิดขึ้นหรือไม่

2.3 เราติดต่อสื่อสารกับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ เราติดต่อกับลูกค้าเพื่อค้นหาความต้องการของลูกค้าและแสดงความชื่นชมธุรกิจของเขาเป็นระยะ ๆ หรือไม่ เราฝึกอบรมและต้องการให้พนักงานแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าเราห่วงใยและเห็นคุณค่าของเขาหรือไม่

2.4 เราทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงหรืออัศจรรย์ใจต่อกระบวนการให้บริการหรือไม่ พนักงานของเราตระหนักหรือไม่ว่าขั้นตอนการส่งมอบบริการเป็นโอกาสสำคัญที่ทำให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่เกินความคาดหวัง เรามีขั้นตอนพิเศษเพื่อกระตุ้นให้เกิดความเป็นเลิศขณะส่งมอบบริการหรือไม่

2.5 พนักงานของเราพลิกปัญหาของการบริการให้เป็นโอกาสที่จะทำให้ลูกค้าประทับใจหรือเป็นเรื่องที่น่ารำคาญหรือไม่ เราได้เตรียมและกระตุ้นให้พนักงานมีการปรับปรุงขั้นตอนการบริการที่ดีเลิศหรือไม่ เราให้รางวัลแก่พนักงานที่สามารถให้บริการได้เห็นความคาดหวังหรือไม่

2.6 เราประเมินและปรับปรุงการปฏิบัติงานให้ตรงตามความคาดหวังของลูกค้าอย่างต่อเนื่องหรือไม่ เรายึดมั่นต่อการปฏิบัติที่ให้การบริการที่เหมาะสมหรือไม่ เราได้ลงทุนต่อโอกาสในการให้การบริการที่เกินความคาดหมายหรือไม่

เกอร์สัน (Richard F. Gerson, 1993 อ้างอิงใน พิพัฒน์ ก้องกิจกุล, 2546) ได้อธิบายถึงหลักในการบริหารคุณภาพบริการและความพึงพอใจของลูกค้าเชิงรุก 10 ประการ คือ

1. ทุก ๆ คนตั้งใจปฏิบัติหน้าที่เพื่อลูกค้า องค์กรจะต้องเน้นให้ความสำคัญกับลูกค้าในทุก ๆ ส่วนงานอย่างสมบูรณ์

2. ทำความรู้จักลูกค้าอย่างใกล้ชิด การรู้จักกับลูกค้าจะสร้างความได้เปรียบมากกว่าคู่แข่ง เพราะบริษัทกำลังเสนอสิ่งที่ลูกค้าปรารถนาและเรียกร้องอย่างแท้จริง การพูดคุยโดยตรงกับลูกค้า ถามคำถาม ทำการสำรวจ สร้างความสัมพันธ์ใกล้ชิดเพื่อเรียนรู้ลูกค้าว่าลูกค้าเป็นใคร อะไรคือสิ่งที่เขาต้องการ และสนองตอบความต้องการของลูกค้า

3. สร้างคุณภาพจากภายใน เมื่อทราบว่าลูกค้าต้องการอะไร จงให้สิ่งนั้นแก่ลูกค้าด้วยคุณภาพระดับสูงสุดเท่าที่จะเป็นไปได้ และระลึกเสมอว่าคุณภาพอะไรก็ตามที่ลูกค้าพูดว่าจะต้องเป็นเช่นนั้นอย่างนี้ เราก็สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทุกวัน สร้างคุณภาพสินค้าและบริการตั้งแต่วินาทีแรกทีเดียว

4. พัฒนาแนวทางสู่การปลูกจิตสำนึกให้รักลูกค้า การให้ความสำคัญกับลูกค้าอย่างเดียวนั้นยังไม่พอเพียง จะต้องรักลูกค้าอย่างที่เรอยากให้ลูกค้ารักเรา มุ่งให้ความสำคัญกับลูกค้าแบบฝังรากลึก และอุทิศเต็มกำลังในการให้การบริการเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวันของเราและธุรกิจของเรา

5. การฝึกอบรมพนักงาน พนักงานเป็นองค์ประกอบอันหนึ่งของการสร้างคุณภาพ และทำให้ลูกค้าพึงพอใจ การทำให้งานบริการลูกค้าและคุณภาพดีขึ้นเป็นหน้าที่ของทุกคน จึงจำเป็นต้องฝึกอบรมพนักงานในองค์กร ทั้งทางด้านเทคนิคและด้านที่เกี่ยวกับงานบริการ

6. ให้อำนาจกับพนักงาน การฝึกอบรมให้พนักงานสร้างงานคุณภาพ ให้บริการแก่ลูกค้าอย่างดีเลิศ และมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า เท่านั้นไม่เพียงพอ จะต้องให้อำนาจกับพนักงานด้วย ในการที่จะทำสิ่งใดก็ได้ที่จะรับประกันได้ว่าลูกค้ารู้สึกได้รับความพึงพอใจ

7. วัดและประเมินผลด้วยเหตุผล 2 ประการ ประการแรกคือ สิ่งใดก็ตามที่ได้รับการวัดและประเมิน จะได้รับการสานต่อให้สำเร็จ ประการที่สอง การวัดและประเมินผลเพื่อปรับปรุงให้ดีขึ้น การวัดผลงานพนักงานและตัวเรา วัดคุณภาพสินค้าและบริการ และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงตามความจำเป็นและเหมาะสม โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของผลต่าง ๆ

8. ชื่นชมและให้รางวัลตอบแทนแก่พนักงานและลูกค้า แสดงความชื่นชมต่อพนักงาน สำหรับการปฏิบัติงานที่ดี จะทำให้เขาารู้สึกว่าเราใส่ใจต่อพวกเขาในฐานะผู้ร่วมงาน แสดงให้ลูกค้าเห็นว่าเราชื่นชมในกิจการของเขา ทำให้เขารู้สึกว่าเราใส่ใจต่อพวกเขาในฐานะที่เป็นบุคคลสำคัญ

9. ออกจากวิถีทางเดิม ๆ ทุกคนต่างมุ่งแสวงหาสิ่งต่าง ๆ ที่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป และคู่แข่งต่างก็ให้คุณภาพและคุณค่าแก่ลูกค้า เราต้องสร้างความแตกต่างให้กับธุรกิจด้วยวิธีการใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากวิธีเดิม ๆ ให้สิ่งที่เป็นประโยชน์เป็นคุณค่าเสริมให้กับลูกค้ามากที่สุดเท่าที่จะทำได้ และสามารถทำให้ลูกค้าพึงพอใจที่พวกเขาไม่เคยคิดหรือคาดหวังไว้

10. ทำให้ดียิ่งกว่า ในภาวะการแข่งขันรุนแรง หากสำรวจพบว่าลูกค้าบอกว่าคุณภาพของเรายอดเยี่ยมและบริการเป็นเลิศ และรู้สึกพึงพอใจอย่างยิ่งกับวิถีปฏิบัติของเรา เราจะต้องมองหาแนวทางใหม่ ๆ ที่ทำให้ทุกสิ่งทุกอย่างที่ทำนั้นดียิ่งขึ้นกว่าเดิม คุณภาพสามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้เสมอ เช่นเดียวกับระดับความพึงพอใจของลูกค้าก็สามารถทำให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นได้

การวัดความพึงพอใจ

การวัดความพึงพอใจในการใช้บริการสามารถกระทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้ (สายโรช ไสยสมบัติ, 2534, หน้า 39)

1. การใช้แบบสอบถาม เป็นวิธีการที่นิยมใช้กันแพร่หลายวิธีหนึ่ง โดยการร้องขอหรือขอความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่ต้องการวัด เพื่อให้แสดงความคิดเห็นลงในแบบฟอร์มที่กำหนดคำตอบไว้ให้เลือกตอบหรือเป็นคำตอบอิสระ โดยคำถามที่ถามอาจจะถามถึงความพึงพอใจในด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานกำลังให้บริการอยู่ เช่น ลักษณะของการให้บริการ สถานที่ให้บริการ บุคลากรที่ให้บริการ เป็นต้น

2. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ ซึ่งเป็นวิธีการที่ต้องอาศัยเทคนิคและความชำนาญพิเศษของผู้สัมภาษณ์ที่จะลงใจให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตอบคำถามให้ตรงกับข้อเท็จจริง การวัดความพึงพอใจโดยวิธีการสัมภาษณ์นับว่าเป็นวิธีที่ประหยัดและมีประสิทธิภาพอีกวิธีหนึ่ง

3. การสังเกต เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้ โดยใช้วิธีการสังเกตจากพฤติกรรมทั้งก่อนมารับบริการ ขณะรอรับบริการ และหลังจากการได้รับบริการแล้ว เช่น การสังเกตกิริยาท่าทาง การพูด สีหน้า และความถี่ของการมาขอรับบริการ เป็นต้น การวัดความพึงพอใจโดยวิธีนี้ผู้วัดจะต้องกระทำอย่างจริงจังและมีแบบแผนที่แน่นอน จึงจะสามารถประเมินถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการได้อย่างถูกต้อง

(หทัยรัตน์ ประทุมสูตร, 2542, หน้า 14) กล่าวว่า การวัดความพึงพอใจ เป็นเรื่องที่เปรียบเทียบได้กับความเข้าใจทั่ว ๆ ไป ซึ่งปกติจะวัดได้โดยการสอบถามจากบุคคลที่ต้องการจะถาม มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยหลาย ๆ อย่าง อย่างไรก็ดี ถึงแม้ว่าจะมีการวัดอยู่หลายแนวทาง แต่การศึกษาความพึงพอใจอาจแยกตามแนวทางวัดได้สองแนวคิด ตามความคิดเห็นของชาลีสซ นิคค์ คริสเทนส์ กล่าวคือ

1. วัดจากสภาพทั้งหมดของแต่ละบุคคล เช่น สถานที่ทำงาน บ้าน และจากทุก ๆ อย่างที่เกี่ยวข้องกับชีวิต การศึกษาตามแนวทางนี้จะได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ แต่ทำให้เกิดความยุ่งยากกับการที่จะวัดและเปรียบเทียบ

2. วัดโดยแยกออกเป็นองค์ประกอบ เช่น องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับงาน

กล่าวโดยสรุปคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อการเดินทางท่องเที่ยวทำให้เกิดความรู้สึกได้รับการตอบสนองที่ตรงจุด ตรงตามความต้องการหรือเกินกว่าความคาดหวัง แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างความพึงพอใจ เป็นการให้ความสำคัญและการให้บริการที่เกินความคาดหวังของนักท่องเที่ยว โดยนำเสนอภาพและตรวจสอบข้อมูลข่าวสารที่ส่งมอบให้แก่ลูกค้า พนักงานและบุคลากรผู้ให้บริการได้รับการฝึกฝนอย่างถูกต้องเหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าและสามารถสร้างสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า อีกทั้งยังสามารถสร้างความแตกต่างในแต่ละขั้นตอนของกระบวนการให้บริการ และมีการประเมินปัญหาหรือข้อผิดพลาดที่เกิดขึ้น ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาการบริการให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด หรือตอบสนองได้อย่างเกินความคาดหมาย ส่วนการวัดความพึงพอใจต่อบริการนั้น สามารถที่จะทำการวัดได้หลายวิธี ทั้งนี้จะต้องขึ้นอยู่กับความสะดวก ความเหมาะสม

ตลอดจนจุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการวัดด้วย จึงจะส่งผลให้การวัดนั้นมีประสิทธิภาพเป็นที่น่าเชื่อถือได้

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับจังหวัดแพร่

ตราประจำจังหวัดแพร่



ภาพ 2 ตราประจำจังหวัดแพร่

จังหวัดแพร่มีตราประจำจังหวัดเป็นรูปพระธาตุช่อแฮประดิษฐานอยู่บนหลังม้า โดยมีที่มาจากตำนานที่ขานเล่าสืบต่อกันมาว่า เมืองแพร่และเมืองน่านมีเจ้าผู้ครองนครเป็นพี่น้องกัน และได้ปกครองเมืองทั้งสองร่วมกันโดยมิได้แบ่งอาณาเขตแน่นอน ต่อมาพี่น้องทั้งสองได้นัดหมายมาพบกันเพื่อแบ่งปันอาณาเขตเมือง ครั้นเมื่อถึงกำหนด เจ้าผู้ครองนครแพร่ได้ใช้ม้าเป็นพาหนะในการเดินทาง ฝ่ายเจ้าผู้ปกครองนครน่านนั้นใช้โคเป็นพาหนะ เมื่อทั้งสองได้เดินทางมาพบกันที่ยอดเขาแห่งหนึ่ง จึงได้ตกลงปันเขตแดนกันตรงนั้น และให้ชื่อเขาแห่งนั้นว่า "เขาครีิ่ง" ด้วยเหตุที่เจ้าผู้ครองนครแพร่ใช้ม้าเป็นพาหนะ จึงทำให้ได้เขตแดนมาครองครองมากกว่าเจ้าผู้ครองนครน่านที่ใช้โคเป็นพาหนะ จากตำนานนี้เอง จังหวัดแพร่จึงใช้ม้าเป็นตราเมือง ส่วนจังหวัดน่านก็ใช้โคเป็นตราเมืองเช่นเดียวกัน

ในปี พ.ศ. 2483 เมื่อรัฐบาลได้กำหนดให้แต่ละจังหวัดมีตราประจำจังหวัดของตนเอง จังหวัดแพร่จึงเสนอรูปม้ายืนเป็นดวงตราประจำจังหวัดแพร่ แต่กรมศิลปากรมีความเห็นว่าควรจะนำภาพโบราณสถานที่สำคัญของจังหวัดแพร่มาประกอบเข้าด้วย ดังนั้น จังหวัดแพร่จึงทำรูปม้ายืนและมีพระธาตุช่อแฮอยู่บนหลังม้าใช้เป็นดวงตราประจำจังหวัดแพร่สืบเรื่อยมาจนปัจจุบัน

ดอกไม้ประจำจังหวัด

ดอกยมหิน

คำขวัญประจำจังหวัดแพร่

“หม้อห้อมไม้สัก ถิ่นรักพระลอ ช่อแฮศรีเมือง ลือเลื่องแพะเมืองผี คนแพร่นี้ใจงาม”

ลักษณะทางภูมิศาสตร์

จังหวัดแพร่ตั้งอยู่ระหว่างเส้นรุ้งเหนือที่ 14.70 ถึง 18.44 องศา กับเส้นแวงที่ 99.58 ถึง 100.32 องศา สูงจากระดับน้ำทะเลประมาณ 155 เมตร มีพื้นที่ 6,538.598 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,086,624 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 1.27 ของพื้นที่ประเทศไทย ระยะห่างจากกรุงเทพมหานคร 551 กิโลเมตรโดยทางรถยนต์ ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขาล้อมรอบทั้งสี่ทิศ มีที่ราบในหุบเขาอยู่ตอนกลางจังหวัด มีแม่น้ำยมไหลผ่าน พื้นที่ของจังหวัดแพร่ส่วนใหญ่เป็นภูเขา โดยมีภูเขาล้อมรอบทั้งสี่ทิศ ลักษณะคล้ายแอ่งกระทะ พื้นที่ส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 เป็นภูเขา มีพื้นที่ราบเพียงร้อยละ 20 โดยลาดเอียงไปทางทิศใต้ตามแนวการไหลของแม่น้ำยม พื้นที่ราบของจังหวัดจะอยู่ระหว่างหุบเขา ประกอบด้วย 2 พื้นที่ใหญ่ ๆ ซึ่งถูกใช้เป็นที่อยู่อาศัยและทำการเกษตร พื้นที่แรก คือ ที่ราบบริเวณพื้นที่อำเภอวังทอง อำเภอเมือง อำเภอสูงเม่น และอำเภอเด่นชัย ซึ่งเป็นที่ราบแปลงใหญ่ และอีกหนึ่งพื้นที่หนึ่ง คือ บริเวณที่ตั้งอำเภอลองและอำเภอดงขลับ ซึ่งที่ราบดังกล่าว ใช้เป็นที่อยู่อาศัย และทำการเกษตร

ลักษณะภูมิอากาศ

ลักษณะภูมิอากาศของจังหวัดแพร่จัดอยู่ในลักษณะแบบฝนเมืองร้อนเฉพาะฤดูฝน หรือแบบทุ่งหญ้าเมืองร้อน (Tropical Savanna) บริเวณดังกล่าวอยู่ในเขตร่องอากาศเขตร้อน (Intertropical Convergence Zone) ปริมาณและการกระจายของฝนจะได้รับอิทธิพลจากลมมรสุม 2 ประเภท คือ ลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ทำให้มีฝนตกชุก และลมตะวันออกเฉียงเหนือที่นำเอาอากาศหนาวและแห้งแล้งจากประเทศจีนมาปกคลุมทั่วบริเวณภาคเหนือของประเทศไทย นอกจากนี้ เนื่องจากลักษณะพื้นที่ของจังหวัดแพร่ที่เป็นแอ่งคล้ายก้นกระทะ ลักษณะภูมิประเทศเป็นภูเขา จึงทำให้สภาพอากาศแตกต่างกันมาก ลักษณะภูมิอากาศของจังหวัดแพร่แบ่งเป็น 3 ฤดูกาล คือ ฤดูหนาว เริ่มในเดือนพฤศจิกายน ถึงเดือนกุมภาพันธ์, ฤดูร้อน เริ่มประมาณเดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม, ฤดูฝน เริ่มประมาณเดือนมิถุนายน ถึงเดือนตุลาคม

ปริมาณน้ำฝนจากสถิติภูมิอากาศของจังหวัดแพร่ในระหว่างปี พ.ศ. 2548 - 2552 จะมีค่าเฉลี่ยประมาณ 1,226.94 มม. โดยมีฝนตกมากที่สุดในปี พ.ศ. 2549 วัดได้ 1,398.7 มม. จำนวนวันที่ฝนตก 137 วัน และฝนตกน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2550 วัดได้ 1,046.1 มม. จำนวนวันที่ฝนตก 1,132 วัน

อุณหภูมิของจังหวัดแพร่ในระหว่างปี พ.ศ. 2548 - 2552 มีอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 26.43 องศาเซลเซียส อุณหภูมิต่ำสุดเฉลี่ยประมาณ 18.79 องศาเซลเซียส โดยอุณหภูมิต่ำที่สุดเฉลี่ยวัดได้ 9.2 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 14 มกราคม 2552 และอุณหภูมิสูงสุดเฉลี่ยประมาณ 36.00 องศาเซลเซียส โดยอุณหภูมิสูงที่สุดเฉลี่ยวัดได้ 40.9 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 1 เมษายน 2548

อาณาเขต

จังหวัดแพร่มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง 5 จังหวัด ดังนี้
ทิศเหนือ ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง จังหวัดน่าน และจังหวัดพะเยา
ทิศใต้ ติดต่อกับ จังหวัดอุตรดิตถ์ และจังหวัดสุโขทัย
ทิศตะวันออก ติดต่อกับ จังหวัดน่าน และจังหวัดอุตรดิตถ์
ทิศตะวันตก ติดต่อกับ จังหวัดลำปาง

การปกครอง

จังหวัดแพร่ แบ่งการปกครองเป็น 8 อำเภอ 78 ตำบล ดังนี้

1. อำเภอเมืองแพร่ มี 20 ตำบล ได้แก่ ตำบลในเวียง ตำบลนาจักร ตำบลน้ำคำ ตำบลป่าแดง ตำบลทุ่งไฉ้ง ตำบลเหมืองหม้อ ตำบลวังธง ตำบลแม่หลาย ตำบลห้วยม้า ตำบลป่าเมต ตำบลบ้านถิ่น ตำบลสวนเขื่อน ตำบลวังหงส์ ตำบลแม่คำมี ตำบลทุ่งกวาว ตำบลท่าข้าม ตำบลแม่ยม ตำบลช่อแฮ ตำบลร่องฟอง และตำบลกาญจนนา
2. อำเภอสูงเม่น มี 12 ตำบล ได้แก่ ตำบลสูงเม่น ตำบลน้ำคำ ตำบลหัวฝาย ตำบลดอนมูล ตำบลบ้านเหล่า ตำบลบ้านกวาง ตำบลบ้านปง ตำบลบ้านกาศ ตำบลร่องกาศ ตำบลสบสาย ตำบลเวียงทอง และตำบลพระหลวง
3. อำเภอหนองม่วงไข่ มี 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลแม่คำมี ตำบลหนองม่วงไข่ ตำบลน้ำรัต ตำบลวังหลวง ตำบลทุ่งแก้ว และตำบลตำหนักธรรม
4. อำเภอเด่นชัย มี 5 ตำบล ได้แก่ ตำบลเด่นชัย ตำบลแม่จิว ตำบลไทรย้อย ตำบลห้วยไร่ และตำบลปงป่าหวาย
5. อำเภอร่องกวาง มี 11 ตำบล ได้แก่ ตำบลร่องกวาง ตำบลร่องเขม ตำบลน้ำเลา ตำบลบ้านเวียง ตำบลทุ่งศรี ตำบลแม่ยางตาล ตำบลแม่ยางฮ่อ ตำบลแม่ยางร้อง ตำบลไผ่โทน ตำบลห้วยโรง และตำบลแม่ทราย
6. อำเภอลอง มี 9 ตำบล ได้แก่ ตำบลห้วยฮ้อ ตำบลบ้านปิน ตำบลต้าผามอก ตำบลเวียงต้า ตำบลปากกาง ตำบลหัวทุ่ง ตำบลทุ่งแล้ง ตำบลป่อเหล็กทอง และตำบลแม่ปาน

7. อำเภอสอง มี 8 ตำบล ได้แก่ ตำบลบ้านหนูน ตำบลบ้านกลาง ตำบลห้วยหม้าย ตำบลเตาปูน ตำบลหัวเมือง ตำบลทุ่งน้ำว ตำบลสะเคียบ และตำบลแดนชุมพล

8. อำเภอวังชิ้น มี 7 ตำบล ได้แก่ ตำบลวังชิ้น ตำบลสรอย ตำบลแม่ป่าก ตำบลแม่เกิง ตำบลแม่พุง ตำบลนาพูน และตำบลป่าสัก

ประชากร

จากข้อมูลของที่ทำการปกครองจังหวัดแพร่ ซึ่งได้รวบรวมไว้จนถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2552 จังหวัดแพร่มีประชากร 462,654 คน (เพศชาย 225,956 คน, เพศหญิง 236,698 คน) มีจำนวนบ้านเรือน 158,010 หลังคาเรือน

ประวัติความเป็นมา

จังหวัดแพร่ เป็นเมืองที่มีความเก่าแก่ และมีประวัติความเป็นมายาวนานเมืองหนึ่งในภาคเหนือของประเทศไทย แม้ว่าประวัติการสร้างเมืองจะไม่มีปรากฏเป็นจารึกในศิลาใดที่หนึ่งโดยเฉพาะ แต่จากการศึกษาโดยอาศัยหลักฐานทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีจากเมืองอื่น ๆ เช่น พงศาวดารโยนก ตำนานเมืองเหนือ ตำนานการสร้างพระธาตุลำปางหลวง และศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงมหาราช เป็นต้น ก็ทำให้นักประวัติศาสตร์และนักโบราณคดีสันนิษฐานว่า เมืองแพร่ สร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 12 และมีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น พลนคร เมืองพล เมืองแพล ในสมัยขอมเรืองอำนาจระหว่างปี พ.ศ. 1470 - 1560 พระนางจามเทวีเข้าครอบครองแคว้นล้านนา ได้เปลี่ยนชื่อเป็นโกศยนคร หรือเวียงโกศย ซึ่งแปลว่าผ้าแพร นับแต่นั้นมาก็มีเจ้าผู้ครองนครสืบต่อกันมาโดยตลอด จนถึงสมัยรัชกาลที่ 5 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ จึงได้มีการเปลี่ยนแปลงการปกครองโดยเจ้าพิริยะชัยเทพวงศ์ (เจ้าผู้ครองนครแพร่องค์ที่ 18) เป็นเจ้าหลวงกำกับด้วยข้าหลวง ซึ่งพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดเกล้าฯ ให้พระยาไชยบูรณ์เป็นข้าหลวงคนแรก ต่อมาในปี พ.ศ. 2445 พวกเงี้ยวได้ก่อการกบฏขึ้น โดยบุกยึดสถานีตำรวจและศาลากลางจังหวัด มีการปล้นเงินคลังและปล่อยนักโทษออกจากคุก พระยาไชยบูรณ์ถูกพวกเงี้ยวจับตัวและบังคับให้ยกเมืองให้ แต่พระยาไชยบูรณ์ไม่ยินยอมจึงถูกจับประหารชีวิต เมื่อความทราบถึงในหลวงรัชกาลที่ 5 จึงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาสุรศักดิ์มนตรีนำทัพหลวงเข้าปราบปรามพวกเงี้ยวจนราบคาบ เจ้าพิริยะชัยเทพวงศ์เกรงพระราชอาญาจึงลี้ภัยไปอยู่ที่เมืองหลวงพระบาง และถึงแก่พิราลัยลงในปี พ.ศ. 2452 นับแต่นั้นมาก็ไม่มีเจ้าผู้ครองนครแพร่อีกเลย

นอกจากหลักฐานข้างต้น ประวัติความเป็นมาของเมืองแพร่ยังถูกกล่าวถึงในตำนานพระธาตุช่อแฮ ซึ่งระบุว่าเมืองแพร่มีมาตั้งแต่สมัยพุทธกาล ตำนานวัดหลวงระบุว่า ประมาณ พ.ศ. 1371 พ่อขุนหลวงพล ราชันดดาแห่งกษัตริย์น่านเจ้า ได้อพยพคนไทย (ไทยลื้อ ไทยเขิน) ส่วนหนึ่งจากเมืองเชียงแสน ไชยบุรี และเวียงปางคำ ลงมาสร้างเมืองบนที่ราบริมฝั่งแม่น้ำยม และ

ขนานนามว่าเมืองพลนคร และตำนานสิงหนวัติกล่าวว่าเมืองแพร์เป็นเมืองที่ปกครองโดยพญาเยีบา แห่งแคว้นทริภุญไชย สันนิษฐานว่าเมืองแพร์และเมืองลำพูนเป็นเมืองที่สร้างขึ้นมาในระยะเวลาใกล้เคียงกัน ซึ่งสอดคล้องกับหลักศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงมหาราช หลักที่ 1 ด้านที่ 4 บรรทัดที่ 24 – 25 ซึ่งจารึกไว้ว่า "...เบื้องตีนนอน รอดเมืองแพล เมืองน่าน เมือง... เมืองพลัว พันฝั่งของเมืองชวาเป็นที่แล้ว..." ในข้อความนี้ เมืองแพล คือ เมืองแพร์ ศิลาจารึกนี้สร้างขึ้นใน พ.ศ. 1826 จึงเป็นสิ่งที่ยืนยันถึงความเก่าแก่ของเมืองแพร์ว่าตั้งขึ้นมาก่อนเมืองเชียงใหม่ และเชื่อว่าเมืองแพร์ได้ก่อตั้งขึ้นแล้วก่อนการตั้งกรุงสุโขทัยเป็นราชธานี

ชื่อเดิมของเมืองแพร์มีหลายชื่อ เนื่องจากการก่อตั้งชุมชนหรือบ้านเมืองส่วนใหญ่ในภาคเหนือมักปรากฏชื่อบ้านเมืองนั้นในตำนาน เรื่องเล่าหรือจารึกตลอดจนหลักฐานเอกสารพื้นเมืองของเมืองนั้น ๆ แต่สำหรับเมืองแพร์นั้นแตกต่างออกไป เนื่องจากไม่มีหลักฐานที่เกี่ยวข้องโดยตรง จึงมีที่มาของชื่อเมืองจากหลักฐานอื่น ได้แก่ “เมืองพล นครพลหรือพลรัฐนคร” เป็นชื่อเก่าแก่ดั้งเดิมที่สุดที่พบในตำนานเมืองเหนือ ฉบับโบราณ พ.ศ. 1824 กล่าวไว้ตอนหนึ่งว่า เจ้าเมืองลำปางได้ส่งคนมาติดต่อเจ้านครพลให้ไปร่วมงานนมัสการ และฉลองวัดพระธาตุลำปางหลวง และจากตำนานพระธาตุลำปางหลวงตอนหนึ่งได้กล่าวถึงเจ้าเมืองพลยกกำลังผู้คนไปขุดหาพระบรมสารีริกธาตุ เพื่อบรรจุไว้ในพระธาตุ แต่ไม่พบ เมื่อศึกษาตำแหน่งที่ตั้งของนครพลตามตำนานดังกล่าว พบว่า ปัจจุบันชื่อพลนครปรากฏเป็นชื่อวิหารในวัดหลวง ตำบลในเวียง อำเภอเมืองแพร์ โดยเชื่อว่าวัดนี้เป็นวัดที่สร้างมาพร้อมกับการสร้างเมืองแพร์ และเจ้าเมืองแพร์ให้ความสำคัญมาตลอดจนหมดยุคการปกครอง โดยเจ้าเมืองเมืองโกศัยเป็นชื่อที่ปรากฏในพงศาวดารเมืองเงิน ส่วนชื่อ “ยางเชียงแสน” ชื่อนี้ใช้เรียกเมืองแพร์ในสมัยขอมเรืองอำนาจ ซึ่งชื่อเมืองในอาณาจักรล้านนาจึงเปลี่ยนเป็นภาษาบาลีตามความเปลี่ยนแปลงในยุคนั้น เช่น น่านเปลี่ยนเป็นนันทบุรี ลำพูนเปลี่ยนเป็นทริภุญไชย ลำปางเปลี่ยนเป็นเขลางค์นคร เป็นต้น ชื่อ “โกศัยนคร” หรือ “เวียงโกศัย” สันนิษฐานว่าน่าจะมาจากชื่อดอยที่เป็นที่ตั้งขององค์พระธาตุช่อแฮ ซึ่งเป็นพระธาตุศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองของชาวเมืองแพร์ คือ ดอยโกสิยธัชคบรรพต หมายถึง ดอยแห่งผ้าแพร์ และชื่อ “เมืองแพล” เป็นชื่อที่ปรากฏในศิลาจารึกพ่อขุนรามคำแหงมหาราช หลักที่ 1 ด้านที่ 4 โดยคำว่า “แพล” น่าจะมาจากศรัทธาของชาวเมืองที่มีต่อพระธาตุช่อแพร์ หรือช่อแฮ ที่สร้างขึ้น ภายหลังการสร้างเมือง ต่อมาจึงได้เรียกชื่อเมืองของตนว่าเมืองแพล และได้กลายเสียงเป็น “เมืองแพร์” ในปัจจุบัน

สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัด แพร่

วัดพระธาตุช่อแฮ ตำบลช่อแฮ เป็นปูชนียสถานอันศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคูเมืองแพร่ ตามตำนานกล่าวว่าสร้างขึ้นเมื่อ พ.ศ. 1879-1881 ในสมัยพระมหาธรรมราชาธิราช (ลิไท) โดยขุนลัวะอ้ายก้อม พระธาตุช่อแฮเป็นเจดีย์ที่ประดิษฐานพระเกศาธาตุ และพระบรมสารีริกธาตุพระศอกซ้ายของพระพุทธเจ้า เป็นเจดีย์ทรงแปดเหลี่ยม ย่อมุมไม้สิบสอง ศิลปะเชียงแสน สูง 33 เมตร ฐานสี่เหลี่ยมกว้างด้านละ 11 เมตร สร้างด้วยอิฐโอบปูนหุ้มด้วยแผ่นทองเหลืองลงรักปิดทอง เป็นพระธาตุประจำปีเกิดของผู้ที่เกิดปีขาล สำหรับชื่อพระธาตุช่อแฮนั้น บ้างว่าได้มาจากชื่อผ้าแพรชั้นดี ทอจากสิบสองปันนา และชาวบ้านนำมาผูกบูชาพระธาตุ บ้างก็ว่ามาจากผ้าแพรที่ขุนลัวะอ้ายก้อมนำมาถวาย ทุกปีจะมีงานนมัสการพระธาตุในวันขึ้น 9 ค่ำ ถึง ขึ้น 15 ค่ำ เดือน 4 (ประมาณเดือนมีนาคม) ของทุกปี

วัดพระธาตุจอมแจ้ง ตำบลช่อแฮ ห่างจากพระธาตุช่อแฮประมาณ 2 กิโลเมตร สร้างในปี พ.ศ. 1331 แต่ไม่ปรากฏชื่อผู้สร้าง องค์พระธาตุจอมแจ้งสี่ทอง สูง 29 เมตร ฐานกว้าง 10 เมตร ตามตำนานเล่าว่า พระพุทธองค์เสด็จถึงสถานที่นี้จึงვნสว่างพอดี จึงเรียกว่าพระธาตุจวนแจ้ง ต่อมาเพี้ยนเป็นจอมแจ้ง สันนิษฐานว่าเป็นที่บรรจุพระเกศาของพระพุทธเจ้า บริเวณพระธาตุผู้หญิงห้ามเข้า ที่มีศาลาเรียกว่าพิพิธภัณฑสถานตำบลป่าแดง หรือพิพิธภัณฑสถานของจังหวัด ซึ่งเป็นสถานที่รวบรวมสิ่งของโบราณที่หาดูได้ยาก

วัดหลวง ตำบลในเวียง เป็นวัดเก่าแก่คู่บ้านคูเมืองของจังหวัดแพร่ สร้างขึ้นพร้อมกับการสร้างเมืองแพร่ กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ เป็นวัดแรกของจังหวัดแพร่ วัดนี้ได้รับการบูรณะซ่อมแซมหลายยุคหลายสมัย สิ่งที่น่าสนใจภายในวัด ได้แก่ วิหารหลวงพลนคร ซึ่งเป็นวิหารเก่าแก่ สร้างพร้อมกับการสร้างเมืองแพร่ ภายในประดิษฐานพระเจ้าแสนหลวง, พระธาตุหลวงไชยช้างค้ำ เป็นพระเจดีย์ศิลปะเชียงแสน ประดิษฐานพระธาตุที่นำมาจากเมืองหงสาวดี, พิพิธภัณฑสถานเมืองแพร่ เป็นสถานที่รวบรวมพระพุทธรูปเก่าแก่หลายองค์ที่มีอายุเกือบ 500 ปี และโบราณวัตถุต่าง ๆ ของเมืองแพร่ นอกจากนี้ยังมี คุ่มพระล่อ ซึ่งเป็นการจัดแสดงตัวอย่างบ้านแบบล้านนาโบราณ, หอวัฒนธรรมจังหวัดแพร่ สร้างด้วยไม้สักทอง อายุ 200 ปี เป็นที่เก็บรวบรวมศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านจำนวนมาก

วัดพระนอน ตำบลในเวียง ตั้งอยู่ใกล้กับวัดหลวง มีพระอุโบสถแบบเชียงแสน คือ ไม่มีหน้าต่าง แต่ทำเป็นช่องรับแสงแทน ส่วนหน้าบันแกะสลักอย่างงดงามเป็นลายก้านขด มีภาพรวมเกียรติประภอบ ส่วนวิหารตกแต่งชายคาด้วยไม้ฉลุโดยรอบ ภายในประดิษฐานพระพุทธรูปปางสี่ไสยาสน์ เป็นพระพุทธรูปปูนปั้นยาว 9 เมตร ลงรักปิดทองตลอดองค์

วัดจอมสวรรค์ ตำบลในเวียง เป็นโบราณสถานที่สร้างขึ้นโดยชาวไทยใหญ่ (เงี้ยว) เป็นศิลปะแบบพม่า หลังคาซ้อนลดหลั่นเป็นชั้นประดับประดาลวดลายฉลุ อารามเป็นไม้สัก ใช้เป็นทั้งโบสถ์ วิหาร และกุฏิ ภายในอารามแสดงให้เห็นฝีมือการตกแต่งอย่างวิจิตรบรรจง เพดานและเสาฉลุไม้ประดับกระจกสีงดงาม โบราณวัตถุภายในวัด ได้แก่ **หลวงพ่อบ้าน** เป็นพระพุทธรูปที่สร้างโดยใช้ไม้ไผ่สานเป็นองค์ ลงรักปิดทอง, **พระพุทธรูปงาช้าง** ซึ่งเป็นศิลปะแบบพม่า, **คัมภีร์งาช้าง** หรือ**คัมภีร์ปาติโมกข์** โดยนำงาช้างมาบดแล้วอัดเป็นแผ่นบาง ๆ เขียนลงรักแดง จารึกเป็นอักษรพม่า และยังมีบุษบกลวดลายวิจิตรงดงามประดิษฐานพระพุทธรูปหินอ่อน วัดจอมสวรรค์นี้สร้างในสมัยรัชกาลที่ 5 ในปี พ.ศ. 2437 โดยชาวเงี้ยว ซึ่งมีถิ่นฐานอยู่ในพม่าและเดินทางมาค้าขายที่เมืองแพร่ เมื่อเกิดเหตุการณ์เงี้ยวปล้นเมืองแพร่ วัดจึงถูกปล่อยให้ทรุดโทรม ต่อมาได้รับการบูรณะจากชาวไทยใหญ่

วัดสระบ่อแก้ว ตำบลในเวียง สร้างขึ้นสมัยเดียวกับวัดจอมสวรรค์ เดิมชื่อวัดจอกกลาง เป็นศิลปะแบบพม่าที่สวยงามแปลกตา ทั้งศาลาการเปรียญ โบสถ์ และเจดีย์ มีพระพุทธรูปหินอ่อนทรงเครื่องแบบพม่า สร้างอย่างสวยงามวิจิตรพิสดารมาก และวัดแห่งนี้ยังเป็นที่จำพรรษาของพระสงฆ์พม่าที่เดินทางเข้ามาศึกษาพระธรรมวินัยในประเทศไทยอีกด้วย

วัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหาร ตำบลในเวียง แต่เดิมนั้นเป็นวัดราษฎร์ ต่อมาในปี พ.ศ. 2498 ได้ยกฐานะเป็นพระอารามหลวงชั้นตรี ประเภทวรวิหาร โดยรวมวัดโบราณ 2 แห่งเข้าด้วยกัน คือ วัดพระบาท และวัดมิ่งเมือง ปัจจุบันวัดพระบาทมิ่งเมืองวรวิหารเป็นที่ประดิษฐาน **พระพุทธโกศยศิรีชัยมหาศากยมุนี** พระคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดแพร่ รวมทั้งพระเจดีย์มิ่งเมือง ซึ่งเป็นเจดีย์เก่าแก่ และรอยพระพุทธรูปจำลอง

หลักเมืองจังหวัดแพร่ หรือศาลหลักเมือง ตำบลในเวียง เป็นหลักใหม่สร้างตามนโยบายมหาดไทย ปี พ.ศ. 2535 ตั้งอยู่คู่กับหลักศิลาจารึกเก่าที่กล่าวถึงการสร้างวัดศรีบุญเรือง สมัยพ่อขุนรามคำแหงมหาราช อักษรบนจารึกเป็นภาษาไทยอหาม ซึ่งในปัจจุบันวัดนี้ไม่มีแล้ว แต่ได้กลายเป็นที่ตั้งเรือนจำจังหวัด

คุ้มเจ้าหลวงเมืองแพร่ ตำบลในเวียง ปัจจุบันเป็นจวนผู้ว่าราชการจังหวัดแพร่ สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2435 โดยเจ้าหลวงพิริยะชัยเทพวงศ์ รอบตัวอาคารประดับด้วยลวดลายไม้แกะฉลุ ตัวอาคารสร้างด้วยอิฐถือปูนทั้ง 2 ชั้น ไม่มีการฝังเสาเข็ม แต่ใช้ไม้ซุงท่อนเป็นไม้เนื้อแข็ง เช่นไม้ประดู่รองรับฐานเสาทั้งหลัง ห้องกลางเป็นห้องที่บึบ แสงสว่างส่องเข้าไปไม่ได้ ใช้เป็นที่คุมขังทาสบริวารที่ทำผิดร้ายแรง ส่วนห้องทางปีกซ้ายและขวามีช่องพอให้แสงสว่างเข้าไปได้บ้าง ใช้เป็นที่คุมขังผู้มีความผิดชั้นลหุโทษ

คุ้มเจ้าหลวงแห่งนี้เคยใช้เป็นที่ประทับแรมของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ เมื่อคราวที่เสด็จมาเยี่ยมเยียนราษฎรจังหวัดแพร่ ในระหว่างวันที่ 15 – 17 มีนาคม พ.ศ. 2501 และได้รับพระราชทานรางวัลจากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารีให้เป็นสถาปัตยกรรมดีเด่น ประเภทอาคารสถาบันและสาธารณะ

บ้านวงศ์บุรี ตำบลในเวียง เป็นบ้านของเจ้าพรหมเจ้าสุนันตวงศ์บุรี ผู้สืบเชื้อสายมาจากอดีตเจ้าเมืองแพร่ สร้างเมื่อปี พ.ศ. 2440 โดยช่างชาวจีนจากมณฑลกว๋างตุ้ง เป็นบ้านแบบยุโรปประยุกต์ ฐานก่ออิฐถือปูน สูงจากพื้น 1 เมตร หลังคา 2 ชั้น มีช่องระบายลมระหว่างชั้นทั้งสอง จุดเด่นของบ้านหลังนี้คือลวดลายไม้แกะสลักที่ประดับอยู่ทั่วตัวบ้าน ภายในบ้านตกแต่งด้วยสิ่งของเครื่องใช้เก่าแก่ของตระกูลที่ถ่ายทอดกันมาหลายชั่วอายุ ได้แก่ เครื่องเรือน เครื่องเงิน เครื่องปั้นดินเผา เอกสารที่สำคัญ เช่น เอกสารการซื้อขายทาส บ้านวงศ์บุรีได้รับรางวัลอนุรักษ์ดีเด่น ในปี พ.ศ. 2536 ของสมาคมสถาปนิกสยามในพระบรมราชูปถัมภ์ ใช้เป็นสถานที่ถ่ายทำภาพยนตร์หลายเรื่อง และตีพิมพ์ในหนังสือต่าง ๆ เปิดให้ชมทุกวัน เวลา 9.00-16.30 น. นอกจากนี้บ้านวงศ์บุรีได้จัดกิจกรรมพิเศษ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ การจัดขันโตกสำหรับชาวไทยและต่างประเทศที่มาเป็นคณะ

บ้านประทับใจ หรือบ้านเสาร์้อยต้น เป็นบ้านทรงไทยประยุกต์ สร้างด้วยไม้สักทั้งหลัง บนเนื้อที่กว่า 1 ไร่ สร้างเสร็จเมื่อปี พ.ศ. 2519 ใช้เวลาสร้างทั้งหมด 5 ปี โดยใช้ไม้สักขนาดใหญ่อายุกว่า 300 ปีแกะสลักอย่างสวยงามเป็นเสائبานรวม 130 ต้น

หมู่บ้านทุ่งไธสง ตำบลทุ่งไธสง เป็นแหล่งผลิตผ้าหม้อห้อมที่มีชื่อเสียงของประเทศไทย นอกจากนี้ หมู่บ้านทุ่งไธสงยังมีวัฒนธรรมและประเพณีที่น่าสนใจ เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่เป็นชาวไทยพวน

บ้านนาตอง ตำบลช่อแฮ เป็นชุมชนที่มีประชากรประมาณ 100 หลังคาเรือน จัดการท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ชาวบ้านประกอบอาชีพเกษตรกรรม โดยทำนาเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม ในช่วงนอกฤดูทำนาจะปลูกถั่วลิสงโดยไม่ใช้ยาฆ่าแมลง และเก็บยอดใบเมี่ยงทุก 2 เดือน นอกจากวิถีชีวิตที่เรียบง่ายแตกต่างจากคนเมืองแล้ว ที่บ้านนาตองยังมีสิ่งที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่ง คือ เต่าปูลู ซึ่งเป็นเต่าหางยาว มีถิ่นกำเนิดบริเวณรอยต่อ 3 ประเทศ คือ ภาคเหนือของประเทศไทย ภาคตะวันออกของประเทศพม่า และทางตอนใต้ของจีน ปัจจุบันเต่าปูลูอยู่ในสภาพใกล้สูญพันธุ์ และจะอาศัยอยู่ในเฉพาะพื้นที่ที่มีแหล่งอาหารอุดมสมบูรณ์ มีน้ำสะอาดเท่านั้น โดยจะกินปู กุ้ง และหอยเป็นอาหารหลัก พื้นที่บ้านนาตองนั้นเป็นแหล่งต้นน้ำของ

ลำน้ำนาน และไกล้ ๆ หมู่บ้านจะมีถ้ำนาตอง และน้ำตกผาบ่องที่ยังคงสภาพความอุดมสมบูรณ์ตามธรรมชาติ

วนอุทยานแพะเมืองผี ตำบลน้ำซำ มีพื้นที่ประมาณ 500 ไร่ เกิดจากสภาพภูมิประเทศซึ่งเป็นดิน และหินทราย ถูกกัดเซาะตามธรรมชาติเป็นรูปร่างลักษณะต่าง ๆ เช่น ดอกเห็ด และหน้าผาลักษณะแปลกตา ชื่อแพะเมืองผีมาจากภาษาพื้นเมือง คำว่าแพะแปลว่าป่าละเมาะ ส่วนคำว่าเมืองผี แปลว่าเงียบเหงาวังเวง อาจเกิดจากสภาพภูมิประเทศที่ดูเร็นลับน่ากลัว สถานที่แห่งนี้ถูกประกาศเป็นวนอุทยานเมื่อวันที่ 2 มีนาคม พ.ศ. 2524

เทศกาลและงานประเพณี

งานเทศกาลลอยกระทง เผาเทียนเล่นไฟพะเนียงเวียงโกศัย จัดขึ้นในวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 12 บริเวณท่าน้ำศรีชุม อำเภอเมือง โดยในวันนี้ชาวแพ่จะแต่งกายด้วยชุดหม้อหอม และภายในงานจะมีการจัดงานล้อมวงกินขันโตก

งานตานก๋วยสลาก จัดขึ้นประมาณเดือนพฤศจิกายนของทุกปี

งานแอ่วสงกรานต์น้ำใจเมืองแป้ นุ่งม่อฮ่อมแต่งงามตา จัดงานบริเวณศูนย์หัตถกรรมเวียงโกศัย ระหว่างวันที่ 13-17 เมษายน ของทุกปี ในวันนี้ชาวแพ่จะแต่งกายด้วยชุดหม้อหอม มาร่วมล้อมวงกินขันโตก และเล่นสงกรานต์

งานประเพณีนมัสการพระธาตุซ่อแฮเมืองแพ่แห่งดงหลวง จัดขึ้นระหว่างวันขึ้น 9-15 ค่ำ เดือนสี่ ที่วัดพระธาตุซ่อแฮ อำเภอเมือง มีการแห่ผ้าขึ้นไปนมองค์พระธาตุ จัดขบวนแห่แบบล้านนา ผู้ร่วมงานแต่งกายแบบพื้นเมืองล้านนา มีมหรสพสมโภชทุกคืน รุ่งเช้าวันขึ้น 15 ค่ำ จะมีการทำบุญตักบาตร กลางคืนมีการเวียนเทียนรอบองค์พระธาตุและพระวิหาร

งานเทศกาลกินขนมเส้นเมืองแป้ จัดขึ้นประมาณวันที่ 31 ธันวาคม - 4 มกราคม ของทุกปี มีขบวนพาเหรดสวยงามจากหน่วยงาน ห้างร้านต่าง ๆ ของจังหวัดแพ่ ทั้งภาครัฐและเอกชน

งานประเพณีกำฟ้าไทยพวน จัดขึ้นระหว่างวันที่ 1-4 กุมภาพันธ์ ของทุกปี โดยประมาณ ที่หมู่บ้านทุ่งไธ้ง ตำบลทุ่งไธ้ง อำเภอเมือง งานประเพณีกำฟ้าไทยพวนเป็นประเพณีของชาวไทยพวนบ้านทุ่งไธ้ง ซึ่งได้ถือปฏิบัติกันมายาวนานกว่าร้อยปี ประเพณีประเพณีกำฟ้านี้นอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการอนุรักษ์และสืบทอดประเพณีโบราณแล้ว ยังมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะให้เยาวชนรุ่นหลังได้รำลึกถึงบรรพบุรุษ และเกิดความหวงแหนในวัฒนธรรมประเพณีของชาวไทยพวน อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสามัคคีในหมู่ชาวไทยพวนให้แน่นแฟ้นยิ่งขึ้น

สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก

หม้อห้อม เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีชื่อเสียงของจังหวัดแพร่ มีแหล่งผลิตอยู่ที่ตำบลทุ่งไธ้ง อำเภอเมือง นอกจากนี้จะมีร้านจำหน่ายเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้าหม้อห้อมจำนวนมากแล้ว ตำบลทุ่งไธ้งยังเปิดรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้าชมวิธีการผลิตผ้าหม้อห้อม และเรียนรู้วิถีชีวิตของชาวไทยพวนอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์ผ้าด้นมือ มีแหล่งผลิตอยู่ที่ตำบลป่าแดง อำเภอเมือง และอำเภอร้องกวาง ผลิตภัณฑ์ผ้าด้นมือของจังหวัดแพร่เป็นงานหัตถกรรมที่เน้นฝีมือการประดิษฐ์ โดยนำผ้ามาต่อกัน बुด้วยฟองน้ำ และด้นทับด้วยมือทั้งผืน ทำให้ลวดลายบนผ้าดูเด่น ลวดลายแต่ละผืนไม่ซ้ำกัน มีทั้งผ้าปูโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง ปลอกหมอน หรือแม้กระทั่งผืนผ้าที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อใช้ประดับตกแต่งผนังอาคารบ้านเรือน

ผ้าบาติก มีแหล่งผลิตอยู่ที่ตำบลเหมืองหม้อ อำเภอเมือง ผลิตโดยการนำผ้าไหมชั้นดี มาเขียนลวดลายระบายสีด้วยฝีมือของช่างผู้ชำนาญ

ผ้าทอตีนจก มีแหล่งผลิตสำคัญอยู่ที่อำเภอลอง อำเภอวังชิ้น และอำเภอเด่นชัย ผ้าทอตีนจกของจังหวัดแพร่เป็นหัตถกรรมพื้นบ้านมีลวดลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความสวยงาม มีรูปแบบการทอประณีต นอกจากนำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าแล้วปัจจุบันนิยมนำมาทำกระเป๋าถือ เครื่องประดับตกแต่งบ้าน

ดอกไม้แห้งปรุงกลั่น มีแหล่งผลิตอยู่ที่บ้านฝ้าย อำเภอเมือง และอำเภอวังชิ้น

หมู่บ้านโป่งศรี ตำบลบ้านถิ่น อำเภอเมือง เป็นหมู่บ้านซื้อขายแลกเปลี่ยนของเก่า ทั้งที่เป็นของมีค่า และเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เฟอร์นิเจอร์จากลื้อเกวียน นอกจากนี้ยังจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องเงินโบราณลวดลายประณีตอีกด้วย

ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไม้และหวาย มีแหล่งผลิตอยู่ที่อำเภอสูงเม่น ซึ่งถือว่าเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูปจากไม้ที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ ร้านค้าส่วนใหญ่ นอกจากจะผลิตเพื่อจำหน่ายหน้าร้านแล้ว ยังผลิตเพื่อออนไลน์ภายในประเทศ โดยตลาดภายในประเทศที่สำคัญได้แก่ ตลาดนัดสวนจตุจักร นอกจากนี้โรงงานใหญ่ ๆ ยังมีการผลิตเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์ ของประดับตกแต่งบ้านทุกรูปแบบ และรับผลิตตามคำสั่งซื้อ

ผลิตภัณฑ์จากลื้อเกวียน เป็นผลิตภัณฑ์ที่นำลื้อเกวียนเก่ามาแปรรูปเป็นเฟอร์นิเจอร์ เช่น โคมไฟ ชิงช้า เก้าอี้สามขา และโซฟาเกวียน ไม้ที่ใช้ทำได้แก่ ไม้สัก ไม้ประดู่ ไม้มะค่า และลื้อเกวียนเก่าที่มีคุณภาพดี มีแหล่งผลิตอยู่ที่ตำบลแม่จ๊ะ อำเภอเด่นชัย

ผลิตภัณฑ์จักสานเถาวัลย์ มีแหล่งผลิตอยู่ที่อำเภอวังชิ้น ผลิตภัณฑ์จักสานเถาวัลย์ของอำเภอวังชิ้นเป็นสินค้าทำมือของชาวบ้าน โดยนำเอาเถาวัลย์มาประดิษฐ์สานเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน และของใช้ประดับบ้าน

หัตถกรรมหุ่นไม้ มีแหล่งผลิตอยู่ที่บ้านแม่ยางหลวง บ้านแม่ยางเป็รียว อำเภอร้องกวาง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ปิยะ หนูนิล (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการในอุทยานแห่งชาติศรีสัชนาลัย จังหวัดสุโขทัย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นหญิงมากกว่าชาย อายุอยู่ในช่วง 15-25 ปี ระดับการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา ไม่ได้ประกอบอาชีพ ไม่มีรายได้ ภูมิลำเนาครัวเรือนอยู่ในเขตภาคกลาง มาท่องเที่ยวกับเพื่อน โดยมีระยะเวลาพักค้าง 2 คืน เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว มาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดปิดภาคเรียน มาเป็นครั้งแรก มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นอย่างดี และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตั้งใจมาเที่ยวชมน้ำตก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการให้บริการ โดยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจด้านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ร้อยละ 84.3 ด้านความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ร้อยละ 89.9 ด้านความเต็มใจในการจ่ายค่าธรรมเนียม และ/หรือ ค่าบริการ ร้อยละ 89.75 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ร้อยละ 87.8 และด้านการสื่อความหมายธรรมชาติ ร้อยละ 88.3

ส่วนเรื่องความแตกต่างระหว่างภูมิหลังนักท่องเที่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการให้บริการ ผลการวิเคราะห์ทางสถิติพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างของเพศ ระดับการศึกษา ภูมิลำเนา ความรู้ สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อความหมายธรรมชาติ มีความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันของเพศ สิ่งอำนวยความสะดวก และการสื่อความหมายธรรมชาติ มีความพึงพอใจต่อการให้บริการที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ยศวีร์ ยุกตะนันท์ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตรเลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่านักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาค้นคว้าเป็นหญิง ร้อยละ 60.41 มีอายุเฉลี่ย 36.39 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 65.53 เป็นข้าราชการ ร้อยละ 26.28 ที่อยู่ปัจจุบันอยู่ในกรุงเทพมหานคร

ร้อยละ 44.72 ไม่มีประสบการณ์การทำงานที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 60.07 และเพื่อนเป็นแหล่งข่าวการทำงานที่เกี่ยวข้อง ร้อยละ 41.98

สำหรับความพึงพอใจ ปรากฏว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง ตามลำดับ คือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ และนาบัว และมีความคิดเห็นว่าแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง มีประโยชน์มาก นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากในการบริการที่เกี่ยวข้อง คือ บุคลากรของศูนย์บริการการท่องเที่ยวเกษตร เรือและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเกษตร ส่วนปัญหาของนักท่องเที่ยวพบว่ามีปัญหาเกี่ยวกับความสะดวก สะอาด และเอกสารเผยแพร่ จึงมีข้อเสนอแนะให้แหล่งท่องเที่ยวเกษตรมีเอกสารเผยแพร่แจก รวมทั้งปรับปรุงความสะดวก และความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวเกษตร

จากการทดสอบสมมติฐานปรากฏว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ ที่อยู่ปัจจุบัน และประสบการณ์การทำงานเกษตรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเกษตรทั้ง 4 แห่ง บางประการ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่เพศของนักท่องเที่ยวไม่มีผลต่อความพึงพอใจเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวเกษตร

ศุภชัย วรรณพงษ์ (2547) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในสวนอุทยานแพะเมืองผี จังหวัดแพร่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า ร้อยละ 52.8 อาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจหรือเป็นลูกจ้างชั่วคราว ร้อยละ 31.9 ส่วนใหญ่ร้อยละ 39.9 มีรายได้น้อยกว่า 7000 บาท และร้อยละ 48 เพิ่งมีประสบการณ์มาเยือนสวนอุทยานแพะเมืองผีเป็นครั้งแรก รองลงมาคือผู้มาเยือนมากกว่า 2 ครั้ง ร้อยละ 34.9 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการขยะและสภาพภูมิทัศน์ในระดับดี ด้วยระดับคะแนนความรู้ 0.61 และ 0.83 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจค่อนข้างมากกับการจัดการขยะและความสะอาดของพื้นที่ ด้วยคะแนน 3.05 จากคะแนนเต็ม 4.0 เช่นเดียวกันกับการจัดการสภาพภูมิทัศน์ในด้านระบบการสัญจร คะแนน 3.2 สภาพภูมิทัศน์และมุมมอง คะแนน 3.0 การออกแบบวางผังพืชพันธุ์ คะแนน 2.9 รูปลักษณะทางสถาปัตยกรรมของอาคารสิ่งก่อสร้าง คะแนน 3.06 และการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวก คะแนน 2.93

การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการขยะพบว่า นักท่องเที่ยวมีอาชีพ รายได้ ประสบการณ์การทำงาน และความรู้ความเข้าใจต่อการจัดการขยะที่ต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจต่อการ

จัดการขยะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพภูมิทัศน์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รายได้ ประสบการณ์การมาเที่ยว และความรู้ความเข้าใจต่อการจัดการภูมิทัศน์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพภูมิทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

พิชญ์ วงษ์เกษม (2548) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท อำเภอบ้านผือ จังหวัดอุดรธานี พบว่า นักท่องเที่ยว ร้อยละ 51.0 เป็นเพศหญิง มีอายุเฉลี่ย 30.4 ปี ร้อยละ 36.8 มีการศึกษาระดับอนุปริญญา ร้อยละ 54.4 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 40.7 เป็นนักเรียนหรือนักศึกษาส่วนใหญ่ ร้อยละ 74.5 มีภูมิลำเนาอาศัยในจังหวัดอุดรธานี ร้อยละ 94.6 ระบุว่าได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยว ร้อยละ 72.1 เคยมาท่องเที่ยวในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ภูพระบาท ร้อยละ 43.1 มามากกว่า 2 ครั้ง และร้อยละ 86.8 คิดจะกลับมาท่องเที่ยวภูพระบาทอีก

ในด้านกิจกรรมและการใช้บริการการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 82.4 มาท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลัก ร้อยละ 52.5 มากับเพื่อน ร้อยละ 40.7 ใช้รถจักรยานยนต์เป็นยานพาหนะ ร้อยละ 55.9 ได้รับความสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 87.7 การเดินทางมาเข้าเย็นกลับ ระยะทางจากที่พักมายังป่าอนุรักษ์ภูพระบาทเฉลี่ย 90.5 กิโลเมตร ใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ย 498.87 บาทต่อคน ส่วนใหญ่ ร้อยละ 75.5 เห็นว่าควรจ่ายค่าธรรมเนียมในการท่องเที่ยวชมอุทยานประวัติศาสตร์ภูพระบาท และร้อยละ 87.7 เห็นว่าค่าธรรมเนียมที่เกิดขึ้นไม่แพง การเก็บค่าธรรมเนียมสำหรับเด็กเห็นว่าควรเก็บในระหว่าง 6-10.00 บาท ผู้ใหญ่ควรเก็บไม่เกิน 10.00 บาท ชาวต่างประเทศควรเก็บไม่เกิน 30.00 บาท กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวปฏิบัติเป็นส่วนใหญ่ ได้แก่ การเดินป่าศึกษาธรรมชาติ การศึกษาประวัติศาสตร์ การเล่นน้ำตก การชมธรรมชาติ และการถ่ายภาพ แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบและสนใจ ได้แก่ หอนางอุสา น้ำตกตาดน้อย คอกม้าทำวบารสคอกม้า น้อย แหล่งภาพเขียนสีโนนสาวเอ้ และวัดพ่อตาลูกเขย โดยใช้เวลาในการท่องเที่ยวในระหว่าง 1.30-3.00 ชั่วโมง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เคยรับรู้ข่าวสารความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจากสื่อวิทยุ โทรทัศน์ วารสาร จุลสาร แผ่นพับ

กฤษดี กันทวัน (2549) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสวนแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาลงใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52 มีอายุเฉลี่ย 31.37 ปี มีการศึกษาตั้งแต่ระดับปริญญาตรีขึ้นไป ร้อยละ 71 มีสถานภาพโสด ร้อยละ 56 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท ร้อยละ 25.3 มีรายได้เฉลี่ย 13,351 บาทต่อเดือน มักท่องเที่ยวเดินทางมาจากภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 37.8

ขนาดของกลุ่มที่ร่วมเดินทางมาด้วยเฉลี่ย 24 คน ส่วนใหญ่เดินทางมากับเพื่อนร้อยละ 35.5 มาเที่ยวสวนแม่ฟ้าหลวงเป็นครั้งแรกร้อยละ 59.8 และส่วนใหญ่มีความรู้ด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างดีร้อยละ 72.5 ระดับความพึงพอใจในภาพรวมที่มีต่อสวนแม่ฟ้าหลวงอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเท่ากับ 4.05 โดยมีระดับความพึงพอใจในแต่ละด้าน ดังนี้ (1) ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.32 (2) ระดับความพึงพอใจด้านสื่อความหมาย มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 (3) ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 และ (4) ระดับความพึงพอใจด้านบุคลากร มีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ส่วนปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวสวนแม่ฟ้าหลวง ได้แก่ อายุ อาชีพ ภูมิภาค และขนาดของกลุ่ม

สุนทรธรร สุระเดชพิภพ (2549) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.75 มีอายุเฉลี่ย 21-40 ปี ร้อยละ 53.50 สถานภาพโสดร้อยละ 53.25 สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีร้อยละ 47 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.75 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนใหญ่นิยมเดินทางท่องเที่ยวกับครอบครัว ร้อยละ 48.25 และมาเที่ยวครั้งแรก ร้อยละ 55.25 ได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่จากคำบอกเล่าจากเพื่อนฝูง ร้อยละ 29.75 เหตุที่เดินทางมาท่องเที่ยวเนื่องจากเพื่อนและครอบครัวชักชวน ร้อยละ 37.25 ใช้เวลาในการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 2-4 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันต่ำกว่า 500 บาท และนักท่องเที่ยวเห็นด้วยว่าฤดูกาลมีผลต่อการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่มากถึงร้อยละ 75.50

ผลการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 1 ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของภาครัฐ ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 5 ได้แก่ ด้านราคาสินค้าและบริการ และปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 10 ได้แก่ รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือนอยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และปัจจัยด้านโบราณสถาน และสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงใหม่ จังหวัดเชียงราย

จันทร์สุดา ว่องทวีทรัพย์ดี (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐมโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่ และอยู่ในระดับปานกลาง 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริการ และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งที่อยู่ในระดับมาก 1 แหล่ง ได้แก่ องค์พระปฐมเจดีย์ และอยู่ในระดับปานกลาง 5 แหล่ง คือ ตลาดน้ำดอนหวาย พุทธมณฑล ตลาดน้ำวัดลำพญา พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย และสวนสมุนไพรวัดปลักไม้ลาย

นักท่องเที่ยวมีทั้งเพศชายและเพศหญิง ระดับการศึกษา และรายได้ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไม่แตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพและอายุต่างกัน มีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

เจนตรีดา โทลา (2550) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย อายุระหว่าง 26-40 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ธุรกิจส่วนตัว รายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,000-20,000 บาท ภูมิลำเนาอยู่ในภาคเหนือ ไม่มีประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตร และแหล่งข้อมูลข่าวสารที่ได้รับส่วนใหญ่ได้จากบริษัทนำเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ฟาร์มกล้วยไม้ โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีคะแนนเฉลี่ยความพึงพอใจด้านสถานที่ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านความรู้ และด้านกิจกรรมมาก ตามลำดับ ปัญหาส่วนใหญ่พบว่า ไม่มีเอกสารแผ่นพับแจก และผู้บรรยายประจำจุดต่างๆ มีน้อย จึงมีข้อเสนอแนะให้มีเอกสารและแผ่นพับแจก รวมทั้งเพิ่มผู้บรรยายประจำจุดต่างๆ ให้มากขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างสภาพพื้นฐานส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีเพศ ระดับการศึกษา รายได้ ภูมิลำเนา และประสบการณ์ท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่: กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ให้ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Method) ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Context Analysis) และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview)

ลักษณะของข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ลักษณะ คือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) จากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน
2. ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากงานวิจัย เอกสารทางวิชาการ เอกสารทางราชการ เอกสารจากหน่วยงานการท่องเที่ยว และอินเทอร์เน็ต

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ จำนวน 318,070 คน (สถิติพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2552, สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณหากกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) ส่วนกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสัมภาษณ์ใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากเจ้าหน้าที่ในหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่

ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน จำนวน 20 คน ทั้งนี้จะทำการสุ่มตัวอย่างในช่วงเดือนตุลาคม และเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2552

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเอง โดยใช้แบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เป็นแบบกำหนดคำตอบไว้โดยเรียบร้อย หรือให้เลือกคำตอบจากรายการที่กำหนดให้ (Multiple Choices) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ จำนวน 400 ชุด โดยแบบสอบถามแบบออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ทศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และ

วัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ลักษณะคำถามเป็นมาตรวัดแบบ Scale ชนิด 5 ระดับ

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความพึงพอใจน้อยที่สุด

การทดสอบความเที่ยงและความน่าเชื่อถือของแบบสอบถามในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วมอบให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา จากนั้นทำการแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย เมื่อผู้วิจัยได้ทำการแก้ไขแบบสอบถามตามที่คุณวุฒิระบุเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยจึงนำแบบสอบถามมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยทำการแจกกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ โดยการวิเคราะห์ประมวลหาค่าครอนบาคแอลฟา หลังจากนั้นได้นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ในการศึกษา

2. การสัมภาษณ์ ใช้การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามมาออกแบบประเด็นการสัมภาษณ์ เพื่อทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน จำนวน 20 คน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามจากมหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร ไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบแบบสอบถาม

2. ดำเนินการนำแบบสอบถามไปยังจังหวัดแพร่ เพื่อขอความร่วมมือให้นักท่องเที่ยวชาวไทยตอบแบบสอบถาม และทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน จำนวน 20 คน

สมมติฐานของการวิจัย

1. ความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดแพร่

2. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สถานที่พัก สินค้าที่ระลึก อาหาร และอภัยภัยไมตรีของคนในท้องถิ่น

การทดสอบสมมติฐานทั้งสองข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไป ประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จะกำหนดให้ค่าอยู่ในระดับกลุ่มชั้น (National Scale) และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ในรูปของการแจกแจงความถี่และหาอัตราส่วนร้อยละ

เพศ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Nominal Scale
อายุ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Ordinal Scale
การศึกษา	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Ordinal Scale
อาชีพ	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Nominal Scale
รายได้	ระดับการวัดตัวแปรแบบ	Ordinal Scale

2. ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติของนักท่องเที่ยว เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามชุดค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีการ

กำหนด Scale ตั้งแต่ 1 - 5 โดยที่ 5 เป็นตัวเลขแทนความหมายในทางบวกที่สุด และ 1 เป็นตัวเลขแทนความหมายในเชิงลบที่สุด มีเกณฑ์การให้คะแนนในแต่ละระดับ ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการมาก

ระดับ 3 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการน้อย

ระดับ 1 หมายถึง ผู้ตอบมีความต้องการน้อยที่สุด

3. ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของท่องเที่ยว เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามชุดประเมินค่า (Rating Scale) จึงได้ปรับค่าข้อมูลให้อยู่ในระดับช่วง (Interval Scale) และทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาในรูปการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งมีเกณฑ์ที่ใช้จำแนกระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาจากค่าเฉลี่ย โดยกำหนดไว้ ดังนี้

ตาราง 1 แสดงการจำแนกระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พิจารณาจากค่าเฉลี่ย

ระดับ	ระดับความพึงพอใจ
5	มากที่สุด
4	มาก
3	ปานกลาง
2	น้อย
1	น้อยที่สุด

การแปลผลจากการแบ่งระดับการประเมินค่า 5 ระดับของแบบสอบถาม เป็นการจัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยจากการหาค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจ โดยการใช้การคำนวณ ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, หน้า 35)

การคำนวณหาความกว้างของชั้น (Class Interval : I)

$$\begin{aligned}
 I &= \text{ความกว้างของชั้น} / \text{จำนวนชั้น} \\
 &= (5-1) / 5 \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ดังนั้นจึงกำหนดระดับคะแนนเป็น 5 ระดับ แต่ละระดับมีค่าคะแนนแตกต่างกัน 0.8
ดังนี้

ตาราง 2 แสดงการจัดระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากระดับค่าเฉลี่ย

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

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้สำหรับงานวิจัยนี้แบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. การรายงานผลด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์สมมติฐานทั้งสองข้อ โดยมีการใช้สถิติการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานข้อ 1 ใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าที (T-test) ในกรณีเปรียบเทียบกลุ่ม 2 กลุ่ม และใช้สถิติทดสอบหาความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance : One – way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple Comparisons) ด้วยวิธีของเชฟเฟ้ (Scheffe) หรือ แอลเอสดี (LSD.)

สมมติฐานข้อ 2 ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบไคสแควร์ (Chi-Square)

การทดสอบสมมติฐานทั้งสองข้อจะทำการทดสอบที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 5 ส่วน ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยว
4. การทดสอบสมมติฐาน
5. ผลการสัมภาษณ์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคล

ตาราง 3 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	192	48.0
หญิง	208	52.0
รวม	400	100.0

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 52.0) และรองลงมาเป็นเพศชาย (ร้อยละ 48.0)

ตาราง 4 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	22	5.5
20 - 29 ปี	110	27.5
30 - 39 ปี	119	29.8
40 - 49 ปี	100	25.0
50 ปีขึ้นไป	49	12.2
รวม	400	100.0

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 30 – 39 ปี มีจำนวนมากที่สุด (ร้อยละ 29.8) รองลงมาเป็นอายุ 20 - 29 ปี (ร้อยละ 27.5) อายุ 40 - 49 ปี (ร้อยละ 25.0) อายุ 50 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 12.2) และ อายุต่ำกว่า 20 ปี (ร้อยละ 5.5) ตามลำดับ

ตาราง 5 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา / มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	25	6.2
อนุปริญญา / ปวส.	18	4.5
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	357	89.2
รวม	400	100.0

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี มากที่สุด (ร้อยละ 89.2) รองลงมาคือระดับประถมศึกษา / มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า (ร้อยละ 6.2) และระดับอนุปริญญา / ปวส. (ร้อยละ 4.5) ตามลำดับ

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	153	38.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	121	30.2
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	49	12.2
นักศึกษา	43	10.8
อื่นๆ	34	8.5
รวม	400	100.0

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีอาชีพข้าราชการมากที่สุด (ร้อยละ 38.2) รองลงมาคืออาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 30.2) อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย (ร้อยละ 12.2) นักศึกษา (ร้อยละ 10.8) และอื่นๆ (8.5) ตามลำดับ

ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ความถี่	ร้อยละ
5,000 - 10,000 บาท	41	10.2
10,001 - 15,000 บาท	201	50.2
15,001 - 20,000 บาท	98	24.5
มากกว่า 20,000 บาท	60	15.0
รวม	400	100.0

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีรายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท มากที่สุด (ร้อยละ 50.2) รองลงมาคือมีรายได้ต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท (ร้อยละ 24.5) มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 15.0) และมีรายได้ต่อเดือน 5,000 - 10,000 บาท (ร้อยละ 10.2) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว

ตาราง 8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยว	X	S.D.	ระดับ
ทรัพยากรท่องเที่ยว			
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนมากและหลากหลาย	2.93	1.004	ปานกลาง
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ	2.78	1.003	ปานกลาง
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์	2.85	.870	ปานกลาง
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	3.07	.932	ปานกลาง
สิ่งอำนวยความสะดวก			
5. มีจุดบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว	2.99	.841	ปานกลาง
6. มีป้ายบอกทาง/แผนที่เพียงพอและชัดเจน	2.94	.845	ปานกลาง
7. มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ	2.94	.884	ปานกลาง
8. มีสุขาสะอาดและเพียงพอ	2.74	.872	ปานกลาง
การคมนาคม			
9. ความสะดวกในการเดินทางมายังจังหวัดแพร่	2.97	.903	ปานกลาง
10. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	2.72	.888	ปานกลาง
11. การจราจรภายในจังหวัดแพร่	2.63	.877	ปานกลาง
12. ถนน/เส้นทางภายในจังหวัดแพร่	2.89	.934	ปานกลาง
ความปลอดภัย			
13. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	2.96	.999	ปานกลาง
14. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ	3.33	1.002	ปานกลาง
15. มีจุดแจ้งเหตุฉุกเฉินเพียงพอ	3.37	1.107	ปานกลาง
16. มีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว	3.85	.862	มาก
รวม	3.00	.926	ปานกลาง

จากการสำรวจพบว่ากลุ่มตัวอย่างระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ในระดับมาก ได้แก่ มีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.85$) รองมาเป็นระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ได้แก่ มีจุดแจ้งเหตุฉุกเฉินเพียงพอ ($\bar{X} = 3.37$), มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ ($\bar{X} = 3.33$), สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด ($\bar{X} = 3.03$), มีจุดบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.99$), ความสะดวกในการเดินทางมายังจังหวัดแพร่ ($\bar{X} = 2.97$), สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 2.96$), มีป้ายบอกทาง/แผนที่เพียงพอและชัดเจน ($\bar{X} = 2.94$), มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ ($\bar{X} = 2.94$), สถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนมากและหลากหลาย ($\bar{X} = 2.93$), ถนน/เส้นทางภายในจังหวัดแพร่ ($\bar{X} = 2.89$), สถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์ ($\bar{X} = 2.85$), สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ ($\bar{X} = 2.78$), มีสุขาสะอาดและเพียงพอ ($\bar{X} = 2.74$), ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.72$), การจราจรภายในจังหวัดแพร่ ($\bar{X} = 2.63$) ตามลำดับ

ทั้งนี้ระดับทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.00$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจในการท่องเที่ยว

ตาราง 9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่	\bar{X}	S.D.	ระดับ
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่			
17. การประชาสัมพันธ์ทางวารสาร/นิตยสารการท่องเที่ยว	3.70	.884	มาก
18. การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์	3.39	.775	ปานกลาง
19. การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ	3.47	.925	มาก
20. การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต	2.91	.967	ปานกลาง

ตาราง 9 (ต่อ)

สถานที่พัก			
21. มีสถานที่พักให้เลือกหลายประเภท	2.98	.986	ปานกลาง
22. สถานที่พักมีราคาเหมาะสม	3.01	.949	ปานกลาง
23. สถานที่พักสะอาดและมีความปลอดภัย	2.93	1.011	ปานกลาง
24. การให้บริการน่าพอใจ	3.22	.901	ปานกลาง
25. สถานที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ	3.43	.867	มาก
สินค้าที่ระลึก			
26. มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท	3.48	.864	มาก
27. สินค้าแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	3.13	.993	ปานกลาง
28. สินค้ามีคุณภาพ	3.37	.938	ปานกลาง
29. สินค้ามีราคาเหมาะสม	3.17	1.036	ปานกลาง
อาหาร			
30. ร้านอาหารสะอาด	2.84	1.104	ปานกลาง
31. มีอาหารให้เลือกหลากหลายชนิด	3.76	.928	มาก
32. อาหารมีคุณภาพและรสชาติดี	3.51	.929	มาก
33. อาหารมีราคาเหมาะสม	3.55	.889	มาก
34. การบริการของร้านอาหารน่าพึงพอใจ	3.48	.906	มาก
35. ความพึงพอใจต่ออาหารโดยรวม	3.47	.788	มาก
36. อัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม	3.70	.867	มาก
รวม	3.33	.926	ปานกลาง

จากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ ในระดับมาก ได้แก่ มีอาหารให้เลือกหลากหลายชนิด ($\bar{X} = 3.76$), อัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม ($\bar{X} = 3.70$), การประชาสัมพันธ์ทางวารสาร/นิตยสารการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.70$), อาหารมีราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3.55$), อาหารมีคุณภาพและรสชาติดี ($\bar{X} = 3.51$), มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท ($\bar{X} = 3.48$), การบริการของร้านอาหารน่าพึงพอใจ ($\bar{X} =$

3.48), ความพึงพอใจต่ออาหารโดยรวม ($\bar{X} = 3.47$), การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ ($\bar{X} = 3.47$), สถานที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ ($\bar{X} = 3.43$) รองลงมาเป็นระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ ($\bar{X} = 3.39$), สินค้ามีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.37$), การให้บริการน่าพอใจ ($\bar{X} = 3.22$), สินค้ามีราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3.17$), สินค้าแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ($\bar{X} = 3.13$), สถานที่พักมีราคาเหมาะสม ($\bar{X} = 3.01$), มีสถานที่พักให้เลือกหลายประเภท ($\bar{X} = 2.98$), สถานที่พักสะอาดและมีความปลอดภัย ($\bar{X} = 2.93$), การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต ($\bar{X} = 2.91$), ร้านอาหารสะอาด ($\bar{X} = 2.84$) ตามลำดับ

ทั้งนี้ ระดับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ในภาพรวมของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$)

การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดแพร่

สมมติฐานที่ 1.1 เพศที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 10 แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามเพศ

เพศ	N	\bar{X}	S.D.	t	Sig.
ชาย	192	2.99	.530	-2.77	.432
หญิง	208	3.00	.500		
รวม	400				

จากการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่า t ที่คำนวณได้ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก ผลที่ได้คือ เพศที่แตกต่างกันมี ผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.2 อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 11 แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	1.094	.273	1.034	.389
ภายในกลุ่ม	395	104.439	.264		
รวม	399	105.532			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่า F-Ratio ที่คำนวณได้ การศึกษา ที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 12 แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขต อำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	2	.374	.187	.706	.494
ภายในกลุ่ม	397	105.158	.265		
รวม	399	105.532			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่า F-Ratio ที่คำนวณได้ การศึกษาที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 13 แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	4	.414	.103	.389	.817
ภายในกลุ่ม	395	105.119	.266		
รวม	399	105.532			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่า F-Ratio ที่คำนวณได้ อาชีพที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

ตาราง 14 แสดงทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จำแนกตามรายได้

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig.
ระหว่างกลุ่ม	3	1.715	.572	2.181	.090
ภายในกลุ่ม	396	103.817	.262		
รวม	399	105.532			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผลการวิเคราะห์ค่า F-Ratio ที่คำนวณได้ รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สถานที่พัก สินค้าที่ระลึก อาหาร และอรรถาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น

สมมติฐานที่ 2.1 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.1.1 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 15 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ชาย	4 (ร้อยละ 2.1)	25 (ร้อยละ 13.0)	72 (ร้อยละ 37.5)	70 (ร้อยละ 36.4)	21 (ร้อยละ 10.9)
หญิง	8 (ร้อยละ 3.8)	27 (ร้อยละ 13.8)	82 (ร้อยละ 39.4)	70 (ร้อยละ 33.6)	21 (ร้อยละ 10.1)

$$\chi^2 = 15.051$$

$$\text{Sig.} = .375$$

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่เพศชายมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับปานกลาง มากที่สุด (ร้อยละ 37.5) และเพศหญิงมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับปานกลาง มากที่สุด (ร้อยละ 39.4)

สมมติฐานที่ 2.1.2 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พักไม่แตกต่างกัน

ตาราง 16 แสดงแสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พัก จำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ชาย	10 (ร้อยละ 4.8)	36 (ร้อยละ 17.3)	82 (ร้อยละ 39.4)	50 (ร้อยละ 24.0)	14 (ร้อยละ 6.7)
หญิง	12 (ร้อยละ 5.8)	36 (ร้อยละ 17.3)	88 (ร้อยละ 42.3)	59 (ร้อยละ 28.4)	13 (ร้อยละ 6.2)
$\chi^2 = 12.380$		Sig. = .902			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พัก ไม่มีความสัมพันธ์กับเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่เพศชายมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พักในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 39.4) และเพศหญิงมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พักในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 42.3)

สมมติฐานที่ 2.1.3 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 17 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก จำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ชาย	12 (ร้อยละ 6.2)	24 (ร้อยละ 12.5)	77 (ร้อยละ 40.1)	61 (ร้อยละ 31.8)	18 (ร้อยละ 9.4)
หญิง	10 (ร้อยละ 4.8)	24 (ร้อยละ 11.5)	82 (ร้อยละ 39.4)	75 (ร้อยละ 36.1)	17 (ร้อยละ 8.2)

$$\chi^2 = 19.473$$

Sig. = .245

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึกไม่มีความสัมพันธ์กับเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่เพศชายมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึกในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 40.1) และเพศหญิงมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึกในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 39.4)

สมมติฐานที่ 2.1.4 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหารไม่แตกต่างกัน

ตาราง 18 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร จำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ชาย	12 (ร้อยละ 6.2)	19 (ร้อยละ 9.9)	63 (ร้อยละ 3.28)	74 (ร้อยละ 38.5)	24 (ร้อยละ 12.5)
หญิง	11 (ร้อยละ 5.3)	19 (ร้อยละ 9.1)	67 (ร้อยละ 31.2)	90 (ร้อยละ 43.3)	21 (ร้อยละ 10.1)
$\chi^2 = 11.679$		Sig. = .863			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่เพศชายมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหารในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 38.5) และเพศหญิงมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหารในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 43.3)

สมมติฐานที่ 2.1.5 เพศที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัศจรรย์ไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 19 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัศจรรย์ไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามเพศ

เพศ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ชาย	1 (ร้อยละ 0.5)	12 (ร้อยละ 6.2)	66 (ร้อยละ 34.4)	77 (ร้อยละ 40.1)	36 (ร้อยละ 18.8)
หญิง	0 (ร้อยละ 0.0)	15 (ร้อยละ 7.2)	75 (ร้อยละ 36.1)	76 (ร้อยละ 36.5)	42 (ร้อยละ 20.2)
$\chi^2 = 1.739$		Sig. = .784			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัศจรรย์ไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่เพศชายมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัศจรรย์ไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 40.1) และเพศหญิงมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัศจรรย์ไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 36.5)

สมมติฐานที่ 2.2 อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.2.1 อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 20 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ต่ำกว่า 20 ปี	1 (ร้อยละ 4.5)	4 (ร้อยละ 18.2)	7 (ร้อยละ 31.8)	9 (ร้อยละ 40.9)	1 (ร้อยละ 4.5)
20 - 29 ปี	2 (ร้อยละ 1.8)	15 (ร้อยละ 13.6)	44 (ร้อยละ 40.0)	37 (ร้อยละ 33.6)	13 (ร้อยละ 11.8)
30 - 39 ปี	4 (ร้อยละ 4.2)	15 (ร้อยละ 12.6)	46 (ร้อยละ 38.6)	42 (ร้อยละ 35.3)	11 (ร้อยละ 9.2)
40 - 49 ปี	3 (ร้อยละ 3.0)	10 (ร้อยละ 10.0)	40 (ร้อยละ 40.0)	34 (ร้อยละ 34.0)	13 (ร้อยละ 13.0)
50 ปีขึ้นไป	1 (ร้อยละ 2.0)	8 (ร้อยละ 16.3)	18 (ร้อยละ 36.7)	19 (ร้อยละ 38.8)	4 (ร้อยละ 8.2)

$$\chi^2 = 83.455$$

Sig. = .010

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อายุ 30 - 39 ปี มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 38.6)

สมมติฐานที่ 2.2.2 อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พักไม่แตกต่างกัน

ตาราง 21 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พัก จำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ต่ำกว่า 20 ปี	0 (ร้อยละ 0.0)	4 (ร้อยละ 18.2)	9 (ร้อยละ 40.9)	6 (ร้อยละ 27.3)	3 (ร้อยละ 13.6)
20 - 29 ปี	4 (ร้อยละ 3.6)	24 (ร้อยละ 21.8)	44 (ร้อยละ 40.0)	33 (ร้อยละ 30.0)	5 (ร้อยละ 4.5)
30 - 39 ปี	6 (ร้อยละ 5.0)	23 (ร้อยละ 19.3)	52 (ร้อยละ 43.7)	30 (ร้อยละ 25.2)	8 (ร้อยละ 6.7)
40 - 49 ปี	9 (ร้อยละ 9.0)	14 (ร้อยละ 14.0)	44 (ร้อยละ 44.0)	25 (ร้อยละ 25.0)	8 (ร้อยละ 8.0)
50 ปีขึ้นไป	3 (ร้อยละ 6.1)	7 (ร้อยละ 14.3)	21 (ร้อยละ 42.8)	14 (ร้อยละ 28.6)	4 (ร้อยละ 8.2)
$\chi^2 = 81.151$		Sig. = .443			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อายุ 30 - 39 ปี มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวดูสถานที่พักในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 43.7)

สมมติฐานที่ 2.2.3 อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 22 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึก จำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ต่ำกว่า 20 ปี	2 (ร้อยละ 9.1)	2 (ร้อยละ 9.1)	9 (ร้อยละ 41.0)	7 (ร้อยละ 31.8)	2 (ร้อยละ 9.1)
20 - 29 ปี	6 (ร้อยละ 5.4)	14 (ร้อยละ 12.7)	44 (ร้อยละ 40.0)	37 (ร้อยละ 33.6)	9 (ร้อยละ 8.2)
30 - 39 ปี	4 (ร้อยละ 3.4)	15 (ร้อยละ 12.6)	50 (ร้อยละ 42.0)	41 (ร้อยละ 34.5)	9 (ร้อยละ 7.6)
40 - 49 ปี	6 (ร้อยละ 6.0)	12 (ร้อยละ 12.0)	37 (ร้อยละ 37.0)	36 (ร้อยละ 36.0)	9 (ร้อยละ 9.0)
50 ปีขึ้นไป	4 (ร้อยละ 8.2)	6 (ร้อยละ 12.2)	19 (ร้อยละ 38.8)	15 (ร้อยละ 30.6)	5 (ร้อยละ 10.2)
$\chi^2 = 75.303$		Sig. = .158			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึกไม่มีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อายุ 30 - 39 ปี มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านสินค้าที่ระลึกในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 42.0)

สมมติฐานที่ 2.2.4 อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหารไม่แตกต่างกัน

ตาราง 23 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหาร จำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ต่ำกว่า 20 ปี	2 (ร้อยละ 9.1)	2 (ร้อยละ 9.1)	5 (ร้อยละ 22.7)	8 (36.4)	5 (ร้อยละ 22.7)
20 - 29 ปี	5 (ร้อยละ 4.5)	12 (ร้อยละ 11.0)	33 (30.0)	48 (ร้อยละ 43.6)	12 (ร้อยละ 11.0)
30 - 39 ปี	7 (ร้อยละ 5.9)	12 (ร้อยละ 10.1)	37 (ร้อยละ 31.1)	50 (ร้อยละ 42.0)	13 (ร้อยละ 11.0)
40 - 49 ปี	7 (ร้อยละ 7.0)	8 (ร้อยละ 8.0)	35 (ร้อยละ 35.0)	40 (ร้อยละ 40.0)	10 (ร้อยละ 10.0)
50 ปีขึ้นไป	3 (ร้อยละ 6.1)	5 (ร้อยละ 10.2)	18 (ร้อยละ 36.7)	18 (ร้อยละ 36.7)	5 (ร้อยละ 0.2)
$\chi^2 = 73.060$		Sig. = .443			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหารไม่มีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อายุ 30 - 39 ปี มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้านอาหารในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 42.0)

สมมติฐานที่ 2.2.5 อายุที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 24 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามอายุ

อายุ	ระดับความพึงพอใจ			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ต่ำกว่า 20 ปี	1 (ร้อยละ 4.5)	6 (ร้อยละ 27.3)	7 (ร้อยละ 31.8)	8 (ร้อยละ 36.4)
20 - 29 ปี	11 (ร้อยละ 10.0)	39 (ร้อยละ 35.5)	35 (ร้อยละ 31.8)	25 (ร้อยละ 22.7)
30 - 39 ปี	9 (ร้อยละ 7.6)	40 (ร้อยละ 33.6)	54 (ร้อยละ 45.4)	16 (ร้อยละ 13.4)
40 - 49 ปี	5 (ร้อยละ 5.0)	37 (ร้อยละ 37.0)	40 (ร้อยละ 40.0)	18 (ร้อยละ 18.0)
50 ปีขึ้นไป	2 (ร้อยละ 4.1)	19 (ร้อยละ 38.8)	17 (ร้อยละ 34.7)	11 (ร้อยละ 22.4)
$\chi^2 = 16.999$		Sig. = .386		

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัธยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อายุ 30 - 39 ปี มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด่อัธยาศัยไมตรีในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 45.4)

สมมติฐานที่ 2.3 การศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.3.1 การศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 25 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	1 (ร้อยละ 4.0)	6 (ร้อยละ 24.0)	7 (ร้อยละ 28.0)	10 (ร้อยละ 40.0)	1 (ร้อยละ 4.0)
อนุปริญญา / ปวส.	1 (ร้อยละ 5.6)	4 (ร้อยละ 22.2)	6 (ร้อยละ 33.3)	6 (ร้อยละ 33.3)	1 (ร้อยละ 5.6)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	11 (ร้อยละ 3.1)	42 (ร้อยละ 11.8)	142 (ร้อยละ 39.8)	124 (ร้อยละ 34.7)	38 (ร้อยละ 10.6)

$$\chi^2 = 47.773$$

$$\text{Sig.} = .011$$

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 39.8)

สมมติฐานที่ 2.3.2 การศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักไม่แตกต่างกัน

ตาราง 26 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พัก จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	1 (ร้อยละ 4.0)	5 (ร้อยละ 20.0)	9 (ร้อยละ 36.0)	7 (ร้อยละ 28.0)	3 (ร้อยละ 12.0)
อนุปริญญา / ปวส.	1 (ร้อยละ 5.6)	4 (ร้อยละ 22.2)	5 (ร้อยละ 27.8)	7 (ร้อยละ 38.9)	1 (ร้อยละ 5.6)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	21 (ร้อยละ 5.9)	62 (ร้อยละ 17.4)	157 (ร้อยละ 43.9)	95 (ร้อยละ 26.6)	22 (ร้อยละ 6.2)
$\chi^2 = 42.613$		Sig. = .359			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 43.9)

สมมติฐานที่ 2.3.3 การศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 27 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึก จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	3 (ร้อยละ 12.0)	2 (ร้อยละ 8.0)	10 (ร้อยละ 40.0)	7 (ร้อยละ 28.0)	3 (ร้อยละ 12.0)
อนุปริญญา / ปวส.	1 (ร้อยละ 5.6)	4 (ร้อยละ 22.2)	6 (ร้อยละ 33.3)	7 (ร้อยละ 38.9)	1 (ร้อยละ 5.6)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	18 (ร้อยละ 5.0)	43 (ร้อยละ 12.0)	143 (ร้อยละ 40.1)	123 (ร้อยละ 34.5)	30 (ร้อยละ 8.4)
$\chi^2 = 38.655$		Sig. = .194			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกไม่มีความสัมพันธ์กับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 40.1)

สมมติฐานที่ 2.3.4 การศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไม่แตกต่างกัน

ตาราง 28 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหาร จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	2 (ร้อยละ 8.0)	2 (ร้อยละ 8.0)	6 (ร้อยละ 2.4)	9 (ร้อยละ 36.0)	6 (ร้อยละ 24.0)
อนุปริญญา / ปวส.	1 (ร้อยละ 5.6)	4 (ร้อยละ 22.2)	4 (ร้อยละ 22.2)	6 (ร้อยละ 33.3)	3 (ร้อยละ 16.7)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	21 (ร้อยละ 5.9)	32 (ร้อยละ 9.0)	119 (ร้อยละ 33.3)	148 (ร้อยละ 41.5)	37 (ร้อยละ 10.4)
$\chi^2 = 54.468$		Sig. = .025			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหาร มีความสัมพันธ์กับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 41.5)

สมมติฐานที่ 2.3.5 การศึกษาที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 29 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ประถมศึกษา/มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า	2 (ร้อยละ 8.0)	7 (ร้อยละ 28.0)	7 (ร้อยละ 28.0)	9 (ร้อยละ 36.0)
อนุปริญญา / ปวส.	4 (ร้อยละ 22.2)	2 (ร้อยละ 11.1)	11 (ร้อยละ 61.1)	1 (ร้อยละ 5.6)
ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี	22 (ร้อยละ 6.2)	132 (ร้อยละ 37.0)	135 (ร้อยละ 37.8)	68 (ร้อยละ 19.0)
$\chi^2 = 19.096$		Sig. = .014		

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมมีความสัมพันธ์กับการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อายุ 30 - 39 ปี มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 37.8)

สมมติฐานที่ 2.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.4.1 อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 30 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ข้าราชการ	5 (ร้อยละ 3.3)	18 (ร้อยละ 11.8)	61 (ร้อยละ 39.9)	52 (ร้อยละ 34.0)	17 (ร้อยละ 11.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	4 (ร้อยละ 3.3)	15 (ร้อยละ 12.4)	48 (ร้อยละ 39.7)	40 (ร้อยละ 33.0)	14 (ร้อยละ 11.6)
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	2 (ร้อยละ 4.1)	5 (ร้อยละ 10.2)	17 (ร้อยละ 34.7)	19 (ร้อยละ 38.8)	6 (ร้อยละ 12.2)
นักศึกษา	1 (ร้อยละ 2.4)	10 (ร้อยละ 23.3)	13 (ร้อยละ 30.3)	16 (ร้อยละ 37.0)	3 (ร้อยละ 7.0)
อื่นๆ	1 (ร้อยละ 2.9)	4 (ร้อยละ 11.8)	15 (ร้อยละ 44.1)	11 (ร้อยละ 32.4)	3 (ร้อยละ 8.8)

$$\chi^2 = 62.928$$

Sig. = .245

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 39.9)

สมมติฐานที่ 2.4.2 อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักไม่แตกต่างกัน

ตาราง 31 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พัก จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ข้าราชการ	9 (ร้อยละ 5.9)	29 (ร้อยละ 19.0)	64 (ร้อยละ 41.8)	41 (ร้อยละ 26.8)	10 (ร้อยละ 6.5)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	7 (ร้อยละ 5.8)	19 (ร้อยละ 15.7)	62 (ร้อยละ 51.2)	29 (ร้อยละ 24.0)	4 (ร้อยละ 3.3)
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	4 (ร้อยละ 8.2)	7 (ร้อยละ 14.3)	15 (ร้อยละ 30.7)	16 (ร้อยละ 32.6)	7 (ร้อยละ 14.2)
นักศึกษา	2 (ร้อยละ 4.6)	10 (ร้อยละ 23.3)	13 (ร้อยละ 30.2)	14 (ร้อยละ 32.6)	4 (ร้อยละ 9.3)
อื่นๆ	1 (ร้อยละ 2.9)	6 (ร้อยละ 17.7)	15 (ร้อยละ 44.1)	9 (ร้อยละ 26.5)	3 (ร้อยละ 8.8)
$\chi^2 = 79.635$		Sig. = .490			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 41.8)

สมมติฐานที่ 2.4.3 อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 32 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึก จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ข้าราชการ	11 (ร้อยละ 7.2)	17 (ร้อยละ 11.1)	63 (ร้อยละ 41.2)	50 (ร้อยละ 32.7)	12 (ร้อยละ 7.8)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	5 (ร้อยละ 4.1)	15 (ร้อยละ 12.4)	47 (ร้อยละ 38.8)	44 (ร้อยละ 36.4)	10 (ร้อยละ 8.3)
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	1 (ร้อยละ 2.1)	5 (ร้อยละ 10.2)	17 (ร้อยละ 34.7)	18 (ร้อยละ 36.7)	8 (ร้อยละ 16.3)
นักศึกษา	3 (ร้อยละ 7.0)	6 (ร้อยละ 14.0)	16 (ร้อยละ 37.2)	14 (ร้อยละ 32.5)	4 (ร้อยละ 9.3)
อื่นๆ	2 (ร้อยละ 5.9)	5 (ร้อยละ 14.7)	15 (ร้อยละ 44.1)	11 (ร้อยละ 32.3)	1 (ร้อยละ 3.0)
$\chi^2 = 56.818$		Sig. = .726			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 41.2)

สมมติฐานที่ 2.4.4 อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไม่แตกต่างกัน

ตาราง 33 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหาร จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ข้าราชการ	11 (ร้อยละ 7.1)	16 (ร้อยละ 10.4)	52 (ร้อยละ 34.0)	61 (ร้อยละ 40.0)	13 (ร้อยละ 8.5)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	8 (ร้อยละ 6.6)	10 (ร้อยละ 8.3)	40 (ร้อยละ 33.0)	51 (ร้อยละ 42.1)	12 (ร้อยละ 10.0)
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	2 (ร้อยละ 4.1)	2 (ร้อยละ 4.1)	14 (ร้อยละ 28.5)	23 (ร้อยละ 47.0)	8 (ร้อยละ 16.3)
นักศึกษา	2 (ร้อยละ 4.6)	6 (ร้อยละ 14.0)	11 (ร้อยละ 25.6)	16 (ร้อยละ 37.2)	8 (ร้อยละ 18.6)
อื่นๆ	1 (ร้อยละ 3.0)	3 (ร้อยละ 8.8)	13 (ร้อยละ 38.2)	13 (ร้อยละ 38.2)	4 (ร้อยละ 11.8)
$\chi^2 = 87.516$		Sig. = .103			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไม่มีความสัมพันธ์กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อาชีพข้าราชการมีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 40.0)

สมมติฐานที่ 2.3.5 อาชีพที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 34 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
ข้าราชการ	17 (ร้อยละ 11.1)	61 (ร้อยละ 39.9)	52 (ร้อยละ 34.0)	23 (ร้อยละ 15.0)
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2 (ร้อยละ 1.7)	50 (ร้อยละ 41.3)	45 (ร้อยละ 37.2)	24 (ร้อยละ 19.8)
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	0 (ร้อยละ 0.0)	13 (ร้อยละ 26.5)	19 (ร้อยละ 38.8)	17 (ร้อยละ 34.7)
นักศึกษา	6 (ร้อยละ 13.9)	9 (ร้อยละ 20.9)	18 (ร้อยละ 41.9)	10 (ร้อยละ 23.3)
อื่นๆ	3 (ร้อยละ 8.8)	8 (ร้อยละ 23.5)	19 (ร้อยละ 55.9)	4 (ร้อยละ 11.8)
$\chi^2 = 35.696$		Sig. = .003		

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมมีความสัมพันธ์กับอาชีพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่อาชีพข้าราชการในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 39.9)

สมมติฐานที่ 2.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ไม่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2.5.1 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่แตกต่างกัน

ตาราง 35 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
5,000 - 10,000 บาท	1 (ร้อยละ 2.4)	9 (ร้อยละ 22.0)	13 (ร้อยละ 31.8)	15 (ร้อยละ 36.5)	3 (ร้อยละ 7.3)
10,001 - 15,000 บาท	4 (ร้อยละ 2.0)	20 (ร้อยละ 9.9)	80 (ร้อยละ 39.8)	73 (ร้อยละ 36.3)	24 (ร้อยละ 12.0)
15,001 - 20,000 บาท	6 (ร้อยละ 6.1)	17 (ร้อยละ 17.3)	39 (ร้อยละ 40.0)	28 (ร้อยละ 28.5)	8 (ร้อยละ 8.1)
มากกว่า 20,000 บาท	2 (ร้อยละ 3.4)	5 (ร้อยละ 8.3)	23 (ร้อยละ 38.3)	23 (ร้อยละ 38.3)	7 (ร้อยละ 11.7)
$\chi^2 = 77.768$		Sig. = .001			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่รายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 39.8)

สมมติฐานที่ 2.5.2 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักไม่แตกต่างกัน

ตาราง 36 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พัก จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
5,000 - 10,000 บาท	1 (ร้อยละ 2.4)	9 (ร้อยละ 22.0)	13 (ร้อยละ 31.8)	15 (ร้อยละ 36.5)	3 (ร้อยละ 7.3)
10,001 - 15,000 บาท	10 (ร้อยละ 5.0)	33 (ร้อยละ 16.4)	84 (ร้อยละ 41.8)	60 (ร้อยละ 29.8)	14 (ร้อยละ 7.0)
15,001 - 20,000 บาท	9 (ร้อยละ 9.2)	22 (ร้อยละ 22.4)	46 (ร้อยละ 46.9)	18 (ร้อยละ 18.4)	3 (ร้อยละ 3.1)
มากกว่า 20,000 บาท	2 (ร้อยละ 3.3)	7 (ร้อยละ 11.7)	28 (ร้อยละ 46.7)	17 (ร้อยละ 28.3)	6 (ร้อยละ 10.0)
$\chi^2 = 84.180$		Sig. = .021			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่รายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 41.8)

สมมติฐานที่ 2.5.3 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกไม่แตกต่างกัน

ตาราง 37 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึก จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
5,000 - 10,000 บาท	2 (ร้อยละ 4.9)	6 (ร้อยละ 14.6)	15 (ร้อยละ 36.6)	13 (ร้อยละ 31.7)	5 (ร้อยละ 12.2)
10,001 - 15,000 บาท	9 (ร้อยละ 4.5)	22 (ร้อยละ 10.9)	79 (ร้อยละ 39.3)	75 (ร้อยละ 37.3)	16 (ร้อยละ 8.0)
15,001 - 20,000 บาท	7 (ร้อยละ 7.1)	14 (ร้อยละ 14.3)	44 (ร้อยละ 44.9)	25 (ร้อยละ 25.5)	8 (ร้อยละ 8.2)
มากกว่า 20,000 บาท	3 (ร้อยละ 5.0)	7 (ร้อยละ 11.7)	21 (ร้อยละ 35.0)	22 (ร้อยละ 36.6)	7 (ร้อยละ 11.7)
$\chi^2 = 49.599$		Sig. = .409			

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่รายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกในระดับปานกลางมากที่สุด (ร้อยละ 39.3)

สมมติฐานที่ 2.5.4 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไม่แตกต่างกัน

ตาราง 38 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหาร จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว				
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
5,000 - 10,000 บาท	1 (ร้อยละ 2.4)	6 (ร้อยละ 14.6)	11 (ร้อยละ 26.8)	15 (ร้อยละ 36.6)	8 (ร้อยละ 19.6)
10,001 - 15,000 บาท	12 (ร้อยละ 6.0)	18 (ร้อยละ 9.0)	59 (ร้อยละ 29.3)	89 (ร้อยละ 44.3)	23 (ร้อยละ 11.4)
15,001 - 20,000 บาท	8 (ร้อยละ 8.2)	10 (ร้อยละ 10.2)	37 (ร้อยละ 37.8)	36 (ร้อยละ 36.7)	7 (ร้อยละ 7.1)
มากกว่า 20,000 บาท	2 (ร้อยละ 3.3)	4 (ร้อยละ 6.7)	23 (ร้อยละ 38.3)	24 (ร้อยละ 40.0)	7 (ร้อยละ 11.7)

$$\chi^2 = 88.825$$

$$\text{Sig.} = .002$$

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่รายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท มีความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 44.3)

สมมติฐานที่ 2.4.5 รายได้ต่อเดือนที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่แตกต่างกัน

ตาราง 39 แสดงจำนวนและร้อยละของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม จำแนกตามรายได้

รายได้ต่อเดือน	ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว			
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด
5,000 - 10,000 บาท	5 (ร้อยละ 12.2)	8 (ร้อยละ 19.5)	18 (ร้อยละ 43.9)	10 (ร้อยละ 24.4)
10,001 – 15,000 บาท	12 (ร้อยละ 5.9)	72 (ร้อยละ 35.9)	75 (ร้อยละ 37.3)	42 (ร้อยละ 20.9)
15,001 – 20,000 บาท	8 (ร้อยละ 8.2)	43 (ร้อยละ 43.9)	33 (ร้อยละ 33.7)	14 (ร้อยละ 14.2)
มากกว่า 20,000 บาท	3 (ร้อยละ 5.0)	18 (ร้อยละ 30.0)	27 (ร้อยละ 45.0)	12 (ร้อยละ 20.0)

$$\chi^2 = 12.995$$

$$\text{Sig.} = .369$$

จากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม ไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ต่อเดือนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยที่รายได้ต่อเดือน 10,001 – 15,000 บาท ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 37.3)

ผลการสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์มีประเด็นคำถามแบ่งออกเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นคำถามด้านทรัพยากรท่องเที่ยว ประเด็นคำถามด้านสิ่งแวดล้อม ประเด็นคำถามด้านกรคมนาคม ประเด็นคำถามด้านความปลอดภัย การนำเสนอผลการสัมภาษณ์สรุปตามประเด็น ดังนี้

1. ด้านทรัพยากรท่องเที่ยว

1.1 เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่

เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่ ได้ให้ข้อมูลด้านทรัพยากรท่องเที่ยวว่า เพื่อให้การพัฒนาด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจ จะต้องมีการพัฒนาโดยการดึงจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวมาพัฒนา และทำให้เป็นที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งจุดเด่นด้านประวัติศาสตร์ของจังหวัดแพร่ และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของชาวเมืองแพร่ ทั้งนี้ จังหวัดแพร่เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน และเป็นจังหวัดที่ชาวเมืองอยู่กันอย่างสงบ มีเรื่องราวที่น่าเรียนรู้มากมาย มีความพร้อมทางทรัพยากรท่องเที่ยวในการจะรองรับการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แต่ยังคงขาดการประชาสัมพันธ์ที่ดี ส่วนด้านความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ต้องเน้นเรื่องความสะดวก รวมทั้งสุขอนามัยของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ ดังนั้นจะต้องรักษามาตรฐานด้านความสะดวกไว้ หรือแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งควรมีการปรับปรุงเรื่องความสะดวกและสุขอนามัยของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังจังหวัดแพร่

1.2 เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่ ได้ให้ข้อมูลด้านทรัพยากรท่องเที่ยวว่า เพื่อให้การพัฒนาด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจ จังหวัดแพร่จำเป็นต้องมีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงประวัติศาสตร์และความน่าสนใจของจังหวัดแพร่ว่ามีสิ่งที่น่าสนใจอะไรบ้าง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความน่าสนใจในแง่วัฒนธรรมและประเพณีที่หลากหลาย รวมทั้งวิถีการดำรงชีวิตร่วมกันท่ามกลางความแตกต่างทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยังมีความน่าสนใจในแง่ของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ทั้งวัดโบราณ บ้านโบราณ แม้กระทั่งชุมชนต่าง ๆ ซึ่งแทบทุกชุมชนในจังหวัดแพร่ล้วนมีประวัติของชุมชนที่ยาวนานและน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นจึงควรมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงความน่าสนใจเหล่านี้ ส่วนในด้านความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยวและห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทางจังหวัดแพร่ได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ดังนั้นทุกแหล่งท่องเที่ยวควรมีระบบการจัดการที่ดี ทั้งความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวกของห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่ง

1.3 เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ ได้ให้ข้อมูลด้านทรัพยากรท่องเที่ยวว่า จังหวัดแพร่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวนมาก ทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและมนุษย์สร้างขึ้นที่เหมาะสมกับการ โดยแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีประวัติศาสตร์อันยาวนาน

ซึ่งเหมาะกับการทำให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความรู้อันหลากหลาย และได้ทราบถึงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามของชาวแพร่ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ส่วนในด้านความสะดวกสบายของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดแพร่ สถานที่ทุก ๆ ที่ต้องให้ความสนใจด้านความสะดวกสบาย เนื่องจากความสะดวกสบายแหล่งท่องเที่ยวเปรียบได้กับหน้าตาของจังหวัดแพร่ หากแหล่งที่ท่องเที่ยวและห้องน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวกหรือไม่ถูกสุขลักษณะ นักท่องเที่ยวก็จะไม่เกิดความรู้สึกประทับใจและไม่เกิดความสุขในการท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดความรู้สึกมีอคติต่อแหล่งท่องเที่ยว และไม่อยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

1.4 ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน

ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน ได้ให้ข้อมูลด้านทรัพยากรท่องเที่ยวว่า เพื่อให้การพัฒนาด้านทรัพยากรท่องเที่ยวเกิดความน่าสนใจ จังหวัดแพร่ควรมีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น และควรได้รับการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวให้มากขึ้น แม้ว่าจังหวัดแพร่จะเป็นเพียงจังหวัดเล็ก ๆ แต่จังหวัดแพร่มีความน่าสนใจในด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เห็นได้ชัดเจนจากแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของจังหวัดแพร่ที่มักจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน เช่น วัด เจดีย์ บ้าน หรือหมู่บ้านต่าง ๆ รวมไปถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในแต่ละชุมชน ซึ่งมักจะมีรูปแบบเฉพาะและถูกดำเนินสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน ดังนั้นหากจะพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ก็ควรจะนำเสนอจุดเด่นด้านประวัติศาสตร์และประเพณีวัฒนธรรมอันหลากหลายให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจ โดยจำเป็นต้องทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อทุกประเภท เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยว ส่วนเรื่องความสะดวกสบาย แหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งควรจัดฝ่ายรับผิดชอบด้านความสะดวกสบาย โดยให้ความสำคัญกับเรื่องความสะดวกสบายในทุกจุดภายในแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้การพัฒนาการท่องเที่ยวควรพัฒนาไปในแนวทางที่ยั่งยืน โดยจะต้องให้ชุมชนมีส่วนร่วมมากที่สุด

2. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

2.1 เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่

เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่ ได้ให้ข้อมูลว่าแนวทางสำหรับการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ได้แก่ ห้องน้ำ ต้องมีห้องน้ำที่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ต้องสะอาดและปลอดภัย ที่จอดรถควรที่จะมีปริมาณมากพอ สะดวก และมีคนคอยดูแลความปลอดภัยตลอดเวลา ป้ายบอกทางควรมีการติดตั้งป้ายชี้ทางที่ได้รับการออกแบบสอดคล้องกับศิลปะของจังหวัดแพร่อยู่ทุก ๆ ทางแยก เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปชมโบราณสถานเหล่านั้นได้

ด้วยตนเอง ป้ายชี้ทางควรมีทั้งภาษาอังกฤษและภาษาไทยกำกับอยู่ด้วย ร้านอาหารต้องจัดให้อยู่เป็นหมวดหมู่ ไม่กระจัดกระจาย และต้องขายสินค้าในราคาเดียวกันเพื่อเป็นการกระจายรายได้ให้กับร้านค้าอื่น ๆ และไม่เอาเปรียบนักท่องเที่ยว

2.2 เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่ ได้ให้ข้อมูลว่า แนวทางสำหรับการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ห้างน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวจะต้องสะอาด ปลอดภัยและเป็นส่วนตัว ไม่เปลี่ยว ที่จอดรถต้องมีความกว้างขวางและมากพอที่จะรองรับรถของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันควรจะมีที่พักมีป้ายบอกทางเข้าแหล่งท่องเที่ยว ต้องมีป้ายบอกทางเป็นระยะก่อนถึงสถานที่แต่ละแห่ง ให้นักท่องเที่ยวได้ทราบถึงที่หมายของแต่ละโบราณสถาน ร้านอาหารต้องสะอาด ถูกหลักอนามัย และที่สำคัญราคาอาหารและสินค้าที่ระลึกต้องเป็นราคาที่ยุติธรรม ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค

2.3 เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ ได้ให้ข้อมูลว่า แนวทางสำหรับการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกห้างน้ำต้องเน้นที่ความสะดวกเป็นหลัก ปลอดภัย ที่จอดรถควรจัดให้เป็นสัดส่วนและมีความกว้างขวางเพียงพอกับปริมาณรถของนักท่องเที่ยว ป้ายบอกทางต้องชัดเจน เข้าใจง่าย อาจมีรูปภาพประกอบ และควรมีภาษาอังกฤษด้วย และต้องมีตลอดเส้นทางจนถึงแหล่งท่องเที่ยววนั้น ๆ ร้านอาหารควรจัดให้เป็นระเบียบ ไม่ให้ลูกค้าเข้าไปภายในโบราณสถาน และราคาอาหารต้องมีราคาเหมาะสม

2.4 ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน

ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน ได้ให้ข้อมูลว่า แนวทางสำหรับการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ควรตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ ห้างน้ำตามแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งต้องสะอาดและเพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว สถานที่จอดรถต้องเพียงพอและไม่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวมากเกินไป ต้องเป็นที่ที่ปลอดภัย และควรมีเจ้าหน้าที่คอยดูแลความปลอดภัยประจำที่จอดรถ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนเข้าใจง่าย และจะต้องมีการติดป้ายบอกทางเป็นระยะ ๆ ตลอดเส้นทางจนกระทั่งถึงแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการจัดระเบียบร้านอาหารและร้านค้าต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการได้โดยง่าย และมีมาตรการด้านการควบคุมราคาอาหารและสินค้าที่เป็น

มาตรฐานมากขึ้น เจ้าของธุรกิจก็ไม่ควรกำหนดราคาเพื่อตัดราคาตัวเอง หรือตั้งราคาสินค้าหรือสินค้าสูงเกินไปเพื่อเอาเปรียบนักท่องเที่ยว

3. ด้านการคมนาคม

3.1 เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่

เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่ ได้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านการคมนาคมว่า เส้นทางการเดินทางมายังจังหวัดแพร่ โดยเฉพาะถนนในช่วงเขตติดต่อจังหวัดแพร่และจังหวัดอุตรดิตถ์ ควรเร่งดำเนินการก่อสร้างเป็นแบบสี่ช่องจราจรให้เสร็จโดยเร็วที่สุด เพราะนอกจากจะเป็นการช่วยลดอุบัติเหตุที่เกิดขึ้นบ่อยครั้งแล้ว ยังเป็นการพัฒนาเส้นทาง การเข้าถึงตัวจังหวัดแพร่อีกด้วย ทำให้การเดินทางเกิดความสะดวกรวดเร็วมากขึ้น นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว และประหยัดเวลามากขึ้น

3.2 เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่ ได้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านการคมนาคมว่า การก่อสร้างถนนสี่เลนในช่วงเขตติดต่อจังหวัดแพร่และจังหวัดอุตรดิตถ์ ควรดำเนินการให้เสร็จสิ้นโดยเร็วที่สุด เพราะจะช่วยให้การเดินทางเข้าถึงจังหวัดแพร่ง่ายขึ้นมาก เพราะแต่เดิมผู้ใช้เส้นทางมักต้องชำนาญทาง และขับด้วยความระมัดระวังเป็นอย่างมาก และมักเกิดอุบัติเหตุบ่อยครั้งเนื่องจากเส้นทางที่แคบและเป็นถนนสองเลน ทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากเกิดความไม่มั่นใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเอง อาจต้องรอโอกาสมาเป็นหมู่คณะ หรือเป็นเพียงการแวะท่องเที่ยวเมื่อเดินทางผ่านจังหวัดแพร่เท่านั้น ดังนั้นถนนจึงเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งที่จะช่วยให้การเดินทางง่ายขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงตัวจังหวัดได้รวดเร็วและง่ายขึ้น นอกจากนี้ เส้นทางภายในตัวจังหวัดและเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวก็จำเป็นต้องได้รับการดูแลให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์เสมอ และต้องมีไฟส่องสว่างเพียงพอในทุกเส้นทาง

3.3 เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ ได้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านการคมนาคมว่า นอกจากทางจังหวัดแพร่จะพัฒนาเส้นทาง การเข้าถึงตัวจังหวัด และเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ควรให้ความสำคัญกับภูมิทัศน์และสิ่งแวดล้อมตามเส้นทางต่าง ๆ โดยควรมีการปลูกต้นไม้หรือไม่ ประดับตามเกาะกลางถนน และมีต้นไม้ใหญ่ตลอดแนวถนน นอกจากจะเป็นการตกแต่งให้เกิดความสวยงามแล้ว ยังมีคุณประโยชน์ในการลดมลพิษบนท้องถนน และเป็นการสื่อถึงความเป็น

เมืองแห่งความอุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ ทำให้ดูเป็นจังหวัดที่ไม่แห้งแล้งจนเกินไป นอกจากนี้ ถนนและเส้นทางต่าง ๆ โดยเฉพาะเส้นทางที่จะมุ่งสู่แหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีไฟส่องสว่างและมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนตลอดเส้นทาง

3.4 ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน

ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน ได้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านการคมนาคมว่า จังหวัดแพร่ควรให้ความสำคัญกับช่องทางการจราจรสำหรับรถจักรยาน โดยควรมีกฎข้อห้ามที่เข้มงวดในการห้ามไม่ให้รถจักรยานยนต์เข้าใช้เส้นทางนี้ เพราะมักเกิดอุบัติเหตุกับผู้ใช้จักรยานบ่อยครั้ง และควรมีการปรับปรุงและซ่อมแซมอย่างสม่ำเสมอหากพบว่าเส้นทางเกิดการชำรุด นอกจากนี้หากจะพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวก็ควรสร้างช่องทางสำหรับรถจักรยานให้มากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเส้นทางเชื่อมต่อระหว่างแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบการอนุรักษ์ธรรมชาติที่กำลังได้รับความนิยม เพราะนอกจากจะไม่สร้างมลพิษแล้ว นักท่องเที่ยวยังได้สัมผัสวิถีการดำรงชีวิตของชาวแพร่ใกล้ชิด และประการสำคัญควรมีป้ายบอกทางตามเส้นทางต่าง ๆ หรือมีแผนที่บอกตำแหน่งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่น่าสนใจตามจุดสำคัญ ๆ ของจังหวัดแพร่

4. ด้านความปลอดภัย

4.1 เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่

เจ้าหน้าที่จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานแพร่ ได้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านความปลอดภัยว่า ตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรมีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ควรมีเจ้าหน้าที่ดูแลประจำจุดต่าง ๆ เพื่อดูแลความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว และโบราณสถาน โดยอาจจัดตั้งเป็นกลุ่มยามท้องถิ่น หรืออาสาสมัครประจำท้องถิ่น ส่วนมาตรการต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการ ต้องมีน้ำดื่มบริการนักท่องเที่ยวฟรี หรือมีจุดอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว และต้องมีจุดให้บริการปฐมพยาบาล เพื่อให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวกรณีเกิดอุบัติเหตุ

4.2 เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานเทศบาลเมืองแพร่ ได้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านความปลอดภัยว่า เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ควรที่จะมีมาตรฐานด้านการรักษาความปลอดภัยอย่างเข้มงวด เจ้าหน้าที่ต้องผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตรที่ทางกรมศิลปากรกำหนด และมีจุดแจ้งเหตุฉุกเฉินสำหรับนักท่องเที่ยวไว้บริการอย่างทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว ส่วนด้านมาตรการต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการ ต้องควบคุม

ร้านขายของที่ระลึกและร้านอาหารไม่ให้มีการขายสินค้าเกินราคา และไม่ให้ร้านค้าบุกรุกเข้าไปขายสินค้าภายในโบราณสถาน

4.3 เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่

เจ้าหน้าที่จากสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดแพร่ ได้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านความปลอดภัยว่า เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยตามจุดให้บริการต่าง ๆ ต้องมีความเข้มงวด คอยตรวจดูความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวและพร้อมที่จะเข้าช่วยเหลือเสมอ ด้านมาตรฐานต่าง ๆ ที่ใช้ในการบริการต้องมีการระวังไม่ให้นักท่องเที่ยวทำลายโบราณสถาน หรือโบราณวัตถุ เพราะจะทำให้เกิดความเสียหายอย่างร้ายแรง ควรที่จะมีมาตรการในด้านนี้อย่างเข้มงวด และควรมีจุดแจ้งเหตุฉุกเฉินประจำแหล่งท่องเที่ยว

4.4 ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน

ผู้นำท้องถิ่น และผู้ประกอบการสินค้าชุมชน ได้ให้ข้อมูลเพื่อเป็นแนวทางสำหรับการแก้ไขและพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ด้านความปลอดภัยว่า ระบบการรักษาความปลอดภัยควรเป็นความร่วมมือกันระหว่างหน่วยงานของภาครัฐและชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว โดยอาจเป็นการร่วมมือกันของตำรวจและยามหมู่บ้านในการสอดส่องดูแลความเรียบร้อยของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ต่าง ๆ และควรกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวที่ชัดเจน เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยขณะเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

บทที่ 5

บทสรุป

สรุปผลการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ผู้วิจัยเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ โดยจุดมุ่งหมายของการวิจัยในครั้งนี้ คือ

1. เพื่อศึกษาการทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่
3. เพื่อสร้างแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

สรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเสนอผลการศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ : กรณีศึกษา แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ผู้วิจัยเสนอผลการวิจัย ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวจำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 30 - 39 ปี โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 15,000 บาท
2. ทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก ส่วนทัศนคติต่อทรัพยากรท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และการคมนาคมอยู่ในระดับปานกลาง
3. ความพึงพอใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวทาง

ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก คือ ความพึงพอใจด้านการประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ทางวารสาร/นิตยสารการท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ , ความพึงพอใจด้านสถานที่พัก ได้แก่ สถานที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ, ความพึงพอใจด้านสินค้าที่ระลึก ได้แก่ มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท, และความพึงพอใจในด้านอาหาร ได้แก่ มีอาหารให้เลือกหลากหลายชนิด อาหารมีคุณภาพและรสชาติดี อาหารมีราคาเหมาะสม การบริการของร้านอาหารน่าพึงพอใจ และความพึงพอใจต่ออาหารโดยรวม, และความพึงพอใจในอรรถาธิบายไมตรีของคนในท้องถิ่น, นอกเหนือจากประเด็นเหล่านี้ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง

4. การทดสอบสมมติฐาน

4.1 ความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4.2 เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สถานที่พัก สินค้าที่ระลึก อาหาร และอรรถาธิบายไมตรีของคนในท้องถิ่น จากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ อาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับการศึกษาและรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออรรถาธิบายไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ และรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับอาชีพ และการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ จากผลการศึกษาพบว่า ความแตกต่างด้านเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ไม่มีผลต่อทัศนคติต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภชัย วรรณพงษ์ (2547) ได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในวนอุทยานแพะเมืองผี จังหวัดแพร่ ผลการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อการจัดการขยะพบว่า นักท่องเที่ยวมีอาชีพ รายได้ ประสบการณ์การมาเที่ยว และความรู้ความเข้าใจต่อการจัดการขยะที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจต่อการจัดการขยะอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพภูมิทัศน์พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รายได้ ประสบการณ์การมาเที่ยว และความรู้ความเข้าใจต่อการจัดการภูมิทัศน์ที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนระดับการศึกษาไม่มีความสัมพันธ์ต่อระดับความพึงพอใจต่อการจัดการสภาพภูมิทัศน์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

2. เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สถานที่พัก สินค้าที่ระลึก อาหาร และอภัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่น จากผลการศึกษาพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับอายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสถานที่พักไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้าที่ระลึกไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออาหารไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ อาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับการศึกษาและรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออภัยาศัยไมตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวมไม่มีความสัมพันธ์กับเพศ อายุ และรายได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่มีความสัมพันธ์กับอาชีพ และการศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ (2549) ซึ่งได้ศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์ เชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจ

ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 1 ได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านความปลอดภัย ด้านการบริการ ด้านของที่ระลึก และด้านบทบาทของภาครัฐ ส่วนปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 5 ได้แก่ ด้านราคาสินค้าและบริการ และปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับร้อยละ 10 ได้แก่ รายได้ประจำเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ในช่วงระหว่าง 5,001-10,000 บาท ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา ปัจจัยด้านโบราณสถานและสภาพแวดล้อม ซึ่งไม่มีผลต่อโอกาสความน่าจะเป็นสูงสุดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอ เชียงแสน จังหวัดเชียงราย

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อเป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

1. การกำหนดแนวทางหรือนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ ควรเป็นไปในลักษณะการพัฒนาแบบยั่งยืน ควรมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับทรัพยากรท่องเที่ยวหลักของจังหวัดแพร่
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ ให้มากยิ่งขึ้น และควรนำเสนอจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมประเพณีอันหลากหลายของจังหวัดแพร่
3. ผู้ประกอบธุรกิจด้านการบริการที่พักรักษาสถานที่พักให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว โดยมีราคาที่เหมาะสม สะอาด ปลอดภัย มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ มีร้านอาหารที่สะอาด และมีบรรยากาศแบบท้องถิ่นที่สามารถสัมผัสบรรยากาศธรรมชาติได้อย่างแท้จริง
4. ควรจัดตั้งหน่วยงานเพื่อรับผิดชอบและดูแลความเรียบร้อยในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ของแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ ทั้งนี้ควรคัดเลือกบุคลากรที่เป็นคนพื้นถิ่น หรือคนในชุมชนที่อาศัยอยู่บริเวณใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เนื่องจากเป็นผู้ที่มีความผูกพันใกล้ชิด และมีความรู้ความเข้าใจในแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เป็นอย่างดี
5. การจัดการด้านระบบสุขอนามัยภายในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ห้องสุขาตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ควรมีมาตรฐานความสะอาดตามเกณฑ์ของกระทรวงสาธารณสุข มีจำนวนห้องเพียงพอที่จะสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ และควรมีการตรวจประเมินความสะอาดจากหน่วยงานที่ดูแลความเรียบร้อยประจำแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ อย่างสม่ำเสมอ

6. นักท่องเที่ยวยังไม่สามารถเข้าถึงการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางเที่ยวชมเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ได้สังเกตเห็นจากป้ายบอกทางเท่านั้น และยังไม่ทราบว่าจังหวัดแพร่มีแหล่งท่องเที่ยวได้อีกบ้างที่มีความน่าสนใจ ดังนั้น จึงควรเพิ่มจุดบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น โดยอาจจัดให้มีจุดบริการเอกสารทางการท่องเที่ยว เช่น แผ่นพับ แผนที่ท่องเที่ยว แก่นักท่องเที่ยวตามสถานบริการน้ำมัน หรือร้านอาหารต่าง ๆ เป็นต้น

7. จำนวนมัคคุเทศก์ตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยังมีจำนวนน้อย และในบางแห่งยังไม่มีมัคคุเทศก์เลย ดังนั้นจึงเป็นปัญหาที่ควรได้รับการปรับปรุงแก้ไข โดยอาจจัดอบรมมัคคุเทศก์ท้องถิ่น และส่งเสริมให้เยาวชนในท้องถิ่นมีความรู้ความสามารถในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชนของตนเอง

8. จุดบริการโทรศัพท์สาธารณะหลายแห่งตั้งอยู่ในจุดที่ไม่ปลอดภัย เช่น ตั้งอยู่ในบริเวณที่ไม่มีไฟฟ้า ซึ่งอาจเกิดอันตรายหากนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้โทรศัพท์ในเวลาฉุกเฉิน นอกจากนี้โทรศัพท์บางแห่งยังชำรุด ไม่สามารถใช้งานได้ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงไม่ควรปล่อยปละละเลย ควรเร่งปรับปรุงแก้ไขจุดบริการโทรศัพท์ทุกแห่งให้มีความปลอดภัยและสามารถใช้งานได้

9. สิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านป้ายบอกทางในแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการวางแผนและบริหารจัดการที่ดี โดยยึดหลักการพัฒนาที่ยั่งยืน และจะต้องสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอ

10. สร้างจุดขายหรือจุดเด่นทางการท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้คนทั่วไปสนใจจังหวัดแพร่และอยากเดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยควรนำเสนอจุดเด่นด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิตของผู้คน และความสงบเรียบง่าย เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมในปัจจุบัน และมีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมสูงขึ้นในอนาคต

11. ควรจัดทำปฏิทินท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ 12 เดือน เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังทำให้มีนักท่องเที่ยวต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยสามารถนำเสนอกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมประเพณีของชุมชนกลุ่มต่าง ๆ ที่หาชมได้ยากในปัจจุบัน เช่น พิธีไล่ชิงช้าของชนเผ่าอาข่า ประเพณีกำฟ้าของชาวไทยพวน เป็นต้น กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เช่น การเดินป่าเพื่อศึกษาธรรมชาติ การจัดทำสวนศึกษาเชิง

อนุรักษ์ กิจกรรมปลูกป่า หรือจัดทัศนศึกษาตามแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม
ต่างๆ เป็นต้น

12. จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ หรือเพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว
ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมให้มีความหลากหลายยิ่งขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกแก่นักท่องเที่ยว

13. ปลูกจิตสำนึกแก่เยาวชนในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรใน
ท้องถิ่น และสร้างค่านิยมที่ถูกต้องแก่คนในชุมชนในด้านการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ
เพื่อให้เกิดความรักและหวงแหนทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวสำคัญที่จะนำ
รายได้สู่ชุมชน

14. หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ ทั้งภาครัฐและ
เอกชน ควรร่วมมือกันกำหนดนโยบายและวางแผนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่ในระยะยาว
พร้อมทั้งสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน เกี่ยวกับแนวนโยบายดังกล่าว เพื่อให้เกิด
การบูรณาการอย่างต่อเนื่องในการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาในเรื่องการพัฒนากการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่แบบยั่งยืน โดยศึกษาถึงการ
มีส่วนร่วมของชุมชน กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการท่องเที่ยวทุกภาคส่วน เพื่อกำหนด
ปรับปรุง หรือพัฒนาแนวนโยบายการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน



บรรณานุกรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์

บรรณานุกรม

- กฤษดี กัณฑ์วัน. (2549). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสวนแม่ฟ้าหลวง อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- กลุ่มงานข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานจังหวัดแพร่. **จังหวัดแพร่**. สืบค้นเมื่อ 3 มิถุนายน 2552, จาก <http://www.phrae.go.th/index2.html>
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). **การวิเคราะห์เชิงปริมาณ**. กรุงเทพฯ: อรรถมสาร.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2538). **นโยบายและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) ปี พ.ศ. 2538-2539**. กรุงเทพฯ: บริษัท นรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. **ข้อมูลท่องเที่ยว 76 จังหวัด**. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2552, จาก <http://thai.tourismthailand.org/destination-guide/phrae-54-1-1.html>.
- คณะกรรมการฝ่ายประมวลเอกสารและจดหมายเหตุในคณะกรรมการอำนวยการจัดงานเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในโอกาสพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 6 รอบ 5 ธันวาคม 2542. (2543). **วัฒนธรรม พัฒนาการทางประวัติศาสตร์ เอกลักษณ์ และภูมิปัญญา จังหวัดแพร่**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ม.ป.ท.
- คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. (2530). **การศึกษาเพื่อวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดแพร่ น่าน อุตรดิตถ์ พะเยา**. ม.ป.ท.
- จรรยา สิทธิपालวัฒน์. (2539). **การพัฒนามาตรวัดทัศนคติต่อวิชาสุขศึกษา สำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย**. วิทยานิพนธ์ ค.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.
- จันทร์สุดา ว่องทวิทรัพย์ดี. (2550). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม**. วิทยานิพนธ์ บธ.ม., มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, นครปฐม.
- จิราวรรณ กาวิละ. (2544). **ทางเลือกของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม : กรณีศึกษาหมู่บ้านวัลลาย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.

- เจนตรีดา โทลา. (2550). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงเกษตร**
ฟาร์มกล้วยไม้ ตำบลริมใต้ อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ วท.ม.,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ชัยวุฒิ ชัยพันธ์. (2542). **การจัดการ การเกษตร ทรัพยากรธรรมชาติและการท่องเที่ยว.**
กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ญาณี ยงชัยตระกูล และ มาริสา ศรีสุข. (2551). **ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการให้บริการ**
ในธุรกิจสปา กรณีศึกษา เอสเมดิคัลสปา. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร,
พิษณุโลก.
- ณัฐกนก เจนสุขสถิตไพศาล. (2546). **ยุทธศาสตร์การพัฒนาของชุมชนปทุมมอโคกกับการ**
พัฒนาที่ยั่งยืน. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2530). **การฝึกอบรมและวิจัยขั้นสูงทางพฤติกรรมศาสตร์. สถาบันวิจัย**
พฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร. ม.ป.ท.
- ดวงเดือน พันธุมนาวิน. (2545). **รูปแบบการวิจัยทางจิตพฤติกรรมศาสตร์เพื่อพิสูจน์ความเป็น**
สาเหตุและผล. เอกสารประกอบการประชุมปฏิบัติการรุ่นที่ 4 ครั้งที่ 2 เรื่องการ
พัฒนาโครงการวิจัยและเทคนิคการวิจัย. ม.ป.ท.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2542). **การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพฯ:
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2848). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน.** กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ ดี
ไซด์ จำกัด.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2520). **ทัศนคติ การจัดการเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. (พิมพ์**
ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). **ทัศนคติ การจัดการเปลี่ยนแปลง และพฤติกรรมอนามัย. (พิมพ์**
ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- ประภาเพ็ญ สุวรรณ และ สวิง สุวรรณ. (2534). **พฤติกรรมศาสตร์ พฤติกรรมสุขภาพ และสุข**
ศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เจ้าพระยาการพิมพ์.
- ปิยะ หนูนิล. (2547). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่ออภิจการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการ**
ให้บริการในอุทยานแห่งชาติศรีสขนาลัย จังหวัดสุโขทัย. วิทยานิพนธ์ วท.ม.,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.

- ปรีชา บุญรอด. (พฤษภาคม - มิถุนายน 2541). **มาตรวัดการวิจัยทางสังคมศาสตร์**. สืบค้นเมื่อ 17 ธันวาคม 2552, จาก http://www.journal.au.edu/abac_newsletter/1998/june98/scale.html.
- พิพัฒน์ ก้องกิจกุล. (2546). **คู่มือปฏิบัติ...วิธีวัดความพึงพอใจของลูกค้า**. กรุงเทพฯ: บีไปร์บุ๊ก.
- พิษณุ วงษ์เกษม. (2548). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในเขตป่าอนุรักษ์ภูพระบาท อำเภอบ้านฝื่อ จังหวัดอุดรธานี**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ขอนแก่น.
- แพร์. (2550). [แผ่นพับ]. กรุงเทพฯ: กองผลิตอุปกรณ์เผยแพร่ ฝ่ายบริการการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ภฤศสร ฤทธิมนตรี. (2551). **การวางแผนยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนในจังหวัดนครศรีธรรมราช**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ศศ.ม., มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- มนัส สุวรรณ และคณะ. (2546). **โครงการศึกษาแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงรายได้**. พระยา แพร์ นาน. ม.ป.ท.
- ยงยุทธ วงศ์ภิรมย์ศานต์. (2537). **การสร้างและปรับเปลี่ยนทัศนคติ**. เอกสาร สำนักพัฒนาสุขภาพจิต กรมสุขภาพจิต. ม.ป.ท.
- ยศวีร์ ยุทธะนันท์. (2547). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเกษตร**. เลียบคลองมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2530). **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525**. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- จำไพพรรณ แก้วสุริยะ. (2543). **การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- รุ่งทิพย์ ว่องปฏิการ. (2544). **การท่องเที่ยวกับการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม**. **จุลสารการท่องเที่ยว**. ปีที่ 20 (1) มกราคม-มีนาคม, 12-15.
- ลัดดา กิติวิภาต. (2532). **ทัศนคติทางสังคมเบื้องต้น**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ ชวนพิมพ์.
- วันวิสา ปฏิมาประกร. (2545). **ความพึงพอใจของประชาชนที่มาใช้บริการของสำนักงานที่ดินจังหวัดนครสวรรค์**. สารนิพนธ์หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัยภาคกลาง, นครสวรรค์.

- วินิจ วีรยางกูร. (2532). **การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2539). **องค์การและการจัดการ**. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศุภชัย วรรณพงษ์. (2547). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมในวนอุทยานแพะเมืองผี จังหวัดแพร่**. วิทยานิพนธ์ วท.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, กรุงเทพมหานคร.
- สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. **การพยากรณ์สถิติการท่องเที่ยวของจังหวัดต่างๆในประเทศไทย**. สืบค้นเมื่อ 11 สิงหาคม 2552, จาก http://www.sri.cmu.ac.th/~gms/tourism/download/Forecasting_Province.htm
- สมัย สุทธิธรรม. (2548). **แพร่ ดินแดนแห่งลุ่มน้ำยม**. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แสงดาว.
- สาโรช ไสยสมบัติ. (2534). **ความพึงพอใจในการทำงานของครูอาจารย์โรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดกรมสามัญศึกษา จังหวัดร้อยเอ็ด**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม., มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒมหาสารคาม, มหาสารคาม.
- .สุคนธ์ธาร สุระเดชพิภพ. (2549). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงแสน อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย**. การค้นคว้าแบบอิสระเชิงวิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- สุรพงษ์ โสธนะเสถียร. (2533). **การสื่อสารกับสังคม**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- หทัยรัตน์ ประทุมสูตร. (2542). **ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของพยาบาลโรงพยาบาลชุมชน จังหวัดพิษณุโลก**. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (จิตวิทยาการแนะแนว), มหาวิทยาลัยนเรศวร, พิษณุโลก.
- อำนาจ ไพนุชิต. (2539). **การเปรียบเทียบคุณสมบัติของคะแนนที่ได้จากมาตรวัดทัศนคติแบบลิเคิร์ตด้วยวิธีการให้คะแนนแบบดั้งเดิมแบบอาร์เอสเอ็มและแบบดีเอสเอ็ม**. วิทยานิพนธ์ ค.ม., จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร.



ภาคผนวก

แบบสอบถามการวิจัย

แนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่

คำชี้แจง แบบสอบถามการวิจัยฉบับนี้เป็นแบบสอบถามของนิสิตปริญญาโท มหาวิทยาลัย
นเรศวร หลักสูตรปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิตมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและ
การท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาทัศนคติและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่ง
ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดแพร่ เพื่อใช้เป็นแนวทาง
พัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยข้อมูลต่างๆจะถูกรวบรวมและนำไป
แปรผลเพื่อประโยชน์ในการศึกษาวิจัยเท่านั้น

ขอขอบพระคุณอย่างสูงในความอนุเคราะห์การตอบแบบสอบถามนี้
ผู้วิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงใน หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตรงตามความเป็นจริง

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่า 20 ปี 2) 20 - 29 ปี
 3) 30 - 39 ปี 4) 40 - 49 ปี
 5) 50 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

- 1) ประถมศึกษา / มัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า
- 2) อนุปริญญา / ปวส.
- 3) ปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

- 1) ข้าราชการ
- 2) พนักงานรัฐวิสาหกิจ
- 3) ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย
- 4) นักศึกษา
- 5) อื่นๆ (โปรดระบุ)

5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

- 1) ต่ำกว่า 5,000 บาท
- 2) 5,000 - 10,000 บาท
- 3) 10,001 - 15,000 บาท
- 4) 15,001 - 20,000 บาท
- 5) มากกว่า 20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดแพร่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน ให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ทักษะติดต่อแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดแพร่	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
ทรัพยากรท่องเที่ยว					
1. สถานที่ท่องเที่ยวมีจำนวนมากและหลากหลาย					
2. สถานที่ท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ					
3. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์					
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด					

ทัศนคติที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่	ระดับทัศนคติ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
สิ่งอำนวยความสะดวก					
5. มีจุดบริการข้อมูลนักท่องเที่ยว					
6. มีป้ายบอกทาง/แผนที่เพียงพอและชัดเจน					
7. มีที่จอดรถสะดวกและเพียงพอ					
8. มีสุขาสะอาดและเพียงพอ					
การคมนาคม					
9. ความสะดวกในการเดินทางมายังจังหวัดแพร่					
10. ความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว					
11. การจราจรภายในจังหวัดแพร่					
12. ถนน/เส้นทางภายในจังหวัดแพร่					
ความปลอดภัย					
13. สถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
14. มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยเพียงพอ					
15. มีจุดแจ้งเหตุฉุกเฉินเพียงพอ					
16. มีมาตรการรักษาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว					

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องคะแนน ให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัดแพร่					
17. การประชาสัมพันธ์ทางวารสาร/นิตยสารการท่องเที่ยว					
18. การประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์					
19. การประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ					
20. การประชาสัมพันธ์ทางอินเทอร์เน็ต					
สถานที่พัก					
21. มีสถานที่พักให้เลือกหลายประเภท					
22. สถานที่พักมีราคาเหมาะสม					
23. สถานที่พักสะอาดและมีความปลอดภัย					
24. การให้บริการน่าพอใจ					
25. สถานที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกเพียงพอ					
สินค้าที่ระลึก					
26. มีสินค้าให้เลือกหลากหลายประเภท					
27. สินค้าแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น					
28. สินค้ามีคุณภาพ					
29. สินค้ามีราคาเหมาะสม					
อาหาร					
30. ร้านอาหารสะอาด					
31. มีอาหารให้เลือกหลากหลายชนิด					

ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวจังหวัดแพร่	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
32. อาหารมีคุณภาพและรสชาติดี					
33. อาหารมีราคาเหมาะสม					
34. การบริการของร้านอาหารน่าพึงพอใจ					
35. ความพึงพอใจต่ออาหารโดยรวม					
อัตราศูนย์ไม่ตรีของคนในท้องถิ่นโดยรวม					





ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

มหาวิทยาลัยนเรศวร

